

## ÖSSZEFOGLALÁS

### **Szolgáltatás menedzsment a vállalkozások életében**

**Molnár Alex Dávid**  
**Levelező**  
**MA/MSc**  
**Vállalkozásfejlesztés**

A dolgozatomban célja a szolgáltatás menedzsment jövőbeni alkalmazásának lehetőségeit vizsgálni egy vállalkozás életében. A belső és külső ügyfelek irányába nyújtott szolgáltatások és ráfordítások hogyan és miként térülhetnek meg a vállalkozásnál, ezek tervezhetők-e és mérhetőek-e.

A szolgáltatás menedzsment alkalmazásának és annak a lehetőségeit, majd ezek eredményeit és javaslatait vizsgálom a gyakorlatban egy hazai mikro vállalkozás életében. Egy dinamikusan fejlődő 2018-as alapítású vállalkozást vettem alapul, mely nagykereskedelemmel foglalkozik. A vállalkozás jelenleg 12 dolgozóval rendelkezik, ezért mondhatni a kis létszám miatt “családi” vállalkozásként működik. Ennek is megvannak az előnyei és hátrányai egyaránt. Belső ügyfelek tekintetében ez pozitív a cég számára, hiszen az alacsony létszám miatt gördülékenyebben tudnak dolgozni és egy probléma esetében lényegesen gyorsabban tudnak döntést hozni a nagyvállalatokkal szemben.

A szakirodalmi részt öt tartalmi csoportra osztottam, ebből készültek további fejezetek, azonban egyes tartalmi elemeket több fejezetben is bemutattam indokolt esetben.

A szolgáltatás menedzsment belső és külső ügyfelek által hordozott különbségek és azok feltárása hasznos lehet a jövőben a vállalkozás életében. Folyamatos kapcsolatartás a dolgozókkal illetve a vállalkozás ügyfeleivel fontos alappillére egy vállalkozásnak, mely rengetek előnyt rejt magában, ezért nagyon fontos ennek a megfelelő mérése, elemzése, tervezése.

Dolgozatomban előfeltevése az, hogy a szolgáltatásminőség mérés ismert modelljei, illetve a költséghatékonyság vizsgálat módszerei alapján, felhasználva a szolgáltatás menedzsment szakterületének elméleti hátterét, ki lehet mutatni azt, hogy a belső ügyfelekre fordított erőforrások megtérülnek-e, mérhető-e a belső szolgáltatások megtérülése a vállalat eredményeiben. Ha igen, pontosan meghatározható, mit kell megtenniük a döntéshozóknak ahhoz, hogy a vállalat jövőben eredményességének növelését a belső ügyfél támogatásával is erősítse.

Mivel a legtöbb szolgáltatásmenedzsmenttel, szolgáltatásminőség méréssel foglalkozó tanulmány elméleti része érinti a belső ügyfél/belső szolgáltatás fogalmát, a módszertani, kutatástechnikai fejezetek már nem. Például SERVQUAL modell dimenzióiban, kérdőívében egyáltalán nem szerepel a belső ügyfél/belső szolgáltatás, holott az elméleti rész tartalmazza azt, hogy a szolgáltatásminőség fontos alrendszere a belső ügyfél/belső szolgáltatás.

A hiány oka nem derül ki a tanulmányokból. Pótlására, illetve alkalmazására pedig szükség van egy szolgáltató vállalat működésének, fejlődésének, hatékonysága növelésének tervezésében.

A dolgozatban tisztázom a szakterület elméleti jellemzőit, a szolgáltatás határait és a szolgáltatásminőség menedzsment fogalmát. Áttekintem az üzleti szektorban használt költséghatékonyság számítások módszertanát és a szolgáltatás minőség módszertanát is.

Az összefoglalást követően javaslatokat teszek a dolgozatban a belső ügyfél/belső szolgáltatás közötti kapcsolat kutatás-elemzési módszertanára. Javaslatok során elméleti és gyakorlati lehetőségeket is kifejtettem.