



HİZMET TASARIMI

KOİ301U



KISA ÖZET

ÜNİTE 1. HİZMET KAVRAMI VE OTEL İŞLETMELERİNDE HİZMET ÇEŞİTLERİ

HİZMETLERİN GELİŞİMİ

1939 yılında ekonomist olan Fisher ekonomi içerisinde faaliyet gösteren üretim alanlarını (ekonominin sektörlerini) birincil, ikincil ve üçüncül sektörler olarak gruplandırmıştır.

Birincil üretim alanı; tarımsal, hayvansal ve kırsal üretim ile balıkçılık, ormancılık, avcılık ve madencilik alanlarını kapsamaktadır.

İkincil üretim alanı ise fabrika üretimini (sanayiye) ve inşaatı kapsamaktadır. Bazı ekonomistler, Fisher'in birincil üretim alanına dahil ettiği madenciliği de ikincil üretim alanı içeri-sinde değerlendirmektedirler.

Üçüncül üretim alanı ise ulaştırma, iletişim, ticaret ve devlet hizmetleri ile diğer kişisel hizmetleri kapsamaktadır. Bilindiği gibi, bir ülkedeki milli gelir arttıkça, istihdam birincil sektörden ikincile, ikincilden de üçüncül sektöre doğru yönelmektedir.

Hizmetlerin gelişiminde göz önünde tutulan bir başka gösterge ise toplumsal gelişim sürecidir. Yaygın olarak kabul gören bu gelişim süreci içerisinde hizmetlerin gelişimi;

- (a) endüstri öncesi toplum,
- (b) endüstri toplumu ve
- (c) endüstri sonrası toplum (bilgi toplumu) olarak değerlendirilir.

Endüstri Öncesi Toplum: Bu toplum yapısında temel ekonomik faaliyetlerin tarımsal ve hayvansal üretim ile balıkçılık, ormancılık ve madenciliğe dayalı üretim olduğu bilinmektedir. Ekonomi öncesi toplumda yaşayan insanlar, kendi karınlarını doyurmak için kendilerine yetecek kadar üretirler. Başkaları için üretme anlayışı pek gelişmediğinden yeterli düzeyde üretim alanları bulunmaz.

Endüstri Toplumu: Burada temel ekonomik faaliyetlerin fiziksel ürün (mal) üretimine dayalı olduğu söylenebilir. İnsanlar hayatlarını üreterek sürdürürler. Daha az girdi ile daha çok çıktı elde etme sağlanabildiğinden üretimdeki verimlilik oldukça yüksektir. Ekonominin sloganı en uygun ve en yüksek üretimdir. Ekonomide iş bölümü ve uzmanlaşma söz konusudur.

Endüstri Sonrası Toplum (Bilgi Toplumu): Bu dönemde temel ekonomik faaliyetlerin hizmetlere dayalı üretimden oluştuğu söylenebilir. İnsanlar hayatlarını sunulan hizmetlere dayalı olarak sürdürmektedirler. Endüstri sonrası toplumlar (ekonomiler), hizmet toplumu veya hizmet ekonomisi olarak adlandırılmaktadır. Hizmet ekonomileri günümüzde gelişmiş ekonomilerdir.

HİZMET KAVRAMI

Çok basit bir ifade ile hizmet, özünde soyut çıktıya dayalı işleri, süreçleri ve faaliyetleri ifade etmektedir. Soyut olma özelliği, hizmetleri fiziksel ürünlerden (mallardan) ayıran en temel unsurdur. Genel olarak asıl çıktısı somut olmayan, üretildiği yerde tüketilen veya satılan her şey hizmet olarak değerlendirilmektedir.

Hizmetlerin Sınıflandırılması

Geleneksel olarak hizmetler;

- (a) ulaşım hizmetleri, sağlık hizmetleri, bankacılık hizmetleri, iletişim hizmetleri, bakım ve onarım hizmetleri gibi faaliyet gösterilen iş koluna göre sınıflanabileceği gibi,
- (b) işletme hizmetleri (danışmanlık, finans ve bankacılık gibi), ticaret hizmetleri (perakendecilik, tamir ve bakım gibi), altyapı hizmetleri (iletişim ve ulaşım gibi), sosyal/kişisel hizmetler (restoran ve sağlık gibi) ve kamu hizmetleri (eğitim ve hükümet gibi) şeklinde yapılan iş çeşidine göre de sınıflandırılmaktadır. Hizmet-

lerle ilgili en fazla kabul gören ve daha çok üretim özelliklerine dayalı sınıflandırma yaklaşımına aşağıda yer verilmektedir

1. Somutluk/soyutluk düzeyine göre,
2. Sunum sürecine müşterinin dâhil olma düzeyine göre,
3. Sunum şekline göre,
4. Kişileştirilebilme ve hizmeti sunanın üstünlük kullanabilme düzeyine göre,
5. Sunan ile hizmeti alan arasındaki ilişki düzeyine göre,
6. Hizmet arzının hizmet talebini karşılayabilme düzeyine göre,
7. Ortam, personel, araç ve gereçlerin önemine göre,
8. Hizmet süreçlerine göre.

Somutluk/Soyutluk Düzeyine Göre Hizmetler

Somutluk düzeyi bazı hizmetlerde yüksek iken bazı hizmetlerde düşük olabilir. Yiyecek-içecek işletmelerinin, yolcu taşımacılığı yapan işletmelerin, güzellik merkezlerinin, hizmet sunum sürecinde çeşitli somut unsurlardan yararlanma oranları yüksektir. Buna karşın, eğitim, danışmanlık, tiyatro, müze, bankacılık, sigortacılık ve muhasebe hizmetleri gibi hizmetlerin sunum süreci ağırlıklı olarak soyut faaliyetleri gerektirmektedir.

Sunum Sürecine Müşterinin Dâhil Olma Düzeyine Göre Hizmetler

Bazı hizmetlerin sunum sürecine müşteriler doğrudan dâhil olurken, bazı hizmetlerin sunum sürecinde müşteriler bulunmamaktadır. Kuaförlük veya toplu taşımacılık gibi birtakım hizmetler doğrudan müşterilerin kendisine yönelik hizmetlerdir ve bu tür hizmetlerin sunum sürecine müşteriler de dâhil olmaktadır. Diğer taraftan, müşteriler, özellikle kendilerine ait olan eşyalara yönelik de hizmet alabilmektedirler ve bu hizmetlerin sunum sürecine doğrudan kendileri dâhil olmamaktadırlar; kuru temizleme hizmeti ve otomobil tamir hizmetleri gibi. Bu tür hizmetlerin sunum süreci tamamlandıktan sonra müşteriler sunulan hizmete ilişkin faydayı elde edebilmektedirler.

Sunum Şekline Göre Hizmetler

Bazı hizmetler çoğu kez müşterinin bulunduğu yere getirilir; zararlı haşereler ile mücadele hizmetleri, paket yiyecek hizmeti (pizza, eve paket yiyecek hizmeti) gibi. Ancak, kuaförlük, yiyecek-içecek hizmetleri (restoran) ile otel hizmetleri gibi birçok hizmeti satın almak için de müşteri hizmet sunum yerine gitme zorundadır veya hizmet sunumunun hizmet üretim yerinde gerçekleşmesi gerekir. Diğer taraftan bazı hizmetler tüm yıl boyunca sunulurken bazı hizmetlerin sunumu, günün, haftanın, ayın ve yılın zaman dilimleri ile sınırlandırılmaktadır. Bazı hizmetler tek bir yerde sunulurken bazı hizmetler de çoklu dağıtım yerlerinde sunulabilir. Yine kuaförlük, tiyatro, bahçivanlık gibi hizmetlerin sunumu genellikle tek bir yerde olurken (tekli hizmet sunum yerleri) telefon hizmeti sunan işletmeler, hızlı yemek hizmeti veren restoran zincirleri gibi bazı işletmeler de bir-den fazla yerde (çoklu hizmet sunum yerleri) hizmet sunabilmektedirler.

Kişileştirilebilme ve Hizmeti Sunanın İnisiyatif Kullanabilme Düzeyine Göre Hizmetler

Hizmetlerin müşteri ihtiyaç ve tercihlerine göre şekillenmesi veya hizmeti sunanın inisiyatif kullanabilmesine göre de sınıflandırılması mümkündür.

Kuaförlük hizmeti ve sigorta poliçesinin düzenlenmesi kişilerin tercihine ve isteğine göre özel hâle getirilebilirken, toplu taşıma araçlarının sunduğu veya herhangi bir hastalığın muayene prosedürü standart olarak (kişiye özel olmadan) sunulmaktadır.

Sunan ile Hizmeti Alan Arasındaki İlişki Düzeyine Göre Hizmetler

Banka, sigorta, eğitim, sabit ve mobil telefon hizmetleri gibi birçok hizmet türü hizmeti sunan ile hizmeti alan arasında üyelik ilişkisini gerektirmektedir. Diğer taraftan, karayolu, araba kiralama, yiyecek-içecek, otel ve kamu güvenlik (polis) hizmetleri gibi hizmetler de hizmeti sunan ile hizmeti alan arasında herhangi bir üyelik veya resmi ilişkiyi gerekli kılmamaktadır.

Hizmet Arzının Hizmet Talebini Karşılabilme Düzeyine Göre Hizmetler

Bazı hizmetlere yönelik talep ani dalgalanmalar gösterirken bazı hizmetlere yönelik talep ani değişim veya dalgalanmalar göstermeyebilir. Otel ve yiyecek-içecek hizmetleri gibi bazı hizmetlere yönelik talep günün belirli saatlerinde, haftanın belirli günlerinde ve yılın belirli dönemlerinde daha yoğun olabilir. Diğer taraftan, sigorta ve avukatlık hizmetleri gibi bazı hizmetlere yönelik talep ise genellikle düzenli bir şekildedir.

Ortam, Personel, Araç ve Gereçlerin Önemine Göre Hizmetler

Hizmetlerin sunulduğu ortam, hizmet sunumunda kullanılan araç ve gereçler ile hizmeti sunan personel, müşterilerin hizmet deneyiminin oluşmasında önemli rol oynamaktadır. Birçok hizmet, hem hizmetin sunulduğu ortam, hem kullanılan araç ve gereç hem de hizmet personelinin bir arada faaliyet göstermesi ile gerçekleştirilebilirken bazı hizmetlerin sunumunda hizmetin sunulduğu ortamın veya hizmet sunumunda kullanılan araç ve gereçlerin önem ve fonksiyonu daha az olabilir ve-ya hiç olmayabilir.

Hizmet Süreçlerine Göre Hizmetler

Süreç, girdinin çıktıya dönüştürülmesi ile ilgili bir faaliyetler zinciridir. Hizmet sürecinde iki ana öge bulunmaktadır. Bunlardan biri insanlar, diğeri de nesnelere.

Hizmetler, süreçlerine göre ele alındığında, dört ana sürece ayrılabilir:

- (a) İnsan süreçli hizmetler,
- (b) mülkiyet süreçli hizmetler,
- (c) zihinsel uyarıcı süreçli hizmetler ve
- (d) bilgi süreçli hizmetler.

İnsan Süreçli Hizmetler: Yolcu taşımacılığı, kuaförlük ve dişçilik hizmetleri gibi insanların doğrudan kendilerine yönelik somut faaliyetleri içermektedir. Müşteriler, bu tür hizmetlerden faydalanabilmek için hizmet sunum sürecinin içinde doğrudan bulunmak zorundadırlar.

Mülkiyet Süreçli Hizmetler: Kargo, otomobil tamiri, bahçıvanlık ve temizlik hizmetleri gibi müşterilere ait fiziksel mülkiyetlere yönelik somut faaliyetleri içermektedir. Bu tür hizmetlerin sunulduğu yerde, müşterinin kendisinin hizmet sunum sürecinde bulunması gerekmez, hizmet sürecine dâhil olan müşteriye ait fiziksel mülkiyet hizmet sunulan yerde olmalı veya hizmeti sunan bu fiziksel mülkiyetin bulunduğu yerde hizmeti vermelidir.

Zihinsel Uyarıcı Süreçli Hizmetler: Eğlence, spor müsabakaları, tiyatro gösterimi ve eğitim hizmetleri gibi insanların zihnine (beynine, ruhuna) yönelik soyut faaliyetleri içermektedir. Bu tür hizmetlerin sunulduğu yerlerde müşteri fiziksel olarak bulunabileceği gibi fiziksel olarak başka bir yerde bulunurken müşterinin zihnine hitap eden hizmetler radyo ve televizyon ve diğer iletişim araçlarıyla da sunulabilir.

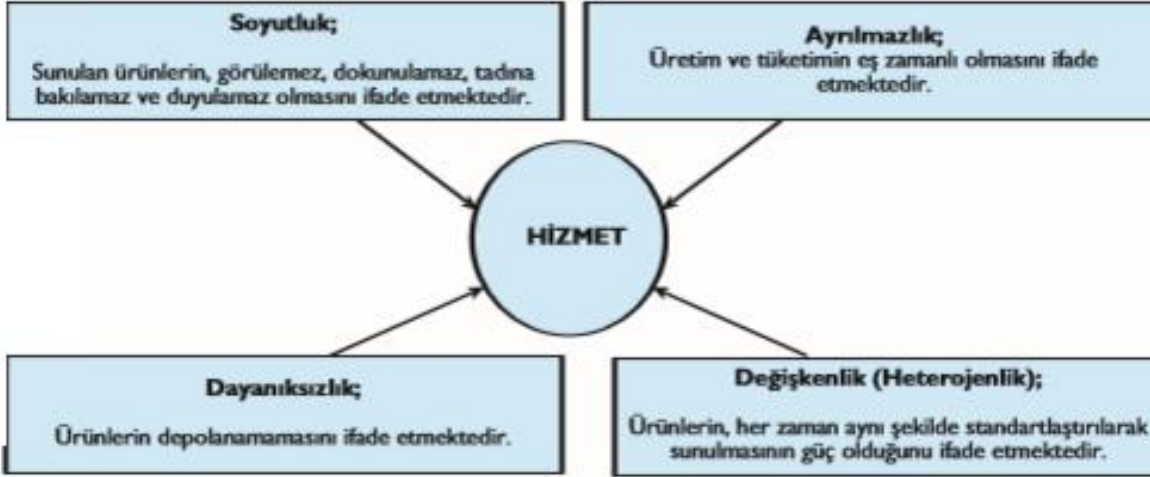
Bilgi Süreçli Hizmetler: Sigortacılık, bankacılık ve birçok danışmanlık hizmetleri gibi müşterilerin sahip olduğu mülkiyete yönelik soyut faaliyetleri içermektedir. Bu tür hizmetlerde, hizmet talebi başlatıldıktan sonra müşteri ile her zaman doğrudan temasa gerek duyulmayabilir.

Hizmetlerin Özellikleri

Hizmetlerin, fiziksel ürünler ile karşılaştırıldıklarında birtakım farklılıkları olduğu görülür. Fiziksel ürünleri hizmetlerden ayıran özellikler aşağıdaki tabloda özetlenmiştir:

Fiziksel Ürünler	Hizmetler
Mülkiyet hakkı müşteriye devredilir.	Mülkiyet hakkının fiziksel ürünlerde olduğu gibi müşteriye devredilmesi söz konusu değildir.
Depolanıp, ürünün özelliğine göre uzun süre saklanması mümkündür.	Hiçbir şekilde depolanıp, saklanamaz.
Somuttur.	Soyuttur.
Ürün standarttır (homojen).	Ürün değişkendir (heterojen).
Müşteriler ürünlerin üretim sürecini görmezler ve fiilen bulunmazlar.	Müşteriler birçok durumda hizmet üretim sürecinin önemli bir parçasını oluşturur.
Müşterilerin benzer nitelikteki fiziksel ürünleri karşılaştırmaları ve değerlendirmeleri daha rahat ve kolaydır.	Müşterilerin benzer nitelikteki hizmetleri karşılaştırmaları ve değerlendirmeleri kolay değildir.
Müşterinin bulunduğu yere ulaştırılır.	Hizmetlerin fiziksel olarak müşteriye ulaştırılması mümkün değildir; (a) müşteriler, hizmetin sunulduğu yere giderler, (b) bazı durumlarda elektronik kanallar aracılığı ile dağıtılabılır ve (c) bazı özel durumlarda ise hizmet müşterinin bulunduğu yerde üretilir.
Fiziksel ürünlerin üretiminde bir hata yapıldı ise düzeltmek mümkündür.	Hizmetlerin üretiminde hata yapıldı ise geri dönmek ve düzeltmek oldukça zordur.
Önceden üretilebildikleri ve depolanabildikleri için müşterilerin ürünün üretimini beklemesi hizmetlerdeki gibidir.	Önceden üretilip, depolamanın mümkün olmasından dolayı müşterileri beklemeden hizmetin sunumunda hız ve zaman önemlidir.

Fiziksel ürünleri hizmetlerden ayıran bu farklılıkların esasen hizmetlerin dört temel özelliğinden kaynaklandığını söylemek mümkündür. Bu özellikler aşağıdaki şekilde verilmektedir:



Ürün Olarak Hizmet

Temel hizmet kavramı müşterinin ihtiyaç duyduğu temel faydayı ifade eder.

Destekleyici hizmetler, temel hizmetlerin kullanımını kolaylaştırıcı ve temel hizmetlere değer katan ya da değerini artıran unsurları içerir. Destekleyici hizmetler hizmet sunum sürecini kolaylaştırıcı ve bu süreçte değer katan/arttırıcı hizmetler olup temel hizmetlerde rekabet üstünlüğü ve farklılaşma oluşturmaktan dolayı önemlidir. Hizmet ürünü ile ilgili olarak kullanılan bir başka kavram ise değer artırıcı hizmettir.

Değer artırıcı hizmetler, temel hizmette katma değer oluşturacak destekleyici hizmetlerin bir arada sunulmasını ifade eder.

Kolaylaştırıcı Hizmetler: Bilgilendirme, Sipariş alma veya rezervasyon, Faturalandırma, Ödeme

Değer Artırıcı Hizmetler: Danışmanlık, Konukseverlik (ağırlama), Koruma ve güvenlik, İstisnalara cevap verme

OTEL İŞLETMELERİ VE OTEL İŞLETMELERİNDE HİZMET ÇEŞİTLERİ

Otel işletmeleri, düzenli olarak ikamet ettiği yerden (evinden) uzakta olan kişilere temelde konaklama ve yeme-içme hizmetleri ile rekreasyon (dinlenme ve eğlenme) gibi çeşitli destekleyici nitelikte hizmetler de sunan turizm işletmeleridir.

Aşağıdaki şekle göre sınıflandırılır;

SINIFLAMA TÜRÜ	OTEL İŞLETMELERİ
Konaklama Türüne Göre	<ul style="list-style-type: none">• Termal oteller,• Sayfiye otel işletmeleri,• Kongre hizmeti veren otel işletmeleri,• Şehir oteli,• Karayolu üzerinde bulunan otel işletmeleri (moteller),• Havaalanlarında ve yakınlarında bulunan otel işletmeleri,• Oberj (dağ evi),• Kayak merkezlerinde bulunan otel işletmeleri.
Faaliyet Süresine Göre	<ul style="list-style-type: none">• Bütün yıl faaliyet gösteren otel işletmeleri,• Mevsimlik otel işletmeleri.
Büyükliklerine Göre	<ul style="list-style-type: none">• Küçük (100 odadan az),• Orta (100-300 oda),• Büyük (300 odadan fazla).
Sahiplik Durumuna Göre	<ul style="list-style-type: none">• Tamamen bağımsız olarak işletilen otel işletmeleri,• Bir zincire dahil olan otel işletmeleri.<ul style="list-style-type: none">- Franchise sistemi (imtiyaz sistemi/isim hakkı sözleşmesi) ile işletilen otel işletmeleri,- Yönetim sözleşmesiyle işletilen otel işletmeleri,- Kiralanan otel işletmeleri,- Rezervasyon ağlarına bağlı otel işletmeleri ve- Stratejik işbirliklerine bağlı otel işletmeleri
Uygulanan Fiyata Göre	<ul style="list-style-type: none">• Alt gelir grubuna hitap eden otel işletmeleri,• Orta gelir grubuna hitap eden otel işletmeleri,• Üst gelir grubuna hitap eden otel işletmeleri.
Hukuki Yapılarına Göre	<ul style="list-style-type: none">• Belediye belgeli otel işletmeleri,• Turizm işletmesi belgeli otel işletmeleri.

Bu Özetin tamamını,Çıkmış Sorularını,Deneme Sorularını adresinize gönderiyoruz!...

Tıklayınız 

<https://www.kolaysinavlar.com/hizmet-tasarimi-koi301u?search=KO%C4%B0301U>