

XİDMƏT SƏNAYELƏRİNDƏ KORPORATİV MƏDƏNİYYƏTİN TƏSİRİNİN QİYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ ÜÇÜN ƏSAS METRİKLƏR

UOT 338.46

DOI:10.30546/3006-0346.2024.4.82.92

AYXAN RAMAZANOV

Azərbaycan Dövlət Neft və Sənaye Universiteti,
magistr

E-mail: aykhanramazanov99@gmail.com

Xidmət Sənayelərində Korporativ Mədəniyyətin Təsirinin Qiymətləndirilməsi üçün Əsas Metriklərə Giriş

Müştəri məmnuniyyətinin əsas olduğu xidmət sənayesinin dinamik mənzərəsində korporativ mədəniyyətin təsirini qiymətləndirmək olmaz. Şirkətin mədəniyyəti onun dəyərlərini, davranışlarını və qarşılıqlı əlaqələrini formalaşdırır, nəticədə onun nüfuzunu və uğurunu müəyyən edir. Xidmət yönümlü təşkilatlarda korporativ mədəniyyətin effektivliyini ölçmək üçün bir sıra əsas göstəricilər əvəzlənir fikirlər təqdim edir. Əsas göstəricilərdən biri işçilərin işə nə dərəcədə sadıq olduqlarını və şirkətin məqsədlərinə uyğunluğunu əks etdirən işçilərin işə cəlb edilməsidir. Yüksək səviyyəli məşğulluq tez-tez üstün müştəri xidməti ilə əlaqələndirilir, çünki motivasiya edilmiş işçilər müştəri ehtiyaclarını ödəmək üçün daha yüksək və kənara çıxma ehtimalı yüksəkdir. Bundan əlavə, dövrüyyə dərəcəsi həlledici göstərici kimi çıxış edir; aşağı dövrüyyə nisbəti müsbət iş mühiti və güclü işçi məmnuniyyətini göstərir, yüksək dövrüyyə isə korporativ mədəniyyət daxilində əsas problemləri göstərə bilər. Net Promoter Score (NPS) və Customer Satisfaction Score (CSAT) kimi müştəri məmnuniyyəti göstəriciləri korporativ mədəniyyətin təsiri ilə bağlı başqa perspektiv təklif edir. Bu ölçülər müştərilərin müvafiq olaraq şirkətə tövsiyə etmə ehtimalını və onların göstərilən xidmətdən ümumi məmnuniyyətini ölçür. Müsbət müştəri təcrübəsinin təşviqində korporativ mədəniyyətin mühüm rolunu vurğulayan işçilərin işə cəlb edilməsi və müştəri məmnuniyyəti arasında müsbət korrelyasiya tez-tez müşahidə olunur. Bundan əlavə, müxtəliflik və inklüzivlik göstəriciləri korporativ mədəniyyətin inklüzivliyinə dair anlayışlar təmin edir. Təşkilatın müxtəlif səviyyələrində müxtəlifliyin təmsil olunması və daxilolma indeksi balları kimi göstəricilər müxtəlif və ədalətli iş yerinin yaradılması istiqamətində irəliləyişin ölçüləbilən ölçülərini təklif edir. Xülasə, xidmət sənayelərində korporativ mədəniyyətin təsirinin qiymətləndirilməsi işçilərin cəlb edilməsi, dövrüyyəsi, müştəri məmnuniyyəti, müxtəliflik və inklüzivliklə bağlı ölçüləri nəzərə alan hərtərəfli

yanaşma tələb edir. Bu əsas göstəriciləri izləməklə, təşkilatlar öz mədəniyyət təşəbbüslərinin effektivliyini qiymətləndirə və müstəsna xidmətlərin göstərilməsi üçün əlverişli iş mühitinin davamlı olaraq yaxşılaşdırılması və təşviq edilməsi üçün əsaslandırılmış qərarlar qəbul edə bilərlər.

Məqsəd

Xidmət sənayesində korporativ mədəniyyətin təsirinin qiymətləndirilməsi onun həm işçilərin fəaliyyətinə, həm də müştəri məmnuniyyətinə necə təsir etdiyini başa düşmək üçün çox vacibdir. Bu qiymətləndirmə üçün əsas ölçü iki əsas komponenti əhatə edən İşçilərin Tənzimlənməsi konsepsiyasından asılıdır: Sorğular və Əlaqələr və Net Promoter Score (eNPS).

Mütəmadi olaraq işçilərin işə cəlb olunması sorğuları korporativ mədəniyyətin sağlamlığının ölçülməsi üçün əsas vasitə kimi xidmət edir. Bu sorğulara adətən ümumi məmnuniyyəti, motivasiyanı və korporativ dəyərlərə uyğunluğu ölçmək üçün hazırlanmış suallar daxildir. Əsas məqsəd işçilərin təcrübələri və iş yeri mühiti haqqında təsəvvürləri ilə bağlı dürüst və hərtərəfli rəy toplamaqdır. Ümumi iş məmnunluğuna yönəlmiş suallar işçilərin öz rollarında məmnunluq və dəyərli hiss edib-etmədiklərini müəyyən etməyə kömək edir. Yüksək məmnunluq səviyyəsi çox vaxt işçilərin yüksək qiymətləndirildiyini və məşğul olduqlarını hiss etdikləri müsbət korporativ mədəniyyətin göstəricisidir. İşçiləri hərəkətə gətirən və onları motivasiya edən şeyləri başa düşmək vacibdir. Sorğulara onların işə olan həvəsi, əlavə mil getməyə hazır olmaları və ümumi enerji səviyyələri ilə bağlı suallar daxil ola bilər. Motivasiya edilmiş işçilər ümumiyyətlə daha məhsuldardır və müştəri məmnuniyyətinə birbaşa təsir edən daha yaxşı xidmət göstərirlər. Sorğular işçilərin şirkətin əsas dəyərlərini anlayıb təcəssüm etdirmələrini qiymətləndirir. İşçilərin dəyərləri təşkilatın dəyərləri ilə üst-üstə düşdükdə, komanda işinin və ardıcıl müştəri xidmətinin həyati əhəmiyyət kəsb etdiyi xidmət sahələrində çox vacib olan vahid və dəstəkləyici mühiti gücləndirir.

eNPS, işçilərin sədaqətini və məmnunluğunu ölçmək üçün hazırlanmış xüsusi bir metrikdir. O, işçilərdən öz iş yerlərini başqalarına tövsiyə etmək ehtimalını 0-dan 10-a qədər miqyasda qiymətləndirməyi xahiş edir. Ballar daha sonra Promoterlər (9-10), Passivlər (7-8) və Detractorlar (0-6) kimi təsnif edilir [5, p.107]. Ehtimallarını yüksək qiymətləndirən işçilər promoter hesab edilir. Onlar adətən iş mühitindən çox razıdırlar və çox güman ki, şirkət haqqında həm daxili, həm də xaricdə müsbət danışacaqlar. Orta bal verənlər razıdırlar, lakin həvəsli deyillər. Onların şirkəti aktiv şəkildə tanımaq ehtimalı yoxdur, lakin onlar da pisləyici deyillər. Aşağı bal toplayan işçilər narazıdırlar və mənfi danışaraq şirkətin nüfuzuna xələl gətirə bilər. eNPS işçilərin əhvali-ruhiyyəsinin aydın, ölçüləbilən ölçüsünü təmin edir. Daha yüksək eNPS daha müsbət korporativ mədəniyyətə işarə edir, çünki bu, məşğul, sadıq və şirkət üçün müdafiə etmək istəyən işçi qüvvəsinə əks etdirir.

Xidmət sənayesində korporativ mədəniyyətin təsiri ən yaxşı şəkildə eNPS ilə birlikdə işçilər arasında müntəzəm sorğular və rəylərin kombinasiyası vasitəsilə qiymətləndirilir. Bu alətlər birlikdə işçi məmnuniyyəti, motivasiya və korporativ dəyərlərlə uyğunlaşmanın hərtərəfli görünüşünü təmin edərək, həm işçi təcrübəsində, həm də müştəri məmnuniyyətində davamlı təkmilləşdirməyə səbəb ola biləcək dəyərli fikirlər təklif edir.

Xidmət sənayesində korporativ mədəniyyətin təsirinin qiymətləndirilməsi onun həm işçilərin işə cəlb edilməsinə, həm də müştəri məmnunluğuna təsirini başa düşmək üçün vacibdir. Bu təsirin qiymətləndirilməsinin ən təsirli yollarından biri iki əsas komponenti əhatə edən Dövrüyyət və Saxlama Dərəcələri ölçüləridir: Könüllü Dövrüyyət Faizləri və İşçilərin Saxlanması Faydaları.

Metodlar

Xidmət sahələrində korporativ mədəniyyət təşkilat fəaliyyətinin müxtəlif aspektlərinə əhəmiyyətli dərəcədə təsir göstərir və bu təsirin qiymətləndirilməsi üçün əsas göstəricilərdən biri işdən çıxma nisbətidir. İşçilərin işdə olmadıqları günlərin sayını izləyən işdən çıxma nisbəti iş yeri mədəniyyətində əsas problemlərin həlledici göstəricisi kimi xidmət edir. İşdən çıxma hallarının yüksək olması işçilərin narazılığı, aşağı əhvali-ruhiyyə, tükənmişlik və zəif idarəetmə təcrübələri kimi bir sıra əsas problemlər-

dən xəbər verə bilər. İşdən çıxma nisbətləri təşkilatın mədəniyyətinin ümumi sağlamlığını əks etdirir [2, p.89]. İşçilər tez-tez işi əldən verdikdə, bu, çox vaxt şirkət daxilində lazımi səviyyədə qiymətləndirilməmiş və ya qiymətləndirilməmiş hissələrdən qaynaqlana bilən bağlılıq və motivasiya çatışmazlığına işarə edir. Dəstəkləyici və müsbət korporativ mədəniyyətdə işçilər aidiyyət və məqsəd hissini daha çox hiss edir, lazımsız işdən çıxma ehtimalını azaldır. Əksinə, toksik və ya dəstəklənməyən mədəniyyət işçiləri iş yerindəki stress və ya narazılığın öhdəsindən gəlmək üçün daha çox xəstə günlər və ya şəxsi məzuniyyətlər almağa sövq edə bilər. Bundan əlavə, yüksək işdən çıxma nisbətləri işçilərin ardıcıl və etibarlı mövcudluğunun vacib olduğu sənayelərdə xidmət axınına poza bilər. Bu, məhsuldarlığın müştəri məmnuniyyətinin azalmasına və nəticədə şirkətin mənfəətinə mənfi təsir göstərə bilər. Məsələn, səhiyyə, qonaqpərvərlik və ya pərakəndə satış kimi sektorlarda işçilərin olmaması xidmət keyfiyyətinə birbaşa təsir göstərə bilər və bu, gözləmə müddətinin uzadılmasına, müştəri xidmətlərinin azalmasına və potensial biznes itkisinə səbəb ola bilər. İşdən çıxma nisbətlərinin monitorinqi rəhbərliyə işçilərin narazılığına səbəb ola biləcək xüsusi mədəni problemləri müəyyənləşdirməyə və həll etməyə imkan verir. İşdən çıxma hallarını təhlil edərək, təşkilatlar xüsusilə yüksək göstəricilərə malik şöbələri və ya komandaları dəqiq müəyyənləşdirə və əsas səbəbləri anlamaq üçün daha çox araşdırma apara bilərlər. Bu, idarəetmə təcrübələrini, iş yükünün bölüşdürülməsini, işçilərlə münasibətləri və həmin sahələrdə dəstək sistemlərini qiymətləndirməyi əhatə edə bilər. Bundan əlavə, təşkilatlar iş yerində mədəniyyətin yaxşılaşdırılmasına yönəlmiş məqsədyönlü müdaxilələri həyata keçirmək üçün işdən çıxma məlumatlarından istifadə edə bilərlər. İşçilərin sağlamlıq proqramları, çevik iş tənzimləmələri və təkmilləşdirilmiş kommunikasiya kanalları kimi təşəbbüslər işdən çıxmama hallarını azaltmağa kömək edə bilər [7, p.143]. Müsbət və inklüziv korporativ mədəniyyəti inkişaf etdirməklə xidmət sənayesi şirkətləri işçilərin rifahını yaxşılaşdırma, bağlılığı artırma və ümumi təşkilat performansını yaxşılaşdırmağa imkan verir. Yekun olaraq qeyd edək ki, işdən yayınma dərəcəsi xidmət sənayesində korporativ mədəniyyətin təsirini qiymətləndirmək üçün vacib bir göstəricidir. O, işçilərin rifahı və təşkilat sağlamlığı ilə bağlı anlayışlar təqdim edir, daha dəstəkləyici və məhsuldar iş mühiti yaratmaqda rəhbərliyi istiqamətləndirir.

Nəticə

Yekun olaraq, korporativ mədəniyyətin xidmət sahələrində təsirinin qiymətləndirilməsi bir sıra əsas ölçüləri nəzərə alan nüanslı yanaşma tələb edir. Birincisi, işçilərin məşğulluğu və məmnunluğu mədəniyyətin işçilərin dəyərlərinə nə qədər uyğun olduğunu və müsbət iş mühitini təşviq edən əsas göstəricilərdir. Yüksək nişanlanma səviyyələri çox vaxt təkmilləşdirilmiş müştəri məmnuniyyəti və sədaqətə əlaqələndirilir və nəticədə biznes uğurunu təmin edir. İkincisi, müştəri rəyi və loyallıq göstəriciləri korporativ mədəniyyətin müştəri təcrübəsinə necə təsir etdiyi barədə məlumat verir. Net Promoter Score (NPS), müştəri saxlamaq dərəcələri və müştərinin ömürboyu dəyəri kimi göstəricilər müstəsna xidmət göstərmək və uzunmüddətli əlaqələr qurmaqda mədəniyyətin effektivliyini ölçməyə kömək edir. Üçüncüsü, məhsuldarlıq, səmərəlilik və innovasiya daxil olmaqla, təşkilati fəaliyyət göstəriciləri korporativ mədəniyyətin əməliyyat nəticələrinə təsiri haqqında dəyərli perspektivlər təklif edir. Əməkdaşlığı, yaradıcılığı və davamlı təkmilləşdirməni təşviq edən mədəniyyət, dinamik xidmət sənayesi mənzərəsində təşkilatı davamlı böyümə və rəqabətə davamlılıq üçün yerləşdirərək, innovasiya və uyğunlaşma qabiliyyətinə təkan verir. Bundan əlavə, gəlir artımı, rentabellik və investisiyanın qaytarılması (ROI) kimi maliyyə göstəriciləri korporativ mədəniyyətin biznes nəticələrinə təsirinin son ölçüləri kimi xidmət edir. Dürüslüyə, müştəri mərkəzliliyə və etik davranışa üstünlük verən güclü mədəniyyət çox vaxt müştəriləri cəlb etmək və saxlamaq, brend reputasiyasını artırmaq və riskləri azaltmaqla maliyyə uğuruna çevrilir. Əslində, bu əsas ölçüləri hərtərəfli qiymətləndirməklə, təşkilatlar korporativ mədəniyyətlərinin xidmət sənayesində həm daxili dinamikanı, həm də xarici nəticələri necə formalaşdırdığına dair vahid anlayış əldə edə bilirlər. Bu, davamlı biznes performansını təmin edən və həm işçilər, həm də müştərilərlə mənalı əlaqələri gücləndirən mədəniyyəti inkişaf etdirmək üçün məlumatlı qərar qəbul etməyə və məqsədyönlü müdaxilələrə imkan verir.

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI:

1. Brown A. "Managing State Investments", Chicago, "University of Chicago Press", 2020, 439 p.
2. Daniel W.B., Barbara C. "Designing Corporate Culture for Customer Satisfaction", Boston,

"SAGE Publications Ltd", 2018, 671 p.

3. Henry A. "Theoretical Foundations of Public Administration", New York, "Oxford University Press", 2018, 394 p.

4. Hunger JD, Wheelen TL. "Essentials of Strategic Management", Florida, "Prentice Hall", 2015, 521 p.

5. Jessie P., David L.R. "International Trade: The Basics", London, "Routledge", 2022, 210 p.

6. Keller K.P. "Marketing Management", New Jersey, "Pearson Prantice Hall", 2019, 832 p.

7. Lewis B. "Crisis management", London, "InfoWorld", 2020, 260 p.

Ramazanov Ayxan

XİDMƏT SƏNAYELƏRİNDƏ KORPORATİV MƏDƏNİYYƏTİN TƏSİRİNİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ ÜÇÜN ƏSAS METRİKLƏR XÜLASƏ

Xidmət sənayələrində korporativ mədəniyyətin təsirini qiymətləndirmək davamlı uğur üçün vacibdir. Əsas ölçülər bu təsirin həyatı göstəriciləri kimi xidmət edir. Sorğular və ya əks-əlaqə mexanizmləri ilə ölçülən işçilərin işə cəlb edilməsi işçilər və təşkilati dəyərlər arasında uyğunluğu əks etdirir və müştəri təcrübəsinə birbaşa təsir göstərir. Net Promoter Score (NPS) və Customer Satisfaction Score (CSAT) kimi müştəri məmnuniyyəti və sədaqət göstəriciləri korporativ mədəniyyətin müsbət müştəri qarşılıqlı əlaqəsi və münasibətlərinə nə qədər effektiv çevrildiyini ölçür. İşçilərin yerdəyişmə nisbətləri, mədəniyyətin istedadları saxlamaqda effektivliyini vurğulayır, aşağı dövriyyə isə adətən daha sağlam iş mühitini göstərir. Xidmət səviyyəsi razılaşmaları (SLAs) və ya cavab müddətləri kimi ölçülərlə ölçülən xidmətin çatdırılmasının keyfiyyəti mədəniyyətin mükəmməlliyi və səmərəliliyi nə dərəcədə təşviq etdiyini əks etdirir. Nəhayət, gəlir artımı və gəlirlilik də daxil olmaqla maliyyə göstəriciləri, güclü korporativ mədəniyyətin təsirinə məruz qalan real biznes nəticələrini nümayiş etdirir və onun xidmət sahələrində əsas təsirini vurğulayır.

Açar sözlər: Xidmət, xidmət sənayeləri, korporativ mədəniyyət, metriklər.

Айхан Рамазанов
КЛЮЧЕВЫЕ МЕТРИКИ ОЦЕНКИ
ВЛИЯНИЯ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ
В СФЕРЕ УСЛУГ
РЕЗЮМЕ

В сфере услуг оценка влияния корпоративной культуры имеет важное значение для устойчивого успеха. Ключевые показатели служат важными индикаторами этого воздействия. Вовлеченность сотрудников, измеряемая с помощью опросов или механизмов обратной связи, отражает соответствие между сотрудниками и ценностями организации, напрямую влияя на качество обслуживания клиентов. Показатели удовлетворенности и лояльности клиентов, такие как показатель Net Promoter Score (NPS) и показатель удовлетворенности клиентов (CSAT), позволяют оценить, насколько эффективно корпоративная культура преобразуется в позитивное взаимодействие и отношения с клиентами. Уровень текучести кадров подчеркивает эффективность культуры в удержании талантов, причем более низкая текучесть обычно указывает на более здоровую рабочую среду. Качество предоставления услуг, измеряемое с помощью таких показателей, как соглашения об уровне обслуживания (SLA) или время ответа, отражает степень, в которой культура способствует совершенству и эффективности. Наконец, показатели финансовых показателей, включая рост доходов и прибыльность, демонстрируют ощутимые результаты бизнеса, на которые влияет сильная корпоративная культура, подчеркивая ее влияние на конечный результат в сфере услуг.

Ключевые слова: *Сервис, сферы услуг, корпоративная культура, метрики*

Ay Khan Ramazanov
KEY METRICS FOR ASSESSING THE
IMPACT OF CORPORATE CULTURE
IN SERVICE INDUSTRIES
SUMMARY

In service industries, evaluating the impact of corporate culture is essential for sustainable success. Key metrics serve as vital indicators of this impact. Employee engagement, measured through surveys or feedback mechanisms, reflects the alignment between employees and organizational values,

impacting customer experience directly. Customer satisfaction and loyalty metrics, such as Net Promoter Score (NPS) and Customer Satisfaction Score (CSAT), gauge how effectively corporate culture translates into positive customer interactions and relationships. Employee turnover rates highlight the effectiveness of the culture in retaining talent, with lower turnover typically indicating a healthier work environment. Quality of service delivery, measured through metrics like service level agreements (SLAs) or response times, reflects the extent to which the culture promotes excellence and efficiency. Lastly, financial performance metrics, including revenue growth and profitability, demonstrate the tangible business outcomes influenced by a strong corporate culture, emphasizing its bottom-line impact in service industries.

Keywords: *Service, service industries, corporate culture, metrics*