

2014. – № 1 – С. 78-84.

3. Макарова Т.Н. Характеристика комплекса маркетинга в современных условиях / Т.Н. Макарова, Ю.Е. Мартынова // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2011. – № 2. – С. 222-228.

4. Международный маркетинг: учеб. пособие / под ред. Н. А. Нагапетьянца. – М.: ИНФРА-М, 2012 – С.194-196.

5. Романенкова О.Н. Маркетинг инноваций в сфере торговли: теория, методология, практика: монография / О.Н. Романенкова, И.М. Синяева. – М.: Информационно-внедренческий центр «Маркетинг», 2012. – С.187-190

6. Синяева И.М. Маркетинг торговли: учебник / И.М. Синяева, С.В. Земляк, В.В. Синяев; под ред. Л.П. Дашков. – 4-е изд. – М.: Дашков и Ко, 2014. – 750 с.

7. Соболева Ю.П., Тарабанько А.К. Особенности маркетинга в современной торговле // Научные записки ОрелГИЭТ. – 2011. – № 2. – С. 261-264.

8. Трайнев В.А. Электронно-образовательные ресурсы в развитии информационного общества: обобщение и практика: монография. – М.: Дашков и Ко, 2015. – 256 с.

9. Шаговинова Е.О. Маркетинговые коммуникации: реалии и перспективы / Е.О. Шаговинова, Т.Н. Макарова. О.А. Лебедева // Экономическая среда. – 2016. – № 1. – С. 82-86.

УДК 379.83:001.895

Димитрова Е.В., Шмаркова Е.А.

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ФОРМЫ ОБСЛУЖИВАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ТУРИСТСКИХ УСЛУГ*

Димитрова Екатерина Викторовна¹, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: dimitrova-katerina@mail.ru

Шмаркова Елена Александровна², ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: shmarkova_lara@mail.ru

В условиях жесткой конкуренции приоритетной задачей каждой турфирмы является завоевание прочных позиций на рынке туризма и увеличение прибыли. Эффективное использование инновационных технологий в туристской деятельности является важным ресурсом предприятия и позволяет привлечь широкие массы клиентов. В статье рассматривается инновационная практика организации обслуживания потребителей туристских услуг на примере туроператора «Pegas Touristik».

Ключевые слова: туризм, конкуренция, инновационные технологии, электронное бронирование, сайт-агрегатор, фрилансер, программа лояльности, потребители.

Деятельность в сфере предоставления, подбора и потребления туристских услуг сопровождается переработкой большого количества информации, что требует использования современных и эффективных информационных технологий. Особую актуальность решение

* Статья подготовлена для II международной научно-практической конференции «Образование и наука без границ: конвергенция социально-гуманитарных и естественно-технических наук» (Орел, 2016 г.)

¹ *Научный руководитель: Шмаркова Лариса Ивановна, кандидат физико-математических наук, доцент кафедры математики, информатики и информационных технологий, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; РФ, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д.12; e-mail: shmarkova_lara@mail.ru*

² *Научный руководитель: Шмарков Михаил Сергеевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма и гостиничного дела, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»; РФ, 302026, г. Орёл, ул. Комсомольская, д. 95; e-mail: shmarkova_lara@mail.ru*

этой проблемы приобрело в сфере туризма, так как деятельность по продвижению и реализации турпродукта, по сути, является информационной и представляет электронный бизнес.

В последние годы в России и по всему миру распространилась практика использования информационных систем, способствующих успешному ведению туристского бизнеса, предоставляющих возможность автоматизации бизнес-процессов, использования ресурсов и потенциала сети Интернет. Развитие туризма без использования современных информационных технологий невозможно. Сеть Интернет дает возможность специалистам по туризму с минимальными затратами проинформировать многомиллионную целевую аудиторию об услугах организации, продвигать туристский продукт, использовать системы бронирования, получать оперативную информацию о тарифах и ценах отелей, ресторанов и перевозчиков и так далее. Использование ресурсов сети Интернет позволяет не только удешевить средства связи, но и получить реальную возможность работать в режиме on-line со всеми участниками рынка туризма. Грамотное построение и использование ресурсов и потенциала информационной системы определяет успешность туристского бизнеса [5]. Использование новейших информационных технологий обеспечивает активность и прибыльность туристского бизнеса, повышает скорость и качество обслуживания клиентов, дает возможность выстраивать эффективные каналы взаимодействий между участниками рынка туризма.

Туристские организации нуждаются в использовании новейших информационных технологий для того, чтобы более эффективно обслуживать потребителей туристских услуг и оптимально организовать бизнес. Определяющим фактором эффективности продвижения и реализации услуг на туристском рынке является использование действенной туристской информационной системы. Современные туристские информационные системы позволяют управлять продажами, автоматизировать документооборот, вести контроль над компанией, устанавливать взаимодействие с потребителями, приобрести их лояльность. При этом процесс управления туристской организацией выходит на более высокий действенный уровень.

Сегодня в туристской индустрии широко используются программы электронного бронирования и составления туров, что позволяет удешевить и оптимизировать средства связи, организовать работу участников туристского рынка по принципу единого офиса. Работа с такими программами позволяет турагентствам получать быструю и достоверную информацию о ценах и составе турпродукта в любой момент времени, следить за статусом и состоянием заказа вплоть до завершения процесса оказания туристских услуг [6].

Используемые туроператорами системы бронирования отличаются комплексом предоставляемых возможностей и технологий, условиями их использования. Широкое распространение в туристской деятельности получили такие программы, как Galileo, Amadeus, Sabre, Worldspan, «САМО-Софт» и другие [1].

Туроператор «Pegas Touristik» является одним из лидеров туристской индустрии и одной из крупнейших туроператорских компаний. В реестре туроператоров РФ насчитывается 20 юридических лиц, работающих под торговой маркой «Pegas Touristik» [3]. Главной задачей туроператора «Pegas Touristik» является удовлетворение потребностей населения в туристских услугах и обеспечение качественных и надежных услуг туристам. Для того чтобы выполнить поставленные задачи, «Pegas Touristik» пользуется программным комплексом «САМО-Софт». Это система внутриофисной автоматизации деятельности турагентств, включающая в себя ведение клиентской базы, оформление и печать пакета документов для туриста, финансовый и управленческий учет, поиск и онлайн-бронирование туров, обработку статистической информации, систему отчетов для менеджеров и руководителей, формирование заданий курьерам и текущих задач менеджера, контроль деятельности сотрудников и компании в целом и многое другое.

Современные инновации в туризме - это системные мероприятия, которые имеют качественную новизну, приводящие к позитивным сдвигам в отрасли. Инновационный процесс получает свое признание, с одной стороны, через туристский рынок и степень удовлетворенности клиента, а с другой стороны, благодаря принятию совместных решений туристскими

организациями и органами управления разных уровней [8]. Инновационной технологией в сфере туризма является использование компаниями сайтов-агрегаторов, которые специализируются на сборе и сортировке информации, связанной с конкретными предложениями туристских услуг. Сайты-агрегаторы необходимы, поскольку, например, проанализировать все варианты одной ценовой категории туров, если рассматривать их повариантно, сложно из-за большого количества времени, в то время как информация об услуге или сама услуга очень быстро меняется – система ценовой политики в туристской отрасли построена на принципе динамичного ценообразования.

Роль агрегаторов заключается в обеспечении удобства выбора конкретного предложения среди множества подобных предложений, они сосредотачивают все предложения туроператоров по единому критерию при подборе тура, что существенно упрощает деятельность агентов. Туристским сообществом активно используются такие агрегаторы, как «Туры.ру», «Слетать.ру», «RuSPO», «TourIndex» и другие. Сравнительно недавно в туристской отрасли стали апробировать новые варианты сбыта турпродуктов через персональных агентов – фрилансеров. Некоторые туроператоры озаботились формированием собственной сети фрилансеров. Например, на сайте туроператора «Pegas Touristik» [4] выделен специальный раздел «Персональным агентам». По сути фрилансер – это продвинутый турист, имеющий множество знакомых – потенциальных потребителей туристских услуг. Фрилансер самостоятельно планирует и организует свою деятельность.

В настоящее время на рынке туризма весьма широко распространена практика привлечения клиентов путем предоставления им скидок или бонусов. Так российским союзом туриндустрии совместно с рядом банков разработан проект по введению на туристский рынок программ лояльности – комплекса мероприятий для развития повторных продаж турпродуктов клиентам в будущем. Принцип программы лояльности заключается в возможности накопления призовых очков или бонусов, полученных за покупки клиентами фирмы. Такую программу, например, использует в своей деятельности туроператор «Pegas Touristik». С 15 октября 2014 года «Pegas Touristik» стал участником программы лояльности «Спасибо от Сбербанка». Клиент, оплативший тур, выбранный на сайте www.pegast.ru картой Сбербанка, получает бонусы «СПАСИБО», где 1 бонус равен 1 рублю скидки. Дополнительные бонусы «СПАСИБО» участники получают, совершая покупки у партнеров программы и участвуя в акциях программы. Сегодня партнерами программы являются более 350 торговых сетей [2].

Таким образом, технологии и формы обслуживания потребителей туристских услуг интенсивно совершенствуются и соответствуют уровню развития коммуникаций в обществе.

Список литературы:

1. Гуляев В.Г. Организация туристской деятельности. – М.: Нолидж, 2011. – 174 с.
2. Официальный сайт «ВОтпуск.ру»: PEGAS Touristik присоединился к программе лояльности «Спасибо от Сбербанка» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.votpusk.ru/news.asp?msg=523205>.
3. Официальный сайт «Единый Федеральный реестр туроператоров» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://russiatourism.ru/operators/?PAGEN_1=2&short_form_date=%D0%BF%D0%B5%D0%B3%D0%B0%D1%81#nav_start.
4. Официальный сайт «Pegas Touristik» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pegast.ru/>.
5. Чудновский А.Д., Жукова М.А. Информационные технологии управления в туризме. – М.: КноРус, 2011. – 104 с.
6. Шмарков М.С., Гудименко Г.В. Современные средства повышения конкурентоспособности туристской организации на региональном рынке туристских услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2013. – № 3 (25). – С. 74-77.
7. Шмарков М.С. Разработка стратегии построения эффективных взаимодействий турагентства с туроператорами // Известия Тульского государственного университета. Экономические и юридические науки. – 2012. – № 3-1. – С. 272-282.

8. Шмарков М.С., Шмаркова Л.И. Взаимодействие предпринимательских структур на рынке туризма: формы, проблемы и перспективы // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – № 4(34). – С. 74-84.

УДК 347.132.6:06.036

Хрущева В.А.

СЕРВИСНОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ СДЕЛОК С НЕДВИЖИМОСТЬЮ

*Хрущева Варвара Андреевна**, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: varvara.khrushcheva@mail.ru

В статье автор рассматривает некоторые вопросы сервисного сопровождения сделок с недвижимостью. Особое внимание уделено сопровождению сделок с землёй, а именно формированию земельных наделов из участков земли, являющихся собственностью государства или же муниципального образования.

Ключевые слова: недвижимость, сделки, сделки с недвижимостью, земельный кодекс Российской Федерации, земельное законодательство, земельный участок.

Ни для кого не секрет, что сейчас на рынке недвижимости существует большое количество мошенников, использующих незаконные методы с целью обмана, введения в заблуждение граждан, которые не разбираются в тонкостях оформления сделок с недвижимостью. Не владея необходимыми знаниями и опытом, можно не только оказаться в невыгодной ситуации, но и попасть в судебные разбирательства с возможным расторжением сделки. Поэтому особую актуальность приобретает профессиональное сопровождение сделок с недвижимым имуществом.

Сделки – это действия граждан и юридических лиц, направленные на установление, изменение или прекращение гражданских прав и обязанностей (ст. 153 ГК РФ). В соответствии со ст. 158 ГК РФ сделки совершаются устно или в письменной форме (простой или нотариальной). В отдельных случаях закон требует обязательной регистрации.

Иными словами, термин «сделка с недвижимостью» можно смело отнести к следующим действиям покупателя или продавца недвижимости:

- 1) подписание договора отчуждения недвижимости;
- 2) подача сторонами заявления о регистрации сделки в регистрирующий орган;
- 3) проведение взаиморасчетов по сделке и передача недвижимости по передаточному акту.

Специалист, сопровождающий сделку с недвижимостью, должен проверить все документы, задействованные в сделке, и дать им правильную оценку. Естественно, что все свои действия сопровождающий сделку специалист совершает в интересах своего клиента.

Услуги по сопровождению сделок с недвижимостью включают:

- сопровождение сделок с коммерческой недвижимостью и землей, в число которых входит купля-продажа, аренда, ипотека, доверительное управление, сделки с объектами незавершенного строительства, регистрация прав на недвижимость при отношениях по договору строительного подряда, долевое участие в строительстве;
- оформление и регистрация прав на коммерческую недвижимость и земельные участки, занятые объектами недвижимого имущества;

** Научный руководитель: Арманишина Гульнара Рамильевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики предприятий, ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет экономики и торговли»; Россия, 302028, г. Орел, ул. Октябрьская, д. 12; e-mail: gulnararm@mail.ru*