

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი

ხელნაწერის უფლებით

თამარ მაღალაშვილი

"მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმების
განსაზღვრა და შედარებითი ანალიზი"

დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად
წარდგენილი დისერტაციის

ავტორ ეფერატი

სადოქტორო პროგრამა - ბიზნეს ადმინისტრირება

შიფრი 02

თბილისი

2017 წელი

სამუშაო შესრულებულია საქართველოს ტექნიკურ უნივერსიტეტში
ბიზნესტექნოლოგიების ფაკულტეტი
ბიზნეს ადმინისტრირების დეპარტამენტი

სამეცნიერო ხელმძღვანელი

პროფესორი

/ციალა ლომია/

რეცენზენტები: -----

დაცვა შედგება 2017 წლის "-----" აპრილს, ----- საათზე

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის -----

----- ფაკულტეტის სადისერტაციო საბჭოს
კოლეგიის სხდომაზე.

კორპუსი -----, აუდიტორია -----

მისამართი: 0175, თბილისი, კოსტავას 77.

დისერტაციის გაცნობა შეიძლება სტუ-ს ბიბლიოთეკაში, ხოლო
ავტორეფერატისა - ფაკულტეტის ვებგვერდზე.

სადისერტაციო საბჭოს მდივანი ლ. კოჭლამაზიშვილი

Abstract

The dissertation is compiled of introduction, four chapters and conclusion. The introduction of the thesis has the standard form.

The first chapter is about theoretical fundamentals of service and healthcare industry. The healthcare sector is a growing one in the world. Respectively, employee occupation rate has a growth tendency in this sector. Economically developed countries are based on service sector.

Service sector has been growing during the last ten years in Georgia. Its share in country's GDP is growing simultaneously to economic growth data.

Healthcare sector is discussed in the same chapter. Its advancement is directly connected to the level of countries economic development. There is positive correlation between economic development and the level of healthy population and quality of life. Healthcare system has new challenges due to technological and digital development.

The second chapter concerns to key concepts in services marketing. Discussion about the definition of service has started about two centuries ago. Different specialists and experts had different attitudes regarding the subject. Centuries ago the service was associated to the slaves work, but today it represents the engine of the world's economy.

Growth of service sector development was followed by marketers' great interest. Services marketing became separate research and observable field for business representatives and marketing experts. All these caused the services marketing to be formed as a separate field of marketing science.

The main topics of healthcare sector is discussed in the same chapter. According to Christian Gronroo's model, there are two dimensions of healthcare service quality: technical quality and functional quality. The technical quality means how correctly the illness is diagnosed and the procedures are conducted. Functional one defines how well the medical personal treats the patients. The latest criteria determines patients' satisfaction/dissatisfaction level and intention of repeat purchase.

Difference between service as a product and customer service is defined in the same chapter. Companies propose customer service during selling a physical product or a service. Here customers get additional value and sometimes they are ready to pay more to get it. As for service as a product category, it is an economical activity, outcome is not physical product and the process of production and consumption takes place simultaneously.

The third chapter regards to service quality evaluation and measurement instruments. Information about the way the customers evaluate service is very

important for the company as customer behavior defines repetitive purchase intention and information spreading in the society.

Service is multidimensional concept. It is very important for the companies to know service evaluation criteria customers use. Also their expectations and perceived value of proposed service. There are different research methods to find it out. Among them there is one of the most popular research instrument SERVQUAL. The instrument measures customers' expectations and perceived value of purchased service. This kind of research method enables the companies to determine the gaps between expectations and proposed service. Accordingly, it becomes easier to evaluate customer satisfaction level and set strategies to improve and fill up the gaps.

The fourth chapter describes the research instrument adapted to outpatient service quality evaluation instrument. There is precise description how we modified and made the SERQUAL research model applicable to outpatient service. Qualitative and quantitative researches were conducted to form the research instrument. Clinics' outpatient and physicians' service quality evaluation research instrument was formed after analyzing the data statistically.

The principle findings of research are the following: 1. The patients choose the clinic according to their desired doctor and not for the image of the clinic itself; 2. In order to make final decision about the doctor they want to apply, the patients search the information among their acquaintances and try to get recommendations from people they trust; 3. The patients give the greatest importance to doctors' complex style of curing; 4. The patients pay attention to doctors' careful and overhaul listening skills; 5. Also, the patients pay attention to how hygiene norms are followed by the clinic employees and the doctor; 6. It is worth to mention, that not a single respondent mentioned about patients' security and their rights.

Qualitative research of clinics' employee responsible for patients' service quality showed that there is more institutional attitude towards patients' service management if there is structural entity responsible for service quality in the clinic. Otherwise patient service is regarded as management of medical service only and there is no systematic view of the subject.

Quantitative research enabled us to form outpatient service quality research instrument. It consists of two parts: outpatient service provided by clinic and by doctor separately. As mentioned above, it represents the modified version of SERVQUAL model. New instrument is flexible in terms of determining the level of satisfaction.

In addition to the abovementioned, conducted research draws the clear picture of customer service expectations and perceived values about clinics and doctors in

Tbilisi. There are reflected gaps and their “width” according to different statements. It also shows that expectations are much greater than perceived values. Accordingly, research results are worth to consider and foresee for patientcentric clinics and doctors.

ნაშრომის ზოგადი დახასიათება

თემის აქტუალობა: მომხმარებელთა ქცევას ცვალებადობა ახასიათებს, რაც ბიზნესის, საინფორმაციო ტექნოლოგიების, ეკონომიკის, პოლიტიკის, სოციუმის და სხვა მრავალი ფაქტორის განვითარებიდან გამომდინარეობს. საინფორმაციო და საკომუნიკაციო არხების განვითარებამ განაპირობა ინფორმაციის დიდი ნაკადების გაჩენა. შესაბამისად, თანამედროვე მომხმარებლები ძალიან დიდი მოცულობის ინფორმაციას ფლობენ სხვადასხვა პროდუქტებისა და მომსახურებების შესახებ. კონკრეტული საქონლის ყიდვის შესახებ საბოლოო გადაწყვეტილების მიღებამდე მათ შეუძლიათ არამარტო საკუთარ წარსულ გამოცდილებას დაყრდნობ, არამედ, სრულიად უცნობი ადამიანების აზრიც კი გაიზიარონ სხვადასხვა სოციალური ქსელების საშუალებით. ასევე, გამძაფრებული კონკურენცია ბაზრებზე განსაკუთრებულად მომთხოვნებსა და პრეტენზიულებს ხდის მომხმარებლებს კომპანიების მიმართ. ორგანიზაციები, თავის მხრივ, პროდუქტებისა და მომსახურებების ძალიან დიდ არჩევანს სთავაზობენ ბაზარს. შესაბამისად, მომხმარებლები გრძნობენ ძალას და კარგად იციან, თუ რამხელა მნიშვნელობა აქვს თითოეული კომპანიისთვის რომელი მათგანის პროდუქტებისა თუ მომსახურების სასარგებლოდ გააკეთებენ მყიდველები არჩევანს. ასევე, როგორ და რას ისაუბრებენ ისინი საზოგადოებაში ამა თუ იმ კომპანიის და საქონლის შესახებ. ანუ, კონცეფცია - კომპანიას სჭირდება

მომხმარებელი და არა პირიქით - უფრო და უფრო აქტუალური ხდება თანამედროვე ბიზნესისთვის.

საქართველოში მაღალხარისხიანი მომსახურების სისტემის დანერგვის პირველივე პრეცედენტს მომხმარებელთა დადებითი რეზონანსი მოჰყვა. დროთა განმავლობაში კი, მათ კარგად გაითავისეს, თუ რა არის „კარგი“ და „ცუდი“ მომსახურება. შესაბამისად, მომხმარებლები მომთხოვნები გახდნენ მაღალხარისხიანი მომსახურების მიღების მიმართ.

მომხმარებელთა მომსახურების ხარისხს განსაკუთრებული ადგილი უკავია მომსახურების სექტორში წარმოდგენილი კომპანიებისთვის. რაც უფრო კომპლექსურია მომხმარებელთა მიერ გადაწყვეტილების მიღების პროცესი და სასიცოცხლო მნიშვნელობისაა ის, მით უფრო დიდი მნიშვნელობა ენიჭება მომსახურების ხარისხს როგორც კომპანიის, ასევე მომხმარებელთა მხრიდან. სწორედ ასეთ სექტორს წარმოადგენს სამედიცინო სფერო. იმისათვის, რომ პაციენტმა მიიღოს საბოლოო გადაწყვეტილება, თუ რომელ კლინიკაში ან ექიმისგან მიიღოს სამედიცინო მომსახურება, იგი ინფორმაციის მოძიების და საბოლოო გადაწყვეტილების მიღებისთვის საჭირო გრძელ გზას გადის. რაც შეეხება მომსახურების შეძენას განმეორებით, პაციენტები ერთმანეთს ადარებენ მომსახურების მიმართ მოლოდინებს და მომსახურებით მიღებულ აღქმულ ღირებულებას. შესაბამისად, მომხმარებელთა კმაყოფილება განისაზღვრება ამ ორ მონაცემს შორის სხვაობის სიდიდით.

სამედიცინო დაწესებულებებში მაღალხარისხიანი მომსახურების მიწოდება განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანი და აქტუალური გახდა მას შემდეგ, რაც ჯანმრთელობისა და სოციალური დაცვის სამინისტრომ 2006 წელს გამოაქვეყნა ჯანდაცვის სექტორის რეფორმის კონცეფცია, რომელიც ითვალისწინებს სისტემაში რადიკალური რეფორმის გატარებას, მათ შორის ქვეყნის მასშტაბით სახელმწიფო საკუთრებაში არსებული ყველა საავადმყოფოს პრივატიზაციას. აღნიშნულმა რეფორმამ გამოიწვია

კლინიკებს შორის კონკურენციის წარმოქმნა და გამწვავება. კლინიკები სხვადასხვა საშუალებებით და ხერხებით ცდილობენ დაიმკვიდრონ ბაზარზე სასურველი იმიჯი და შექმნან პაციენტთა დიდი მონაცემთა ბაზები. ასეთ პირობებში, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება პაციენტთა მომსახურების ხარისხს. გამომდინარე იქიდან, რომ სამედიცინო სფეროს მიმართ ადამიანები განსაკუთრებული მაღალმგრძობელობით გამოირჩევიან, მომსახურების დონემ შესაძლოა გადამწყვეტი როლი ითამაშოს პაციენტთა კმაყოფილების შექმნასა და დადებითი აზრის გავრცელებაში.

კვლევის მიზანი და ამოცანები: სადოქტორო კვლევის მიზანია კლინიკების ამბულატორიული განყოფილების პაციენტთა მომსახურების ხარისხის შეფასების საკვლევი ინსტრუმენტის ფორმირება-ადაპტირება.

კვლევის მიზნიდან გამომდინარე, დასახული იქნა შემდეგი ამოცანები:

1. ამბულატორიული განყოფილების პაციენტების მიერ მომსახურების მიმართ მოლოდინების განსაზღვრა;
2. ამბულატორიული განყოფილების პაციენტების მიერ მომსახურების მიმართ განსაზღვრული მოლოდინებისა და ქ. თბილისის კლინიკების ამბულატორიული განყოფილებების მიერ გაწეული მომსახურების აღქმული ფასეულობის შედარება;
3. ექიმის მომსახურების მიმართ განსაზღვრული მოლოდინებისა და ქ. თბილისში ექიმების მიერ გაწეული მომსახურების აღქმული ფასეულობების შედარება;
4. სტანდარტული SERVQUAL საკვლევი ინსტრუმენტის ადაპტირება სამედიცინო კერძოდ, ამბულატორიული განყოფილების მომსახურებასთან;
5. სტანდარტული SERVQUAL საკვლევი ინსტრუმენტის ადაპტირება ექიმის მიერ გაწეული მომსახურების ხარისხის დონის კვლევისათვის;

6. ამბულატორიული განყოფილების და ექიმის მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმების განსაზღვრა;

7. ამბულატორიული განყოფილების და ექიმის მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმების რანჟირება პრიორიტეტების მიხედვით;

კვლევის შედეგად განისაზღვრა ამბულატორიული განყოფილებისა და ექიმის მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმები და ფაქტორები, შეიქმნა ამბულატორიული განყოფილების და ექიმის მიერ გაწეული მომსახურების ხარისხის კვლევის ინსტრუმენტი.

კვლევის ობიექტი და საგანი: მომსახურების ხარისხის შეფასება სუბიექტურია და მრავალ ფაქტორი განსაზღვრავს მას. შეფასების სუბიექტურობა ართულებს მომსახურების ხარისხის შეფასებას და ორგანიზაციების მხრიდან მომხმარებელთათვის მუდმივად შესაბამისი ხარისხის დონით მიწოდებას. გარდა ამისა, სირთულე გამომდინარეობს მომსახურების ბუნებიდან და მისი თვისებებიდან. გამომდინარე იქიდან, რომ მყიდველის მიერ მომსახურების შეფასება ვერ ხერხდება მის შექენამდე, კლინიკების მხრიდან დიდი ძალისხმევაა საჭირო იმისათვის, რომ პოტენციურმა პაციენტებმა მათი კლინიკის სასარგებლოდ გააკეთონ არჩევანი.

იმისათვის, რომ კლინიკებს სრული ინფორმაცია ჰქონდეთ პაციენტების მოლოდინებისა და გაწეული მომსახურების აქტუელი ღირებულების შესახებ მნიშვნელოვანია სწორი, დარგზე მორგებული საკვლევი ინსტრუმენტების ფლობა. გამართული, აპრობირებული და ვალიდური ინსტრუმენტი კლინიკებს შესაძლებლობას აძლევს შეაგროვონ და გაანალიზონ სტრატეგიული გადაწყვეტილებების მისაღებად საჭირო ინფორმაცია. მომსახურების სფეროში ჩატარებული მრავალი კვლევა გვიჩვენებს, რომ მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმები

სხვადასხვა სფეროში მეტ-ნაკლებად განსხვავდება ერთმანეთისგან. ასევე, განსხვავებულია კრიტერიუმების პრიორიტეტულობა.

ნაშრომის მეცნიერული სიახლე: კვლევის შედეგად მოდიფიცირებული და ადაპტირებულია სამედიცინო კლინიკების ამბულატორიული და ექიმის მიერ გაწეული მომსახურების ხარისხის კვლევის ინსტრუმენტი.

1. განსაზღვრულია პაციენტების ამბულატორიული განყოფილების და ექიმის მიერ გაწეული მომსახურების მიმართ მოლოდინები და აღქმული ფასეულობა;
2. გაანალიზებულია პაციენტთა მიერ კლინიკის ამბულატორიული განყოფილების და ექიმის შერჩევითვის განმსაზღვრელი კრიტერიუმები;
3. განსაზღვრულია კლინიკების ამბულატორიული განყოფილების და მათი თანამშრომლების მიერ გაწეული მომსახურების მიმართ მოლოდინები და შედარებულია ისინი თბილისის კლინიკების ამბულატორიული განყოფილებების და მათი თანამშრომლების მიერ გაწეული მომსახურების აღქმულ მომსახურების დონესთან;
4. გამოვლენილია ექიმის მიერ გაწეული მომსახურების მიმართ მოლოდინები, რომელიც შედარებულია ქ. თბილისის ექიმების მიერ გაწეული მომსახურების აღქმულ ფასეულობასთან;
5. შემუშავებულია და რანჟირებულია სამედიცინო კლინიკის ამბულატორიული განყოფილების და ექიმის მიერ გაწეული მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმები;
6. მოდიფიცირებული და სამედიცინო სფეროსთან ადაპტირებულია მომსახურების ხარისხის კვლევის ინსტრუმენტი SERVQUAL.

კვლევის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები: ნაშრომის თეორიულ-მეთოდოლოგიურ საფუძველს წარმოადგენს კვლევის დიალექტიკური, ინდუქციის, დედუქციის, ანალიზის, სინთეზისა და

შედარების მეთოდები. ასევე, გაანალიზებულია მომსახურების მარკეტინგის დებულებები და მომსახურების სფეროში სხვადასხვა დროს ჩატარებული კვლევების მონაცემები და შედეგები.

სადოქტორო ნაშრომის მიზნის მიღწევისა და ამოცანების გადაჭრისათვის განხორციელდა მეორადი და პირველადი კვლევები (თვისებრივი და რაოდენობრივი).

მეორადი ინფორმაციის მოსაპოვებლად შევისწავლეთ, განვიხილეთ, გავაანალიზეთ და შევადარეთ სხვადასხვა ავტორების თემატურ სახელმძღვანელოებში არსებული კონცეფციები და შეხედულებები. ასევე, გავაანალიზეთ სამეცნიერო ნაშრომები, კვლევები, პუბლიკაციები და ინტერნეტ რესურსებით მიღებული ინფორმაცია. გამოვიყენეთ როგორც ქართული, ასევე უცხოური ლიტერატურა. საკვლევი თემის სპეციფიკიდან გამომდინარე, მოვაწყეთ ექსპერტებთან შეხვედრები.

რაც შეეხება პირველადი მონაცემების შეგროვებას, ჩავატარეთ თვისებრივი და რაოდენობრივი კვლევები. თვისებრივი კვლევისათვის შევქმენით ე.წ. კითხვების გაიდლაინი, ჩავატარეთ და ჩავწერეთ (აუდიო ჩანაწერის სახით) ნახევრად სტრუქტურირებული ჩაღრმავებული ინტერვიუები პაციენტებთან და კლინიკების მომსახურების ხარისხის მართვაზე პასუხისმგებელ პირებთან. რაც შეეხება რაოდენობრივ კვლევას, ქ. თბილისში გამოვიკითხეთ ამბულატორიული განყოფილების 143 პაციენტი. შედეგად, მოვახდინეთ მომსახურების ხარისხის პარამეტრების საკვლევი ინსტრუმენტის SERVQUAL-ის მოდიფიცირება და ამბულატორიების და ექიმების მიერ გაწეული მომსახურების ხარისხის შეფასებისათვის საჭირო ინსტრუმენტის ფორმირება.

ნაშრომის პრაქტიკული გამოყენება: სადოქტორო ნაშრომის შედეგები სანტერესო და გამოსადეგია მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმებისა და მომსახურების ხარისხის ინსტრუმენტების თემით დაინტერესებული ყველა ფიზიკური და იურიდიულ პირისათვის.

ნაშრომის ფარგლებში შემუშავებული კვლევის ინსტრუმენტის გამოყენება სამედიცინო დაწესებულებებს საშუალებას მისცემს განსაზღვრონ და შეაფასონ კონკრეტული ობიექტის ან ექიმის მომსახურების ხარისხის დონე პაციენტების მოლოდინებსა და მომსახურების აღქმულ ფასეულობათა შორის ე.წ. „ნაპრალის“ განსაზღვრის საფუძველზე. შესაბამისად შეძლონ მომსახურების მართვის სისტემაში შეიტანონ საჭირო კორექტივები და გააუმჯობესონ შედეგები.

კვლევის შედეგები დაინტერესებულ კლინიკებს საშუალებას მისცემს შექმნან და დანერგონ პაციენტებზე მორგებული მომსახურების სტანდარტები და გაზარდონ პაციენტთა კმაყოფილების დონე მაღალხარისხიანი მომსახურების საშუალებით. კვლევის შედეგები კლინიკებს საშუალებას მისცემს ზუსტად გაიგონ, თუ რა მოლოდინები აქვთ პაციენტებს კლინიკების ამბულატორიული განყოფილების და ექიმების მიმართ და რა კრიტერიუმებით აფასებენ პაციენტები მათ მიერ მიწოდებულ მომსახურებას.

კვლევის შედეგების გათვალისწინება მომსახურებაზე ორიენტირებულ კლინიკებს საშუალებას მისცემს განსაზღვრონ ბაზარზე სწორი სტრატეგია არსებულ და პოტენციურ პაციენტებთან მიმართებაში. ასევე, სისტემატურად აკონტროლონ მომსახურების ხარისხი, რაც კონკურენტებთან ბრძოლის მძლავრ იარაღად შეიძლება გადაიქცეს.

პაციენტთა მოლოდინების და გაწეული მომსახურების აღქმული ფასეულობების და მათ შორის განსხვავების განსაზღვრა, გაანალიზება და სამოქმედო სტრატეგიის შემუშავება განაპირობებს კონკურენტულ ბაზარზე მყარ, სტაბილურ დამკვიდრებას.

პაციენტთა მაღალხარისხიანი მომსახურების სისტემის დანერგვა კლინიკებში არა მხოლოდ ორგანიზაციის იმიჯისა და ფინანსური სტაბილურობისთვის არის საჭირო. მაღალხარისხიანი მომსახურება დადებით გავლენას ახდენს პაციენტებზე, ვინაიდან ისინი

დაწესებულებაში თავს "სასურველ სტუმრებად" გრძობენ და იციან, რომ მათი მოთხოვნების და მოლოდინების დასაკმაყოფილებლად ზრუნავს თანამშრომელთა მთელი გუნდი. მაღალხარისხიანი მომსახურებით, ასევე კმაყოფილებას იღებენ ორგანიზაციის თანამშრომლები, რომლებიც პაციენტებისგან გრძნობენ საპასუხო კეთილგანწყობას და მადლიერებას. ორგანიზაციების და მათ შორის კლინიკების მიერ მაღალხარისხიანი მომსახურების შეთავაზება და მომსახურების კულტურის დანერგვა დიდ როლს თამაშობს საზოგადოების წინსვლასა და კეთილდღეობაში.

ნაშრომის მოცულობა და სტრუქტურა. ნაშრომი შედგება შესავალის, ოთხი თავისა და დასკვნისაგან. ნაშრომის მოცულობა 171 გვერდია. ნაშრომში ჩართულია 23 ცხრილი, სამი ნახაზი და ხუთი გრაფიკი. ნაშრომს თან ერთვის ორი დანართი და 74 დასახელების გამოყენებული ლიტერატურა.

კვლევის მიზნებმა და ამოცანებმა განაპირობა სადისერტაციო ნაშრომის შედეგი სტრუქტურა:

შესავალი

ლიტერატურის მიმოხილვა

თავი 1. მომსახურების ინდუსტრიის თეორიული საფუძვლები

1.1. მომსახურების ინდუსტრიის ადგილი და როლი თანამედროვე მსოფლიოში;

1.2. ჯანდაცვის სექტორის მნიშვნელობა და განვითარების ტენდენციები მსოფლიოსა და საქართველოში.

თავი 2. მომსახურების მარკეტინგის აქტუალური კონცეფციები

2.1. მომსახურების მარკეტინგის მიმოხილვა;

2.2. მომსახურების მარკეტინგი სამედიცინო სექტორში;

2.3. მომსახურება, როგორც ძირითადი პროდუქტი და მომხმარებელთა მომსახურება.

თავი 3. მომსახურების ხარისხის შეფასება

- 3.1. მომსახურების ხარისხი;
- 3.2. მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმები და კვლევის ინსტრუმენტები;
- 3.3. მომხმარებელთა კმაყოფილების დონე.

თავი 4. ამბულატორიული მომსახურების ხარისხის შეფასების კვლევის ინსტრუმენტი

- 4.1. ამბულატორიული პაციენტების თვისებრივი კვლევა;
 - 4.1.1. თვისებრივი კვლევის დიზაინი და მიმოხილვა;
 - 4.1.2. პაციენტებთან ჩაღრმავებული ინტერვიუების ანალიზი;
- 4.2. კლინიკის ამბულატორიული პაციენტების მომსახურებაზე; პასუხისმგებელი თანამშრომლების თვისებრივი კვლევა
 - 4.2.1. კვლევის დიზაინი;
 - 4.2.2. თვისებრივი კვლევის ანალიზი;
- 4.3. რაოდენობრივი კვლევა;
 - 4.3.1. კვლევის შესახებ;
 - 4.3.2. ინსტრუმენტის/კითხვარის აღწერილობა;
 - 4.3.3. რაოდენობრივი კვლევის სტატისტიკური ანალიზი.

დასკვნა

გამოყენებული ლიტერატურა

სადისერტაციო ნაშრომის შინაარსი

დისერტაციის შესავალში დასაბუთებულია საკვლევი თემის აქტუალობა, ფორმულირებულია კვლევის მიზანები და ამოცანები, განსაზღვრულია კვლევის ობიექტი და საგანი, აღწერილია კვლევის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები. აგრეთვე, მოცემულია ნაშრომის მეცნიერული სიახლე, ძირითადი შედეგები და პრაქტიკული მნიშვნელობა.

სადისერტაციო ნაშრომის პირველი თავში - მომსახურების ინდუსტრიის თეორიული საფუძვლები - განხილულია, თუ რა ადგილი უკავია მომსახურების სფეროს და რა როლს თამაშობს ის თანამედროვე მსოფლიო ეკონომიკის განვითარებაში. ამავე თავში საუბარია ჯანდაცვის სექტორის მნიშვნელობასა და განვითარების ტენდენციებზე მსოფლიოსა და საქართველოში.

მომსახურების სექტორს, რომელიც უზრუნველყოფს სამუშაო ადგილებს, საზოგადოებრივ და სახელმწიფო მომსახურებას, განსაკუთრებული წვლილი შეაქვს ქვეყნის მთლიანი შიდა პროდუქტის შექმნაში. მომსახურებით ვაჭრობას შეუძლია ეკონომიკის განვითარება და ტრადიციული და ახალი საექსპორტო შესაძლებლობების წარმოჩენა. მსოფლიოში მომსახურების ინდუსტრია მზარდი ტენდენციით ხასიათდება. მსოფლიო წარმოების ორი მესამედი მომსახურების წარმოებაზე მოდის. შესაბამისად, მსოფლიოს განვითარებული ქვეყნების ეკონომიკა მომსახურების სექტორზეა დაფუძნებული. განვითარებული ქვეყნების მშპ-ში მომსახურების სექტორის წილი ყველაზე მაღალია და ტენდენცია მზარდია.

აღსანიშნავია, რომ დღეს მომსახურება ინტეგრირებულია საქონლის მწარმოებელი საწარმოების შეთავაზებებში და ის აღარ განიხილება მხოლოდ მომსახურების მწარმოებელი კომპანიების მიერ წარმოებულ პროდუქტად. დღეს მრავალი ორგანიზაცია ცდილობს კონკურენტებს კონკურენცია მომხმარებელთა მაღალხარისხიანი მომსახურების საშუალებით გაუწიოს და კლიენტთა რაოდენობა მათ მიერვე დადებითი აზრის გავრცელებით გაზარდონ.

რაც შეეხება საქართველოს, მომსახურების სექტორი ბოლო ათი წლის განმავლობაში მზარდი ტენდენციით ხასიათდება. მზარდია მომსახურების წილი ქვეყნის მშპ-ში.

ჯანდაცვის სექტორის განვითარება ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების მნიშვნელოვანი პარამეტრია. ასევე, არსებობს დადებითი კორელაცია ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებასა და მოსახლეობის ჯანმრთელობის მდგომარეობის გაუმჯობესებას შორის. ასევე დადებითი კორელაციით ხასიათდება საპირისპიროც - მოსახლეობის ჯანმრთელობის გაუმჯობესება იწვევს ეკონომიკურ ზრდას, ვინაიდან უფრო მეტი ადამიანი წარმოადგენს რეალურ, ჯანმრთელ, შრომისუნარიან სამუშაო ძალას.

იქიდან გამომდინარე, რომ ნებისმიერი ქვეყნის ეკონომიკურ წინსვლას თან სდევს ჯანდაცვის სექტორის განვითარება, საქართველოს შემთხვევაშიც ეს კანონზომიერება დაცულია. ქვეყანაში შექმნილია 2014-2020 წლების ჯანმრთელობის დაცვის სისტემის სახელმწიფო კონცეფცია, რომელშიც წარმოდგენილია სისტემის განვითარების ხედვა და დაფუძნებულია ეროვნულ და საერთაშორისო გამოცდილებასა და ფასეულობებზე. დოკუმენტში ყურადღება გამახვილებულია სამედიცინო მომსახურების ხარისხის მართვის სისტემების შემუშავება-დანერგვაზე, რაც მოიცავს ხარისხის ინდიკატორების იდენტიფიცირებას და სისტემურ მონიტორინგს.

ამრიგად, რაც უფრო განვითარებულია ქვეყანაში მომსახურების სექტორი, მით უფრო განვითარებულია მისი ეკონომიკა. რაც შეეხება ჯანდაცვის სფეროს, ის ქვეყნის ეკონომიკური განვითარების კატალიზატორად შეიძლება იქნას განხილული.

სადისერატციო ნაშრომის მეორე თავში - მომსახურების მარკეტინგის აქტუალური კონცეფციები - საუბარია მომსახურების მარკეტინგის ძირითად კონცეფციებზე როგორც ზოგადად ასევე, კერძოდ სამედიცინო სექტორში.

მომსახურების აღწერის და განსაზღვრის შემუშავების მცდელობები ჯერ კიდევ ორი საუკუნის წინ დაიწყო. XX საუკუნის 70-იან წლებში ჩატარებულმა კვლევებმა აჩვენეს, რომ მომსახურების ეკონომიკურმა

ფასეულობამ გადააჭარბა სხვა ნებისმიერი ქმედების ღირებულებას. ასევე, კვლევებიდან ჩანს, რომ პროდუქტისა და მომსახურების მწარმოებელი კომპანიების წინაშე მდგარი ამოცანები და სირთულეები განსხვავდება ერთმანეთისგან. მომსახურების მარკეტინგის ძირითადი არსი მარკეტერებსა და იმ მენეჯერებს შორის მჭიდრო თანამშრომლობას გილისხმობს, რომელნიც პასუხისმგებელნი არიან ოპერაციებისა და ადამიანური რესურსების მართვაზე. აქ კარგად ჩანს მომსახურებისთვის დამახასიათებელი ნიშნები - პროცესების გამართულობა და სათანადო უნარ-ჩვევების მქონე მომსახურე პერსონალის მნიშვნელობა. მომსახურების გაფართოებული მარკეტინგული მიქსი უზრუნველყოფს კომპანიების მიერ მომსახურების მახასიათებლების სწორად გაანალიზებას, ეფექტური შეთავაზებების გაკეთებას და მიზანმიმართული და ეფექტიანი სტრატეგიის განსაზღვრას.

სამედიცინო მომსახურების ხარისხის განსაზღვრა შესაძლებელია ორი მახასიათებლის - ტექნიკური და ფუნქციონალური ხარისხის მიხედვით. ტექნიკური ხარისხი ნიშნავს, თუ რამდენად სწორი დიაგნოზი დაისვა ექიმის მიერ და რამდენად ეფექტური პროცედურები ჩაუტარდა პაციენტს გამოჯანმრთელებისათვის. აღნიშნული მახასიათებელით მიმდინარე მომსახურების შეფასება შეუძლია მხოლოდ სამედიცინო განათლების მქონე ადამიანს სპეციფიკური ცოდნითა და გამოცდილებით. სხვა პაციენტები, ძირითადად, მედპერსონალის და ექიმის მომსახურებას აფასებენ მეორე მახასიათებელით - ფუნქციონალურ მხარეს, ანუ იმას, თუ როგორ იქნა მომსახურება გაწეული სამედიცინო პერსონალის მხრიდან. იქიდან გამომდინარე, რომ პაციენტები განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ანიჭებენ ფუნქციონალურ ხარისხს, სამედიცინო დაწესებულებების თანამშრომლებს კარგად უნდა ჰქონდეთ გათავისებული პაციენტების მოლოდინები მომსახურების მიმართ.

იქიდან გამომდინარე, რომ პაციენტებისთვის რთულია სამედიცინო მომსახურების ტექნიკური ხარისხის შეფასება, პაციენტის აღქმული მომსახურების ხარისხის ძირითადი განმსაზღვრელი ფაქტორი ფუნქციონალური ხარისხი ხდება. აღნიშნული ცვლადი გავლენას ახდენს პაციენტის მიერ მომსახურების ხარისხის აღქმულ ღირებულებაზე, რაც თვის მხრივ განაპირობებს მათ მიერ მომსახურების განმეორებით შესყიდვის განხორციელებას და სათანადო აზრის გავრცელებას საზოგადოებასა და სხვადასხვა სოციალურ ქსელებში.

მომსახურებას, როგორც პროდუქტს, აწარმოებს მრავალი ინდუსტრია. ის წარმოადგენს ეკონომიკურ საქმიანობას, რომლის საბოლოო შედეგი არ არის ფიზიკური პროდუქტი, მისი მოხმარება ხდება წარმოებისთანავე და მომხმარებელთათვის დამატებითი ფასეულობის/სარგებლის მომტანია. მომსახურების სექტორისთვის დამახასიათებელია მომხმარებელთათვის ძალაუფლების მინიჭება, მომხმარებლებთან ერთობლივი წარმოება და თანამშრომელთა და მომხმარებელთა მომსახურებაში წარმოების ჩართულობის აუცილებლობა. მომხმარებელთა ძალაუფლება განსაკუთრებით გაიზარდა მას შემდეგ, რაც წვდომა სოციალურ მედიასთან გამარტივდა. დამატებითი კონკურენტული გარემო და მომხმარებელთა ზრდადი მოლოდინები კომპანიებს უბიძგებენ შესთავაზონ ბაზარს არა მხოლოდ სათანადო მომსახურება, არამედ ახლებურად მიუდგნენ მას, ვინაიდან მომსახურების პროცესი და შედეგი ერთობლივად ქმნიან მომხმარებელთა გამოცდილებას.

ამრიგად, მომსახურების მარკეტინგის მრავალწლიანი მეცნიერული შესწავლა საშუალებას გვაძლევს ვიმსჯელოთ, ვიკვლიოთ და პრაქტიკაში დავნერგოთ მომხმარებელთათვის მომსახურების ეფექტიანი სტრატეგიით შეთავაზება. ვინაიდან მომსახურების წილი და მნიშვნელობა მთლიან წარმოებაში წლიდან წლამდე იზრდება მსოფლიოს მასშტაბით,

კომპანიებისთვის და მათ შორის სამედიცინო დაწესებულებებისთვის მომსახურების მარკეტინგის სწორად წარმართვა წარმატების საწინდარია.

სადისერატციო ნაშრომის მესამე თავში - მომსახურების ხარისხის შეფასება - განხილულია მომხმარებელთა მომსახურების მნიშვნელობა, მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმები და მომხმარებელთა კმაყოფილების შეფასების კვლევის ინსტრუმენტები.

მომსახურების ბუნებიდან გამომდინარე, მომხმარებლებისთვის მომსახურების ხარისხის შეფასება რთულია, ხოლო კომპანიებისთვის მისი მართვა და სასურველი ხარისხის შენარჩუნება. მომსახურების ხარისხის მრავალი განმარტება არსებობს. მათ შორის ყველაზე გავრცელებულია - სხვაობა მომხმარებელთა მოლოდინებს ან სურვილებსა და აღქმულ მომსახურებას შორის. ანუ, მომსახურების ხარისხს განსაზღვრავს ის, თუ რამდენად მოხდა მომსახურების მიღების შემდეგ მომხმარებელთა მოლოდინების გამართლება. მომსახურების ხარისხის შეფასებისას მნიშვნელოვანია, თუ როგორ აღიქვამს მომხმარებელი მომსახურების ხარისხს. აღქმა ყოველთვის განიხილება მოლოდინებთან მიმართებაში, ანუ ხდება მათი შედარება მოლოდინებთან. ვინაიდან, მოლოდინები დინამიურია, შესაბამისად, შეფასებაც სუბიექტურია, დამოკიდებულია შეფასების დროსა და კულტურაზე. მომსახურების აღქმული ხარისხის მართვა ნიშნავს კომპანიის მხრიდან მომხმარებელთა მოლოდინების და აღქმული მომსახურების ფასეულობის თანხვედრის ან აღქმული ღირებულების გადაჭარბების უზრუნველყოფას. სწორედ ამ შემთხვევაში მიიღწევა მომხმარებელთა კმაყოფილება ან/და აღფრთოვანება.

მომსახურების ხარისხის ეფექტურად მართვისა და კონტროლისათვის საჭიროა მომსახურების ხარისხის დონის მუდმივად გაზომვა, რაც კვლევების განხორციელებით მიიღწევა.

მომსახურების ხარისხის შეფასების ინსტრუმენტებზე მრავალი სპეციალისტი მუშობდა და მუშაობს. მომსახურების ოთხ სექტორზე

დაყრდნობით პარასურამანმა და მისმა კოლეგებმა (1988) განსაზღვრეს მომსახურების ხარისხის ათი მახასიათებელი. ეს კვლევა შეიძლება ჩაითვალოს ბაზისად, რაზეც, შემდგომ მრავალმა მკვლევარმა და მეცნიერმა ააგო მომსახურების შეფასების სხვადასხვა მოდელი. მომავალში მათ შექმნეს მომსახურების ხარისხის შეფასების ინსტრუმენტი SERVQUAL. პარასურამანის (1988) თანახმად, SERVQUAL კვლევის ინსტრუმენტის გამოყენება შესაძლებელია მომსახურების ხარისხის კრიტერიუმების საერთო აღქმასთან ფარდობითი მნიშვნელობის შესაფასებლად. კერძოდ, შესაძლებელია საერთო კმაყოფილების მონაცემების მოლოდინებსა და აღქმას შორის სხვაობების შედარებით განსაზღვრა, თუ რა ფარდობით წონას ანიჭებენ მომხმარებლები ხარისხის განმსაზღვრელ თითოეულ კრიტერიუმს.

კვლევის ინსტრუმენტი SERVQUAL შეიქმნა მომხმარებელთა და ორგანიზაციის თანამშრომელთა პირისპირ შეხების დროს განხორციელებული მომსახურების ხარისხის შესაფასებლად. თანამედროვე ონლაინ გარემოში საჭირო გახდა მომსახურების ახალ განზომილებაში ხარისხის შეფასების დამატებითი კრიტერიუმების შემოღება. ვებ-გვერდების მომსახურების ხარისხის შესაფასებლად/გასაზომად პარასურამანმა, ზეიტამს და მალფოტრამ შეიმუშავეს 22 პუნქტიანი/განზომილებიანი კვლევის ინსტრუმენტი E-S-QUAL.

როგორც ზემოთ იყო აღნიშნული, კვლევის ინსტრუმენტი SERVQUAL შეიქმნა ოთხ ინსტრუქტიაში ჩატარებული კვლევის შედეგად, რომელთა შორის არ ყოფილა სამედიცინო სფერო. სპეციალისტების ნაწილი იზიარებს ინსტრუმენტის უნივერსალურობის იდეას, თუმცა სხვანი ამბობენ, რომ საჭიროა ესა თუ ის ინსტრუმენტი ერგებოდეს კონკრეტულ სფეროს. ამ მოსაზრებიდან გამომდინარე ბაბაკუსმა და მანგოლდმა პირველებმა მოახდინეს საწყისი ინსტრუმენტის

მოდელიზაცია და მორგება სამედიცინო სფეროსთან აშშ-ში. მათ ვალიდაცია გაუკეთეს კითხვარის როგორც მოლოდინების, ასევე აღქმული ღირებულების ნაწილს. შესაბამისად, სამედიცინო ორგანიზაციებს თამამად შეუძლიათ განსაზღვრონ მათ შორის „ნაპრალის“ სიდიდე.

მომსახურების ხარისხის შეფასების ერთ-ერთი გამორჩეული მოდელი შექმნა გრონრუმ (1984) სადაც განსაზღვრულია მომსახურების ხარისხის სამი განზომილება: ტექნიკური ხარისხი, ფუნქციონალური ხარისხი და იმიჯი.

ლეტინენ და ლეტინენის (1982) მიერ მომსახურების ხარისხის შეფასებისათვის შემუშავებული მოდელის თანახმად, მომსახურების ხარისხის აღქმა ხდება ფიზიკური მაჩვენებლების ხარისხის, ინტერაქციული ხარისხისა და იმიჯის საშუალებით.

მომსახურების ხარისხის კონცეპტუალიზაციისთვის სურემჩანდარმა და მისმა კოლეგებმა (2002) განსაზღვრეს მომხმარებლის თვალთახედვით მომსახურების ხარისხის შეფასების ხუთი მნიშვნელოვანი ფაქტორი, რომლებიც ნათლად განსაზღვრავენ მომსახურების მარკეტინგული მიქსის კომპონენტების მნიშვნელობას.

ჰაივუდ-ფარმერმა (1988) შექმნა სამგანზომილებიანი სქემა, სადაც მომსახურება ხასიათდება სამი ატრიბუტის მიხედვით: ორგანიზაციისა და მომხმარებლის კონტაქტისა და ინტერაქციის დონე (მაღალი-დაბალი), შრომის ინტენსივობა (მაღალი-დაბალი) და მომსახურების კლიენტზე მორგების (პერსონიფიცირების) დონე (მაღალი-დაბალი).

მოლოდინებისა და აღქმული მომსახურების შედარებით მომსახურების ხარისხის განსაზღვრა აზრს იძენს კონკურენტულ ბაზრებზე. ისეთ ბაზრებზე, სადაც არ არის კონკურენცია ან მომხმარებლებს არ აქვთ თავისუფალი არჩევანის გაკეთების შესაძლებლობა, არსებობს რისკი იმისა, რომ მომსახურების ხარისხის შეფასება მოხდეს მომხმარებელთა პირვანდელი მოლოდინების შესაბამისად. ამ შემთხვევაში

უკეთესია გამოყენებულ იქნას საჭიროებების ან სურვილების შედარების სტანდარტი. მომსახურების მაღალი ხარისხი კი განისაზღვროს, როგორც საჭიროებებისა და მოთხოვნების დაკმაყოფილება და არა, როგორც მოლოდინების დაკმაყოფილება ან/და გადაჭარბება.

სამედიცინო სფეროში მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმების კვლევის ინსტრუმენტებს შორის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანია ე.წ. KQCAH (Key Quality Characteristics Assessment for Hospitals) სკალა. ინსტრუმენტი საინტერესოა იმ მხრივ, რომ ის შექმნილია, როგორც მომსახურების პროვაიდერების, ასევე მომსახურების მიმღებთა თვალთახედვით. ავტორთა აზრით, ინსტრუმენტის გამოყენება შესაძლებელია სტრატეგიული და ოპერაციული გადაწყვეტილებების მიღებისა და ხარისხის მუდმივად კონტროლისათვის.

განსაკუთრებულად აღსანიშნავია The Joint Commission-ის მიერ შექმნილი ხარისხის კვლევის ინსტრუმენტი, რომელიც მოიცავს, როგორც სამედიცინო, ისე არასამედიცინო მომსახურების ხარისხის მრავალმხრივ კვლევას.

ხარისხის მართვა კრიტიკულად მნიშვნელოვანი და საჭიროა ჯანდაცვის სისტემისა და ამ სისტემაში არსებული ორგანიზაციებისათვის. პოპულაციის დაბერების სიჩქარის ზრდის და ჯანდაცვის მიმართულებით გაწეული მაღალი ხარჯების პირობებში, ხარისხის მენეჯმენტი განსაკუთრებულ მნიშვნელობას იძენს. იქიდან გამომდინარე, რომ სისტემა სხვადასხვა მცირე და დიდ ერთეულებს მოიცავს, როგორებიცაა აფთიაქები, კლინიკები, ჰოსპიტალები და სხვა, საჭიროა თითოეულმა მათგანმა შეძლოს მაღალხარისხიანი მომსახურების წარმოება იმისათვის, რომ სისტემამ გამართულად იმუშაოს.

სადისერატივო ნაშრომის მეოთხე თავში - ამბულატორიული მომსახურების ხარისხის შეფასების კვლევის ინსტრუმენტი - წარმოდგენილია ამბულატორიული განყოფილების და ექიმის მიერ

გაწეული არასამედიცინო მომსახურების ხარისხის კვლევის ინსტრუმენტი, რასაც წინ უძღვის კვლევის განხორციელების მეთოდების, კვლევის პროცესისა და მონაცემების დამუშავების შესახებ ინფორმაცია.

კვლევის შედეგად შეიქმნა ამბულატორიული განყოფილების, მედპერსონალისა და ექიმის არასამედიცინო მომსახურების ხარისხის კვლევის ინსტრუმენტი, რომელიც წარმოადგენს მომსახურების ხარისხის კვლევის ერთ-ერთი ყველაზე მეტად აღიარებული მეთოდის SERVQUAL-ის (Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman, Leonard L. Berry) სამედიცინო სფეროზე მორგებულ კვლევის ინსტრუმენტს, რომლის საშუალებით შესაძლებელია ამბულატორიული განყოფილების, მედპერსონალისა და ექიმის მიერ გაწეული მომსახურების მიმართ პაციენტთა მოლოდინების და მომსახურების აღქმული ღირებულების დონის განსაზღვრა. მიღებული მონაცემების საშუალებით შესაძლებელია პაციენტთა მოლოდინებსა და აღქმულ ღირებულებას შორის „ნაპრალის“ სიდიდეების დადგენა.

ლიტერატურის საფუძვლიანი მიმოხილვისა და საკვლევი თემატიკის ექსპერტული ცოდნის მქონე პირებთან საუბრის შემდეგ, პირველ ეტაპზე განვახორციელეთ თვისებრივი კვლევა, რასაც მოჰყვა რაოდენობრივი კვლევის ჩატარება. თვისებრივი კვლევის ფარგლებში, ნახევრად სტრუქტურირებული ჩაღრმავებული ინტერვიუები ჩავატარეთ ქ. თბილისში მდებარე სხვადასხვა კლინიკების პაციენტებთან და პაციენტთა მომსახურების ხარისხზე პასუხისმგებელ თანამშრომლებთან.

პაციენტებთან ჩატარებული ხარისხობრივი კვლევის ანალიზის შედეგად გამოიკვეთა კლინიკის, მედპერსონალისა და კონკრეტულად ექიმთა მომსახურების ხარისხის მიმართ პაციენტების მოლოდინები. ასევე, განისაზღვრა მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმები, რომელთა მიხედვითაც პაციენტები ახდენენ კლინიკის, მედპერსონალისა და ექიმების შეფასებას. აგრეთვე, გამოიკვეთა ის კრიტერიუმები, რომელთა მიხედვითაც პაციენტები არჩვენ სასურველ კლინიკასა და ექიმს.

პაციენტთა ხარისხობრივი კვლევის ძირითადი მიზნებია:

1. პაციენტები კლინიკის შერჩევის ძირითად კრიტერიუმად ასახელებენ მათთვის სასურველი ექიმის სამუშაო ადგილს და არა თავად კლინიკას. შესაბამისად, გადაწყვეტილებას იღებენ იმ კლინიკის სასარგებლოდ, სადაც მუშაობს მათთვის სასურველი ექიმი;

2. პაციენტების მიერ ექიმის შერჩევა ხდება ახლობლებისგან/ნაცნობებისგან მიღებული ინფორმაციის და რეკომენდაციის საფუძველზე (ე.წ. word-of-mouth-ის საშუალებით). განმეორებითი ვიზიტის დროს კი, მნიშვნელოვანი ხდება წინა ვიზიტის დროს მიღებული პირადი გამოცდილება;

3. რესპონდენტები განსაკუთრებულ ყურადღებას ანიჭებენ ექიმის მიერ პაციენტის მკურნალობისადმი კომპლექსურ მიდგომას;

4. პაციენტებისთვის მნიშვნელოვანია ექიმის ისეთი თვისებები, როგორებიცაა პაციენტის გულდასმით, გულისყურით მოსმენა და პაციენტის მიმართ ყურადღების გამოხატვა;

5. რესპონდენტები დიდ ყურადღებას ანიჭებენ კლინიკაში ჰიგიენის დონეს;

6. რესპონდენტები აღნიშნავენ კლინიკის თანამშრომელთა გუნდური მუშაობისა და პაციენტთა მიერ კეთილგანწყობილი დამოკიდებულების მნიშვნელობას;

7. აღსანიშნავია, რომ არც ერთ რესპონდენტს უხსენებია პაციენტთა უსაფრთხოების და ექიმთა და პაციენტთა უფლებების შესახებ.

ხარისხობრივი კვლევის საფუძველზე გამოიკვეთა პაციენტების მიერ ექიმების მომსახურების შეფასების შემდეგი კრიტერიუმები: 1. ექიმის პროფესიონალიზმი და კომპეტენტურობა; 2. ექიმის ოპერატიულობა; 3. ექიმის პერსონიფიცირებული დამოკიდებულება თითოეული პაციენტის მიმართ; 4. ექიმის მიერ პაციენტის ნდობის მოპოვების უნარი; 5. ექიმის ეფექტური კომუნიკაციის დამყარების უნარი; 6. ექიმის პაციენტთან

გრძელვადიანი ურთიერთობის შენარჩუნების მიმართ მზაობა და სურვილი; 6. ექიმის მიერ პროფესიონალიზმის ზრდასა და განვითარებაზე ორიენტირებულობა; 7. ექიმის ვიზუალური, იგულისხმება პროფესიისათვის დამახასიათებელი და საჭირო, მხარე; 8. ექიმის სამუშაო გარემოს მოწესრიგებულობა.

კლინიკის პაციენტთა მომსახურებაზე პასუხისმგებელი თანამშრომლების თვისებრივი კვლევის ანალიზის შედეგად გამოიკვეთა კლინიკების მიერ პაციენტთა მომსახურების მიმართ განსხვავებული მიდგომები. კერძოდ, ისეთ კლინიკებში, სადაც პაციენტთა მომსახურების მართვის სტრუქტურული ერთეული არსებობს, მეტ-ნაკლებად ინსტიტუციონალური დამოკიდებულებაა მომსახურების ხარისხის მართვის მიმართ. სხვა შემთხვევებში, მომსახურების ხარისხი აღიქმება როგორც მხოლოდ კლინიკური, წმინდა სამედიცინო მომსახურების ხარისხის მართვა და კონტროლი. მომსახურების ხარისხის სხვა კომპონენტების და მისი, როგორც პროცესის მართვა, კი ხდება უსისტემოდ. აქედან გამომდინარე, კლინიკის წარმომადგენელ რესპონდენტებთან საუბრისას გამოიკვეთა, რომ პაციენტთა მომსახურების ხარისხში ისინი ძირითადად გულისხმობენ სამედიცინო ხარისხსა და უსაფრთხოების ნორმების დაცვას. ძირითად შემთხვევებში პაციენტის მომსახურების ხარისხი ასოცირებულია მხოლოდ ექიმის სამედიცინო სფეროში კომპეტენტურობასა და გამოცდილებასთან.

აღსანიშნავია, რომ კლინიკების მხრიდან არ ხდება საკმარისი ძალისხმევის გაწევა პაციენტებისგან უკუკავშირის მიღების თვალსაზრისით. ორმხრივი კომუნიკაცია არ არის ბალანსირებული და პროცესი არ ატარებს სისტემურ ხასიათს.

კვლევაში გამოიკვეთა, სამედიცინო პერსონალის დამოკიდებულება ექიმთა და პაციენტთა უფლებების დაცვის შესახებ. სამედიცინო პერსონალი თვლის, რომ ჯანდაცვის შესახებ კანონი ზღუდავს ექიმთა

უფლებებს, ხოლო პაციენტთა ინტერესებს უფრო მეტად იცავს. მათი აზრით, ექიმი და პაციენტი არათანაბარ მდგომარეობაში არიან - პაციენტს გააჩნია გადაჭარბებული უფლებები, ხოლო ექიმი დაკნინებულია, როგორც პროფესიონალი, რომელიც პასუხისმგებელია პაციენტის ჯანმრთელობაზე.

კვლევის მეორე ეტაპზე განხორციელდა პაციენტთა რაოდენობრივი კვლევა ამბულატორიული არასამედიცინო მომსახურების, მედპერსონალისა და ექიმის მიერ გაწეული მომსახურების ხარისხის მიმართ მოლოდინებისა და აღქმული ღირებულების შესაფასებელი საკვლევი ინსტრუმენტის ფორმირებისათვის. შედეგად, გამოიკვეთა პაციენტთა მომსახურების ხარისხის შეფასების ძირითადი და მნიშვნელოვანი დებულებები და ფაქტორები. აქვე აღსანიშნავია, რომ რაოდენობრივ კვლევაში განსაზღვრულია არა მხოლოდ პაციენტთა მოლოდინები ზოგადად კლინიკებისა და ექიმების მომსახურების ხარისხის მიმართ, არამედ ასევე განსაზღვრულია რესპონდენტთა აღქმული ღირებულება თბილისში არსებული კლინიკების და ექიმების მომსახურების ხარისხის მიმართ. ანალიზის საფუძველზე დადგინდა „ნაპრალები“ მოლოდინებსა და აღქმულ ღირებულებებს შორის.

აღსანიშნავია, რომ ჩტარებული თვისებრივი კვლევის ანალიზის შედეგად ორიგინალ ინსტრუმენტში შევიდა გარკვეული ცვლილებები. კერძოდ, სტანდარტულ SERVQUAL კვლევის ინსტრუმენტს დაემატა ექვსი ახალი დებულება, ხოლო ორი არსებული დებულება გაერთიანდა ერთ დებულებაში. აღნიშნული ბლოკი მოიცავს 28 წყვილ დებულებას. დამატებით შეიქმნა ექიმის მიერ გაწეული მომსახურების ხარისხის შეფასების ბლოკი, რომელიც მოიცავს დამატებით 19 წყვილ დებულებას. წყვილი დებულებებიდან პირველი განსაზღვრავს პაციენტის მოლოდინს მომსახურების ხარისხის მიმართ, ხოლო მეორე მომსახურების ხარისხის აღქმულ ღირებულებას. თითოეული მათგანი რესპონდენტებმა შეაფასეს ლაიკერტის შვიდბალიან სკალაზე.

პაციენტების რაოდენობრივი კვლევის საუძველზე კლინიკისა და მედპერსონალის მიერ გაწეული მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმები გადანაწილდა შემდეგ ხუთ ფაქტორში:

- სანდობა;
- დამაჯერებლობა;
- კომფორტი;
- ორგანიზაციული კულტურა;
- რეაგირება.

ყველაზე დიდი „ნაპრალი“ პაციენტთა მოლოდინებსა და აღქმულ მომსახურებას შორის არის ფაქტორებში - „დამაჯერებლობა“, „სანდობა“ და „ორგანიზაციული კულტურა“.

რაც შეეხება კონკრეტულად ექიმის მომსახურების ხარისხის შეფასების დებულებებს, ისინი გადანაწილდა შემდეგ ორ ფაქტორში:

- პაციენტზე ცენტრირება;
- სანდობა.

განსხვავება აღნიშნული ფაქტორების მიმართ მოლოდინებსა და აღქმას შორის ორივე ფაქტორში თითქმის თანაბარია. პაციენტთათვის ორივე ფაქტორი ერთნაირად მნიშვნელოვანია.

საუკეთესო კლინიკის მომსახურების მიმართ პაციენტების მოლოდინების კოეფიციენტი საშუალო მაჩვენებელზე მაღალია. განსაკუთრებით დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ პაციენტები კლინიკის თანამედროვე აპარატურით აღჭურვილობას, რიგების რეგულირებას, კლინიკაში არსებულ სისუფთავეს და ჰიგიენის სტანდარტების დაცვას, მომსახურების დათქმულ დროში და დროულად შესრულებას, ჩანაწერების უშეცდომოდ წარმოებას, მომსახურების დროულ გაწევას. რესპონდენტები დიდ მნიშვნელობას ანიჭებენ მედპერსონალის ისეთ თვისებებს და უნარებს, როგორებიცაა პაციენტის ნდობის მოპოვების უნარი,

თავაზიანობა, შეკითხვებზე კვალიფიციური პასუხების გაცემა, ინდივიდუალური მიდგომა და პაციენტებზე ზრუნვა.

თბილისში არსებული კლინიკების მიერ გაწეული მომსახურების აღქმული ღირებულების კოეფიციენტი საშუალო მაჩვენებელზე დაბალია. აღსანიშნავია, რომ სწორედ ის დებულებები, რომლებიც მოლოდინების მაღალი მაჩვენებლებით გამოირჩევიან, აღქმული ფასეულობების კუთხით ყველაზე დაბალი შეფასება აქვთ. შესაბამისად, სხვაობა მოლოდინებსა და აღქმულ ღირებულებას შორის დიდია. სხვაობის სიდიდე კი უარყოფითად აისახება მომხმარებელთა კმაყოფილებაზე და შესაბამისად კლინიკაზეც. კლინიკებისათვის განსაკუთრებულად ყურადღებამისაქცევია მომსახურების შეფასების ისეთი კრიტერიუმები როგორებიცაა მედპერსონალის მიერ პაციენტის საჭიროების სწორად განსაზღვრა და გაზიარება, პაციენტთა მიმართ მზრუნველობის გამოჩენა, პაციენტისათვის დროული მომსახურების გაწევა, სისუფთავის/ჰიგიენის დაცვა, მიწოდებული ხარისხის მუდმივობა და რიგების რეგულირება. ესენია ის დებულებებია, რომელთა შორის სხვაობა საკმაოდ დიდია. იდეალურსა და რეალურ მდგომარეობას შორის მცირე სხვაობით ხასიათდება დებულებები კლინიკის ადვილადმიგნებადობისა და საინფორმაციო საშუალებების ინფორმატიულობასთან დაკავშირებით.

ექიმის მომსახურების ხარისხის მიმართ მოლოდინების ყველაზე მაღალი მაჩვენებელი აქვს დებულებას ექიმების მიერ თანამედროვე ლიტერატურის გაცნობისა და კვალიფიკაციის მუდმივად ამაღლების შესახებ. აღნიშნული კრიტერიუმები პაციენტებისთვის ძალიან მნიშვნელოვანია.

მომსახურების აღქმული ფასეულობის მიხედვით მაღალი ჩვენებელი აქვს კრიტერიუმს ექიმების მიერ პაციენტების გულდასმით და მოთმინებით მოსმენას, ხოლო ყველაზე ნაკლებად ეთანხმებიან

დებულებას იმის შესახებ, რომ ექიმები არ შედიან გარიგებაში ფარმაცევტულ კომპანიებსა და ლაბორატორიებთან.

რაც შეეხება სხვაობას მოლოდინებსა და აღქმულ ფასეულობას შორის, საკმაოდ დიდი „ნაპრაღია“ ისეთ კრიტერიუმებს შორის როგორებიცაა ექიმების ფარმაცევტულ კომპანიებსა და ლაბორატორიებთან გარიგებაში შესვლა, ექიმის მხრიდან ურთიერთობის კონფიდენციალობის დაცვა, ექიმის მიერ მუდმივი ზრუნვა კვალიფიკაციის ამაღლებაზე და პაციენტებთან გასაგები ენით საუბარი. მცირე სხვაობაა ექიმის შეფასების კრიტერიუმებს შორის, რომლებიც შეეხება ექიმის ვიზუალურ მხარეს, ჰიგიენის ნორმების დაცვას, პაციენტის დამშვიდებისა და გამხნევების უნარებს. ეს არის ის პარამეტრები, რომელთა შორის თანხვედრა მაღალია.

ის პარამეტრები, რომელთა მოლოდინებსა და აღქმულ ღირებულებას შორის დიდი „ნაპრაღია“ განსაკუთრებულად საჭიროებს ყურადღების მიქცევას კლინიკებისა და ექიმების მხრიდან.

დისერტაციის ძირითადი შედეგები და დასკვნა

მომსახურების სექტორი მსოფლიო მასშტაბით მზარდია. ასეთივე ტენდენცია ახასიათებს მას საქართველოშიც. მსოფლიო ეკონომიკის ზრდა მომსახურების სექტორზეა დამოკიდებული. რაც უფრო დიდი წილი უკავია მომსახურების სფეროს ქვეყნის ეკონომიკაში, მით უფრო განვითარებულია ქვეყანა. ჯანდაცვის სექტორი მომსახურების ინდუსტრიის ერთ-ერთი ყველაზე მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილია. იმისათვის, რომ ქვეყანას ჰყავდეს ჯანმრთელი და სოციალურად დაცული მოსახლეობა, რომელიც ქმნის ქვეყანაში დოვლათს და მონაწილეობას იღებს ქვეყნის ეკონომიკურ განვითარებაში, საჭიროა გამართული და განვითარებაზე ორიენტირებული ჯანდაცვის სისტემის არსებობა.

ჯანდაცვის სისტემა მრავლისმომცველია. მათ შორის ერთ-ერთია სამედიცინო სფერო. სამედიცინო დაწესებულებებისთვის პაციენტთა მომსახურების ხარისხის სისტემის ფორმირება განაპირობებს მათ წარმატებას და კონკურენტუნარიანობას ბაზარზე. სამედიცინო მომსახურება მრავალი კომპონენტისგან შედგება და ძალზე კომპლექსურია. შესაბამისად, მისი მართვის ხარისხის შეფასება საჭიროებს კომპლექსურ ინსტრუმენტებს, რათა მოხდეს მრავალმხრივი შესწავლა, შეფასება, გაანალიზება და განვითარება.

სამედიცინო დაწესებულებების, კერძოდ კლინიკების მომსახურების ხარისხის შეფასება შესაძლებელია ორი მიმართულებით - სამედიცინო და არასამედიცინო ხარისხის დონე. მიუხედავად იმისა, რომ ორივე მათგანი კომპლექსურად მოქმედებს პაციენტზე, შესაძლებელია საკვლევი ინსტრუმენტების იმგვარად ფორმირება, რომ მოხდეს მათი გამიჯვნა.

პაციენტთა კმაყოფილება/უკმაყოფილების დონის და მისი გამომწვევი მიზეზების განსაზღვრა მნიშვნელოვანია სამედიცინო დაწესებულებებისათვის. აქვე, გადაწყვეტი მნიშვნელობა ენიჭება იმას, თუ რამდენად კარგად ესმის დაწესებულებას, თუ რა კრიტერიუმებით აფასებენ პაციენტები მომსახურებას (არასამედიცინო), რა მოლოდინები აქვთ მათ მომსახურების მიმართ და როგორ აღიქვამენ ისინი მიღებული მომსახურების ღირებულებას. აღნიშნული ინფორმაციის მიღება შესაძლებელია სხვადასხვა ტიპის კვლევების საშუალებით.

კვლევის შედეგების ანალიზმა მოგვცა შემდეგი დასკვნების გაკეთების შესაძლებლობა:

- სამედიცინო ხარისხის შეფასება საჭიროებს კომპლექსურ კვლევის ინსტრუმენტებს;
- ჩატარებულმა კვლევამ გვიჩვენა, რომ პაციენტთა მოლოდინები და აღქმული მომსახურება განსხვავდება ერთმანეთისგან;
- მოლოდინებსა და აღქმულ ფასეულობებს შორის „ნაპრალების“ სიდიდე განსხვავებულია სხვადასხვა დებულებების მიხედვით;

- ყველა დებულებაში მოლოდინები აჭარბებს აღქმულ ღირებულებებს;
- პაციენტები კლინიკას ირჩევენ მათთვის სასურველი ექიმის სამუშაო ადგილის და არა თავად კლინიკის მიხედვით;
- პაციენტები ექიმის შერჩევის გადაწყვეტილების მისაღებად საჭირო ინფორმაციისთვის მიმართავენ ახლობლებს და იენებენ სოციალურ ქსელებს;
- პაციენტები განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ანიჭებენ ექიმის მიერ მკურნალობისადმი კომპლექსურ მიდგომას;
- პაციენტებისთვის დიდი მნიშვნელობა აქვს ექიმის მიერ თანამედროვე ლიტერატურის გაცნობასა და კვალიფიკაციის ამაღლებაზე მუდმივ ზრუნვას;
- პაციენტები ექიმის შეფასებისას ყურადღებას ამახვილებენ ექიმის მიერ გულდასმით და გულისყურით მოსმენაზე.

ქვემოთ მოცემულია რეკომენდაციები, რომელთა გათვალისწინება უზრუნველყოფს პაციენტთა კმაყოფილების დონის ამაღლებას:

1. კლინიკის მენეჯმენტმა განსაკუთრებული ყურადღება უნდა მიაქციოს კლინიკის და მისი თანამშრომლების დამაჯერებლობის, ორგანიზაციული კულტურის ფორმირებასა და სანდოობის ფაქტორის შექმნას;
2. კლინიკების ხელმძღვანელობამ მხედველობაში უნდა მიიღონ პაციენტთა მაღალი მოლოდინი თანამედროვე აპარატურით აღჭურვის, მაღალხარისხიანი და დროული მომსახურების მუდმივად მიწოდებისა და პაციენტთა უსაფრთხოების შესახებ;
3. ექიმებმა განსაკუთრებული ყურადღება უნდა გაამახვილონ პაციენტებთან ურთიერთობის კონფიდენციალობაზე და მკურნალობის სამოქმედო გეგმის პაციენტთან ერთად ფორმირებაზე;

4. ექიმები მუდმივად უნდა ეცნობოდნენ თანამედროვე ლიტერატურას ზრუნავდნენ თვითგანვითარებაზე და ახდენდნენ კვალიფიკაციის ამაღლებას;
5. ექიმებმა უნდა იზრუნონ ჰიგიენის და სანიტარული ნორმების დაცვაზე;
6. ექიმები აღარ უნდა შევიდნენ გარიგებაში ფარმაცევტულ კომპანიებსა და ლაბორატორიებთან.

ჩვენ მიერ შემუშავებული მომსახურების ხარისხის კვლევის ინსტრუმენტი არის საშუალება იმისა, რომ თბილისში არსებულმა კლინიკებმა ზუსტად განსაზღვრონ თუ რა სურთ, რა მოლოდინები აქვთ პაციენტებს მათ მიმართ. ასევე, გამოიყენონ აღნიშნული ინსტრუმენტი იმისათვის, რომ მიიღონ ინფორმაცია, თუ როგორ აფასებენ მათი მომხმარებლები კონკრეტული კლინიკის ან/და ექიმის მომსახურებას. მიღებული ინფორმაციის საფუძველზე მათ ექნებათ უმნიშვნელოვანესი მონაცემები, თუ რომელი ფაქტორები აქვთ გამოსასწორებელი იმისათვის, რომ მიაღწიონ მომხმარებელთა კმაყოფილების მაღალ დონეს.

ნაშრომის აპრობაცია

დისერტაციის თემაზე საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტის ბიზნეს ტექნოლოგიების ფაკულტეტის სოციალურ მეცნიერებათა დეპარტამენტის საგამოცდო კომისიაში დაცულ იქნა სამი კოლოკვიუმი:

1. „მომსახურების მარკეტინგის მეცნიერული შსწავლა“ (05.02.2015);
2. „მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმები და ინსტრუმენტები“ (13.07.2015);
3. „მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმების განსაზღვრა“ (16.02.2016)

სადისერტაციო ნაშრომთან დაკავშირებული აქტუალური თემები გამოქვეყნებულია საერთაშორისო რეფერირებად და რეცენზირებად ჟურნალებში და კრებულებში შემდეგი სტატიების სახით:

1. „მომხმარებელთა სურვილების ცოდნა კომპანიის კონკურენტული უპირატესობაა“. ჟურნალი „სოციალური ეკონომიკა“, #4 (34), 2014. გვ. 106-108;
2. „მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმები“. ჟურნალი „ეკონომისტი“, #2, 2015. გვ. 44-48;
3. „მომხმარებლები ენდობიან იმას, რაც მათ მეგობრებს მოსწონთ“. სამეცნიერო შრომების კრებული, კავკასიის უნივერსიტეტი, 2015. გვ. 76-84;
4. „მომსახურების მარკეტინგი“, ჟურნალი „ბიზნეს-ინჟინერინგი“, #1-2, 2016. გვ. 105-108;

სადისერტაციო ნაშრომთან დაკავშირებული მნიშვნელოვანი თემა მოხსენიებული იქნა საერთაშორისო კონფერენციაზე:

„მომსახურების ხარისხის შეფასების კრიტერიუმები“, სტუ-ს სტუდენტთა 83-ე ღია საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია, II ადგილი, ივნისი, 2015 წ. თეზისი გამოქვეყნებულია თეზისების კრებულში.