

İsmayıl Natiq oğlu BAYRAMLI

Qərbi Kaspi Universitetinin magistrantı, Bakı, Azərbaycan

E-mail: ismayil.bayramli001@gmail.com

ORCID ID:0009-0001-5121-2703

TURİZM VƏ REKREASIYA MÜƏSSİSƏLƏRİNDƏ MÜŞTƏRİ MƏMNUNİYYƏTİNİN STATİSTİK VƏ ANALİTİK METODLARLA QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

Xülasə

Müasir dövrdə turizm və rekreasiya sektoru xidmət yönümlü iqtisadi fəaliyyət sahələri arasında xüsusi əhəmiyyətə malikdir. Qlobal rəqabətin güclənməsi, turist gözləntilərinin dəyişməsi və xidmət standartlarına olan tələblərin artması müəssisələrdə müştəri məmnuniyyətinin daha sistemli şəkildə qiymətləndirilməsini zəruri etmişdir. Müştəri məmnuniyyəti turizm müəssisələrinin fəaliyyət effektivliyinə, bazardakı mövqeyinə və uzunmüddətli inkişaf perspektivlərinə birbaşa təsir göstərən əsas göstəricilərdən biri hesab olunur. Məqalədə turizm və rekreasiya müəssisələrində müştəri məmnuniyyətinin statistik və analitik metodlarla qiymətləndirilməsi məsələləri araşdırılmış, xidmət keyfiyyətinin ölçülməsində istifadə olunan əsas yanaşmalar təhlil edilmişdir. Tədqiqat çərçivəsində SERVQUAL modeli, statistik qiymətləndirmə metodları, sorğu nəticələrinin analizi və xidmət keyfiyyəti göstəricilərinin müqayisəli qiymətləndirilməsi həyata keçirilmişdir. Eyni zamanda ISO 9001:2015 standartının müştəri məmnuniyyətinin idarə olunmasına təsiri qiymətləndirilmişdir. Tədqiqat zamanı müqayisəli təhlil, statistik analiz, analitik modelləşdirmə və sistemli yanaşma metodlarından istifadə edilmişdir. Nəticələr göstərir ki, xidmət keyfiyyətinin sistemli şəkildə monitorinqi və analitik qiymətləndirilməsi müəssisələrin idarəetmə effektivliyinin yüksəlməsinə, xidmət proseslərinin optimallaşdırılmasına və müştəri loyallığının güclənməsinə mühüm təsir göstərir.

Açar sözlər: müştəri məmnuniyyəti, xidmət keyfiyyəti, turizm müəssisələri, SERVQUAL modeli, ISO 9001:2015.

UOT: 338

JEL: L83, M11, C10

DOI: <https://doi.org/10.54414/VHWU2284>

Giriş

Müasir dövrdə turizm və rekreasiya sektoru global iqtisadiyyatın ən sürətlə inkişaf edən xidmət sahələrindən biri hesab olunur. Beynəlxalq turizm axınının artması, rəqabət mühitinin genişlənməsi və istehlakçı gözləntilərinin dəyişməsi turizm müəssisələrində xidmət keyfiyyətinin və müştəri məmnuniyyətinin strateji əhəmiyyətini daha da artırmışdır [1]. Müasir turist yalnız əsas xidmətlərin təqdim olunması ilə kifayətlənmir, eyni zamanda operativ xidmət, təhlükəsizlik, fərdi yanaşma, rahat kommunikasiya və yüksək xidmət mədəniyyəti kimi amillərə xüsusi diqqət yetirir.

Turizm və rekreasiya müəssisələrinin fəaliyyət effektivliyi birbaşa müştəri

məmnuniyyətinin səviyyəsindən asılıdır. Müştəri məmnuniyyəti müəssisənin bazardakı mövqeyinə, reputasiyasına və rəqabət üstünlüyünə təsir göstərən əsas indikatorlardan biri hesab olunur [2]. Xidmət səviyyəsinin aşağı olması turistlərin təkrar müraciət ehtimalını azaldır, mənfi rəylərin artmasına səbəb olur və müəssisənin maliyyə nəticələrinə mənfi təsir göstərir. Əksinə, yüksək xidmət keyfiyyəti və müştəri məmnuniyyəti loyallığın formalaşmasına və müəssisənin uzunmüddətli inkişafına şərait yaradır.

Müasir elmi yanaşmalarda müştəri məmnuniyyəti istehlakçı gözləntiləri ilə əldə olunan real xidmət nəticəsi arasındakı uyğunluq səviyyəsi kimi qiymətləndirilir [3]. Bu

baxımdan xidmət keyfiyyətinin ölçülməsi və qiymətləndirilməsi turizm müəssisələrində idarəetmə sisteminin əsas istiqamətlərindən biri hesab olunur. Xidmətlərin qeyri-maddi xarakter daşması, istehsal və istehlak prosesinin eyni vaxtda baş verməsi, insan faktorunun yüksək rolu xidmət keyfiyyətinin qiymətləndirilməsini daha mürəkkəb prosesə çevirir [4].

Turizm sektorunda xidmət keyfiyyətinin ölçülməsi məqsədilə müxtəlif statistik və analitik metodlardan istifadə olunur. Xüsusilə SERVQUAL modeli xidmət keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi sahəsində ən geniş tətbiq olunan yanaşmalardan biri hesab edilir [5]. Həmin model etibarlılıq, cavabdehlik, təminat, empatiya və maddi mühit kimi əsas komponentlər üzrə xidmət səviyyəsini qiymətləndirməyə imkan verir. Bununla yanaşı, statistik təhlil metodları və sorğu nəticələrinin analitik qiymətləndirilməsi müəssisələrdə mövcud problemlərin müəyyən olunmasına və idarəetmə qərarlarının daha əsaslı şəkildə qəbul edilməsinə şərait yaradır.

Rəqəmsallaşma prosesləri və onlayn platformaların geniş yayılması müştəri məmnuniyyətinin qiymətləndirilməsi metodologiyasına da ciddi təsir göstərmişdir. Müasir turistlər xidmətlə bağlı təcrübələrini sosial media və rəqəmsal platformalarda paylaşır, bu isə müəssisələrin reputasiya idarəetməsi baxımından yeni yanaşmalar tətbiq etməsini zəruri edir [6]. Rəqəmsal rəylərin və onlayn qiymətləndirmələrin təhlili artıq xidmət keyfiyyətinin monitorinqində mühüm məlumat mənbələrindən biri kimi çıxış edir.

Turizm və rekreasiya müəssisələrində xidmət keyfiyyətinin davamlı şəkildə yüksəldilməsi beynəlxalq standartların tətbiqini də aktuallaşdırmışdır. Bu istiqamətdə ISO 9001:2015 beynəlxalq standartı xidmət proseslərinin sistemli şəkildə idarə olunmasına, risklərin müəyyən edilməsinə və müştəri yönümlü fəaliyyət modelinin qurulmasına imkan yaradır [7]. Standartın tətbiqi müəssisələrdə daxili nəzarət mexanizmlərinin gücləndirilməsinə və xidmət keyfiyyətinin daha stabil şəkildə təmin olunmasına şərait yaradır.

Tədqiqatın aktuallığı turizm müəssisələrində müştəri məmnuniyyətinin statistik və

analitik metodlarla qiymətləndirilməsinin idarəetmə qərarlarının effektivliyinə birbaşa təsir göstərməsi ilə bağlıdır. Müasir şəraitdə müəssisələrin uğuru yalnız xidmətin təqdim olunması ilə deyil, həm də həmin xidmətin istehlakçılar tərəfindən necə qiymətləndirilməsi ilə müəyyən olunur [8].

Tədqiqatın əsas məqsədi turizm və rekreasiya müəssisələrində müştəri məmnuniyyətinin statistik və analitik metodlarla qiymətləndirilməsi mexanizmlərini araşdırmaq, xidmət keyfiyyətinin əsas göstəricilərini təhlil etmək və keyfiyyət idarəetmə sisteminin effektivliyini müəyyən etməkdən ibarətdir. Tədqiqat zamanı müqayisəli təhlil, statistik analiz, analitik modelləşdirmə və sistemli yanaşma metodlarından istifadə edilmişdir [9].

Araşdırmalar göstərir ki, müştəri məmnuniyyətinin davamlı monitorinqi və statistik qiymətləndirilməsi müəssisələrin bazar mövqeyinin güclənməsinə və xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsinə mühüm təsir göstərir [10]. Bu baxımdan xidmət keyfiyyətinin analitik qiymətləndirilməsi müasir turizm idarəetməsinin əsas istiqamətlərindən biri hesab olunur.

Müştəri məmnuniyyətinin nəzəri əsasları və qiymətləndirmə göstəriciləri.

Turizm və rekreasiya müəssisələrinin fəaliyyətində müştəri məmnuniyyəti xidmət keyfiyyətinin və idarəetmə effektivliyinin əsas göstəricilərindən biri hesab olunur. Müasir xidmət iqtisadiyyatı şəraitində müəssisələrin rəqabət üstünlüyü yalnız təqdim olunan xidmətlərin çeşidi ilə deyil, həm də həmin xidmətlərin istehlakçılar tərəfindən necə qiymətləndirilməsi ilə müəyyən edilir [2]. Bu baxımdan müştəri məmnuniyyətinin ölçülməsi və təhlili turizm müəssisələrinin strateji idarəetmə sisteminin mühüm elementinə çevrilmişdir.

Müştəri məmnuniyyəti anlayışı elmi ədəbiyyatda əsasən istehlakçının gözləntiləri ilə faktiki xidmət nəticəsi arasındakı uyğunluq səviyyəsi kimi izah olunur [3]. Əgər təqdim olunan xidmət müştərinin gözləntilərini qarşılayırsa və ya onları üstələyirsə, məmnunluq səviyyəsi yüksəlir. Əks halda isə narazılıq formalaşır və bu vəziyyət müəssisənin reputasiyasına və gələcək fəaliyyət nəticələrinə mənfi təsir göstərir.

Turizm sektorunda xidmətlərin qeyri-maddi xarakter daşması müştəri məmnuniyyətinin qiymətləndirilməsini daha mürəkkəb edir. Müştərilər yalnız xidmətin nəticəsini deyil, eyni zamanda xidmətin təqdim olunma prosesini, personalın davranışını, kommunikasiya səviyyəsini və ümumi atmosferi də qiymətləndirirlər [4]. Buna görə də müştəri məmnuniyyəti çoxşaxəli göstəricilər sistemi əsasında təhlil olunur.

Müasir yanaşmalarda xidmət keyfiyyətinin və müştəri məmnuniyyətinin qiymətləndirilməsində ən geniş istifadə olunan modellərdən biri SERVQUAL modelidir. Bu model xidmət keyfiyyətini beş əsas komponent üzrə qiymətləndirir: etibarlılıq, cavabdehlik, təminat, empatiya və maddi mühit [5]. Həmin komponentlər turizm müəssisələrində xidmət prosesinin müxtəlif aspektlərini ölçməyə imkan verir. Turizm müəssisələrində müştəri məmnuniyyətinin əsas qiymətləndirmə göstəriciləri aşağıdakı cədvəldə təqdim olunur.

Cədvəl 1. Müştəri məmnuniyyətinin əsas qiymətləndirmə göstəriciləri

Göstərici	Xarakteristikası	Müştəri məmnuniyyətinə təsiri
Etibarlılıq	Xidmətin düzgün və vaxtında təqdim olunması	Etimadı artırır
Cavabdehlik	Müştəri sorğularına operativ reaksiya	Məmnunluğu yüksəldir
Təminat	Personalın peşəkarlıq səviyyəsi	Güvən formalaşdırır
Empatiya	Fərdi yanaşma və diqqət	Loyallığı gücləndirir
Maddi mühit	İnteryer, avadanlıq və vizual görünüş	İlk təəssüratı formalaşdırır

Mənbə: [3] əsasında hazırlanmışdır.

Cədvəl 1-də təqdim olunan göstəricilər xidmət keyfiyyətinin və müştəri məmnuniyyətinin kompleks şəkildə qiymətləndirilməsinə imkan verir. Etibarlılıq göstəricisi xidmətlərin sabit və düzgün şəkildə təqdim olunmasını xarakterizə edir və turizm müəssisələrində müştəri etimadının formalaşmasına birbaşa təsir göstərir. Cavabdehlik amili isə personalın müştəri müraciətlərinə operativ münasibətini əks etdirir və xidmət prosesində çevikliyin təmin olunmasında mühüm rol oynayır.

Təminat göstəricisi personalın peşəkarlıq səviyyəsini və xidmət zamanı müştəridə formalaşan təhlükəsizlik hissini ifadə edir [1]. Xüsusilə turizm sektorunda personalın kommunikasiya bacarıqları və peşə hazırlığı xidmət keyfiyyətinin əsas determinantlarından biri hesab olunur. Empatiya komponenti fərdi yanaşmanı və müştərinin xüsusi ehtiyaclarına diqqət göstərilməsini əhatə edir ki, bu da loyallığın və təkrar müraciətlərin formalaşmasına müsbət təsir göstərir.

Maddi mühit göstəricisi isə xidmətin təqdim olunduğu fiziki şəraiti xarakterizə edir. Turizm və rekreasiya müəssisələrində interyer dizaynı, avadanlıq səviyyəsi, təmizlik və ümumi vizual görünüş müştəri təəssüratının formalaşmasına birbaşa təsir edir [6]. Bu

səbəbdən maddi mühit xidmət keyfiyyətinin vacib elementlərindən biri hesab olunur. Müştəri məmnuniyyətinin qiymətləndirilməsi aşağıdakı analitik model vasitəsilə ifadə edilə bilər:

$$CS = f(R + RS + A + E + T)$$

Burada: CS – müştəri məmnuniyyəti; R – etibarlılıq; RS – cavabdehlik; A – təminat; E – empatiya; T – maddi mühit.

Bu model göstərir ki, müştəri məmnuniyyəti yalnız bir göstəricidən asılı deyil və xidmət prosesinin bütün komponentlərinin qarşılıqlı təsiri nəticəsində formalaşır. Göstəricilərdən hər hansı birində zəiflik ümumi məmnunluq səviyyəsinə mənfi təsir göstərə bilər [7]. Turizm və rekreasiya müəssisələrində müştəri məmnuniyyətinin sistemli şəkildə qiymətləndirilməsi xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi və idarəetmə qərarlarının optimallaşdırılması baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. Statistik və analitik metodların tətbiqi mövcud problemlərin müəyyən edilməsinə və xidmət proseslərinin daha effektiv təşkilinə şərait yaradır.

Turizm müəssisələrində müştəri məmnuniyyətinin statistik təhlili və xidmət

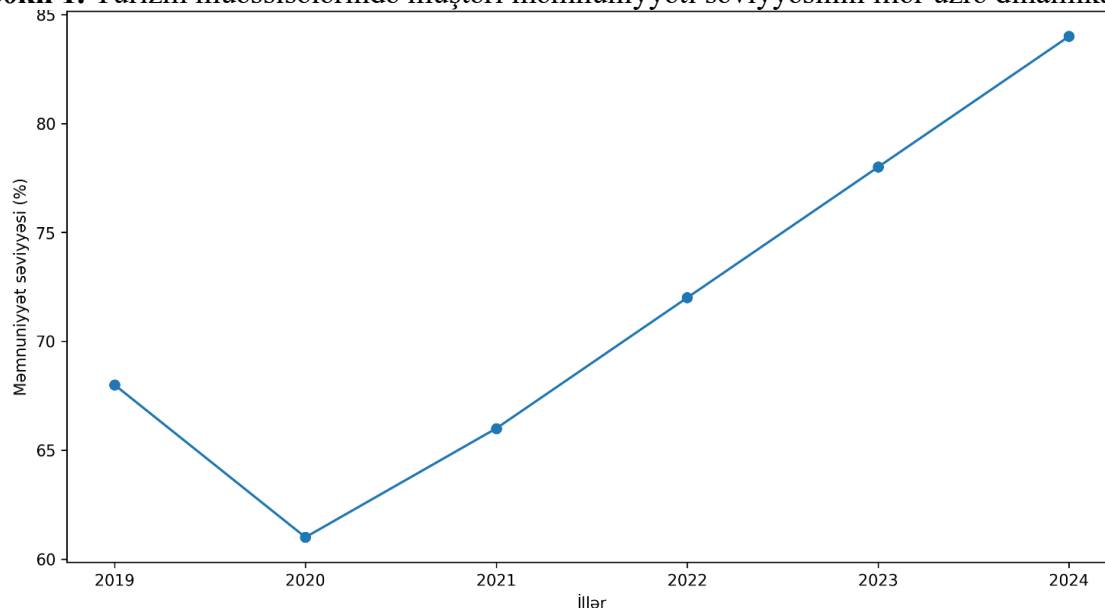
keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi. Müasir turizm və rekreasiya müəssisələrində xidmət keyfiyyətinin idarə olunması statistik təhlil metodlarının tətbiqini zəruri edən əsas istiqamətlərdən biridir. Müştəri məmnuniyyəti ilə bağlı məlumatların sistemli şəkildə toplanması və təhlili müəssisələrə xidmət proseslərində mövcud problemləri müəyyən etməyə və idarəetmə qərarlarını daha əsaslandırılmış şəkildə qəbul etməyə imkan verir [1]. Statistik yanaşmalar vasitəsilə xidmət keyfiyyətinin dinamikası, müştəri davranışları və əsas məmnunluq faktorları kompleks şəkildə qiymətləndirilə bilər.

Turizm sektorunda müştəri məmnuniyyətinin ölçülməsi üçün ən geniş istifadə olunan metodlardan biri sorğu əsaslı statistik qiymətləndirmədir. Bu yanaşma müştərilərin xidmət keyfiyyəti ilə bağlı fikirlərini müxtəlif

göstəricilər üzrə ölçməyə imkan yaradır. Əldə olunan nəticələr əsasında orta göstəricilər, dispersiya səviyyəsi, korrelyasiya əlaqələri və xidmət keyfiyyətinin ümumi indeksi müəyyən olunur [2].

Müştəri məmnuniyyətinin statistik qiymətləndirilməsi zamanı xidmət keyfiyyətinə təsir edən əsas faktorlar arasında personalın davranışı, xidmət sürəti, təhlükəsizlik, rahatlıq və kommunikasiya səviyyəsi xüsusi əhəmiyyət daşıyır [3]. Bu göstəricilər üzrə aparılan təhlillər müəssisələrdə xidmət proseslərinin hansı istiqamətlərdə təkmilləşdirilməsinin zəruri olduğunu müəyyən etməyə imkan verir. Turizm müəssisələrində müştəri məmnuniyyətinin dəyişmə dinamikasını aşağıdakı qrafik vasitəsilə ümumiləşdirmək mümkündür.

Şəkil 1. Turizm müəssisələrində müştəri məmnuniyyəti səviyyəsinin illər üzrə dinamikası.



Mənbə: [5] mənbə əsasında hazırlanmışdır.

Şəkil 1-dən görünür ki, son illərdə turizm müəssisələrində müştəri məmnuniyyəti göstəricilərində artım tendensiyası müşahidə olunur. Bu artım əsasən xidmət keyfiyyətinin idarə olunması sistemlərinin inkişafı, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi və müştəri yönümlü idarəetmə strategiyalarının genişlənməsi ilə bağlıdır.

Xüsusilə pandemiyadan sonrakı dövrdə təhlükəsizlik, gigiyena və rəqəmsal xidmətlərə olan tələbatın artması turizm müəssisələrinin

xidmət keyfiyyətinə daha çox diqqət ayırmasına səbəb olmuşdur [6]. Onlayn rezervasiya sistemləri, rəqəmsal ödəniş imkanları və müştəri rəylərinin operativ analizi xidmət proseslərinin optimallaşdırılmasına müsbət təsir göstərmişdir. Statistik təhlillər göstərir ki, müştəri məmnuniyyəti ilə təkrar müraciət ehtimalı arasında güclü korrelyasiya mövcuddur. Məmnunluq səviyyəsinin yüksəlməsi müəssisənin loyallıq göstəricilərinə və gəlirlərinə birbaşa təsir göstərir [7]. Bu

səbəbdən turizm müəssisələri üçün müştəri məmnuniyyətinin davamlı monitorinqi strateji əhəmiyyət daşıyır. Müştəri məmnuniyyətinin statistik qiymətləndirilməsi aşağıdakı model vasitəsilə ifadə oluna bilər:

$$MSI = \frac{\sum(SQ + CS + PS + DS)}{N}$$

Burada: MSI – müştəri məmnuniyyəti indeksi; SQ – xidmət keyfiyyəti göstəricisi; CS – kommunikasiya səviyyəsi; PS – personal xidmətləri; DS – rəqəmsal xidmət imkanları; N – respondentlərin sayı.

Bu model göstərir ki, müştəri məmnuniyyəti bir neçə əsas komponentin ümumi təsiri nəticəsində formalaşır. Xidmət keyfiyyətinin aşağı olduğu hallarda ümumi məmnunluq səviyyəsi də azalır və bu vəziyyət müəssisənin bazar mövqeyinə mənfi təsir göstərir [8].

Müasir turizm idarəetməsində statistik analiz metodlarının tətbiqi xidmət keyfiyyətinin daha obyektiv şəkildə qiymətləndirilməsinə imkan yaradır. Müəssisələr əldə olunan nəticələr əsasında zəif tərəfləri müəyyən edir, xidmət proseslərini optimallaşdırır və müştəri yönümlü idarəetmə strategiyalarını inkişaf etdirirlər [9].

ISO 9001:2015 standartı əsasında xidmət keyfiyyətinin optimallaşdırılması və analitik qiymətləndirmə. Müasir turizm və rekreasiya müəssisələrində xidmət keyfiyyətinin davamlı şəkildə yüksəldilməsi beynəlxalq keyfiyyət idarəetmə sistemlərinin tətbiqini zəruri edən əsas amillərdən biridir. Xüsusilə ISO 9001:2015 standartı xidmət proseslərinin sistemli şəkildə idarə olunmasına, risklərin minimuma endirilməsinə və müştəri yönümlü idarəetmə modelinin formalaşdırılmasına imkan yaradır [1]. Bu standartın tətbiqi müəssisələrdə xidmət keyfiyyətinin daha stabil səviyyədə saxlanılmasına və idarəetmə effektivliyinin artırılmasına mühüm təsir göstərir. ISO 9001:2015 standartının əsas xüsusiyyətlərindən biri proses yanaşmasının tətbiqidir. Bu yanaşma müəssisədə həyata keçirilən bütün fəaliyyətlərin qarşılıqlı əlaqədə idarə olunmasını nəzərdə tutur [2]. Turizm sektorunda belə yanaşma xidmətlərin operativliyinin yüksəldilməsinə, müştəri şikayətlərinin

azalmasına və xidmət proseslərinin optimallaşdırılmasına şərait yaradır.

Müasir şəraitdə müştəri məmnuniyyəti və xidmət keyfiyyəti göstəricilərinin davamlı monitorinqi müəssisələrin rəqabət üstünlüyünün qorunması baxımından mühüm əhəmiyyət daşıyır. ISO standartının tətbiqi nəticəsində müəssisələrdə xidmət prosesləri üzrə nəzarət mexanizmləri güclənir, daxili audit sistemləri formalaşır və statistik qiymətləndirmə metodlarının tətbiqi genişlənir [3]. Turizm müəssisələrində ISO standartının tətbiqi yalnız texniki idarəetmə prosesi ilə məhdudlaşmır. Bu yanaşma eyni zamanda təşkilati mədəniyyətin inkişafına, personalın peşəkarlıq səviyyəsinin yüksəlməsinə və müştəri yönümlü fəaliyyət modelinin formalaşmasına təsir göstərir [6]. Personalın davamlı təlim proqramlarına cəlb olunması və xidmət standartlarının sistemli şəkildə yenilənməsi keyfiyyət göstəricilərinin yüksəlməsinə şərait yaradır. Xidmət keyfiyyətinin analitik qiymətləndirilməsi aşağıdakı model vasitəsilə ifadə edilə bilər:

$$SQI = f(MS + PE + RM + CS)$$

Burada: SQI – xidmət keyfiyyəti indeksi; MS – müştəri məmnuniyyəti; PE – personal effektivliyi; RM – risklərin idarə olunması; CS – nəzarət və standartlaşdırma sistemi.

Bu model göstərir ki, xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi yalnız müştəri məmnuniyyəti ilə deyil, həm də personalın fəaliyyət səviyyəsi, risklərin effektiv idarə olunması və standartlaşdırılmış nəzarət sistemlərinin tətbiqi ilə bağlıdır [7]. Göstəricilər arasında qarşılıqlı əlaqənin gücləndirilməsi müəssisələrin xidmət keyfiyyətini daha stabil şəkildə təmin etməsinə imkan yaradır. Müasir turizm bazarında rəqabətin güclənməsi xidmət keyfiyyətinin davamlı şəkildə monitorinqini və təkmilləşdirilməsini zəruri edir. Statistik və analitik metodların tətbiqi müəssisələrə mövcud problemləri daha operativ müəyyən etməyə və xidmət proseslərini optimallaşdırmağa şərait yaradır [8]. Bununla yanaşı, rəqəmsal texnologiyaların tətbiqi xidmət keyfiyyətinin qiymətləndirilməsini daha çevik və effektiv edir.

ISO 9001:2015 standartının tətbiqi turizm və rekreasiya müəssisələrində xidmət keyfiyyətinin yüksəldilməsi və idarəetmə

effektivliyinin artırılması baxımından mühüm vasitə kimi çıxış edir. Statistik və analitik qiymətləndirmə metodlarının keyfiyyət idarəetmə sistemi ilə inteqrasiyası müəssisələrin rəqabət qabiliyyətinin yüksəlməsinə və uzunmüddətli inkişafının təmin olunmasına əhəmiyyətli töhfə verir.

Nəticə

Aparılmış tədqiqat göstərir ki, turizm və rekreasiya müəssisələrində müştəri məmnuniyyətinin statistik və analitik metodlarla qiymətləndirilməsi xidmət keyfiyyətinin idarə olunmasında mühüm əhəmiyyətə malikdir. Müasir turizm bazarında rəqabətin güclənməsi və müştəri gözləntilərinin dəyişməsi müəssisələrin xidmət keyfiyyətinə daha sistemli yanaşmasını zəruri etmişdir. Bu baxımdan müştəri məmnuniyyəti müəssisələrin fəaliyyət effektivliyini və bazardakı mövqeyini müəyyən edən əsas indikatorlardan biri kimi çıxış edir. Tədqiqat nəticələri göstərir ki, xidmət keyfiyyətinin əsas komponentləri – etibarlılıq, cavabdehlik, təminat, empatiya və maddi mühit – müştəri məmnuniyyətinin formalaşmasına birbaşa təsir göstərir. SERVQUAL modeli əsasında aparılmış təhlillər sübut edir ki, xidmət prosesində hər hansı komponent üzrə yaranan zəiflik ümumi məmnunluq səviyyəsinə mənfi təsir göstərir və müştəri loyallığını azaldır. Araşdırma çərçivəsində ISO 9001:2015 standartının tətbiqinin xidmət keyfiyyətinə təsiri də qiymətləndirilmişdir. Təhlillər göstərir ki, keyfiyyətin idarəetmə sisteminin tətbiqi nəticəsində xidmət prosesləri daha sistemli şəkildə təşkil olunur, daxili nəzarət mexanizmləri güclənir və risklərin idarə olunması daha effektiv həyata keçirilir. Bu isə müştəri məmnuniyyətinin yüksəlməsinə və xidmət keyfiyyətinin daha stabil səviyyədə təmin olunmasına şərait yaradır.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

1. ISO 9001:2015 Quality management systems – requirements. Geneva: International Organization for Standardization. 2015.
2. Kotler P., Bowen J.T., Makens J.C. Marketing for hospitality and tourism (7th ed.). Pearson Education. 2017.
3. Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L. L. SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 1988;64(1):12–40.
4. Grönroos C. Service Management and marketing: customer management in service competition (3rd ed.). Wiley. 2007.
5. Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. Services marketing: integrating customer focus across the firm (7th ed.). McGraw-Hill Education. 2018.
6. UNWTO. Tourism Statistics Report. Madrid: World Tourism Organization. 2024.
7. Goetsch D.L., Davis S.B. Quality management for organizational excellence: introduction to total quality (8th ed.). Pearson. 2016.
8. Oakland J.S. Total quality management and operational excellence (4th ed.). Routledge. 2014.
9. OECD. Tourism trends and policies 2023. Paris: OECD Publishing. 2023.
10. Deming W.E. Out of the crisis. Massachusetts Institute of Technology Press. 1986.

Ismayil Natig BAYRAMLI

Master's student at Western Caspian University, Baku, Azerbaijan

STATISTICAL AND ANALYTICAL EVALUATION OF CUSTOMER SATISFACTION IN TOURISM AND RECREATION ENTERPRISES

Summary

In the modern era, the tourism and recreation sector occupies an important place among service-oriented fields of economic activity. The strengthening of global competition, changing tourist expectations, and increasing demands for service standards have made the systematic evaluation of customer satisfaction in tourism enterprises increasingly necessary. Customer satisfaction is considered one of the key indicators directly influencing enterprise performance, market position, and long-term development prospects. The article examines issues related to the statistical and analytical evaluation of customer satisfaction in tourism and recreation enterprises and analyzes the main approaches used for measuring service quality. Within the framework of the study, the SERVQUAL model, statistical evaluation methods, survey analysis, and comparative assessment of service quality indicators were applied. At the same time, the impact of ISO 9001:2015 on customer satisfaction management was evaluated. The research employed comparative analysis, statistical analysis, analytical modeling, and system approach methods. The findings demonstrate that systematic monitoring and analytical evaluation of service quality significantly contribute to improving management efficiency, optimizing service processes, and strengthening customer loyalty.

Keywords: customer satisfaction, service quality, tourism enterprises, SERVQUAL model, ISO 9001:2015.

Исмаил Натиг БАЙРАМЛИ

Магистрант Западно-Каспийского университета, Баку, Азербайджан

УПРАВЛЕНИЕ УДОВЛЕТВОРЁННОСТЬЮ КЛИЕНТОВ В ТУРИСТИЧЕСКИХ И РЕКРЕАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ НА ОСНОВЕ СТАТИСТИЧЕСКИХ И АНАЛИТИЧЕСКИХ МЕТОДОВ

Резюме

В современный период туристический и рекреационный сектор занимает важное место среди сервисно-ориентированных отраслей экономики. Усиление глобальной конкуренции, изменение ожиданий туристов и рост требований к стандартам обслуживания обусловили необходимость более системной оценки удовлетворённости клиентов в предприятиях туристической сферы. Удовлетворённость клиентов считается одним из ключевых показателей, напрямую влияющих на эффективность деятельности предприятий, их рыночные позиции и долгосрочные перспективы развития. В статье исследуются вопросы оценки удовлетворённости клиентов в туристических и рекреационных предприятиях с использованием статистических и аналитических методов, а также анализируются основные подходы к измерению качества услуг. В рамках исследования были применены модель SERVQUAL, методы статистической оценки, анализ результатов опросов и сравнительная оценка показателей качества обслуживания. Одновременно была оценена роль стандарта ISO 9001:2015 в управлении удовлетворённостью клиентов. В процессе исследования использованы методы сравнительного анализа, статистического анализа, аналитического моделирования и системного подхода. Результаты исследования показывают, что систематический мониторинг и аналитическая оценка качества услуг оказывают существенное влияние на повышение эффективности управления предприятиями, оптимизацию сервисных процессов и укрепление лояльности клиентов.

Ключевые слова: удовлетворённость клиентов, качество услуг, туристические предприятия, модель SERVQUAL, ISO 9001:2015.

Daxil olub: 08.05.2026