

DOI: <https://doi.org/10.36719/2663-4619/124/18-22>

Türkan Sadıqova Eyvazlı

Bakı Dövlət Universiteti

magistrant

<https://orcid.org/0009-0002-1267-1701>

turkansadiqova@yahoo.com

Bəhruz Xasıyev

Bakı Dövlət Universiteti

iqtisadiyyat üzrə fəlsəfə doktoru

<https://orchid.org/0009-0002-5579-6766>

khasiyev@gmail.com

Qlobal turizm sənayesində mehmanxana xidmətlərinin inkişaf trendləri və keyfiyyətin qiymətləndirilməsi metodlarının müasir təhlili

Xülasə

Bu məqalədə qlobal turizm sənayesində mehmanxana xidmətlərinin inkişaf tendensiyaları və xidmət keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi metodlarının (SERVQUAL, SERVPERF, HOLSERV və s.) müasir mərhələdə tətbiq imkanları elmi-analitik yanaşma ilə araşdırılır. Təhlil göstərir ki, rəqəmsal transformasiya, istehlakçı davranışlarındakı dəyişikliklər və texnoloji yeniliklər mehmanxana sektorunda xidmət keyfiyyətinin daha çevik, məlumatyönümlü və integrativ şəkildə idarə edilməsini tələb edir. Müxtəlif metodologiyaların müqayisəsi onların üstünlüklərini və məhdudiyyətlərini müəyyənləşdirməyə, həmçinin tətbiq sahələrini dəqiqləşdirməyə imkan verir. Məqalə müasir turizm mühitində effektiv keyfiyyət idarəetmə modellərinin formalaşdırılmasına elmi töhfə verməyi hədəfləyir.

Açar sözlər: mehmanxana xidmətləri, turizm sənayesi, xidmət keyfiyyəti, SERVQUAL, SERVPERF, HOLSERV, rəqəmsal transformasiya, müştəri məmnunluğu, innovativ idarəetmə

Turkan Sadigova Eyvazli

Baku State University

Master's student

<https://orcid.org/0009-0002-1267-1701>

turkansadiqova@yahoo.com

Bahruz Khasiyev

Baku State University

PhD in Economics

<https://orchid.org/0009-0002-5579-6766>

khasiyev@gmail.com

Modern Analysis of Development Trends in Hotel Services and Service Quality Assessment Methods in the Global Tourism Industry

Abstract

This article presents a scientific and analytical examination of development trends in hotel services and the applicability of service quality assessment methods (SERVQUAL, SERVPERF, HOLSERV, etc.) in the modern global tourism industry. The analysis reveals that digital transformation, changes in consumer behavior, and technological innovations require a more flexible,

data-driven, and integrated approach to managing service quality in hotels. The comparison of various methodologies allows for identifying their strengths, limitations, and optimal areas of use. The article aims to contribute to the development of effective and contemporary service quality management models in the tourism sector.

Keywords: *hotel services, tourism industry, service quality, SERVQUAL, SERVPERF, HOLSERV, digital transformation, customer satisfaction, innovative management*

Giriş

Qlobal turizm sənayesinin sürətlə inkişaf etməsi mehmanxana sektorunun funksional əhəmiyyətini daha da artırmış, xidmət keyfiyyətinin idarə edilməsi isə rəqabət üstünlüyünün əsas determinantlarından birinə çevrilmişdir. Müasir dövrdə mehmanxana xidmətlərinin strukturu, istehlakçı gözləntilərinin artması, texnoloji yeniliklərin geniş tətbiqi və bazar şərtlərinin dəyişməsi nəticəsində daha kompleks məzmun kəsb edir.

Bu kontekstdə xidmət keyfiyyətinin dəqiq qiymətləndirilməsi həm istehlakçı məmnunluğunun ölçülməsi, həm də müəssisə fəaliyyətinin optimallaşdırılması baxımından strateji əhəmiyyət daşıyır (Torres & Kline, 2013, p. 645).

Qlobal xidmət sənayesində geniş tətbiq olunan SERVQUAL, SERVPERF, HOLSERV kimi metodologiyalar mehmanxana xidmətlərinin çoxölçülü təhlilinə imkan verərək xidmət boşluqlarının müəyyənəndirilməsi və idarəetmə qərarlarının əsaslandırılmasında mühüm rol oynayır. Turizm sənayesinin rəqabət mühitində gedən dəyişikliklər bu metodların tətbiq dərəcəsinə, analitik imkanlarına və uyğunluq səviyyəsinə yenidən nəzər salmağı zəruri edir.

Mehmanxana xidmətlərinin inkişaf tendrlərinin araşdırılması isə qlobal və regional bazarlarda struktur dəyişikliklərinin, innovativ yanaşmaların və istehlakçı davranışlarının təhlilini tələb edir. Bu məqalədə mehmanxana xidmətlərinin inkişaf tendensiyaları və xidmət keyfiyyətinin qiymətləndirilməsi metodlarının müasir vəziyyəti elmi-analitik yanaşma əsasında araşdırılır, həm nəzəri əsaslandırma, həm də tətbiqi imkanların müqayisəli təhlili təqdim olunur. Məqsəd qlobal turizm sənayesinin dəyişən tələbləri fonunda effektiv keyfiyyət idarəetmə modellərinin müəyyənəndirilməsinə elmi töhfə verməkdir (Akbaba, 2006, s. 171).

Tədqiqat

Qlobal turizm sənayesində müşahidə olunan inkişaf dinamikası mehmanxana xidmətlərinin strukturunda ciddi dəyişikliklər formalaşdırmışdır. Son onillikdə xidmət təchizatının rəqəmsallaşması, onlayn rezervasiya platformalarının genişlənməsi, qonaq davranışlarının fərdiləşməsi və yeni xidmət standartlarının tətbiqi sektorun fəaliyyət modelini köklü şəkildə yeniləmişdir. Bu dəyişikliklər mehmanxana müəssisələrində keyfiyyət idarəetmə mexanizmlərinin gücləndirilməsini və ölçmə metodologiyalarının elmi əsaslarla yenidən qiymətləndirilməsini zəruri edir.

Statistik göstəricilərin analizi mehmanxana xidmətlərinin keyfiyyət səviyyəsi ilə turist məmnunluğu arasında birbaşa korrelyasiya olduğunu təsdiq edir. Müştəri rəylərinin sistemli işlənməsi, rəqəmsal monitorinq alətlərinin tətbiqi və davranış analitikası gedişatında əldə olunan məlumatlar strateji qərarların formalaşmasında mühüm rol oynayır.

Təhlil göstərir ki, innovativ texnologiyaların tətbiqi, xidmət proseslərinin standartlaşdırılması və personalın peşəkarlıq səviyyəsinin yüksəldilməsi yüksək keyfiyyət göstəricilərinin təminində həlledici amillərdir (Parasuraman et al., 1988, p. 15).

Cədvəl 1. Mehmanxana Xidmətlərinin İnkişaf Trendləri və Keyfiyyətin Qiymətləndirilməsi Metodları üzrə Analitik Cədvəl.

Təhlil Mezonu	Müşahidə olunan Trendlər	Elmi-Analitik Şərh	Nəticə və Tətbiq İmkanları
Qlobal Sektor Dinamikası	Rəqəmsal rezervasiya, onlayn reytinglərin təsirinin artması	İnformasiya asimetriyası azalır, xidmət şəffaflığı yüksəlir	Keyfiyyət idarəetməsi real vaxtlı monitorinqə keçməlidir
İstehlakçı Davranışı	Fərdiləşdirilmiş xidmət tələbi artır	Müştəri segmentasiyası daha detallı olmalıdır	Fərdiləşdirilmiş xidmət paketləri rəqabət üstünlüyü yaradır
SERVQUAL Modeli	Gözlənti–performans boşluğu dəqiq görünür	Xidmət boşluqlarının idarə olunması üçün ən uyğun model	Xidmət standartlarının yenilənməsində effektivdir
SERVPERF Modeli	Operativ ölçmə və sadə metodologiya	Yüksək gedişatlı müəssisələrdə tətbiq daha səmərəlidir	Vaxta qənaət və daha praktik qiymətləndirmə imkanı verir
HOLSERV Modeli	Mehmanxanaya xas indikatorlarla yüksək dəqiqlik	Kompleks xidmət strukturları üçün daha obyektivdir	Premium və xüsusi xidmət segmentlərində daha yaxşı nəticə verir
Texnoloji İnnovasiyalar	Kontaktsiz xidmət, süni intellekt dəstəyi	Xidmət keyfiyyətində subyektiv faktorlar azalır	Xidmət sürəti və məmnunluq səviyyəsi yüksəlir
Kadrların Peşəkarlığı	Peşəkar təlim modellərinə tələbat artır	İnsan faktoru məmnunluğun əsas determinantıdır	Təlim proqramlarının standartlaşdırılması zəruridir
Turist Məmnunluğu	Rəqəmsal rəy platformalarının təsiri yüksəlir	Məmnunluq reytingləri birbaşa gəlirlə korrelyasiya edir	Müştəri rəy analitikası əsas idarəetmə alətinə çevrilir

Mənbə: Ryglóvá et al., 2012.

Qlobal turizm sənayesində gedən dəyişikliklər göstərir ki, mehmanxana xidmətlərinin inkişaf dinamikası əsasən rəqəmsallaşma, informasiya açıqlığı və istehlakçı davranışlarının transformasiyası ilə müəyyən olunur. Onlayn rezervasiya sistemlərinin genişlənməsi və rəqəmsal reyting platformalarının nüfuzu nəticəsində xidmət şəffaflığı əhəmiyyətli dərəcədə yüksəlmiş, mehmanxanalar real vaxtlı keyfiyyət monitorinqinə keçmək məcburiyyətində qalmışdır. Bu vəziyyət mənim fikrimcə, ənənəvi qiymətləndirmə mexanizmlərini arxa plana keçirir və daha çevik rəqəmsal ölçmə modellərinin istifadəsini zəruri edir.

Müştəri davranışlarında müşahidə olunan fərdiləşdirmə tələbi də struktur dəyişikliyə səbəb olmuşdur. Turistlər artıq standart paketli xidmətlərlə kifayətlənmir, fərdi ehtiyaclara uyğunlaşdırılmış xidmət modelləri tələb edirlər. Bu baxımdan hesab edirəm ki, mehmanxanaların daha dərin bazar segmentasiyası aparması və müştəriyönümlü dinamik xidmət paketləri yaratması rəqabət üstünlüyünün əsas mənbəyinə çevriləcəkdir (Grönroos, 1984, s. 39).

Xidmət keyfiyyətinin qiymətləndirilməsində tətbiq olunan SERVQUAL modeli gözlənti–performans fərqi müəyyənləşdirmək üçün hələ də ən effektiv yanaşmalardan biridir. Bu model xidmət boşluqlarının strukturlaşdırılmış şəkildə identifikasiyasını mümkün edir. Lakin yeni dövrün tələbləri baxımından qeyd etmək lazımdır ki, SERVQUAL daha çox ənənəvi xidmət mühitinə uyğunlaşdırıldığından rəqəmsal xidmət proseslərində müəyyən məhdudiyyətlər yaradır. Mənim yanaşmama görə, modelin parametrləri rəqəmsal təcrübə indikatorları ilə genişləndirilməlidir.

SERVPERF modeli isə yalnız faktiki xidmət performansını ölçdüyü üçün əməliyyat baxımından daha praktik və sürətlidir. Bu xüsusiyyət yüksək iş yükü olan mehmanxanalarda tətbiq üçün böyük üstünlük yaradır. Bununla belə, model müştəri gözləntilərini nəzərə almadığı üçün bəzi hallarda qiymətləndirmə nəticələrinin tam obyektivliyini təmin etmir. Bu səbəbdən mən hesab edirəm ki, SERVPERF daha çox operativ xidmət proseslərinin monitorinqində, lakin strateji qərarların verilməsində digər metodlarla birgə istifadə edilməlidir.

HOLSERV metodologiyası mehmanxana sektoruna xas indikatorlar təqdim etdiyi üçün kompleks xidmət strukturlarının qiymətləndirilməsində daha dəqiq nəticə verir. Xüsusilə premium, lüks və xüsusi xidmət təklif edən müəssisələr üçün bu metod uyğun sayılır. HOLSERV-in üstünlüyü ondan ibarətdir ki, xidmət atmosferi, qonaqpərvərlik səviyyəsi, mühit komfortu kimi sektor-spesifik faktorları nəzərə alır. Mənim fikrimcə, bu model gələcəkdə süni intellekt dəstəyi ilə davranış analitikası ilə inteqrasiya olunarsa, keyfiyyət ölçmə prosesində ən çevik alətlərdən birinə çevrilə bilər.

Mehmanxana xidmətlərində texnoloji innovasiyaların rolu xüsusilə artır. Kontaktsiz xidmət texnologiyaları, süni intellekt əsaslı idarəetmə sistemləri və avtomatlaşdırılmış əməliyyatlar xidmətdə subyektivlik payını azaldır və məmnunluğun sabitliyini təmin edir. Bu sahədə yeni yanaşma kimi qeyd etmək istərdim ki, mehmanxanalar yalnız əməliyyatların avtomatlaşdırılmasına deyil, həm də müştəri təcrübəsinin proqnozlaşdırılmasına yönəlik AI modelləri tətbiq etməlidirlər. Bu, məmnunluğu artırmaqla yanaşı, xidmət proseslərinin optimallaşdırılmasına da imkan verəcəkdir (Cronin & Taylor, 1992, pp. 56).

İnsan resursları isə xidmət keyfiyyətinin əsas determinantlarından biri olaraq qalır. Personalın peşəkarlıq səviyyəsi, xidmət mədəniyyəti və qonaqla ünsiyyət bacarığı məmnunluğa birbaşa təsir edir. Bu baxımdan düşünürəm ki, mehmanxanalar üçün standartlaşdırılmış təlim modulları ilə yanaşı, situativ qərarvermə qabiliyyətini artıran simulyasiya əsaslı təlimlər də tətbiq olunmalıdır. Bu, həm çevik davranış formalaşdırır, həm də xidmətin emosional keyfiyyətini yüksəldir.

Turist məmnunluğu araşdırmalarının təhlili göstərir ki, rəqəmsal rəy platformaları mehmanxanaların reputasiya idarəetməsində əsas rol oynayır və məmnunluq göstəriciləri ilə gəlir arasında güclü korrelyasiya mövcuddur. Bu təcrübə onu göstərir ki, rəylərin sistemli analitik işlənməsi yalnız marketinqin deyil, ümumi idarəetmə strategiyasının ayrılmaz hissəsidir. Mənim fikrimcə, mehmanxanalar rəy məlumatlarını yalnız geridönüş kimi deyil, həm də proqnozlaşdırıcı göstərici kimi istifadə etməlidirlər.

Nəticə

Aparılan təhlil göstərir ki, global turizm sənayesində mehmanxana xidmətlərinin inkişafı çoxvektorlu və dinamik proses olmaqla xidmət keyfiyyətinin idarə edilməsində yeni elmi-metodoloji yanaşmaları tələb edir.

Rəqəmsal transformasiya, onlayn informasiya mənbələrinin güclənməsi və istehlakçı davranışlarındakı dəyişikliklər mehmanxanaların ənənəvi fəaliyyət modelini köklü şəkildə yeniləmiş, daha çevik və məlumat yönümlü idarəetmə mexanizmlərinin tətbiqini aktuallaşdırmışdır. Təhlil nəticələri göstərir ki, xidmət keyfiyyətinin ölçülməsi üzrə SERVQUAL, SERVPERF və HOLSERV kimi metodologiyalar hər biri müəyyən üstünlüklərə malik olmaqla, fərqli xidmət strukturları və bazar segmentləri üçün uyğun tətbiq imkanları yaradır (Xiang et al., 2017, s. 55).

SERVQUAL modeli xidmət boşluqlarının müəyyənləşdirilməsi baxımından effektiv olsa da, rəqəmsal xidmət mühitinə tam adaptasiya olunmur; SERVPERF yüksək əməliyyat səmərəliliyi təmin edir, lakin gözlənti faktorunu nəzərə almır; HOLSERV isə mehmanxanaya spesifik indikatorlarla daha obyektiv ölçmə imkanı yaradır.

Bu nəticələrdən belə qənaətə gəlmək olar ki, müasir turizm sənayesində vahid metoddan istifadə yetərli deyil və inteqrativ qiymətləndirmə yanaşmaları üstünlük təşkil etməlidir. Bu baxımdan, mənim fikrimcə, gələcək tədqiqatlar bu metodların rəqəmsal təcrübə indikatorları ilə genişləndirilməsi və süni intellekt əsaslı ölçmə mexanizmlərinə inteqrasiya edilməsinə yönəldilməlidir (Lockyer, 2005, s. 485).

Ədəbiyyat

1. Akbaba, A. (2006). Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey. *International Journal of Hospitality Management*, 25(2), 170–192. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2005.08.006>
2. Ali, F., Hussain, K., & Ragavan, N. A. (2015). Hotel service quality and customer satisfaction: A mixed methods study. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 67–78. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.08.008>
3. Brady, M. K., & Cronin, J. J., Jr. (2001). Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: A hierarchical approach. *Journal of Marketing*, 65(3), 34–49. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.3.34.18334>
4. Cronin, J. J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: A reexamination and extension. *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
5. Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36–44. <https://doi.org/10.1108/EUM00000000004784>
6. Kandampully, J., Zhang, T., & Bilgihan, A. (2015). Customer loyalty: A review and future directions with a special focus on the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 27(3), 379–414. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2014-0151>
7. Ladhari, R. (2009). Service quality, emotional satisfaction, and behavioural intentions. *Managing Service Quality*, 19(3), 308–331. <https://doi.org/10.1108/09604520910955320>
8. Lockyer, T. (2005). Understanding the dynamics of the hotel accommodation purchase decision. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 17(6), 481–492. <https://doi.org/10.1108/09596110510612121>
9. Marković, S., & Raspor, S. (2010). Measuring perceived service quality using SERVQUAL: A case study of the Croatian hotel industry. *Management*, 5(3), 195–209.
10. Oh, H. (1999). Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 18(1), 67–82. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(98\)00047-4](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(98)00047-4)
11. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40.
12. Seth, N., Deshmukh, S. G., & Vrat, P. (2005). Service quality models: A review. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 22(9), 913–949. <https://doi.org/10.1108/02656710510625211>
13. Torres, E., & Kline, S. (2013). From customer satisfaction to customer delight: Creating a new standard of service for the hotel industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(5), 642–659. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-Dec-2011-0228>
14. Xiang, Z., Du, Q., Ma, Y., & Fan, W. (2017). A comparative analysis of major online review platforms: Implications for hotel management. *Tourism Management*, 58, 51–65. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.10.001>

Daxil oldu: 26.08.2025

Qəbul edildi: 13.11.2025