

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Экономический факультет

Кафедра управления и планирования социально-экономических процессов

**Аннотация**

к магистерской диссертации на тему:

**«Формирование системы управления взаимоотношениями с клиентами сетевого мини-отеля»**

**Романенко Екатерины Александровны**

Магистерская диссертация посвящена актуальной проблеме формирования системы взаимоотношений с клиентами малого гостиничного бизнеса. Динамика развития гостиничной отрасли формирует условия для возникновения на рынке высокого уровня конкуренции, что обосновывает необходимость разработки и поиска новых методов стратегического управления. Применение принципов и методов CRM позволит малым гостиничным предприятиям развивать производство услуг в соответствии с нуждами и потребностями клиентов, эффективно управлять потребительским спросом, а также увеличить прибыль и акционерную стоимость компании при сокращении издержек по привлечению новых клиентов и себестоимости услуг.

Объектом исследования магистерской диссертации выступает малое гостиничное предприятие, осуществляющее свою деятельность в составе гостиничной сети. Предмет исследования – процесс управления взаимоотношениями с различными категориями клиентов.

В первой главе проведены научный анализ и выявление особенностей сетевых форм организации гостиничного бизнеса на современном этапе, осуществлено развитие ряда теоретических понятий в сфере управления сетями, а также представлены этапы развития научной концепции управления взаимоотношениями с клиентами в рамках стратегического управления гостиничными предприятиями.

Во второй главе освещены сущность и основные элементы CRM в управлении гостиничными сетями, проведен анализ научных подходов к формированию CRM в рамках стратегического управления, а также сделан обзор существующих методов оценки экономических результатов от внедрения CRM подхода.

В третьей главе проведен анализ текущей деятельности и перспектив развития сетевого мини-отеля «N», разработаны рекомендации по совершенствованию CRM системы для мини-отелей,

В ходе исследования получены следующие результаты: разработан ряд новых определений в рамках научной концепции управления взаимоотношениями; определены структура и этапы формирования CRM системы предприятия; предложен способ классификации клиентов по уровням отношений; разработан комплекс методов CRM для мини-отелей; разработаны рекомендации по формированию системы взаимоотношений с клиентами для мини-отелей, предложен способ оценки экономических результатов от внедрения CRM на основе сценарных прогнозов.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, стратегическое управление, CRM система, мини-отели, система взаимоотношений с клиентами, гостиничные сети.

Дата: 30 мая 2014 г.

---

(подпись диссертанта)