

<https://eora.ru/blog/article/kak-ai-menyaet-finsektor-2025?ysclid=mhsajogc4q362623905#rec879301417> (дата обращения 11.11.2025);

5. Балаян, В. С. Развитие искусственного интеллекта в банковской сфере: возможности и вызовы / В. С. Балаян // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2024. – С. 39–44.

УДК 004.9

А. Цой, Е.А. Спирина

Карагандинский национальный исследовательский университет имени академика Е.А. Букетова
Караганда, Казахстан

ПРИМЕНЕНИЕ CRM-ТЕХНОЛОГИЙ ДЛЯ ОПТИМИЗАЦИИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДОСУГОВЫХ ЦЕНТРОВ

***Аннотация.** Технологии разработки CRM-систем для досуговых центров становятся основой цифровой трансформации сферы услуг. Интеграция автоматизации и аналитики повышает эффективность управления и качество обслуживания. Такие решения укрепляют клиентскую лояльность и способствуют развитию конкурентоспособных организаций досуговой индустрии.*

A. Tsoy, Ye.A. Spirina

Buketov Karaganda National Research University
Karaganda, Kazakhstan

THE USE OF CRM TECHNOLOGIES TO OPTIMIZE THE ACTIVITIES OF LEISURE CENTERS

***Abstract.** CRM system development technologies for leisure centers are becoming the foundation for the digital transformation of the service sector. The integration of automation and analytics improves management efficiency and service quality. Such solutions strengthen customer loyalty and facilitate the development of competitive leisure industry organizations.*

Современные досуговые центры функционируют в условиях высокой конкуренции, роста требований со стороны клиентов и необходимости постоянного повышения эффективности управления внутренними процессами. В этих условиях применение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) становится ключевым фактором развития и оптимизации деятельности

организаций сферы услуг. Одним из наиболее значимых инструментов цифровой трансформации выступает система управления взаимоотношениями с клиентами (CRM-система), позволяющая автоматизировать учет клиентов, анализировать их поведение и повышать качество обслуживания. Понятие CRM (Customer Relationship Management) трактуется как стратегия и совокупность технологий, направленных на установление, развитие и поддержание долговременных взаимоотношений с клиентами на основе анализа данных и автоматизации бизнес-процессов [1].

В сфере услуг и досуга CRM-системы играют особую роль, так как позволяют организациям формировать устойчивую клиентскую базу, улучшать коммуникацию и персонализировать предлагаемые услуги. Для досуговых центров, предоставляющих широкий спектр мероприятий и активностей, наличие такой системы обеспечивает удобство записи, планирования, бронирования и контроля посещаемости, а также позволяет анализировать предпочтения клиентов и разрабатывать программы лояльности. Как отмечают исследователи, внедрение CRM-технологий положительно влияет на уровень удовлетворенности клиентов и повышает их лояльность, что напрямую отражается на финансовых результатах организации [2].

Цифровые технологии, лежащие в основе современных CRM-систем, обеспечивают комплексное решение задач администрирования и анализа данных. Использование облачных технологий, искусственного интеллекта, больших данных и автоматизации коммуникаций позволяет создавать интеллектуальные CRM-платформы, адаптированные под нужды конкретных организаций [3]. Такие системы способны не только хранить и обрабатывать информацию о клиентах, но и выполнять прогнозирование спроса, предлагать персонализированные услуги и интегрироваться с различными цифровыми каналами продвижения.

При разработке CRM-системы для досугового центра особое внимание уделяется функциональной структуре и технологическим аспектам. Система должна включать возможность регистрации пользователей, ведения расписания мероприятий, автоматического уведомления клиентов, формирования отчетности и аналитики по посещаемости, а также интеграции с платежными системами и социальными сетями. Важным компонентом является модуль аналитики, который позволяет на основе собранных данных принимать управленческие решения, направленные на оптимизацию работы центра и повышение эффективности его деятельности [4].

Автоматизация процессов, реализуемая с помощью CRM, существенно снижает нагрузку на административный персонал, минимизирует вероятность ошибок и ускоряет обслуживание клиентов. Например, благодаря интеграции системы с мессенджерами или электронной почтой возможна автоматическая рассылка уведомлений о предстоящих мероприятиях, изменениях в расписании или специальных предложениях. В то же время CRM позволяет вести учет продаж, анализировать эффективность маркетинговых кампаний и прогнозировать загрузку центра. Такие функции делают систему не просто инструментом учета, а полноценным средством управления организацией на основе данных.

Следует отметить, что внедрение CRM-системы связано не только с преимуществами, но и с определенными вызовами. Среди них - высокая стоимость разработки и внедрения, необходимость обучения персонала, интеграция с уже существующими системами, а также обеспечение защиты персональных данных клиентов [5]. Несмотря на это, исследователи подчеркивают, что долгосрочные выгоды внедрения подобных технологий значительно превышают первоначальные издержки, так как повышают конкурентоспособность организации, упрощают процессы управления и создают условия для устойчивого развития.

Таким образом, CRM-система является важным элементом цифровой трансформации досуговых центров и играет ключевую роль в оптимизации управления их деятельностью. Разработка такой системы требует комплексного подхода, включающего анализ бизнес-процессов, проектирование архитектуры, обеспечение безопасности данных и ориентацию на потребности пользователей. Использование современных ИКТ при создании и внедрении CRM позволяет повысить качество обслуживания, улучшить коммуникацию с клиентами, оптимизировать внутренние процессы и сформировать стратегическое преимущество на рынке услуг и досуга. Цифровые технологии становятся не просто инструментом автоматизации, а важнейшим фактором повышения эффективности и устойчивости организаций в условиях цифровой экономики.

Список использованных источников

1. Bisht P.S. Customer Relationship Management (CRM): Evolution// Parul Institute of Technology, 2025.
URL:https://www.researchgate.net/publication/390023663_Customer_Rel

tionship_Management_CRM_Evolution.

DOI:10.13140/RG.2.2.22338.49609

2. Kajor M. et al. Customer Relationship Management Systems (CRMS) in the Healthcare Environment: A Systematic Review. 2021. DOI:10.1016/j.csi.2020.103442

3. Purnama K.D., Susilowati H. The Evolution and Challenges of CRM Implementation in the Digital Economy: A Systematic Literature Review. Journal of Management and Informatics, 2024. DOI:10.51903/jmi.v3i2.39

4. Matraeva L., Vasiutina E., Korolkova N. CRM Systems for Small Businesses: The Role in the Digital Transformation and New Opportunities During COVID-19// TEM Journal, Vol. 11, No. 1, 2022, pp. 138-149. URL:https://www.temjournal.com/content/111/TEMJournalFebruary2022_138_149.pdf DOI:10.18421/TEM111-16

5. Ejaz A. et al. Customer Relationship Management (CRM): Digital Transformation and Its Impact// Economic Research-Ekonomika Istraživanja, 2019.

УДК 681.3:553.98(574.4)

**Д.Д. Чарыева, К.Р. Аннамухаммедов,
И.Г. Аширов, Б.М. Чуриева**

Международный университет нефти и газа имени Ягшыгельди Какаева
Ашхабад, Туркменистан

ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ ПЕРЕВОДА ТЕКСТОВ НА ОСНОВЕ ТЕХНИЧЕСКОГО СЛОВАРЯ

***Аннотация.** В статье рассматривается разработанное программное обеспечение, предназначенное для выполнения прямого (словарного) перевода текстов между туркменским и английским языками на основе встроенной базы терминов. Программа реализована в среде Delphi и включает механизм выбора направлений перевода, загрузку текстовых файлов и автоматическую подстановку слов из словарной базы, содержащей около 20 000 терминов.*

**D.J. Charyyeva, K.R. Annamammedov,
I.G. Ashirov, B.M. Churiyeva**

Yagshigeldi Kakaev International University of Oil and Gas
Ashgabat, Turkmenistan