

Гречка Ю.Є., магістрант гр. МЕН-16-1мд, Воронкова В.Г, проф., д.ф.н. – науковий керівник

**РОЗРОБКА ПРОЕКТУ ФОРМУВАННЯ ЛОЯЛЬНОСТІ КЛІЄНТІВ З
ВИКОРИСТАННЯМ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УМОВАХ
КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ У СТРАХОВІЙ ГАЛУЗІ**

Запорізька державна інженерна академія, кафедра МОУП

Сучасні методи соціально-економічного розвитку потребують нових технологій для системи формування лояльності клієнтів та сучасних стандартів для гармонізації міжнаціональних зв'язків. Впровадження інновацій у функціонування інформаційно-аналітичного забезпечення формування лояльності клієнтів в умовах інформаційно-комунікативної сфери сучасного суспільства, є сьогодні одним із першочергових завдань українського державотворення. У сучасному інформаційному світі комунікація є тим соціальним стрижнем, у якому перетинаються, взаємодіють і між людські стосунки, технологічні відкриття, суспільно-економічні процеси та культурні прагнення суспільства. На сьогодні питання застосування нових технологій у моделях формування лояльності клієнтів не знайшло достатнього відображення в науковій літературі. Стан наукової розробки полягає у вивченні питання лояльності клієнтів вітчизняними та зарубіжними вченими. Дана тема є досить добре вивченою і підкріпленою рядом досліджень. Серед зарубіжних вчених найбільш відомими дослідниками є Ф. Райхельд, А.Парасураман, Л. Беррі, К.Гренросс, У. Макдаугалл, Х. Лі, Т. Левескі, М. Бітнер, В.Цайтамл, С. Форнье, Ж.- Ж. Ламбен, Ф. Котлер, Дж. Кронін, У. Тейлор, Ф. Вебстер, Р.Ебрат та ін. У даній роботі використовувалися напрацювання вітчизняних вчених, таких як А.Г. Андрєєв, Б.А. Соловйов, А.В. Цисар та ін. На протязі двох останніх десятиріч набув широкого визнання принципово новий засіб масової комунікації – глобальні електронні інформаційні мережі. Першопричиною, що спричинила грандіозні зміни в технологіях, застосовуваних у страховому бізнесі, стала поява і широке розповсюдження Інтернету. Змінилася модель керування бізнесом, радикально змінилась поведінка споживача. Цей огляд розвитку світової індустрії, зокрема в страхуванні, дозволяє виявити основні тенденції змін, як у характері бізнесу, так і технологій, застосовуваних для утримування лідируючих позицій на ринку послуг. Діяльність компанії являє собою ланцюжок процесів, починаючи від маркетингу і планування, до продажу послуги і подальшого врегулювання збитку. Теоретичні розробки в сфері страхування здійснювали ще на початку минулого століття в працях таких вчених, як Н. Вигдорчик, В. Догадов, Н.Семашко, а на сьогоднішній день дослідницькі традиції в цій сфері підтримують такі видатні науковці, як В.Роїк, Т.Герасимів та інші. Однак проблемам впливу новітніх глобальних тенденцій соціально-економічного розвитку на систему соціального страхування в сучасній літературі приділяють недостатньо уваги, а саме вони значним чином впливають на формування лояльності клієнтів. У переважній більшості публікацій проблеми системи соціального страхування спричиняються винятково внутрішніми процесами економіки країни, тобто сукупністю внутрішніх соціально-економічних і демографічних чинників. Однак, на наш погляд, ефективне вирішення наявних у вітчизняній системі соціального страхування проблем неможливе без врахування повного переліку чинників впливу на параметри функціонування даної системи, тобто без врахування впливу таких світових тенденцій, як підсилення глобалізаційних процесів і поширення інформаційних технологій. Мета проекту – розкрити особливості формування лояльності клієнтів з використанням інформаційних технологій (на прикладі страхової компанії АСКО ДС «Запорізький філіал».