РЕФЕРАТ

кваліфікаційної роботи магістра

студента Національної академії статистики, обліку та аудиту

Берднікова Миколи Романовича

Тема **«Автоматизація системи управління взаємовідносин з клієнтами»**

Загальний обсяг роботи складає 96 сторінок.

Містить 14 таблиць, 21 рисунок, 127 літературних джерел.

Актуальність дослідження визначається тим, що загальні показники функціонування туристичного підприємства визначаються не лише конкурентним середовищем, а й можливостями підбору суто індивідуалізованого продукту чи послуги відповідно до потреб клієнта. При цьому особливості фінансово-економічної ситуації змушують шукати рішення, що пов'язані з взаємовідносинами з клієнтами. Майже кожне підприємство, яке зайняте у сфері туристичних послуг, вважає якість взаємовідносин з клієнтами одним із основних факторів забезпечення конкурентоспроможності.

Сьогодні все більше актуалізується попит на нові принципи організаційної побудови в контексті стратегічних переваг туристичного підприємства в конкурентній боротьбі за клієнта з використанням Інтернет-технологій. Знання відповідей на питання хто користується послугами, коли, з якою метою, що ними керує, допомагають планувати напрям діяльності, коригувати недоліки, покращувати якість послуг, і, таким чином, викликати більшу прихильність клієнтів. Тому автоматизація системи управління взаємовідносинами з клієнтами на туристичних підприємствах є актуальним.

Мета кваліфікаційної роботи полягає у розробці прототипу автоматизованої системи управління взаємовідносинами з клієнтами.

Об'єкт кваліфікаційної роботи – система управління взаємовідносинами з клієнтами туристичного підприємства.

Предметом кваліфікаційної роботи – технології автоматизації управ ı взаємовідносинами з клієнтами впровадження CRM- системи на туристичному підприємстві.

Використані методи наукового дослідження. Теоретико-методологічні основи дослідження ґрунтувались на загальнонаукових методах пізнання. Теоретичне узагальнення, групування та порівняння використовувалося для розкриття сутності понять «взаємовідносини з клієнтами», «система управління взаємовідносин з клієнтами». При проведенні діагностики розвитку туристичного бізнесу використовувались загальнофілософські, абстрактно-логічні, конкретно-наукові методи: індукції – на етапі збору, систематизації й обробки інформації для проведення дослідження; дедукції – у процесі теоретичного осмислення ситуації та пошуку першопричин її виникнення і передумов вирішення; аналізу та синтезу, групування і порівняння, структурування – для поєднання і оцінки різних програмних продуктів. У роботі також використовувались методи логічного аналізу – при виявленні проблем і обґрунтуванні напрямів удосконалення управління системою взаємовідносин з клієнтами; математико-статистичні та економічні методи – при обґрунтуванні напрямів підвищення прибутковості туристичного підприємства.

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розмежуванні процесів взаємодії з клієнтами на бізнес-процеси туристичного оператора та туристичного агента.

У першому розділі магістерської роботи проведено аналіз поняття «взаємовідносини з клієнтами», які можуть бути автоматизовані, вивчено існуючі програмні засоби для автоматизації процесів взаємовідносин з клієнтами, проаналізовано реальний стан автоматизації процесів взаємовідносин з клієнтами в ТОВ «Фест Тревел».

У другому розділі дослідження визначено бізнес-процеси які потребують автоматизації, цілі і задачі автоматизації процесу взаємовідносин з клієнтами на

базі CRM для ТОВ «Фест Тревел», обґрунтовано вибір конкретної CRM-системи для туристичної компанії

У третьому розділі описано процес реалізації функціональної моделі, налаштування конкретних блоків, встановлення зв'язків та розраховано прогнозні показники ефективності від впровадження CRM-системи.

Практичне значення дослідження. Одержані результати можуть бути використаними ТОВ «Фест Тревел» та іншими туристичними операторами і агентами під час впровадження CRM-систем управління взаємовідносинами з клієнтами.

Ключові слова: взаємовідносини з клієнтами, система управління, автоматизація процесу управління, CRM-система, функціональна модель, бізнес процес.

Студент _____ М.Р. Бердніков