

სამაგისტრო პროექტი: მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტი

ლევან კუჭუხიძე
თათა კვანტალიანი
რუსუდან ბულისკერია

ჯგუფი №1

*სამაგისტრო პროექტის ანგარიში წარდგენილია ილიას სახელმწიფო
უნივერსიტეტის
ბიზნესის სკოლაში*



პროექტის ხელმძღვანელი: გივი ჭანუყვაძე, ასოცირებული პროფესორი

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტი

თბილისი, (2018 წელი)

აბსტრაქტი

მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტი არის თანამედროვე მართვის ინსტრუმენტი, რომელიც მიზნად ისახავს მომხმარებლებისა და ბიზნესის ურთიერთობის გაუმჯობესებას და მისი წარმატებით განხორციელება ხელს უწყობს, როგორც საწარმოების კონკურენტუნარიანობის ამაღლებას, ასევე მოგების ზრდას.

ქართულ ბაზარზე მომსახურების სფეროში მკვეთრად დგას მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტის პრობლემა. ზოგადად, კომპანიები ფლობენ თეორიულ ცოდნას მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტის შესახებ, მაგრამ ამ ცოდნის პრაქტიკაში გადატანას არც თუ ისე ბევრი მათგანი ახერხებს და შესაბამისად, სახეზე გვაქვს არაეფექტური მომსახურების მრავალი მაგალითი. მომხმარებელს არ აქვს განცდა, რომ ის მნიშვნელოვანია კომპანიისთვის. მაგრამ უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოში არიან ისეთი მომსახურების მიმწოდებელი კომპანიები, სადაც მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტი აყვანილია მაღალ საფეხურზე და თითოეული თანამშრომელი ორიენტირებულია მომხმარებელთა კმაყოფილებაზე. სწორედ ამ პრობლემის აქტუალობამ ქართულ ბაზარზე განაპირობა ჩვენი არჩევანი.

საკვლევ ობიექტად შერჩულ იქნა ქართულ ბაზარზე არსებული მომსახურების მიმწოდებელი ოთხი უმსხვილესი კომპანია, სხვადასხვა სფეროდან. კვლევის მიზანს წარმოადგენს რესპონდენტთა/მომხმარებელთა ზოგადი დამოკიდებულებების დადგენა საბანკო/სამედიცინო/სამოქალაქო/ავტო სერვისის მომსახურების მიმართ.

ჩატარებულმა კვლევამ ცხადყო, რომ ოთხივე კომპანია მუდმივად მუშაობს მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტის გაუმჯობესებაზე, რაც კომპანიების წარმომადგენლებისა და მომხმარებლების გამოკითხვით დადგინდა. კომპანიები თავის მხრივ ნამდვილად იჩენენ ინიციატივებს და პრაქტიკაშიც ახორციელებენ მომხმარებლებზე ზრუნვის გამომხატველ კამპანიებს/პროდუქტებს. აღსანიშნავია, რომ კომპანიისთვის განვითარების და წინსვლის წყარო არის სწორედ მომხმარებელი, მისი

შეფასებები და ძალიან სასიამოვნოა როდესაც ჩვენს კვლევაში ჩართული ყველა კომპანია რეალურად მუშაობს მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტის გაუმჯობესებაზე და გარე თვალისთვისაც მომხმარებლებს აქვთ იმის აშკარა განცდა, რომ კომპანიები ამ მიმართულებით მუშაობენ და ითვალისწინებენ მომხმარებელთა უკუკავშირს.

კვლევის შედეგების გაანალიზების საფუძველზე ჩამოყალიბდა რეკომენდაციები თითოეული განხილული კომპანიისათვის, რომელიც დაეხმარება მათ განვითარებისა და წინსვლისთვის. მომხმარებლების მხრიდან მაქსიმალური უკუკავშირის მიღების მიზნით სასურველია მომხმარებელი მეტად იყოს ინფორმირებული უკუკავშირის განყოფილების არსებობასთან დაკავშირებით და შეეძლოს საკუთარი კმაყოფილებისა თუ უკმაყოფილების დაფიქსირება.

მომხმარებელთან ურთიერთობის ჭრილში კონკრეტული მაგალითების სახით ასევე განვიხილეთ უცხოური კომპანიების გამოცდილებები, მათი როლი მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტის კუთხით. ეს კომპანიებია: Facebook და Apple.

ნაშრომი წარმოადგენს მომხმარებელთან ურთიერთობის მენეჯმენტის თეორიულ მიმოხილვას, როგორც ქართული, ისე უცხოური ბაზრის გამოცდილებიდან გამომდინარე, შესაბამისი მაგალითების გამოყენებით.

Abstract

Client Relationship Management is tool of modern management, and it aims at improvement of customer and business relationship, its successful implementation leads to raise of enterprise competitiveness, as well as profit increase.

Georgian market faces problem of Client Relationship Management. Generally, companies have theoretical knowledge of Client Relationship Management, but not many of them manages to use this knowledge in practice, accordingly we have numerous examples of ineffective service. Customers do not have feeling of being important for the company. But it should be noted that there are some companies with high level of Client Relationship Management and each member of the company is oriented at customer's satisfaction. Importance of this problem in Georgian market was reason of our choice.

Four big supplying companies existing in Georgian market, from various fields were chosen for the survey. The main aim of the survey is to designate general attitude of respondents/clients towards Bank/Health Care/Civil/Auto Service.

The conducted Survey showed that all four companies permanently work on improvement of Client Relationship Management, it was proved by inquiry of customers and company representatives. The companies show initiative and implement in practice campaigns for customers care. It is also worth mentioning that development of the companies depends on customers, their estimation, it's also very pleasant that each of these four companies really work on improvement of Client Relationship Management, they consider client's feedback as well.

There were some recommendations for the companies after finishing the survey, and this will be really useful for their further development. In order to get more feedback, it's essential that clients should be more aware of existence of feedback department, so they can express their satisfaction and dissatisfaction.

Experience and role in Client Relationship Management, of some successful foreign companies, like Facebook and Apple were also discussed.

The work represents theoretical review of Client Relationship Management, considering Georgian and foreign markets' experiences, using corresponding example.