

HİZMET İŞLETMELERİNDE GİZLİ MÜŞTERİ UYGULAMALARININ İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yrd. Doç. Dr. Şule AYDIN TÜKELTÜRK
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu
e-posta: suleaydin2002@hotmail.com

Özet

Gizli müşteri uygulaması, hizmet organizasyonlarında önceden belirlenmiş olan kalite standartlarına dayalı olarak performans ölçme tekniği olarak tanımlanmaktadır. Diğer bir deyişle, hizmetin sunulması sırasında belirlenmiş olan kalite süreç ve kurallarına uyulup uyulmadığının gözlenmesi için gerçek bir müşteri gibi davranan bir gizli müşterinin gözlemlerine dayanan bir tekniktir.

Gizli müşteri uygulaması tüm dünyada özellikle hizmet işletmelerinde müşteri ile yüz yüze hizmet sağlayan işgörenlerin değerlendirilmesi için kullanılan yaygın bir metot haline almıştır. Hizmet işletmeleri açısından gizli müşteri uygulamaları hizmet kalitesinin yakalanmasında işgörenlerin performanslarını arttırmaya ve ölçmeye yarayan ve müşteri tatmin araştırmalarına destek olabilecek bir metot olarak kullanılması yarar sağlayacağı görüşü ön plana çıkmaktadır. Özellikle, işgören performansını ölçme amaçlı kullanılan gizli müşteri uygulamalarının, insan kaynakları yönetimi uygulamaları açısından değerlendiren bu çalışma; gizli müşteri uygulamalarının insan kaynakları yönetiminin etkinliği için nasıl kullanılması gerektiğine yönelik tespitlerin yapılmasını amaçlanmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Hizmet İşletmeleri, İnsan Kaynakları Yönetimi, Gizli Müşteri Uygulamaları

AN ANALYSIS OF MYSTERY SHOPPING TECHNIQUES IN SERVICE ORGANIZATIONS FROM HUMAN RESOURCES PERSPECTIVE

Abstract

Mystery customer application in service organizations, is defined as performance measuring technique, regard to the quality standards determined before. In other words, it is a technique to examine whether the rules and qualities are applied or not during the process of service, founded the observations of a mystery customer pretending as a real customer.

Mystery customer application became a common method all over the world especially in the service organizations for the evaluation of the employees who serve to the customers face to face. In terms of service organizations the idea that the mystery customer method is useful for improving and measuring the performances of the employees and as a support for customer satisfaction, came into prominence. Specially , this study that evaluate the mystery customer which is used to measure the performance of the employees in terms of human resource applications, aimed to discover how it should be used for the effectiveness of the human resource management.

Key Words: Service Organizations, Human Resources Management, Mystery Guest Programs



Yrd. Doç. Dr. Şule AYDIN TÜKELTÜRK 1994 yılında Çukurova Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulundan mezun oldu. 1998 yılında Çanakkale onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında Yüksek Lisansını, 2004 yılında da Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalında doktorasını tamamladı. Yrd. Doç. Dr. Şule AYDIN TÜKELTÜRK halen Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulunda görev yapmaktadır. Akademik ilgi alanları, turizm işletmelerinde insan kaynakları yönetimi ve örgütsel davranıştır.