



## საქართველოს მეცნიერებათა ეროვნული აკადემია

ქართული ენციკლოპედიის ი. აბაშიძის სახელობის მთავარი სამეცნიერო რედაქცია

### მომსახურება

მომსახურება (ინგლ. Service - სერვისი, მომსახურება), ეკონომიკური საქმიანობა, როდესაც გამყიდველი არაფიზიკურ ფასეულობას გადასცემს მყიდველს მისი საჭიროებების (მოთხოვნილებების) დასაკმაყოფილებლად, პრობლემების გადასაჭრელად ან კეთილდღეობის უზრუნველსაყოფად. ეს არის მომხმარებლის მხარდაჭერის, დახმარებისა და ფასეულობის მიწოდების პროცესი.

**მ.** ფართო სპექტრისაა. ბიზნესმომსახურება მოიცავს: ფინანს. შუამავლობას, სატრანსპ., სადაზღვევო; კავშირგაბმულობის, საყოფაცხოვრებო და საბინაო-კომუნალურ; სარემონტო, სარესტავრაციო, საკონსტრუქტორო, გეოლ.-საძიებო; სარეკლამო; საინოვაციო; საკონსულტაციო, იურიდ., ბუღალტრულ, აუდიტორულ, მარკეტინგულ; ინფორმაციული ტექნოლოგიების (IT), მონაცემთა დამუშავებისა და საინფორმაციო უზრუნველყოფის; დაცვის **მ**-ს და სხვა საქმიანობას, რაც ხელს უწყობს ბიზნესის ფუნქციონირებასა და ზრდას.

სახელმწ. ინ-ტების საჯარო **მ.** მოიცავს საბ-ბის სამართლებრივ **მ**-ს, მ. შ. პატენტების, მონუმენტების, ლიცენზიების, სავაჭრო ნიშნების, ინტელექტუალური საკუთრებისა და სხვა გამოყენებაზე უფლების გადაცემას, სოც. **მ**-ს (სოც. დახმარება) და სხვა ინფრასტრუქტურულ საქმიანობას, რ-ებიც ემსახურება ბიზნესის განვითარებასა და ხალხის კეთილდღეობას.

**მ**-ის სფეროს ისტორია გამოირჩევა მუდმივი ევოლუციით, რაც განპირობებულია ტექნოლ. მიღწევებით, საბ-ბის ცხოვრების სტილის ცვლილებებითა და ეკონომიკის განვითარებით. ქალაქების ზრდამ და ვაჭართა კლასის განვითარებამ განაპირობა გაზრდილი მოთხოვნა საბანკო, იურიდ., საგანმან. და სამედ. **მ**-ებზე. ბიზნესის ზრდამ ხელი შეუწყო პროფ. **მ**-ის -

ბულატერიის, დაზღვევისა და მენეჯმენტის კონსულტაციის განვითარებას. საშ. კლასის ბრძამ კი განაპირობა მოთხოვნა პერსონალურ სერვისებზე, მ. შ. შინამეურნეობების დამხმარე საქმიანობაზე, განათლებაზე, მეცნიერებასა და გართობაზე.

II მსოფლიო ომის შემდგომ, მთავრობებმა დაიწყეს მეტი საჯარო სერვისის მინოდება, მ. შ. ჯანდაცვაში, განათლებაში, მეცნიერებაში და სოც. მიმართულებით. სამომხმარებლო კულტურის ბრდასთან ერთად გაიზარდა მოთხოვნა საცალო ვაჭრობაზე, სტუმარმასპინძლობასა და პერსონალურ სერვისებზე.

XX ს. ბოლოს და XXI ს. დასაწყისში, რ-საც ხშირად ინფორმაციულ ეპოქას უწოდებენ, ტექნოლოგიურმა მიღწევებმა (ტელეფონი, ტელევიზია, ინტერნეტი) რევოლუცია მოახდინა მ-ის მინოდების სფეროში. განვითარდა ელექტრონული მ., ტელეკომუნიკაციები და გაიზარდა გლობალური აუტსორსინგი (ინგლ. Outsourcing – მ-ის შესყიდვა სხვა კომპანიისგან ან ფიზ. პირისგან). ციფრულმა ეპოქამ კიდევ უფრო დაუკავშირა საქონლის წარმოება და მ. ერთმანეთს. ონლაინგანათლება და ჯანდაცვა გახდა ეკონომიკის მნიშვნელოვანი სფეროები, რაც განაპირობა ტექნოლოგიების განვითარებამ და მომხმარებელთა ქცევის ცვლილებებმა. ბოლო რამდენიმე ათწლეულის განმავლობაში გლობალურ ეკონომიკაში მ-ის სექტორის როლი მნიშვნელოვნად გაიზარდა. მსოფლიო ბანკის მონაცემებით (2021), მ-ის სექტორი მსოფლიო მშპ-ის 65%-ს შეადგენდა, 2035-თვის კი 77%-ს მიაღწევს. ზოგიერთ ქვეყანაში (აშშ, დიდი ბრიტანეთი და საფრანგეთი) მ-ის სექტორი აღწევს მშპ-ის 80%-ს, ევროკავშირში – 73%-ს, იაპონიაში – 70%-ს. მაღალშემოსავლიან ქვეყნებში მ-ის სექტორში დასაქმებულია სამუშაო ძალის 75%, შედარებით დაბალი შემოსავლის მქონე ქვეყნებში კი – დაახლ. 40%. ვაჭრობის მსოფლიო ორგანიზაციის მონაცემებით (WTO), სერვისები გლობალური ვაჭრობის 24%-ს შეადგენდა (2020). ეს მოიცავდა ფინანს., მოგზაურობის, საინფორმაციო და საკომუნიკაციო ტექნოლოგიების (ICT) მ-ის სექტორებს.

საქართველოში ისტორიულად მ-ის სექტორი ყალიბდებოდა ძვ. სამყაროს კულტურების გავლენის, ადგილ. ტრადიციების ჩამოყალიბებისა და ეკონ. საქმიანობის განვითარებასთან ერთად. ის მოიცავდა სავაჭრო, რელიგიურ, ჯანდაცვის, ხელოსანთა, საგანმან. და სხვა კულტ. მ-ებს და ამ პერიოდში იყო ქვეყნის ეკონ. და სოც. ცხოვრების განუყოფელი ნაწილი, რ-იც ხელს უწყობდა როგორც ადგილ., ისე გლობალური ურთიერთობების გაძლიერებას.

საქართველო გეოგრ. მდებარეობის გამო „აბრეშუმის გზის“ ერთ-ერთი უმნიშვნელოვანესი ქვეყანა იყო. იგი აკავშირებდა დასავლეთსა და აღმოსავლეთს. სავაჭრო გზა არა მხოლოდ საქონლის, არამედ კულტ. და ტექნოლ. ცოდნის გაცვლის საშუალებასაც იძლეოდა. ბაზრები და ქარავან-სარაიები მოგზაურებსა და ვაჭრებს საკვებით, საძინებლით და სხვა საჭირო მ-ით უზრუნველყოფდნენ. ეკლესიებში, მონასტრებსა და ტაძრებში იმართებოდა

სხვადასხვა რელიგ. ცერემონია და დღესასწაული. იქვე ფუნქციონირებდა განათლების ცენტრები; ეწოდნენ სხვადასხვა მ-ს სულიერი და ინტელექტუალური მ-ის, ჯანმრთელობის დაცვისა (მონასტრებთან არსებობდა ჰოსპიტლები) და სოც. დახმარების სახით. მხატვრები, მუსიკოსები და სხვა ხელოვანები საზ-ბას სთავაზობდნენ სხვადასხვა კულტ. მ-ს.

საბჭ. პერიოდში (1921-91) საქართველოში მ-ის სექტორი (ტრანსპორტი, სასტუმრო მ., ტურიზმი და სხვ.) არ იყო ისე განვითარებული, როგორც წარმოება და სოფლის მეურნეობა. იგი ძირითადად სახელმწ. კონტროლით ხორციელდებოდა.

1991 საქართველოში ჩატარდა რეფორმები, რაც მიზნად ისახავდა საბაზრო ეკონომიკის შექმნას. მომდევნო პერიოდში მ-ის სექტორი, განსაკუთრებით სავაჭრო და ფინანს. მ., სწრაფად განვითარდა. გაუმჯობესდა სატრანსპ. ინფრასტრუქტურა, რამაც ხელი შეუწყო ტურიზმისა და ლოგისტიკური მ-ის გაზრდას. თანდათანობით აღორძინდა ტურიზმის სფერო. XXI ს. დასაწყისიდან საქართველოში მ-ის სექტორი გახდა ქვეყნის ეკონ. ზრდისა და განვითარების მამოძრავებელი ძალა. იგი მნიშვნელოვნად გაფართოვდა და დივერსიფიცირდა.

ამჟამად საქართველო პოპულარული ტურისტული ქვეყანაა განვითარებული ფინანს. სერვისებით, განსაკუთრებით საბანკო სექტორით, საინფორმაციო ტექნოლოგიების (IT) მ-ით. საქართვე. სტატისტ. ეროვნ. სამსახურის (საქსტატი) მონაცემებით საქართვე. ეკონომიკაში 2013-23 მ-ის სფეროს წილმა მშპ-ში დაიკავა ყველაზე დიდი ადგილი - 60%-ზე მეტი. მ. შ. განათლების წილი არის 4-5%, ჯანდაცვის კი - 7-8%. მ-ის სექტორში დასაქმებულია სამუშაო ძალის დაახლ. 50%.

საქართველოში იზრდება მ-ის ექსპორტი, განსაკუთრებით ტურიზმში, ტრანსპორტსა და საინფორმაციო ტექნოლოგიებში, რ-თა წილმაც მ-ის მთლიან ექსპორტში 90%-ს გადააჭარბა (2025). ეკონომიკა ყველაზე სწრაფად იზრდება ინფორმაციისა და კომუნიკაციის (IT) დარგში.

საქართვე. სტრატეგიულმა მდებარეობამ, როგორც სატრანზიტო კვანძმა ევროპასა და აზიას შორის, გაზარდა ტრანსპორტ. და ლოგისტიკის სექტორის მნიშვნელობა, ხოლო ინვესტიციებმა ინფრასტრუქტურაში, მ. შ. პორტებში, რკინიგზასა და მაგისტრალეებში - სატრანსპორტო მ-ის მნიშვნელობა.

**მ. თოქმაზიშვილი**

---