

Sem III

વષય : સેવાનું સંચાલન [Service management]

Velen Hnu. B. Chm 25

Que : સેવાના ચાલ જણાવી લેના લક્ષણો સમજાવો.

Ans : પ્રસ્તાવના

→ સેવા વ્યાપનાર વ્યક્તિ સેવા લેનાર વચ્ચે યોગ્ય સંબંધોના હેતુ હોવા જોઈએ. રાષ્ટ્રના વ્યર્થતાનું સેવા તરફથી મળતા ફાળો સમયાંતરે વધતો ગયો છે. વ્યાધુનિક વ્યક્તિ વૈશ્વકરણના યુગમાં સેવા વિભાગને "સવિક્રમ ઇન્ડસ્ટ્રીઝ" તરીકેનું પ્રાધાન્ય મળ્યું છે.

સેવાના ચાલ :

→ સામાન્ય શબ્દોમાં જણાવીએ તો "જુદી જુદી પ્રવૃત્તિ કે પ્રક્રિયાને સેવા ગણાવી શકાય."

દા.ત. આક્રમિયાની સેવા, ગૌહાઉનની સેવા, વિમાની સેવા, વાહનચાલકની સેવા, બેંકિંગ સેવા.

દરેક વ્યક્તિ સેવાઓનું આદાન પ્રદાન કરવા માટે સમર્થતા છે. કોઈ પણ સેવા જુદી જુદી વ્યક્તિઓ મારફતે મળતી હોય તો તેની ગુણવત્તા દર વચ્ચે જુદી જુદી રહેવાની.

સેવાની વ્યાખ્યા :

→ ક્લિપ કોરસરના મતે
→ "સેવા એ એવી પ્રવૃત્તિ છે કે જે કોઈ પણ ક્ષેત્રની હોઈ શકે, જે વ્યેક વ્યક્તિ બીજી વ્યક્તિને તેને લાભ આપતી રીતે વ્યક્તિને..."

→ Service Management :

- ફેરફાર થતો નથી પરંતુ ઠીંગું ઉભા દેખાઈ લૌકિક પેદાશો સાથે મેડાયેલું છે શકે
- આ વાચ્યા મુજબ સેવા શબ્દની અમુક લાક્ષણિકતા જણાવી શકાય
- ① સેવા લેનાર વ્યક્તિ સેવા વ્યાપનાર વ્યક્તિ કે પક્ષકારો હોય છે.
- ② સેવા અદૃશ્યમાન છે તે મેઈ શકાતી નથી પરંતુ અનુભવી શકાય છે.
- ③ દરેક વ્યક્તિની સેવાની ગુણવત્તા અલગ-અલગ હોઈ શકે.
- ④ સેવાની કિંમત હોય છે પરંતુ અમુક વખતે તે ફી સ્વરૂપે મળે છે જ્યારે અમુક વખતે "માનદ વેતન" સ્વરૂપે મળે છે.
- ⑤ સેવા ફાલ મુદ્દા મુદ્દા પ્રકારની જઠરિયાત સંતોષી શકાય છે. જેથી તૃપ્તિગુણની પ્રાપ્તિ થાય છે.

→ સેવાના લક્ષણો :

① અદૃશ્યપણું : / Intangibility :

- સેવા અદૃશ્યમાન છે એટલે કે મેઈ શકાતી નથી. એટલે કે તેમાં અમૂર્તતા રહેલી છે પરંતુ તેનો અનુભવ કરી શકાય છે. જેમ આપણે જૌનિક વસ્તુને વધી કે મેઈ શકીએ છીએ તેવું સેવામાં બનતું નથી.
- દા.ત. : શિક્ષણ, વૈજ્ઞાનિક કાર્ય તબીબની

શકાતા નથી કે તેને યોગ્ય પેકિંગમાં 'પેક' કરી શકાતા નથી. જ્યારે ભૌતિક વસ્તુમાં તેને યાંત્રિક શકાય છે, તેનું પેકિંગ પણ કરી શકાય છે.

[2] અવિભાજ્યપણું [અલગપણું] / Inseparability

→ સેવા એ સેવા પૂરી પાડનારથી અલગ પાડી શકાય નહીં. જેમ કે શિક્ષકને શિક્ષણથી અને ડોક્ટરને તબીબી સેવાથી અલગ પાડી શકાતા નથી. સેવા પૂરી પાડનાર પોતાના

કોશલ્ય અને બુદ્ધિ વ્યાપ્તથી જે તે સેવા પૂરી પાડતો હોય છે, તેથી તેને તેના કોશલ્યથી દૂર ન કરી શકાય. એટલે કહી શકાય કે સેવા અવિભાજ્ય છે.

[3] વિભિન્નતાપણું / Heterogeneity

→ સેવા પૂરી પાડનાર વ્યક્તિ પોતાની સેવા દરમિયાન એકમરથી પૂરી પાડી શકતો નથી, એટલે કે તેમાં સંમાનતા મળવી શકાતી નથી.

→ જુદી જુદી વ્યક્તિ પ્રમાણે સેવા પણ જુદી જુદી હોય છે અને એક જ પ્રકારની સેવા જુદા જુદા સમયે જુદી જુદી હોઈ શકે.

→ વ્યાજ સેવાની વ્યાજમાં ભૌતિક ચીજવસ્તુની જેમ કોઈ પ્રકારની ખાતરી આપી શકાતી નથી. જેમ કે દરેક શિક્ષકની ભણાવવાની શૈલી અલગ અલગ હોય છે. તેથી તેમાં વિવિધતા સેવા મળે છે. વ્યક્તિની ઉંમર, તકતુ કે વેધણ પ્રમાણે સેવાની ગુણવત્તા અને

4 માલિકી હક્ક : / Ownership.

→ જ્યારે માલિકી હક્ક વાત થાય ત્યારે જે તે વસ્તુ ધરીદનારની માલિકીની બને છે પરંતુ સેવામાં વ્યાજું બનતું નથી. દા.ત. પેન, પેન્સિલ ધરીદતા તે ધરીદનારની પોતાની બને છે. જ્યારે ડોક્ટર પાસેથી દાકતરી સેવા લેવાથી ધરીદનાર તે સેવાના માલિક બનેતા નથી.

5 નાશવંતપણું : / Perishability.

→ "સેવા નાશવંત છે" જેમ ભૌતિક વસ્તુનો સંગ્રહ કરી શકાય છે તેમ સેવાનો સંગ્રહ કરી શકાતો નથી. કારણ કે સેવાનાં નિર્માણથી સેવાના ઉપભોગ સુધી માત્ર એક પ્રક્રિયામાં કાર્ય થતું હોય છે.

દા.ત. : બસમાં રહેલી 60 સીટમાં 50 પેસેન્જર બેસી હોય તો બાકીની 10 સીટની સેવાનો સંગ્રહ કરી શકાતો નથી. તેથી આ સેવા નાશવંત છે. આથી સેવાનો યોગ્ય સમય પૂર્વક ઉપયોગ લેવામાં આવે તો તેના બચતે બચાવી શકાય છે. આથી સેવાનો બચ અટકાવવા માટે જરૂરી માર્કેટીંગ કરવું જોઈએ.

ઉપસંહાર :

→ વ્યાજ : સેવા વગર દેશની અર્થ-બંધન સંકળી ગતિવ્યવસ્થામાં વધી શકે નહીં અને તેના વગર સુવ્યક્તી માનવજીવનની કલ્યાણ પણ મુશ્કેલ બને. સેવા કારણ વાણિજ્ય અને વેપારને લગતા નાણાકારોને સંકળી ઉકેલી શકાય છે.

→ વિષય : સેવાનું સંચાલન [Service management]

Ques. : સેવાઓના માર્કેટિંગનું મહત્વ સમજાવો.

Ans. : પ્રસ્તાવના

→ વિકાસશીલ દેશો જેવા કે ભારત, આફ્રિકા, ચીન વગેરે તથા વિકસિત દેશો જેવા કે અમેરિકા, જપાન, ફ્રાઇન વગેરેના અર્થક્ષેત્રમાં સેવાઓના માર્કેટિંગનું મહત્વ દિન-પ્રતિદિન વધતું જાય છે. એમ કહી શકાય કે દેશના આર્થિક વિકાસમાં માત્ર પેદાશના માર્કેટિંગનો અર્થતંત્ર ઉપર સેવાના માર્કેટિંગનો ફાળો અગત્યનો બન્યો છે.

→ આ માટે સેવાઓના માર્કેટિંગની અર્થતંત્ર ઉપરની અનુકૂળ અસરો તપાસવી જરૂરી છે.

* સેવાના માર્કેટિંગનું મહત્વ : સેવાના માર્કેટિંગનું મહત્વ નીચેની યિગતો પરથી સ્પષ્ટ થાય છે.

[1] ઉત્પાદકતામાં વધારો :

→ સેવાઓના માર્કેટિંગને કારણે દેશના સાધનોની ઉત્પાદકતામાં નોંધપાત્ર વધારો શક્ય બને છે. પરિણામે વધુ ઉત્પાદન મેળવી શકાય છે.

→ ઉત્પાદનના સાધનોના મહત્તમ ઉપયોગ માટે સેવાઓના માર્કેટિંગ ઉપર ખાસ ભાર મૂકવામાં આવે છે. ■

[2] મજાકારીમાં વધારો :

→ સેવાઓના માર્કેટિંગ કારણે આર્થિક અંકેતમાં

→ Service Management →

- ડીજલ અને ડીઝેલ તેના ઉપયોગ અને અભ્યાસમાં વધારો થાય છે.

→ મહેશાનની સેવા, પેકિંગની સેવા, સમારકામ આ વધી પ્રવૃત્તિઓ જુદા જુદા પ્રકારની અભ્યાસમાં વધારો કરે છે. ▣

3 મૂકી શેકાણાનું વળતર :

→ આધુનિક સમયમાં યાંત્રિકરણ વધુ છે તે સાથે મૂકી શેકાણામાં નોંધપાત્ર વધારો થયો છે. જીટલ થતો એટલે કે ભારે મૂકી શેકાણા થયું હોય તેવા થતો મે એકાદ ઉલાક માટે પણ વધે રહે તો મૂકી શેકાણા પર વાજબી વળતર મળે નહીં. તેથી એમ સ્પષ્ટ કહી શકાય કે સેવાઓના માર્કેટિંગ કારણે યાંત્રિક-મળવણી વિશેષ કરીને તેમાં કરેલ મૂકી શેકાણામાંથી થોડું વળતર મેળવી શકાય છે. ▣

4 યાક અને અકસ્માત દાટે :

→ સેવાઓનું માર્કેટિંગ આધારિત યાક અને અકસ્માતનું પ્રમાણ ઘટકે છે. જે થતોની નિયમિત સેવા કારણે મળવણી કરવામાં આવી હોય તે સરળતાથી ચાલે છે અને તે પરિણામે તેની સાથે સંકળાયેલ કમ્પ્લેક્સ સંદર્ભમાં આધારિત યાક અને અકસ્માતનું પ્રમાણ વધુ રહેવાનું.

5 જીવનકાલ :

→ દેશના લોકોનું જીવનકાલ મે જીવું કરી તો આજના સંદર્ભમાં આજ મધ્ય મળવો. પરંતુ

- વેલપ શાળી જીવન જીવે છે ત્યાં રૂમની સફાઈથી લઈને સ્વાહિત્ત્વ સમોઈ સુધીની પ્રવૃત્તિઓ માટે વિવિધ ધાંત્રિક સાધનો અને તે માટેના નિષ્ણોતોની સેવાઓ લે છે. આવા દેશોમાં સેવાઓના માર્કેટિંગ વિશેષ મહત્ત્વ ધરાવે છે. આથી કહી શકાય કે સેવાઓનું માર્કેટિંગ જેટલે અંશ કાર્યક્ષમ તેટલે અંશ લોકોનું જીવન ધોરણ ઊંચું આવે છે. ■

Ques: પેદાશ અને સેવાઓના માર્કેટિંગ વચ્ચેની તફાવત જણાવો.

Ans: ① સ્વરૂપ:

- પેદાશ એ ભૌતિક વસ્તુ છે, તે મેંઈ શકાય છે
 → જ્યારે સેવાઓ એ પ્રવૃત્તિ કે પ્રક્રિયા છે તે અનુભવી શકાય છે.

② કુર્મ:

- પેદાશ જરૂરિયાત સંતોષવા માટે હોય છે.
 - જ્યારે સેવાઓ સહાયક હોય છે તેનાથી અગવડમાં વધારો થાય છે.

③ સંગ્રહ

→ પેદાશ એકઠી કરી શકાય અને તેનો સંગ્રહ થઈ શકે.
 → જ્યારે સેવાઓનો સંગ્રહ થઈ શકતા નથી.

④ પુનઃવેચાણ:

- પેદાશનું પુનઃવેચાણ કરી શકાય છે.

→ Service Management →

→ સેવાનું સંચાલન →

⑤ અસ્મિત્વ :

→ પેદાશો ભૌતિક હોય છે અને તેનું અસ્મિત્વ લાંબા સમય માટે હોય છે

→ જ્યારે સેવાઓ નાશવંત હોય છે તેનું અસ્મિત્વ યાંકકમ 'સમય પૂરતું' મર્યાદિત હોય છે.

⑥ ગુણવત્તા માપણી :

→ પેદાશની ગુણવત્તા મળી શકાય

જ્યારે સેવાઓની ગુણવત્તા માપવી મુશ્કેલ છે.

⑦ બ્રાન્ડની જરૂર :

→ પેદાશ તેના બ્રાન્ડથી ઓળખાય છે.

— જ્યારે સેવાઓ માટે લાગે સંસ્થાની છાપ કે લોકપ્રિયતાથી ઓળખાય છે.

⑧ પેકેજિંગની જરૂર :

→ પેદાશને વાહક સુધી પહોંચાડવા માટે પેકેજિંગની જરૂર પડે છે.

— જ્યારે સેવાઓ અનૂર્ત હોવાથી

પેકેજિંગની જરૂર નથી.

⑨ પ્રમાણિકરણ :

→ પેદાશનું પ્રમાણિકરણ શક્ય છે. આ માટે I.S.I જેવા માકની જોવાયા છે.

જ્યારે સેવાઓનું પ્રમાણિકરણ કરવું મુશ્કેલ છે. આ માટે I.S.I જેવા કોઈ

માકની જોવાયા નથી.

વિષય : સેવાનું સંચાલન [Service Management]

Ques : સેવાઓના માર્કેટિંગ માટે ધ્યાનમાં
રાખવાની બાબતો જણાવો. →

Ans : પ્રસ્તાવના

- સેવા માર્કેટિંગની પ્રવૃત્તિઓ વધુ અસરકારક બને તે માટે વિવિધ પરિબલોની અભ્યાસ જરૂરી છે.
- દરેક ઉદ્યોગને ઠંડપી અને કાર્યક્ષમ સેવા મળે તે માટે માર્કેટિંગના જુદા જુદા કાર્યોની આપવ્યકતા

ઉપર લાર શુકલામાં આપે છે.

- આમ છતાંય એ બાબત પણ સ્પષ્ટ છે કે સેવાઓની માંગ કંટલી અને સેવાઓ પૂરી પાડતી વ્યક્તિઓ કે સંસ્થાઓ કંટલી એ બાબત ઉપર પણ સેવાઓના માર્કેટિંગની અસરકારકતાનો આધાર છે.

→ સેવાઓના માર્કેટિંગ માટે ધ્યાનમાં લેવાની બાબતો :

1 સેવાઓની ગ્રાહકને સમજૂતી :

- ગ્રાહકો દરેક ધાર્મિક બાબતોના માર્ગદર્શક હોતા નથી. તેથી મોજશોષના સાધનો જેવા કે ટેલિવિઝન, ટિડિયો ફિલ્મ, રેડિયો વગેરેનું સમાવકામ કરતા પહેલાં સેવા આપનાર વ્યક્તિઓ તે વસ્તુમાં શું આમી છે, કંટલી સમથ ધરો અને કંટલી અર્થ ધરો તેનો અભ્યાસથી અંદાજ શુકલા કરવો.

2 સેવાઓની માંગ અને પુરવઠામાં સમન્વય :

- સેવાઓની માંગ કરતા લોકો કંટલી છે

→ Service Management →

કેટલી છે તે અંગે વિચારણા કરવી જોઈએ.
દા.ત. કોઈ એક કંપની કે જે દાખલા-
વ્યવહાર શેલ્સની વ્યવસ્થા કરે છે, તો
તેની માગ સવારના સમયે અને વ્યોકિસના
સમયે વધુ હોય છે. જ્યારે રાતના સમયે
ઓછી હોય છે. તો આ કંપનીએ વ્યવસ્થા
માગના પ્રમાણમાં પુરવઠાનું યોગ્ય નિયંત્રણ
કરવું જરૂરી છે. ■

3 માહિતી સંચાર :

→ કઈ સેવા ક્યારે, કેટલા પ્રમાણમાં
ઉપલબ્ધ બનશે અને તે માટે સેવા લેનાર
વ્યક્તિએ કઈ વિધિ કરવી પડશે વગેરે વાતો
અંગે કોઈ પણ માધ્યમ દ્વારા એ માહિતી-
સંચારની પ્રક્રિયા વ્યવસ્થામાં શુદ્ધિ તો તેની
માગમાં પણ નોંધપાત્ર વધારો થશે.

દા.ત. વ્યાપની મનપસંદ ક્લિનિંગ ગીતો અહીં દેખ
કરી વ્યાપમાં આવે છે. વ્યાપ સંદેશ તેના
માગમાં વ્યવસ્થા વધારો કરે છે. જ્યાં સુધી
ગ્રાહકોને સેવા ઉપલબ્ધતા અંગે માહિતી જ
ન હોય ત્યાં સુધી તમે તેના વિકાસની
કોઈ અપેક્ષા રાખી શકો નહીં. ■

4 જનસંપર્ક :

→ આધારોનિક એકમ કે કંદાકીય
પેટીનો જેટલો અંશ જનસંપર્ક વિશેષ
તેટલો અંશ સમાજમાં તેની પ્રવિષ્ટતા
વધે તે સારું જનસંપર્કો સારા

→ Service Management →

- સંચાલકો પોતાની સેવાઓ વિશે નિખાલસ અભિપ્રાયો જાણી શકે છે અને તેમાં કેટલાક અંશો કેવા સુધારા જરૂરી છે તેનો ખ્યાલ મેળવી શકે છે. આ માહિતી સેવાઓના માર્કેટીંગની પ્રવૃત્તિને અસરકારક બનાવે છે. ■

5 વિશ્વાસપાતતા :

→ ગ્રાહક સેવાઓ મેળવવા જે ઉંચાત શુકવે છે અને તેના બદલામાં તેમનો પૂરતો સંતોષ ન મળે તો સેવાઓની વિશ્વસનીયતા ઘટે છે.

→ સેવાઓના માર્કેટીંગ ઉપર તેની વિપરીત અસરો પડે છે.

→ તેથી જ ગ્રાહકોનો સેવામાં વિશ્વાસ જાળવવો રહે તેવા પ્રયત્નો કરવા જોઈએ. ■

6 પ્રોત્સાહનનું પ્રમાણ :

- સેવાનો ઉપયોગ કરવા અંગે પ્રોત્સાહનનું પ્રમાણ અથવા બહુતિ 'યોગ્ય' હોવી જોઈએ.

→ જ્યારે ઉત્પાદિત વસ્તુનું વેચાણ સ્થોળ ધાતુ હોય ત્યારે વસ્તુ વિકાસ કાર તેને જવા અચૂપ મુકીને ગ્રાહકોને ખરીદી માટે પ્રોત્સાહિત કરી શકાય છે. પરંતુ સેવાઓના ઉપયોગને પ્રોત્સાહન આપવા માટે પ્રથમ તેનો અનુભવ જમતાને થવો જોઈએ. આ માટે ગ્રાહકોની જરૂરિયાત

→ સેવાનું સંચાલન →

- પ્રમાણ વધતું થય છે. ■

7 કિંમતના પ્રશ્ન :

- સેવાઓની કિંમત નક્કી કરવાનું કામ થોડું મુશ્કેલ છે, પણ અશક્ય તો નથી જ.
- કોઈ પણ આદાનનું સમારકામ કરનાર મુખ્ય દેક્કિશિયનના ભાવ ઊંચા હોય અને તેના મદદનીશના ભાવ નીચા હોય તે અમલ શકાય તેમ છે.
- વાસ્તવમાં કંપનીની દૈરઘ્યે જ નહીં પણ ગ્રાહકની દૈરઘ્યે સેવાઓની કિંમતનો પ્રશ્ન વિચારવા જોઈએ.
- જેટલે વધારો લાભ અને ધરણી તુલનામાં સેવાઓની કિંમત નીચી હશે તેટલે વધારો લેવું માર્કેટીંગ વિશાળ લાભશે. ■

ઉપસંહાર

- ઉપરની વાચતો પરથી સ્પષ્ટ થાય છે કે સેવાનું માર્કેટીંગ વધારવાનું હોય તો વતમાન ઉપરાંત અવિચ્છની સેવાઓ વધારે પણ ગ્રાહક વર્ગને યથાલ આપવા જોઈએ, જેથી મોટા પ્રમાણમાં ગ્રાહક વર્ગ આકર્ષી શકાય. ■

Valentines B. Choista

Roll No. : _____

SHRI H. K. COMMERCE COLLEGE

B.Com. : 3rd Semester (Eng. Med.)

Internal Evaluation 2013-14

Foundation : Services Management

28102013

Total Marks : 50

1. Explain the concept of service and features of service. 20

OR

1. Explain classification of services.

2. Explain different matters to be considered in marketing of services. 20

OR

2. Explain difference between product and service.

3. Write short-notes (any one) : 10

(1) Important of service management

(2) Explanation of service to customers.

(3) Public Relation
