

ОЦЕНКА CRM-СИСТЕМ В ТУРИЗМЕ

КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ



Варвашеня А.А.

канд. экон. наук
Белорусский
государственный
университет
физической культуры

В статье отражены результаты исследования современных тенденций использования CRM-систем в туризме, приводятся примеры их успешного применения в мире и Республике Беларусь. Приведены примеры лидеров-производителей CRM-систем со всего мира, в том числе наиболее популярных в Российской Федерации и Республике Беларусь. В результате проведена оценка популярных CRM-систем с использованием метода анализа иерархий Саати с целью определения наилучшего продукта для использования организациями туристической индустрии на белорусском рынке.

Ключевые слова: CRM-система; маркетинг; продажи; управление продажами; туризм; информация; клиенты; клиентоориентированный подход; взаимоотношения с клиентами; управление взаимоотношениями с клиентами; информационные технологии; цифровизация; автоматизация процессов.

CRM ASSESSMENT IN TOURISM AS A CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT TOOL

The article reflects the results of a study of modern trends in the use of CRM systems in tourism, provides examples of their successful application in the world and the Republic of Belarus. Examples of leading manufacturers of CRM systems from all over the world are given, including the most popular in the Russian Federation and the Republic of Belarus. As a result, popular CRM systems have been evaluated using the Saaty hierarchy analysis method in order to determine the best product for use by tourism industry organizations on the Belarusian market.

Keywords: CRM system; marketing; sales; sales management; tourism; information; customers; customer-oriented approach; customer relationships; customer relationship management; information technology; digitalization; process automation.

ВВЕДЕНИЕ

Туризм – это динамичная и разнообразная отрасль, охватывающая широкий спектр видов деятельности, включая транспорт, проживание, питание, развлечения и иные конкурентоспособные сектора мировой экономики, производя более 10 % мирового ВВП и в котором занято более 300 миллионов человек [1]. По данным Всемирной туристской организации (ЮНВТО) (Рихтер, 2023), в 2019 году число международных туристов достигло 1,5 миллиарда, что обеспечило экспорт 1,5 триллиона долларов [2]. Однако пандемия COVID-19 серьезно нарушила индустрию туризма: в 2020 году количество международных прибытий сократилось на 74 %, что привело к массовой потере рабочих мест, закрытию организаций туристической индустрии и экономическим трудностям [3]. Клиенты не имели возможности приехать в офис для заключения договора, подобрать тур в комфортных условиях вместе с менеджером,

безопасно произвести оплату с получением кассового чека на месте. Все это подтолкнуло мир к еще большему внедрению информационно-коммуникационных технологий в розничной торговле, о чем ранее в своих исследованиях уже указывал автор [4–6]. В этом контексте развитие доверительных взаимоотношений с клиентами стало многообещающим трендом, который в том числе способствовал восстановлению и трансформации туристической отрасли. В современных условиях клиенты становятся все более требовательными, ожидая персонализированного сервиса и оперативной реакции на свои запросы. Для того чтобы соответствовать этим ожиданиям и обеспечить высокий уровень лояльности, организации туристической индустрии все чаще обращаются к использованию CRM-систем.

Согласно исследованию Invesp, 44 % потребителей, вероятнее всего станут постоянными клиентами

после персонализированного подхода менеджеров к продаже. Так, внедрение CRM-системы позволило Turtle Bay Resort повысить эффективность продаж на 20 % и улучшить лояльность клиентов на 15 % [7]. В то же время, как показало исследование Salesforce, 57 % путешественников готовы делиться личными данными в обмен на персонализированный опыт, очевидно, что персонализированные рекомендации являются краеугольным камнем запоминающегося путешествия [7]. Благодаря использованию CRM-системы, TUI Group смогла значительно улучшить качество обслуживания и повысить удержание клиентов [8]. По данным Gartner (2023), более 70 % крупных туристических компаний в Северной Америке и Европе используют CRM-системы для управления отношениями с клиентами, а к 2027 году этот процент достигнет 85 %, что подтверждает высокую степень цифровизации отрасли в этих регионах [9]. Также в прогнозном анализе программного обеспечения Гартнера указано, что к 2027 году 90 % расходов на новое программное обеспечение CRM-маркетинга будут приходиться на облачные развертывания, по сравнению с текущими 86 % [9].

Таким образом, в условиях цифровизации экономики, в том числе цифровой трансформации туристической отрасли CRM-системы становятся критически важным инструментом для повышения конкурентоспособности не только отдельных организаций, но и отрасли в целом.

■ ОСНОВНАЯ ЧАСТЬ

CRM (Customer Relationship Management) – управление взаимоотношениями с клиентами представляет собой концепцию и систему взаимодействия с потребителями, основанную на возможностях использования современных информационных технологий [10, с. 16]. Ранее автором также была рассмотрена сущность и содержание применения CRM-систем для управления продажами и взаимоотношениями с клиентами [11].

Внедрение CRM-систем в туристической отрасли обусловлено рядом ключевых тенденций, среди которых можно выделить персонализированную ориентацию на клиента; автоматизацию процессов маркетинга и продаж, повышение их эффективности и снижение расходов, в том числе на персонал; доступность и мобильность получения услуг; легкую обучаемость; скорость обработки данных; возможность интеграции с другими системами ERP, системами управления контентом (CMS) и иными платформами, что обеспечивает единую базу данных и упрощает управление бизнес-процессами.

Так, по данным Statista – одной из крупнейших мировых платформ, предоставляющих доступ к статистическим данным по различным отраслям (2023), мировой рынок CRM-систем в 2023 году оценивался в \$65,59 млрд и прогнозируется, что к 2030 году

этот показатель достигнет \$145,79 млрд с CAGR (compound annual growth rate) на уровне 13,9 % [12]. Согласно отчету Statista об анализе размера, доли и тенденций рынка управления взаимоотношениями с клиентами по компонентам, розничный сегмент занял самую большую долю рынка в 23,5 % в 2022 году [12]. При этом отмечается, что управление взаимоотношениями с клиентами в гостиничном бизнесе, индустрии гостеприимства и индустрии путешествий также набирает популярность. Гостиничный бизнес сегодня успешен за счет отзывов клиентов, и основным преимуществом CRM в индустрии гостеприимства является его способность оптимизировать обслуживание клиентов.

Среди мировых крупнейших игроков на рынке по производству ПО для CRM являются Oracle, SAP, Salesforce, Microsoft, ICIMS, Simplifican, Zoho, Insightly, Freshdesk, Newton Software, Pipedrive, Sage, Infusionsoft, ProsperWorks, NetSuite, TeamWox, SalesNexus, Act, Hubspot, Maximizer, Salesboom, SugarCRM [13]. В отчете Gartner также представлен Магический квадрант Gartner для CRM Customer Engagement Center, как показано на рисунке ниже, отражающий лидеров: Salesforce, Pegasystems, ServiceNow, Oracle, ZenDesk и Microsoft.

Согласно глобальному отчету по исследованию рынка программного обеспечения для CRM, 2024–2032, среди стран, лидирующих на рынке программного обеспечения для CRM, в Европе выступают Германия, Великобритания, Франция, Италия, Россия, Турция [13]. На российском рынке в топ производителей CRM-систем в 2023 году вошли 1С-Битрикс, Мегаплан, 1С-Рарус, ООО «Пайрус», «Первая Форма». В Беларуси также сложилась практика применения CRM-систем [11]. Наиболее распространен на бело-



Рисунок – Магический Квадрант Gartner для CRM Customer Engagement Center [14]

Таблица 1. – Показатели для сравнительного анализа CRM-систем

Показатель	Bitrix24	АмоCRM	1С:CRM	U-ON.Travel	МоиДокументы-Туризм	Zoho CRM
1	2	3	4	5	6	7
Функциональность	Очень высокая. Широкий функционал CRM-системы. Наличие документооборота и конструктора Landing Page	Средняя. Отсутствие документооборота, слабый набор функций для туристического бизнеса. Управление сделками, комплексная аналитика, ведение клиентской базы, сканирование визиток	Очень высокая. Создана отдел продаж, управление сделками, комплексная аналитика, ведение клиентской базы, поддержка удаленной работы.	Средняя. Множество функций, необходимых для турбизнеса, включая управление сделками, ведение клиентской базы, аналитику и многое другое. Система обновляется еженедельно	Средняя. Выполняет функции управления и контроля поставленных задач. Личный кабинет для каждого туриста с поддержкой ЭЦП. Оформление кредита или рассрочки. При этом инструмент негибкий, нет многих нужных функций, необходимых для сложных и индивидуальных туров	Очень высокая. Широкий функционал, в том числе и для туристических компаний, например, построение кривой производственных возможностей, предиктивный ИИ и бизнес-анализ, автоматизация отдела продаж, расширенная аналитика, работа с несколькими валютами (до 50 видов)
Стоимость в год на 1 пользователя, евро	388,8	117,5	462,7	152,8	191,1	480
Размер бизнеса	Для среднего и крупного бизнеса	Для малого и среднего бизнеса	Для среднего бизнеса и крупных организаций	Для малого, среднего бизнеса и крупных организаций	Для малого и среднего бизнеса	Для малого, среднего бизнеса и крупных организаций
Платформа работы	Браузер, Desktop, IOS, Android	Desktop, IOS, Android	Браузер, Desktop, IOS, Android	Браузер, Android, Apple	Браузер, IOS, Android	Браузер
Возможности установки	В облаке, на сервере, ПК, доступность для мобильных устройств	Доступность для мобильных устройств	В облаке, на сервере, на ПК, доступность для мобильных устройств	В облаке, на сервере, на ПК, доступность для мобильных устройств	В облаке, на сервере, на ПК, доступность для мобильных устройств	В облаке, на сервере
Интеграция в сторонние системы	Широкий спектр сторонних решений. Обмен данными с 1С. Собственный Marketplace	Есть расширения для телефони и почты. Интеграция с Mailchimp	Интегрируется с Outlook, 1С и телефонами	Интеграция с облачной/офисной IP-телефонией	Интеграция с кассами АТОЛ и Эвотор	Интегрирована с другими сервисами Zoho (в частности, электронными таблицами). Также есть встроенные средства интеграции с сайтом компании. Интеграция с Chatgpt
Тестовый период и его ограничения	До 12 пользователей бесплатно	Пробная бесплатная версия на 14 дней	Бесплатно на период до 30 дней, до 10 пользователей	1 пользователь, 20 обращений, 20 сделок	Пробный период, отсутствие бесплатной версии	Пробная бесплатная версия на 15 дней
Интерфейс	Современный, прогрессивный, стильный персонализированный и интуитивный интерфейс. Выполнен в сине-голубых с разнотонным вкраплением тонах	Простая SAAS CRM система. Интерфейс интуитивен, понятен и не требует обучения или периода внедрения и адаптации. Очень современный и стильный. Выполнен в синих тонах различных оттенков	Интерфейс строгий, немного устаревший. Выполнен в светло-серо-песочных тонах	Интерфейс строгий и громоздкий, не совсем понятный. Выполнен в серо-голубых тонах	Интерфейс понятный, но слишком прост, очень устаревший. Выполнен в серо-белых тонах.	Интуитивно понятный пользовательский интерфейс, достаточно строгий, но современный. Гибкий, который можно откорректировать под задачи своей компании. Выполнен в серо-белых тонах.
Поддержка и обслуживание	Создавать обращения в техподдержку могут только пользователи коммерческих тарифов. Пользователям редакции «Энтерпрайз» доступна поддержка 24/7	Доступна в качестве SAA S-сервиса	Платный корпоративный сервис	Настройка бесплатна для всех клиентов, однако у некоторых клиентов возникли проблемы со службой поддержки	Онлайн-консультант в Вконтакте, по E-mail, по телефону. Поддержка не всегда решает возникшие проблемы	Полный спектр услуг от сбора до адаптации

Составлено автором на основе [15, 19–25].

Таблица 2. – Матрица попарных сравнений критериев

№ П/п	Показатель	Функциональность	Стоимость	Платформа работы	Интеграция в сторонние системы	Возможности установки	Тестовый период и его ограничения	Поддержка и обслуживание	Интерфейс	Размер бизнеса	Произведение	9√ из произведения (среднее геометрическое)	Нормированное среднее геометрическое	Приоритет
1	Функциональность	1	2	3	4	5	6	7	8	9	362880	4,147166	0,30812	U-ON.Travel
2	Стоимость в год на 1 пользователя	1/2	1	2	3	4	5	6	7	8	20160	3,007992	0,223483	AmoCRM
3	Платформа работы	1/3	1/2	1	2	3	4	5	6	7	840	2,113099	0,156996	Bitrix24
4	Интеграция в сторонние системы	1/4	1/3	1/2	1	2	3	4	5	6	30	1,459233	0,108416	1C:CRM
5	Возможности установки	1/5	1/4	1/3	1/2	1	2	3	4	5	1	1	0,074296	Bitrix24
6	Тестовый период и его ограничения	1/6	1/5	1/4	1/3	1/2	1	2	3	4	0,033333	0,685292	0,050915	Zoho CRM
7	Поддержка и обслуживание	1/7	1/6	1/5	1/4	1/3	1/2	1	2	3	0,00119	0,473239	0,03516	Zoho CRM
8	Интерфейс	1/8	1/7	1/6	1/5	1/4	1/3	1/2	1	2	4,96E-05	0,332448	0,0247	AmoCRM
9	Размер бизнеса	1/9	1/8	1/7	1/6	1/5	1/4	1/3	1/2	1	2,76E-06	0,241129	0,017915	U-ON.Travel
	Сумма	2,83	4,72	7,6	11,5	16,3	22,1	29	36,5	45	X	13,4596	1	X

Источник: составлено автором.

русском рынке производитель «1С-Битрикс», среди прочих используются 1С, amoCRM, Salesforce, SAP, Мегаллан, Microsoft Dynamics.

Принимая во внимание тот факт, что туристический бизнес имеет свои специфические особенности, например, такие как работа с разными валютами, создание договоров с разными туристическими операторами, календарь бронирований и прочие интеграции по оплатам, эквайрингу, с расчетными счетами и т. д., считаем необходимым исследовать CRM-системы, наилучшим образом подходящих для работы туристических агентств. По данным интернет-источников, на мировом рынке наибольшее распространение получили: HubSpot CRM, Zoho CRM, Microsoft Dynamics 365 CRM, Pipedrive CRM, Freshworks CRM, Insightly CRM, Agile CRM, Copper, Salesforce, Apptivo, EngageBay, Rezdy, WeTravel, ActiveCampaign [15, 16].

На российском рынке популярными являются: U-ON.Travel, CRM TRAVELS, Teamcrm, Дела Идут, Мо-иДокументы, Офисофф, Простой бизнес, TourControl, CAMO-турагент, STORVERK CRM (СТОПВЕРК СПК), ERP.

travel, amoCRM, M-Bron, WEEEEK, Zoho CRM, ClickUp, Bitrix24, Zadarma [17, 18].

В Республике Беларусь уровень внедрения CRM-систем в туристической отрасли достаточно низкий по сравнению с развитыми странами. По данным Министерства туризма и спорта Республики Беларусь, лишь около 20 % организаций туристической индустрии страны используют CRM-системы или их отдельные компоненты. Это связано с недостаточной осведомленностью о преимуществах этих систем и ограниченными финансовыми ресурсами самих организаций. Однако существуют успешные примеры внедрения CRM-систем. Например, внедрение CRM-системы «UON-Travel» компании Flamingo Travel, позволило повысить эффективность продаж на 18 % и улучшить качество обслуживания клиентов на 25 %. Так, среди наиболее популярных на белорусском рынке являются следующие CRM-системы: Bitrix24, AmoCRM, Megaplan, 1C:CRM и UON-Travel.

Учитывая количество участников на рынке, разнообразие предлагаемых ими программных продуктов, а также схожесть российского IT-рынка с белорусским, наибольший интерес вызывает изучение

Таблица 3. – Матрица нормированных и глобальных приоритетов

Альтернатива	Функциональность	Стоимость	Платформа работы	Интеграция в сторонние системы	Возможности установки	Тестовый период и его ограничения	Поддержка и обслуживание	Интерфейс	Размер бизнеса	Глобальный приоритет
Bitrix24	0,0929	0,0794	0,3280	0,0429	0,3140	0,0429	0,0429	0,0429	0,0429	0,0959
AmoCRM	0,0837	0,1911	0,2406	0,0536	0,2358	0,0536	0,0536	0,0536	0,0536	0,1004
1С:CRM	0,1255	0,1318	0,1710	0,0804	0,1578	0,0804	0,0804	0,0804	0,0804	0,1037
U-ON.Travel	0,3765	0,2613	0,0822	0,1932	0,0674	0,1932	0,1932	0,1932	0,1932	0,2556
МоиДокументы	0,1941	0,1715	0,1166	0,2790	0,0939	0,2790	0,2790	0,2790	0,2790	0,1857
Zoho CRM	0,1274	0,1650	0,0624	0,3510	0,1311	0,3510	0,3510	0,3510	0,3510	0,2587

Источник: составлено автором.

лидеров, таких как Bitrix24, AmoCRM, 1С:CRM, U-ON.Travel, МоиДокументы-Туризм, Zoho CRM.

Для анализа CRM-систем автор отобрал 9 показателей, что наглядно представлено в таблице 1.

Все исследуемые автором системы предназначены для автоматизации продаж и маркетинга. Среди основных модулей можно выделить:

1. Управление данными клиентов, предполагающее сбор, хранение и анализ данных о клиентах с целью сегментации аудитории и предоставления персонализированных предложений.

2. Автоматизация маркетинга, включая управление электронными рассылками, контентом и социальными сетями.

3. Управление продажами, включая анализ и прогнозирование продаж.

4. Поддержку клиентов через интеграцию с контакт-центрами и чат-ботами.

5. Аналитику и отчетность, позволяющие анализировать эффективность маркетинговых кампаний и политики продаж, а также поведение клиентов.

Рассмотрим первый показатель – «функциональность». В данном случае будем учитывать такой функционал как возможность работы с разными валютами, в том числе наличие функции конвертации валюты, создание договора на основе шаблонов, пробитие чеков из системы, наличие системы обратной связи, возможность онлайн-бронирования, контроль сделок, наличие сквозной аналитики, ведение базы клиентов, возможности организации удаленного рабочего места и др.

Следует отметить, что исследуемые CRM-системы имеют схожий базовый функционал. Однако сложно выбрать конкретную систему, основываясь только на функциональности представленных на рынке решений. Поэтому следующий важный критерий выбора – совокупная стоимость владения, включая лицензирование, обновления и техническую поддержку. Принимая во внимание тот факт, что стоимость установки систем на сайтах-производителей указана в разной валюте, автором было принято решение привести стоимость к единому показателю – евро. Стоимость рассчитывалась на 1 пользователя в год, так как все исследуемые производители предлагают разные условия по установке системы. Так, продукт «Zoho CRM» является самой дорогой системой и его стоимость значительно превышает цену лицензий аналогичных систем, таких как «AmoCRM», «U-ON.Travel» и «МоиДокументы-Туризм». Поэтому данный вариант CRM-системы для автоматизации продаж и маркетинга в белорусских условиях оказывается менее подходящим для большинства организаций туристической отрасли.

Следующим рассматриваемым показателем является размер бизнеса. Как видно из таблицы 1, все системы по своей масштабируемости в основном подходят для использования как в малых, так и в средних и крупных организациях. Учитывая, что организации туристической индустрии в нашей стране в основном относятся к малым и средним, наиболее предпочтительными для внедрения являются системы AmoCRM, U-ON.Travel, МоиДокументы-Туризм и Zoho CRM.

По показателю «платформа работы» уступает CRM-система «Zoho CRM», так как работает только на базе браузера. В свою очередь «Bitrix24» и «1С:CRM» имеют расширенные возможности по установке: браузер, desktop, IOS, android. Единственная из представленных CRM-систем «U-ON.Travel» также работает на базе apple.

В современном динамично развивающемся мире важно быть мобильным, без привязки к стационарному компьютеру, в связи с чем, важным показателем для сравнения выступают возможности установки. Так, все системы, кроме «АмоCRM» (мобильная версия) и «Zoho CRM» (в облаке, на сервере) могут быть установлены в облаке, на сервере, на ПК и на мобильных устройствах.

Совместимость со сторонними ERP-системами или CMS (система управления содержимым) выступает неотъемлемой частью современного подхода в автоматизации бизнес-процессов организации. В связи с чем автор посчитал необходимым рассмотреть данный показатель. Так, из таблицы 1 видно, что каждая из систем имеет свой индивидуальный спектр сторонних решений, что, в частности, и отличает представленные CRM. По этой причине каждой организации необходимо будет учитывать свои уникальные возможности интеграции действующих или будущих иных систем относительно выбранной CRM.

Немаловажным показателем, особенно для мелких и средних бизнесов, является возможность наличия пробной версии на специальных условиях. Условия тестового периода также очень разнообразны. Самым привлекательным условием является предоставление пробной бесплатной версии на неограниченное количество пользователей на 15 дней от компании «Zoho CRM». В свою очередь «МоиДокументы-Туризм» вообще не предоставляет бесплатного тестового периода, что является ограничительным моментом при выборе данного поставщика.

Поскольку для потенциальных пользователей не менее важным является качество исполнения интерфейса системы, то автором была проведена субъективная оценка на основе источников [15, 19–25] визуального оформления. Самым современным, прогрессивным и стильным выявлен интерфейс CRM-системы «Bitrix24».

И завершающим показателем для оценки CRM-систем в нашем исследовании является «поддержка и обслуживание», отражающие качество и доступность технической поддержки и обновлений. Лидером выступает «Zoho CRM», предлагающий полный спектр услуг от сбора до адаптации. Иные системы имеют ограничения в виде: платный корпоративный сервис, не круглосуточная поддержка и т. д.

При сравнении этих систем по различным критериям сложно выделить явного лидера, поскольку каждая из них обладает своими сильными и слабыми сторонами. Для получения более объективной оцен-

ки и выбора наиболее подходящей системы для внедрения в организациях туристической индустрии, работающих в Республике Беларусь, был применен метод анализа иерархий Саати, который будет описан далее.

Первоначально была построена матрица оценочных показателей важности критериев, что наглядно представлено в таблице 2.

Как видно из таблицы, например, рассматривая первую строку, размер бизнеса очень мало значим в сравнении с функциональностью, поэтому значение на пересечении 1-го столбца и 9-й строки равно 1/9.

Далее было проведено сравнение альтернатив с использованием метода парного сравнения с градацией, как и ранее. Результаты сравнений по каждому критерию представлены в виде отдельных матриц, количество которых соответствует числу критериев – в нашем случае это 9. Однако из-за ограниченного объема статьи, полученные приоритеты также добавлены последним столбцом в таблице 2. Ниже, в таблице 3 представлена итоговая матрица.

Считаем, что выбранный метод позволил обоснованно принять решение в условиях многокритериальности и определенности. Так, наилучшим решением для автоматизации управления в организациях туристической индустрии Республики Беларусь является система «Zoho CRM» и «U-ON.Travel». Однако, учитывая стоимость установки, считаем, что «U-ON.Travel» наибольшим образом подходит под условия развития рынка туризма в Республике Беларусь. Такой вывод подтверждается результатами сравнительного анализа информационных систем с использованием метода анализа иерархий Саати.

■ ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, CRM-системы играют важную роль в повышении конкурентоспособности организаций туристической индустрии за счет улучшения качества обслуживания клиентов, повышения лояльности и оптимизации бизнес-процессов. В Республике Беларусь существует значительный потенциал для увеличения доли организаций, использующих CRM-системы, особенно в условиях растущей глобальной конкуренции. Учитывая мировые тенденции и опыт других стран, можно прогнозировать, что к 2030 году доля белорусских организаций туристической индустрии, использующих CRM-системы, может вырасти до 50–60 %. Это будет способствовать не только улучшению показателей эффективности их деятельности, но и достижению цели Государственной программы «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы – обеспечение внедрения информационно-коммуникационных и передовых производственных технологий в отрасли национальной экономики и сферы жизнедеятельности общества [26].

ЛИТЕРАТУРА

1. Hospitality and tourism data analysis: Startups in the Travel Industry: Navigating Data Challenges [Электронный ресурс] // FasterCapital. – Режим доступа: <https://fastercapital.com/content/Hospitality-and-tourism-data-analysis--Startups-in-the-Travel-Industry--Navigating-Data-Challenges.html>. – Дата доступа: 08.08.2024.
2. Belli, Z. Startup companies in tourism sector – Wijha company as a model / Z. Belli, M. Djoudi // ResearchGate. – 2023. – Режим доступа: https://www.researchgate.net/publication/377490684_Startup_companies_in_tourism_sector-Wijha_company_as_a_model. – Дата доступа: 06.08.2024.
3. Международный туризм возвращается к допандемическому уровню [Электронный ресурс] // Организация Объединенных Наций. – Режим доступа: <https://news.un.org/ru/story/2023/01/1436782>. – Дата доступа: 08.08.2024.
4. Варвашеня, А. А. Тенденции развития коммуникативных интернет-технологий в торговле / А. А. Варвашеня // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : материалы XV Международной научно-практической конференции, Минск, 19–20 мая 2022 г. / Министрство образования Республики Беларусь, Белорусский государственный экономический университет ; [редакционная коллегия: А. В. Егоров (ответственный редактор) и др.]. – Минск : БГЭУ, 2022. – С. 253–254.
5. Варвашеня, А. А. Возможности применения геоинформационных систем в розничной торговле / А. А. Варвашеня / Маркетинг в России и за рубежом. – 2023. – № 3. – С. 73–80.
6. Варвашеня, А. А. Тенденции развития коммуникативных интернет-технологий в туризме / А. А. Варвашеня // III Республиканский форум молодых ученых учреждений высшего образования: сборник / редкол.: Н. Н. Шалобыта (гл. ред.) [и др.]. – Брест : БрГТУ, 2024. – С. 87–88.
7. The Top 5 Ways AI is Unlocking Growth Opportunities in the Travel and Hospitality Industry [Электронный ресурс] // Salesforce. – Режим доступа: <https://www.salesforce.com/resources/articles/top-5-ways-ai-is-unlocking-growth-opportunities-in-the-travel-and-hospitality-industry/>. – Дата доступа: 04.08.2024.
8. TUI Group becomes one of the world's leading provider of services and leisure activities at holiday destinations [Электронный ресурс] // Tuigroup. – Режим доступа: <https://www.tuigroup.com/en-en/investors/news/2018/ir-news/20180328>. – Дата доступа: 14.08.2024.
9. Forecast Analysis: CRM Marketing and Cross-CRM Software, Worldwide (2023) [Электронный ресурс] // Gartner. – Режим доступа: <https://www.gartner.com/en/documents/5196163>. – Дата доступа: 14.08.2024.
10. Черкашин, П. А. Стратегия управления взаимоотношениями с клиентами (CRM): готовы ли Вы к войне за клиента? : практ. пособие / П. А. Черкашин. – М. : ИнтУИТ : БИНОМ. Лаб. знаний, 2007. – 376 с.
11. Варвашеня, А. А. Управление продажами и взаимоотношениями с клиентами на основе CRM-систем / А. А. Варвашеня, Н. Е. Свиричко // Научные труды Белор. гос. экон. ун-та: вып. 15. – Минск: БГЭУ, 2022. – С. 80–85.
12. Customer Relationship Management Market Size, Share, & Trends Analysis Report, By Component, By Solution, By Deployment, By Enterprise Size, By End Use, And Segment Forecasts, 2024–2030 [Электронный ресурс] // Grand View Research. – Режим доступа: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/customer-relationship-management-crm-market#>. – Дата доступа: 14.08.2024.
13. CRM Software Market Size With Growing Demand and Forecast to 2032 [Электронный ресурс] // LinkedIn. – Режим доступа: <https://www.linkedin.com/pulse/crm-software-market-size-growing-demand-forecast-ymtoc>. – Дата доступа: 16.08.2024.
14. CRM (мировой рынок) [Электронный ресурс] // Tadviser. – Режим доступа: [https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:CRM_\(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA\)](https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:CRM_(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA)). – Дата доступа: 16.08.2024.
15. Top 10 лучших CRM систем для Беларуси [Электронный ресурс] // Livebusiness. – Режим доступа: <https://www.livebusiness.by/tools/crm/>. – Дата доступа: 18.08.2024.
16. The advantages of using a travel CRM software [Электронный ресурс] // Engagebay. – Режим доступа: <https://www.engagebay.com/blog/travel-agency-crm-software/>. – Дата доступа: 18.08.2024.
17. 10 лучших CRM-систем для турагентства [Электронный ресурс] // Week. – Режим доступа: <https://weeek.net/ru/blog/best-crm-travel-agency>. – Дата доступа: 20.08.2024.
18. CRM для Турагентства [Электронный ресурс] // Crmindex. – Режим доступа: <https://crmindex.ru/for/travel>. – Дата доступа: 20.08.2024.
19. Официальный сайт Битрикс24 [Электронный ресурс] // Битрикс24. – Режим доступа: <https://www.bitrix24.by/>. – Дата доступа: 22.08.2024.
20. Официальный сайт AmoCRM [Электронный ресурс] // AmoCRM. – Режим доступа: <https://www.amocrm.ru/>. – Дата доступа: 22.08.2024.
21. Официальный сайт 1С:CRM [Электронный ресурс] // 1С:CRM. – Режим доступа: <https://1crm.ru/>. – Дата доступа: 22.08.2024.
22. Официальный сайт U-ON.Travel [Электронный ресурс] // U-ON.Travel. – Режим доступа: <https://u-on.travel/>. – Дата доступа: 22.08.2024.
23. Официальный сайт МоиДокументы-Туризм [Электронный ресурс] // МоиДокументы-Туризм. – Режим доступа: <https://www.moidokumenti.ru/>. – Дата доступа: 22.08.2024.
24. Официальный сайт Zoho CRM [Электронный ресурс] // Zoho CRM. – Режим доступа: <https://www.zoho.com/crm/>. – Дата доступа: 22.08.2024.
25. Market.CNews опубликовал рейтинг CRM-систем 2023 [Электронный ресурс] // CNewsMarket. – Режим доступа: https://market.cnews.ru/articles/2023-05-30_marketcnews_opublikoval_rejting_crm-sistem. – Дата доступа: 23.08.2024.
26. О Государственной программе «Цифровое развитие Беларуси» на 2021–2025 годы: Пост. Сов. Мин-ов. Респ. Беларусь от 02 фев. 2021 г. № 66 : в ред. от 28 дек. 2023 г. № 951. – Минск, 2023. – 76 с.

04.09.2024