

მომსახურების სერვისი საქართველოში

ანი გიორგაძე

ნათია პაპიაშვილი

ქეთევან დავითაშვილი

ირაკლი ხუბუნაიშვილი

*სამაგისტრო ნაშრომი წარდგენილია ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტის ბიზნესის
სკოლის-მენეჯმენტში ბიზნესის ადმინისტრირების მაგისტრის აკადემიური ხარისხის
მინიჭების მოთხოვნების შესაბამისად*

სამაგისტრო პროგრამა: მენეჯმენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი: გვანცა ხიზანიშვილი (დოქტორანტი)

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, 2014

სარჩევი

| | |
|---|----|
| აბსტრაქტი | 1 |
| შესავალი | 3 |
| თავი 1. მომსახურების სფეროს განვითარება | 6 |
| თავი 2. მომსახურების ძირითადი ნიშან-თვისებები | 7 |
| თავი 3. მომსახურების სფეროები | 9 |
| თავი 4. მყიდველი და მასთან ურთიერთობის მართვა | 14 |
| 4.1. როგორ მოვიპოვოთ კლიენტის ნდობა | 15 |
| თავი 5. მყიდველის კმაყოფილება და პოზიტიური მხარეები | 18 |
| თავი 6. უკმაყოფილო კლიენტი და ნეგატიური ასპექტები | 21 |
| თავი 7. კლიენტის ტიპები | 26 |
| 7.1. სამიზნე კლიენტი | 26 |
| 7.2. პოტენციური კლიენტი | 26 |
| 7.3. მყიდველი | 26 |
| 7.4. კლიენტი | 26 |
| 7.5. მხარდამჭერი | 27 |
| 7.6. პარტნიორი..... | 27 |

| | |
|--|----|
| თავი 8. როგორ უნდა მოემსახუროთ სხვადასხვა ტიპის კლიენტს..... | 27 |
| 8.1. ქედმაღალი კლიენტი..... | 28 |
| 8.2. ლოგიკური კლიენტი..... | 28 |
| 8.3. მეგობრული კლიენტი..... | 28 |
| 8.4. დემონსტრაციული კლიენტი..... | 29 |
| 8.5. მშფოთვარე კლიენტი..... | 29 |
| 8.6. ფასზე ორიენტირებული კლიენტი..... | 30 |
| 8.7. ურთიერთობებზე ორიენტირებული კლიენტი..... | 30 |
| თავი 9. მყიდველის შენარჩუნება | 30 |
| თავი 10. კლიენტის სასიცოცხლო დროის ღირებულება | 31 |
| თავი 11. მომსახურების სერვისის საქართველოს ფარგლებს გარეთ | 32 |
| თავი 12. მომსახურების სფერო საქართველოში..... | 34 |
| თავი 13. კვლევის შედეგები..... | 40 |
| თავი 14. მისტიური კლიენტები..... | 44 |
| თავი 15. რეკომენდაციები..... | 44 |
| თავი 16. როგორ გავაუმჯობესოთ მომსახურების სერვისი..... | 45 |
| თავი 17. კლიენტის ინტერესების დამცვალი ორგანიზაციაში..... | 48 |
| თავი 18. სერვისის პირიქით ანუ დაუვიწყარი მომსახურება..... | 48 |

დანართი.....51

ბიბლიოგრაფია.....53

აბსტრაქტი

ბიზნესის წარმატების საწინდარი მომხმარებლის მოთხოვნილებებზე ორიენტაცია და მასზე ფასეულობის მორგებაა. მომსახურება- ადამიანის საქმიანობის განსაკუთრებული სახეა, რომელიც მიმართულია მომსახურებათა გაწევის გზით მომხმარებლის მოთხოვნილების დაკმაყოფილებაზე. იგი არის თანამედროვე ცხოვრების ერთ-ერთი პერსპექტიული მიმართულება, რომელსაც განსაკუთრებული ადგილი უკავია ჩვენს ცხოვრებაში. კარგი მომსახურება არამარტო ბიზნესის, არამედ მთლიანი ქვეყნის წარმატების საწინდარია. სწორედ მომსახურების სფეროზეა დამოკიდებული, ის თუ რა მოგებას ნახავს ესა თუ ის კომპანია. მომსახურების სფეროს დიდი ზეგავლენის მოხდენა შეუძლია ერთობლივი მოთხოვნის დინამიკაზე და მთლიანად ეკონომიკურ ზრდაზე. მომსახურების სფერო მნიშვნელოვან როლს ასრულებს ეკონომიკური ზრდის რაოდენობრივ და ხარისხობრივ მაჩვენებლის ფორმირებაში. მომსახურების სფერო, თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკის ერთ-ერთ ძირითად მიმართულებას წარმოადგენს. იგი პერსპექტიული და სწრაფად განვითარებადი დარგია. მომსახურების სფერო საჭიროა ნებისმიერ სფეროში, როგორცაა: სამშენებლო, სატრასპორტო, კავშირგაბმულობა, ტურიზმი და სხვა. მომსახურების სფერო ძირითადად შედგება მყიდველისა და გამყიდველის ურთიერთობით, ამიტომ აუცილებელია, რომ გამყიდველს გააჩნდეს ის უნარ-ჩვევები, რომლითაც დააინტერესებს მყიდველს თავისი პროდუქტითა თუ სერვისით, უზრუნველყოფს მისი ინფორმირებას, შესთავაზებს ალტერნატივას და გავლენას მოახდენს შესყიდვაზე გადაწყვეტილების მიღებაში. ამასთანავე, კომპანიების უმრავლესობა მიმართული უნდა იყოს იმისკენ, რომ ჰყავდეს კმაყოფილი კლიენტი, უკმაყოფილო კლიენტის არსებობის შემთხვევაში, მისმა წარმომადგენელმა უნდა შეძლოს მყიდველის დამშვიდება და პრობლემის მოგვარება. დღესდღეობით მომსახურებას მსოფლიოს მრავალ ქვეყანაში დიდი მნიშვნელობა ენიჭება, არსებობს უამრავი ორგანიზაცია, რომელიც არის იმისთვის შექმნილი, რათა ასწავლონ, თუ როგორი უნდა იყოს კარგი მომსახურება, რომელიც მოიზიდავს ბევრ კლიენტს და გაზრდის კომპანიის მომგებიანობას. საქართველოც არ ჩამოუვარდება სხვა ქვეყნებს და არსებული კომპანიები ცდილობენ დახვეწონ თავიანთი მომსახურების

სერვისი. ნაშრომის კვლევა უკავშირდება მომსახურების სფეროს საქართველოში, კვლევის მიზანია დადგინდეს, თუ რამდენად კმაყოფილია მოსახლეობის ნაწილი დღესდღეობით არსებული მომსახურების სერვისით და რა რჩევებს მისცემენ კომპანიებს, რათა გაიზარდოს მათი პროდუქტიულობა და შესაბამისად, კლიენტის კმაყოფილება. არჩეულ იქნა ორი ტიპის კვლევა: თვისებრივი და რაოდენობრივი. უნდა ვაღიაროთ, რომ შედეგები დიდად არ განსხვავდებოდა წინა წლებში ჩატარებული კვლევებისგან, რომელმაც კიდევ ერთხელ დაგვანახა, თუ რაოდენ დიდ მნიშვნელობას ანიჭებს მომხმარებელი მომსახურებისას ხარისხს. ჩვენს მიერ ჩატარებული კვლევა მაგალითი უნდა გახდეს კომპანიებისთვის, რათა გააუმჯობესონ მათი მომსახურება, რომელიც პირდაპირ აისახება შემოსავლებზე. ვიტოვებთ იმედს, რომ ჩვენს მიერ მიცემული რეკომენდაციები გარკვეულ როლს ითამაშებს საქართველოში არსებული მომსახურების სერვისის განვითარებაში.