

**TTÜ KURESSAARE KOLLEDŽ**

Getter Reisin

**GEORG OTS SPA HOTELLI SPAA OSAKONNA KÜLASTATAVATE  
KLIENTIDE RAHULOLU UURING**

Lõputöö

Juhendaja: Maarika Toomel

Kuressaare 2014

Olen koostanud lõputöö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

/allkiri/

## **ANNOTATSIOON**

Selle lõputöö eesmärk on välja uurida Georg Ots Spa hotelli spaa osakonna klientide rahulolu. Töö autor viis läbi rahulolu uuringu Georg Ots Spa hotelli spaa osakonna klientide seas augusti ja septembri kuus 2014. aastal. Uuringus osales 56 spaa osakonna külastajat. Töö sisaldab analüüsi illustreeritud graafikuid ja ettepanekuid ning järeldusi. Töö üks eesmärke oli näidata kui tähtis on kliendi rahulolu ettevõttele. Töö tulemused koos ettepanekutega esitab autor Georg Ots Spa hotelli spa osakonna juhile. Töö võib huvi pakkuda ka hilisematele sarnaste uuringute teostajatele, kes saavad võtta võrdluse aluseks antud analüüsi tulemusi.

This bachelor thesis purpose is to measure the customer satisfaction in Georg Ots Spa hotel, focusing on spa department. The author conducted a customer satisfaction poll in the spa department in August-September 2014. 56 customers were surveyed after using the spa products or services. This research includes analysis with illustrative diagrams and figures. Conclusions and suggestions are added to the work. The author will present her findings and remarks to the head of the spa department. This thesis might offer interest to someone who is making a similar survey in Georg Ots Spa and needs previous data to compare.

# SISUKORD

ANNOTATSIOON .....	3
SISUKORD .....	4
SISSEJUHATUS .....	5
1. SPAA MÕISTE JA ARENG .....	7
1.1 Spaade algusaeg .....	8
1.2 <i>Wellness</i> spa .....	8
1.3 Spaa trendid .....	9
1.4 Spaa juhtimisstrateegia tähtsus .....	11
1.5 Kliendi rahulolu tähtsus spaas .....	12
2. GEORG OTS SPA HOTELLI SPAA OSAKONNA KLIENDI RAHULOLU UURING .....	13
2.1 Georg Ots Spa hotelli spaa üldiseloomustus .....	13
2.2 Ülevaade pakutavatest teenustest .....	13
2.3 Uuringu eesmärk ja meetod .....	16
2.4 Kliendirahulolu uuringu analüüs .....	17
3. UURINGU JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD .....	27
KOKKUVÕTE .....	29
SUMMARY .....	31
KASUTATUD KIRJANDUS .....	33
LISA 1 .....	35

## SISSEJUHATUS

Georg Ots SPA hotell asub Eesti suurima saare Saaremaa pealinnas Kuressaares piiskoplinnuse ja supelranna vahetus läheduses. Hotellis on 85 kahekohalist tuba, 2 deluxe tuba ja 4 sviiti, veekeskus ning spaa. Oma nime on spaa hotell saanud Nõukogude Liidu aegse Eesti kuulsaima laulja Georg Otsa järgi. [1]

Georg Ots Spa hotell on keskendunud *wellness* spaa teenustele. GOSPA spaahoolitsused tehakse *hands-on* meetodil, mis tähendab hoolitsusi professionaalsete terapeutide käte läbi. [2]

Hiljuti läbis Georg Ots Spa hotell uuenduskuuri, kus uuendati hotelli, restorani ja spaa osakondade välimust ning muudeti kogu asutuse atmosfääri. Lisati uued hoolitsused ja oma spaa sari, kus kasutatakse saaremaist toodangut. Antud töös uurib autor, kuidas külastajad on rahul Georg Ots Spa hotelli spaa osakonnaga.

Töö üks eesmärke oli näidata kui tähtis on kliendi rahulolu ettevõttele. Töö tulemused koos ettepanekutega esitab autor Georg Ots Spa hotelli spa osakonna juhile. Töö võib huvi pakkuda ka hilisematele sarnaste uuringute teostajatele, kes saavad võtta võrdluse aluseks antud analüüsi tulemusi.

Püstitatud ülesanded:

- Ülevaade spaade kujunemisest, selle mõiste ja definitsioon;
- Anda ülevaade Georg Ots Spa hotelli spaa pakutavatest teenustest;
- Valmistada ette küsimustik ning läbi viia uuring Georg Ots Spa hotelli spaad külastatave klientide seas;
- Analüüsida uuringu tulemusi ning teha järeldused;
- Tutvustada spaa juhile uuringu tulemusi ja sellest lähtuvaid ettepanekuid;

Diplomitöö teoreetiline osa annab ülevaate spaa mõistest ja arengust. Empiiriline osa kajastab ettevõttes läbi viidud kliendirahulolu uuringut, selle analüüsi ja tulemusi.

### **Lõputöö on jaotatud kolmeks peatükiks:**

1. Spaa mõiste ja areng
2. Georg Ots Spa hotelli spaa osakonna kliendirahulolu uuring
3. Uuringu järeldused ja ettepanekud

Lõputöö abil selgitatakse välja, millega külastajad on rahul ning millega ei ole rahul Georg Ots Spa hotelli spaas ning milliseid muutusi sooviksid külastajad näha. Külastajate rahulolu on üks tähtsamaid näitajaid ettevõtte hea maine säilitamiseks.

Töö eesmärgiks on välja selgitada, kas ja kui rahul on kliendid Georg Ots Spa hotelli spaa teeninduse, teenuste ja toodetega. Uurimismeetodiks on küsitlus. See on kõige sobivam variant saamaks teada kliendi emotsioone teatud teenuse/ toote kohta kohe peale tarbimist. Selleks kasutas autor nii *likert* skaalat kui ka avatud küsimusi.

Ettevõtte sai valitud seepärast, sest lõputöö autor on seal töötanud enne uuendusi ning tunneb väga hästi hotelli ja spaa töötajaid ning kogu asutuse üldist poliitikat. Ka andis eelnev töökogemus seal küllaltki palju infot, mida kliendid spaa ja selle teenuste kohta arvasid enne uuendust. Autori isiklik huvi kui ka Georg Ots Spa hotelli spaa osakonna juhi huvi andsid suure tõuke uurimaks, kuidas on uuendused mõjunud külastajatele.

Lõputöö autor usub, et käesoelvast tööst on kasu Georg Ots Spa hotelli spaal endal kõige rohkem, sest uuritakse just ja ainult seda spaad. Töö autor on plaaninud ka järeldused ja ettepanekud esitleda hiljem Georg Ots Spa hotelli spaa osakonna juhile.

## 1. SPAA MÕISTE JA ARENG

*Sanus per aquam* ehk tervis läbi vee tuleneb ladina keelest ning tähendab ettevõtte pühendumist üleüldisele rahulolule läbi professionaalsete teenuste, mis soodustavad keha ja vaimu taastamist. [3: 69]

Sõna *spa* on saanud alguse tegelikult Belgiast, kui 15.sajandil ühe väikese linna sepp ravis mineraalide rikkas kuumaveeallikas oma reumat. Hiljem kujunes linnakesest tervise puhkuse üks keskuseid ja linna nimeks sai Espa ning sõna spaa hakati laialdaselt kasutama. [4: 26]

Tänapäeval defineeritakse spaad kui ettevõtet, mis pakub spa hoolitsusi, mis põhinevad autentsel vee baasil teraapial, mida teostab kvalifitseeritud personal professionaalses ja lõõgastavas keskkonnas. [5: 55]

Spaad või niiöelda kümbelus on olnud suur osa kõikidest kultuuridest alates sellest kui esimesed inimesed avastasid enda jaoks kuumaveeallikad ja termid, kus ennast pesta ja hästi tunda. Mõned religioonid nõuavad inimese puhastamist veega enne pühamutesse sisenemist. Tänapäevane spaa-kultuur on tekkinud erinevatest traditsioonidest üle maailma. Näiteks Jaapani *onsen* (kuumaveeallikad) koos hea toidu ja joogiga ning Zen aedadega, Soome saunad koos leili viskamisega ja jääkülma vette kastmisega ning Ottomani *hamamid*, kust on pärit aurusaunad ja privaatsed pesuruumid. Kuigi igal spaal on oma väärtused ja uskumused siis on kõikidel üks põhimõte – koht tervise parandamiseks ja taastumiseks. [5: 27]

## 1.1 Spaade algusaeg

Euroopa spaa sai alguse kuulsate Rooma vannidega, mis töötasid looduslike allikate baasil. Tüüpiline Euroopa spaa 1900-ndatel aastatel oli ikkagi keskendunud vee teraapiale ja kümblemisele. Spaasid oli kahte tüüpi- mineraalvee allikate spaad (termid), mis sisaldasid kuumaveeallikates vannitamist, millel arvati olevat tervendavaid omadusi ja külmaveeallikad joomiseks ning *thalasso* tüüpi spaad, mis kasutasid merevett, vetikaid, meremuda ja meresoola. Algselt olid Euroopa spaad ahvatlevad ainult rikastele, kes niiõelda põgenesid suurtest linnadest maale. Minki niiõelda spaa "ravile" või "vett võtma", kus meditsiinilised toimingud ja hoolitsused ning puhkus segati tihti hasartmängudega, spordivõistlustega ning muusikaliste üritustega. [5: 27]

Esimesed mudaravilad avati Eestis 1820-ndatel aastatel. Kuurortide teket soodustasid siinsed heade raviomadustega mudalademed ja arstide huvi tervisemuda ning ravisupluse rakendamise võimaluse vastu ravipraktikas. Eesti kuurordid hakkasid arenema 19. sajandi keskel, oma tegevuse täishoo saavutasid nad 20. sajandiks ja nende kiire areng toimus kuni Esimese maailmasõjani. Tõuke turismi elavnemiseks andis 1870. aastatel raudtee ehitamine. Haapsalu ja Narva-Jõesuu piirkonnad kujunesid kiiresti Venemaa tsaari õukonna, rikaste ettevõtjate ning intelligentsi eelistatud puhkepaikadeks. Samal ajal kujunesid kuurortlinnadeks ka Pärnu ja Kuressaare. [6]

Eraldi spaa liigina on välja kujunenud ravi spaa, kus spaa teenused on kombineeritud meditsiiniliste protseduuridega. Selles töös autor seda teemat ei puuduta.

## 1.2 Wellness spa

*Wellnessi* kontseptsioon tähendab ennetada haigusi/ haigeksjäämist, tõsta teadlikkust oma tervise kohta, õpetuste ja julgustuse näol ning hõlmab nii lähenemist tervislikule toitumisele kui ka vaimse ja hingelise tasakaalu saavutamisele. [4: 31]

Tänapäevane spaa puhkus sai alguse 18. sajandil, muutudes turismitooteks 19. sajandil ning tõelise hoo sai sisse alles 20-21. sajandil. Spaa ja wellness teraapiad on muutunud ülemaailmselt populaarseks viimase kahekümne aasta jooksul. [4: 25- 26]



Euroopas võib võtta seda kui Kreeka ja Rooma kultuuridest pärinevat traditsiooni, kus enamasti mehed (sportlased, sõdurid ja rikkad) hakkasid huvituma tervisest, hügieenist, vormisolekust (*fitness*) ning mille tulemusel tekkisid ühissaunad ja jõusaali eelkäijad. [4: 31]

50-ndate aastate Ameerikas defineeriti *wellnessi* kui hea tervise kombinatsiooni vormisolekust ja heaolust (*well being + fit ness*). Kuigi selle definitsiooniga ei ole üldse nõus sakslased, German Wellness Association, kes ütlevad, et *wellness* väljendit on kasutatud Euroopas juba sajandeid ja see tähendab hea tervise juures olemist. Nad on definitsiooni jaganud kaheks, et tõlgendada seda täpsemalt.

- *Wellness* (alternatiiv meditsiinilises mõttes) – tähendab keha, vaimu ja hinge tasakaalus olekut, mis tähendab üleüldist heaolu tunnet. See lähenemine tähendab palju rohkemat kui lihtsalt hea tervise juures olekut.
- *Wellness* (meditsiiniline) – tähendab kindlalt ja lihtsalt hea tervise juures oleku seisundit. [4: 31-32]

Meditsiiniline spaa on personaalse lähenemisega raviasutus, mis lisaks pakub ka spaa teenuseid. Ravi plaani kuulub alati meditsiinilise taustaga professionaal, kes nõustab küllastajaid nende tervise osas seal viibimise jooksul. [7]

### 1.3 Spaa trendid

Enamuses arenenud maailma osades nagu Põhja-Ameerika, Euroopa, Jaapan ja Austraalia on vananev ühiskond ja iive on negatiivne. Selline elanikkond vajab rohkem meditsiinilist tuge. Samuti suur osa keskealisi inimesi soovib tänapäeval säilitada nooruslikust ja ilu nii kaua, kui võimalik. Eelnevast tulenevalt peaksid olema tervise hoolitsuste kõrval ka ilu protseduurid spaades. Kasvamas on ka X ja Y generatsioon ehk need kelle vanemad on keskealised ning kes on spaa naudingutest osa saanud juba varajasesst lapsepõlvest saati. Nemad on avatumad ja vastuvõtlikumad kõigele uuele ja innovatiivsele. [8: 77-78]

Tehnoloogilised saavutused jätkuvad kiire tempoga, mis võimaldab paremat ja kiiremat kommunikatsiooni, ühendusi, ligipääsu informatsioonile ning selle jagamist. Geograafiline asukoht kaotab aina rohkem tähtsust. Konkurents aga tõuseb. See kõik tähendab spaadele avatust ja innovatiivsust uutele teenustele nagu näiteks- erinevad skaneeringud, geeni

jälgimine, DNA analüüs, laserprotseduurid, bioloogiliste näitajate mõõtmine jne. Tänu internetile on võimalik saada informatsiooni meditsiiniliste ja kosmeetiliste spa hoolitsuste uute saavutuste kohta ja nende arengu käiku jälgida. See omakorda tekitab uudishimu ja ajendab proovima uusi protseduure. Seega on ka meditsiiniline turism muutunud väga populaarseks ning järjest rohkem käiakse meditsiinilistest spaades välismaal, kus otsitakse uusi ja odavama hinnaga spa teenuseid kui koduriigis. [8: 78]

Uuem trend on lennujaamade muutumine hubasemaks ja tervisesõbralikumaks. Toitlustuskohtade ja luksuskaupade kaupluste kõrval on hakatud järjest rohkem rajama spaasid ja *fitness* keskuseid. Osades Ameerika lennujaamades on lennueelne jooga ruum (Chicago, Dallas ja San Fransisco), kus saab vähendada lennustressi. Singapuri lennujaama katusel asub suur ujumisbassein ning Hong Kongi lennujaamas on näiteks golfirada. [8: 6]

Rohkem pühendatakse ka *wellness* puhkustele. Paljudes hotellides korraldatakse teemanädalaid, kus pühendatakse kindlale tervise probleemile, kuhu kutsutakse selle ala spetsialist, näiteks mõni kuulus treener või *wellness* guru (vaimne juht) õpetama või trenni andma. Lisaks hakkavad paljud hotellid pakkuma tervislikumat toitu. Menüüdesse tulevad eraldi gluteeni-, laktoosivabad toidud ja taimetoitlastele eraldi road. Populaarseks on saanud mahlabaarid, kus on võimalik värsketest viljadest omale sobiv mahl kokku lasta segada. Buffet tüüpi restoranid kaotavad populaarsust ülesöömise tõttu ja neid on hakatud asendama tervislikku toitu pakuvate kohtadega. Spaa baarid ja kohvikud on juba populaarsed, nende menüüdesse lisatakse värsketest toorainetest smuutid ja salatid. Näiteks The Setai Club&Spa hotelli külalised saavad spaa kohvikus ise panna kokku oma salati ja smuuti. Enne spaasse minekut on võimalik konsulteerida toitumisspetsialistiga. [8: 7]

Üks maailma vanimaid spaa kogemusi ehk kuumaveallikates suplemine tuleb jälle trendiks. 2014. aastal on kasvanud nõudlus termidele ja muudele kuumaveallikate baasil töötavatele spaadele, põhjuseks on hinna ja kvaliteedi suhe (taskukohasem ja kättesaadavam keskklassile). Erinevad valitsused ja ettevõtted on märganud seda trendi ning tänu olemasolevatele ressurssidele arendatakse uusi ja huvitavaid projekte. [8: 38]

Kasvab nõudlus naturaalse ja loodusliku kosmeetika järele, mida siiani on kasutatud ainult spaa hoolitsustes. Üks viiest kosmeetika tootest sisaldab enamasti aineid, mida seostatakse vähiga ning millest 80% sisaldab ohtlikke aineid organsimile. Inimeste teadlikkus selle kohta kasvab ning seetõttu suureneb nõudlus puhaste ökoloogiliste ja turvaliste

kehahooldus-kosmeetika vahendite järele, mis on sünteetiliste ainte vabad ja ilma kõrvalmõjudeta. Suureneb ka nõudlus mitte-kirurgiliste iluprotseduuride järele. [8: 38]

#### **1.4 Spaa juhtimisstrateegia tähtsus**

Globaalses majandusolukorras, kus turu nõudmisel toimub pidev areng, peaksid spaad fookuseerima oma strateegiad käibe säilitamisele ning prognoosima kliendi ettearvamatud käitumist. See tähendab, et tuleb keskenduda sellele, et lojaalne, väärtustatud klient jääb truuks ka peale muutuseid. Valdkonna turu-uuringud ja prognoositavad tuleviku trendid ning spaa statiliste andmete jälgimine annavad aluse spaas õigete muudatuste ja otsuste tegemiseks. Et mitte lihtsalt täita lünkasid spaa puudustes, tuleks üle vaadata terve spaa imago ja positsioneerida teiste spaade suhtes ning arendada välja ettevõtte niiöelda strateegiline plaan. Seda koostades võiks arvesse võtta järgmisi soovitusi, mis aitavad madalhooajal hoida spaa taset:

- Teenindus, teenindus, teenindus – kõik otsused tuleb teha pidades silmas kliendi rahulolu. Klienditeeninduse tase tuleb hoida kõrgel, et säilitada korduvkliente ning olla atraktiivne uutele. Kuna spaa teenuse tarbimine on elamuse ostmine, siis kui klienditeeninduse tase langeb, langeb ka elamuse/ kogemuse väärtus, mis mõjutab kogu spaad negatiivselt.
- Lihtsustades või kärpides teenuste valikut, tuleks arvesse võtta seda, et massaažid ja näohoolitsused spaades on kõige valitumad ja hinnatuimad teenused põhjusega. Massaaž meelitab ligi kliente kõikidest vanusegruppidest ja mõlemast soost, sest see on kõige tuntum viis inimestel stressi maandamiseks ja heaolutunde saavutamiseks. Näohoolitsused on populaarsed sellepolest, et inimese nägu on kõige nähtavamam keha osa, mis tähendab, et ka madalhooajal või majanduse halvenemisel tarbitakse edasi näohoolitsusi, lihtsalt veidi harvemini
- Muuta turundusstrateegiat tulles vastu kliendi ootustele. Reklaamides välja eriti eksootilisi hoolitsusi võib küll tekitada huvi kliendis spaa vastu, kuid kõige rohkem tarbitakse ikkagi lihtsamaid hoolitsusi. Esile võiks tõsta inimeste vajadus stressi leevendada, sest see on vajalik tervisele ja heaolutunde saavutamisele.

Madalhooajal võiks teha reklaami ka kohalikele inimestele, et säilitada spaa täituvust. [9]

## **1.5 Kliendi rahulolu tähtsus spaas**

Iga kliendi arvamus on määrava tähtsusega spaa edukuse saavutamisel. Iga külaline tuleb spaasse oma ootustega, vajadustega ja soovidega ning lahkub jutuga, mida ta jagab teistega ning seda üha rohkem ka internetis (tripadvisor.com, blogid, broneerimiskeskonnad jne). Kui spaa kogemus ei vastanud kliendi ootustele, siis see kogemus saab hoiatuseks teistele ja võib kujuneda katastroofiks. Järgnev statistika toob selle kohta näite:

- Iga kaebuse kohta, mis ettevõtte saab, on lisaks 26 rahulolematut klienti, kellest ettevõtte ei kuulegi. Kuuel neist on olnud probleeme, mis peaksid muretsema panema. Keskmiselt iga külaline kellel on lahendamata jäänud kaebus, räägib sellest 9-10 inimesele; 13% räägib sellest aga rohkem kui 20-le inimesele. (Technical Assistance Research Programs)
- 96% mitterahul klientidest ei esita kaebust, kuid 91% nendest lahkuvad ja ei tule kunagi tagasi. (1st Financial Training Services)
- Et teha tasa üks lahendamata jäänud halb kogemus, läheb vaja 12 positiivset kogemust. (“Understanding Customers” Ruby Newell-Legner)

Kui aga kliendi kogemus vastab tema ootustele ja vajadustele, siis see külustuslugu räägib tema rahulolust, inspiratsioonist ja heaolust. International Spa Association’i 2008 Global Consumer Study näitab et 46% vastanutest ütlesid, et hea soovitus sõbralt/ perekonnalt on nende kõige suurem motivaator külastama mingit kindlat spaad. [10]

## **2. GEORG OTS SPA HOTELLI SPAA OSAKONNA KLIENDI RAHULOLU UURING**

### **2.1 Georg Ots Spa hotelli spaa üldiseloostus**

Spaa koosneb aktiivsest ja personaalsest osast. Aktiivne spaa koosneb saunadest, erinevatest suplubasseinidest ja *fitness* ruumist ning on avatud kõikidele hotelli klientidele tasuta. *Wellness* spaa-hoolitsused jagunevad massaažideks, veega seotud hoolitsusteks, kehahoolitsusteks, näohoolitsusteks, käte- ja jalgadehoolitsusteks. [1]

GOSPA spaahoolitsused tehakse *hands-on* meetodil, mis tähendab hoolitsusi professionaalsete terapeutide käte läbi. Kvaliteet on garanteeritud, sest hoolitsusi pakutakse oma välja töötatud saaremaise sarjaga KENA by GOSPA ning juhtivate prantsuse spaa-sarjade VIE ja THALGO-ga (profi kosmeetika). [2]

### **2.2 Ülevaade pakutavatest teenustest**

Spaa menüüs pakutakse massaaže nagu klassikaline massaaž, süvamassaaž, liivatemplitega massaaž, saaremaa kividega lõõgastav ja energiat taastav massaaž, massaaž sooja õli ja ürtidega, sünkroonmassaaž neljal käel, keha trimmiv massaaž, hellitav massaaž lapseootel naisele, vabastav massaaž ning tai massaaž. [2]

Kehahoolitsustest pakutakse Saaremaa punavetikamähis salveiga, meemähis raudrohu-nõgese ürdiseuga, kadakahoolitsus, mereliivaga koorimine, Thalgo kehahoolitsused, Thalgo Indoceane spaa rituaal, GOSPA rituaal kehale ja näole, täiuslik kehahoolitsus ning salendav turbahoolitsus. [2]

Veehoolitsuste valikus on ürdivann, kadakavann ning romantikavann kahele. [2]

Näohoolitsuste valikus on Vie noorendav näohoolitsus, Vie 3D iluteraapia näole, Thalgo nahatüübipõhised näohoolitsused, Thalgo kollageeniga näohoolitsus, Thalgo pinguldav näohoolitsus ning näomassaaž. [2]

Käte ja jalgadehoolitsustest pakutakse kätehoolditsus, wellness jalahoolitsus ning massaaž jalgadele. [2]

Lisaks on ka eraldi mõeldud nii meestele kui lastele. Meeste hoolitsuste valik on klassikaline massaaž, sünkroonmassaaž neljal käel, tai massaaž, täiuslik kehahoolitsus, Thalgo näohoolitsus meestele ” Ookean”, kätehoolditsus ning wellness jalahoolitsus. Laste hoolitsuste valikus on spordimehe musklimassaaž poistele, superstaari sädelev massaaž tüdrukutele, šokolaadimassaaž lastele, suur vahuvann, jalahoolitsus tüdrukutele, kätehoolditsus tüdrukutele või poistele ning beebide massaaž ja ujutamine. Lastehoolitsused on mõeldud 5-12 aastastele, beebihoolditsus 2-12 kuustele. [2]

Lisaks on loodud ka spaapaketid, et külastajad suudaksid rikkalikus hoolitsuste maailmas orienteeruda. Spaapaketid on järgnevad:

- GOSPA KENA- Saaremaa punavetikamähis salveiga 75 minutit, liivatemplitega massaaž 60 minutit ja ürdivann 20 minutit. Lisaks spaahoolitsustele kuulub paketti: 2 ööd majutust standardtoas, saunade, basseinide ja jõusaali piiramatu kasutus, osavõtt päevakavajärgsetest treeningutest, rikkalik buffet hommikusöök ning hommikumantel.
- GOSPA Kadakapakett- kadakavann 20 minutit, kadakahoolitsus 75 minutit ja näomassaaž 30 minutit. Lisaks spaahoolitsustele kuulub paketti: 2 ööd majutust standardtoas, saunade, basseinide ja jõusaali piiramatu kasutus, osavõtt päevakavajärgsetest treeningutest, rikkalik buffet hommikusöök, hommikumantel ning kingituseks tervistav kadakasiirup.
- GOSPA Antistress- süvamassaaž 60 min, ürdivann 20 min, Saaremaa kividega lõõgastav massaaž 75 min. Lisaks spaahoolitsustele kuulub paketti: majutus 2 ööd standardtoas, saunade, basseinide ja jõusaali piiramatu kasutus, osavõtt päevakavajärgsetest treeningutest, rikkalik buffet hommikusöök, hommikumantel.

- GOSPA Romantika- duaalmassaaž sooja õli ja ürtidega 75 minutit, romantiline õievann kahele 60 minutit, duaalhoolditus jalgadele 90 minutit. Lisaks spaahoolitsustele kuulub paketti: majutus 2 ööd merevaatega standardtoas, hiline check out kuni 16:00, üks hommikusöök voodis, üks romantiline õhtusöök kahele väärtuses 50 €, saunade, basseinide ja jõusaali piiramatu kasutus, osavõtt päevakavajärgsetest treeningutest ning hommikumantel.
- GOSPA Meestele- klassikaline massaaž 60 minutit, ürdivann 20 minutit, Thalgo näohoolitus "Ookean" 60 minutit. Lisaks spaahoolitsustele kuulub paketti: 2 ööd majutust standardtoas, saunade, basseinide ja jõusaali piiramatu kasutus, osavõtt päevakavajärgsetest treeningutest, rikkalik buffet hommikusöök ning hommikumantel.
- GOSPA Perele- Spordimehe musklimassaaž poistele 30 min, superstaari sädelev massaaž tüdrukutele 30 min, klassikaline massaaž 60 min, süvamassaaž 60 min. Lisaks spaahoolitsustele kuulub paketti: majutus kogu perele 2 ööd standardtoas (ühele lapsele toas lisavoodi, kahele kuni 12 aastasele lapsele toas mugav madratsipesa), saunade, basseinide ja jõusaali piiramatu kasutus, osavõtt päevakavajärgsetest treeningutest, rikkalik buffet hommikusöök, hommikumantel ning lastele saabudes põnev kleepsuraamat.
- GOSPA Lapseootel emmele- hellitav massaaž lapseootel naisele 90 minutit, jalgade hoolditus 90 minutit, näomassaaž 30 minutit. Lisaks spaahoolitsustele kuulub paketti: majutus 2 ööd standardtoas, saunade, basseinide ja jõusaali piiramatu kasutus, osavõtt päevakavajärgsetest treeningutest, rikkalik buffet hommikusöök ning hommikumantel.
- GOSPA Golf- lõõgastav vabastav massaaž 30 min, 1 öö majutust kaheses standardtoas, Green Fee 18-rada Saaremaa Golfikeskuses, rikkalik hommikusöök, saunade ja basseinide piiramatu kasutus, hommikumantel ning tasuta wifi ja parkimine. [2]

### **2.3 Uuringu eesmärk ja meetod**

Teades Georg Ots Spa hotelli mainet Eesti spaamaastikul, on ilmselgelt ettevõttele väga tähtis kliendi rahulolu ja selle säilitamine kui üldine spaa konkurents turul ainult kasvab.

Uuringu eesmärgiks on rahulolu mõõtmine Georg Ots Spa hotelli spaa osakonnas. Uurimuse abil püüab autor teada saada, mida arvavad kliendid Georg Ots Spa hotelli spaa osakonnast ning kuidas nad on rahul spaa osakonna teenustega, teenindusega, toodetega, kvaliteediga jne. Selgitab välja, mis klientidele meeldib või millega rahul ei olda ning milliseid muudatusi sooviksid nad tulevikus näha.

Uurimismeetodiks on küsitlus. Küsitluse eesmärk on uurida rahulolu klientidelt kohe pärast teenuste kasutamist ning kuidas nad seda hindavad. Saadud andmeid kasutatakse analüüsimiseks, et saada teada, millised on spaa sisesed trendid, milliseid uuendusi oodatakse veel, kuidas hinnatakse teenuste kvaliteeti ja uusi tootesarju, mis peale uuendust kasutusele võeti. Analüüsides andmeid saab teha järeldusi ja ettepanekuid Georg Ots Spa hotelli spaa juhile.

Küsitlus viidi läbi augusti ja septembri kuus 2014. aastal Georg Ots Spa hotelli spaa osakonnas. Kõiki vastanuid küsitleti koheselt pärast spaa toodete/ teenuste tarbimist. Kokku vastas 56 inimest.

Küsitluse ankeet koosnes 17-st küsimusest. Küsimused olid erinevad tüüpi- likert skaala, valik vastustega ja avatud küsimused. Ankeedi lõpus olid ka demograafilised küsimused. Ankeedi leiate Lisas 1.



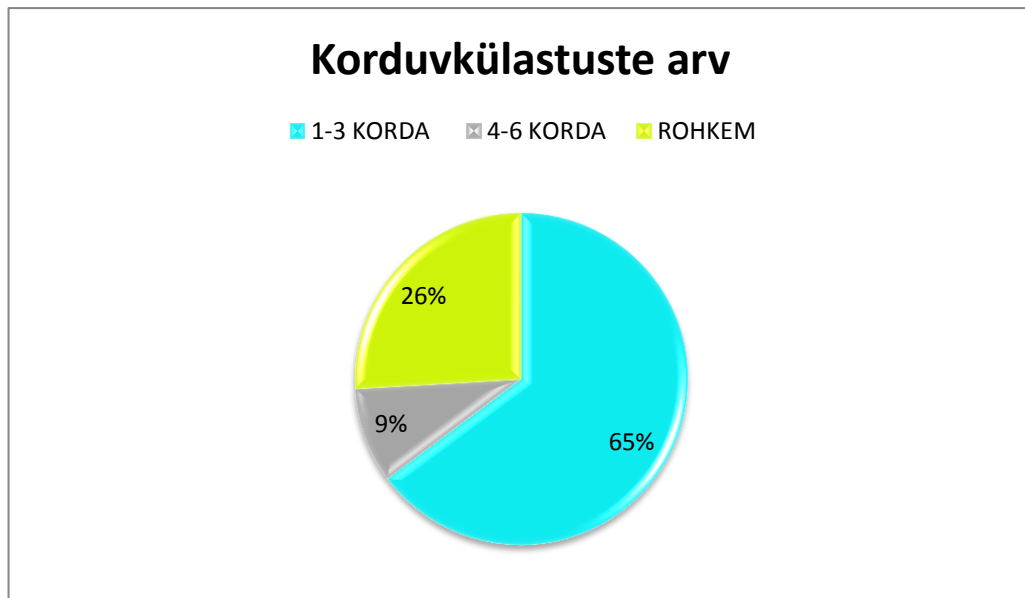
## 2.4 Kliendirahulolu uuringu analüüs

Georg Ots Spa hotelli klient on keskmiselt jõukam eestlane ning pigem keskealine või koos lastega puhkav pere. Tänu sellele on küsimustikus olemas küsimused ka meestele ja lastele.

Selles peatükis autor analüüsib küsitluse vastuseid. Küsitluse viis autor läbi käesoleval aastal augusti ja septembri kuus Georg Ots Spa hotelli spaa osakonnas. Küsitletuid oli kokku 56. 38 (68%) vastanutest olid naised ja 18 (32%) mehed. Postiivselt oli üllatav, et nii palju mehi külastab spaad. Ehk on see seotud ka sellega, et meestel pakutakse spetsiaalseid meestehoolitusi.

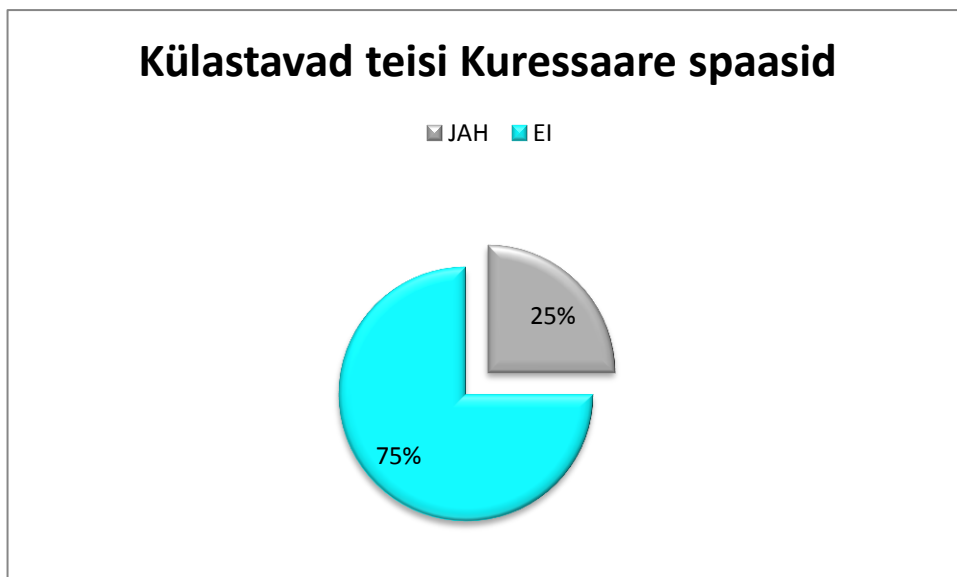
54 (96%) külastajat olid eelnevalt kasutanud Georg Ots Spa spaa teenuseid. 2 (4%) külastajat ei olnud kasutanud Georg Ots Spa spaa osakonna teenuseid. Nendest üks külastaja ei ole varem külastanud Georg Ots Spa spaad, sest on olemas enda isiklik massöör ning teine külastaja ei tunne huvi spaa teenuste vastu. Andemetest lähtub, et peamiseks klientideks on korduvkülastajad.

Külastajatele, kes olid varem Georg Ots Spa hotelli spaad külastanud küsis autor, kui mitu korda on nad külastanud Georg Ots Spa spaa osakonda. 35 (65%) vastasid, et on külastanud spaad 1-3 korda, 5 (9%) külastajat on spaad külastanud 4-6 korda ning 14 (26%) külastajatest on külastanud Georg Ots Spa spaad rohkem kui 6 korda. Korduvkülastajate suur osakaal viitab kõrgele teeninduskvaliteedile. See näitab, et korduvkülastaja on rahul hinna ja kvaliteedi suhtega. (Vt joonis 1)



**Joonis 1. Korduskülastuste arv**

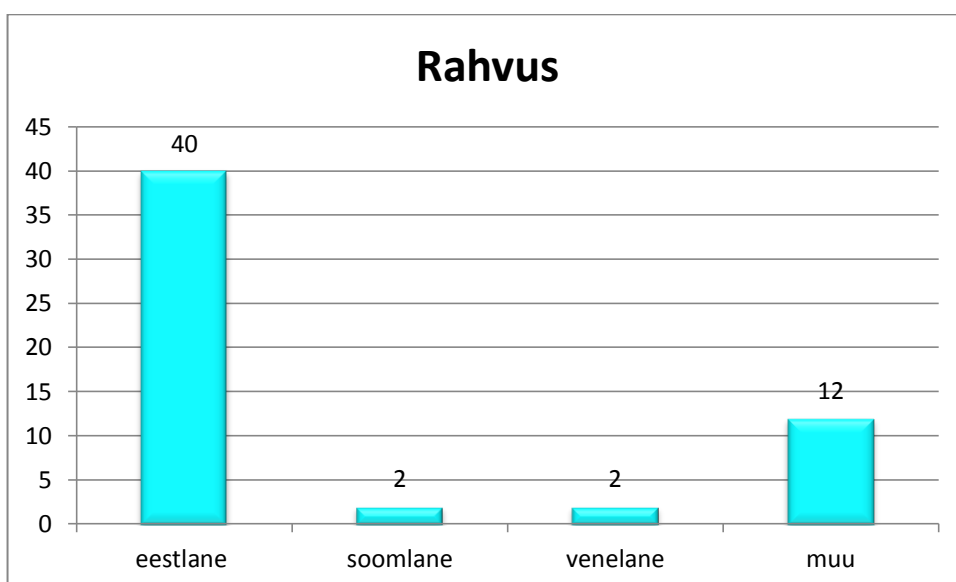
Joonisel 2 on näha, kas külastajad on kasutanud ka teiste Kuressaare hotellide spaade teenuseid peale Georg Ots Spa. 42 (75%) külastajat ei ole kasutanud teiste Kuressaare hotellide spaade teenuseid ja 14 (25%) on külastanud teiste Kuressaare hotellide teenuseid. Autor palus ära ka märkida, milliseid teisi Kuressaare hotelli spaasid on nad külastanud. Peamiseks vastuseks oli Grand Rose Spa hotelli spaa aga märgiti ka ära Spa Hotell Rüütli, Spa Hotell Meri, Spa Hotell Valss, Arensburg Boutique Hotel & Spa ja Johan SPA Hotelli spaa. Järelikult enamik on kindlad püsikliendid, kes ei külasta teisti Kuressaare hotellide spaasid ning ülejäänud, kes on ka proovinud teisi Kuressaare spaasid on pöördunud lõpuks ikkagi Georg Ots Spa spaasse.



**Joonis 2. Vastajate külastused teistesse Kuressaare spaadesse**

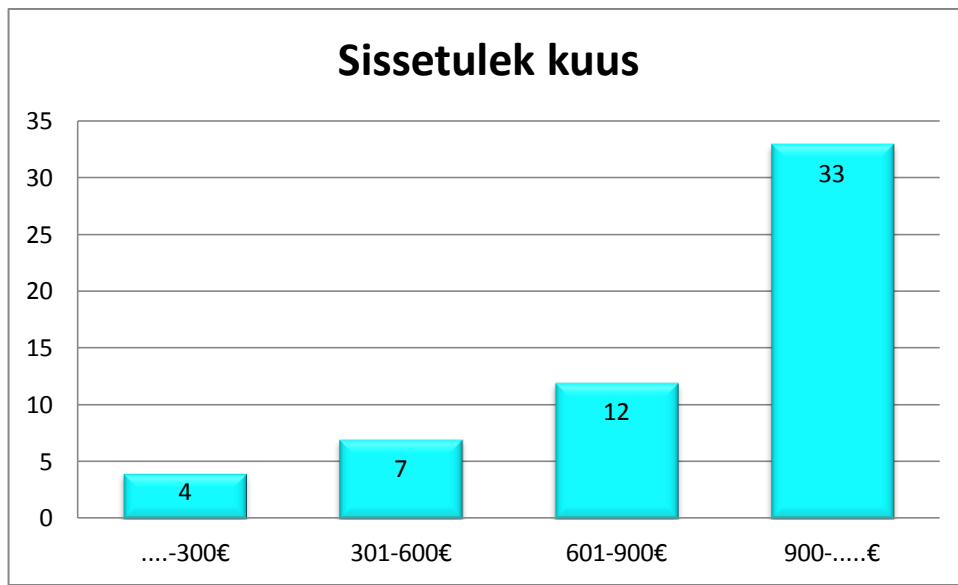
Vastajate keskmine vanus naistel oli 37,6 ja meestel 42,8. See näitab, et enamik spaa külastajaid on keskealised, kellel on kindlad soovid ja nõudmised ning kes hindab kvaliteeti. Mediaan vanus oli naistel 38 ja meestel 41,5 ning mood vanus naistel oli 35 ja meestel 44.

Enamus vastanutest olid eestlased, keda oli kokku 39. Soomlasi oli 2 ja ka venelasi oli 2. Küsitluse ei olnud eraldi ära märgitud lätlasti ehk nemad vastasid muu. Kokku vastas 9 lätlast. Suureks üllatuseks sattusid muu hulka 2 ameeriklast ja 1 iirlane.



**Joonis 3. Vastajate rahvus**

Autor tundis huvi, millise sissetuleku juures saab klient endale spaa hoolitsusi lubada. Vastajatest alla 300 euro kuus teenivad 4 inimest. Kuni 600 eurot kuus teenivad 7 inimest. Kuni 900 eurot kuus teenivad 12 inimest ja üle 900 euro kuus teenivaid inimesi oli 33. Spaad külastavad siiski enamus inimesi, kelle kuupalk jääb Eesti keskmise palga juurde. Statistikaameti andmetel oli keskmine brutokuupalk 2014. aasta II kvartalis 1023 eurot. [11]



Joonis 4. Vastajate sissetulek kuus

Töö autor uuris, mis muudab Georg Ots Spa hotelli spaa teistest Kuressaare spaadest paremaks või halvemaks ning küsitatud töid välja plussid ja miinused.

**Plussid:** teeninduse kvaliteet, lastesõbralikum, mugavam, hubasem, mõnusam, rahulikum, vaiksem, basseinid ja saunad suuremad, personal, teenuste kvaliteet, atmosfäär, individuaalne lähenemine, merevaade, ekslusiivne, sümpaatsem kui teised spaad, kompaktned.

**Miinused:** Mainiti ära ainult üks miinus. Vastaja võrdles Grand Rose spaad Georg Ots Spa spaaga ning mainis ära, et Grand Rose spaa on uuem ja ilusam.

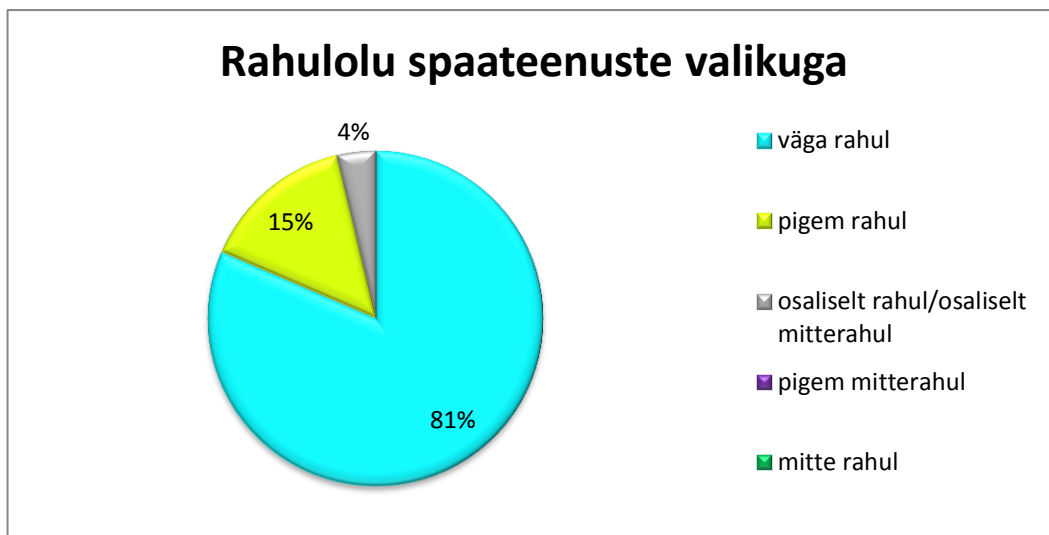
Kõige enam mainiti teeniduse kvaliteeti, millega ollakse väga rahul. Samuti meeldib külastajatele, et on mõeldud laste peale ehk on olemas eraldi lastehoolitsused. Külastajatele oli oluline kompaktsus ehk kõik vajaliku heaks puhkuseks saab majasiseselt kätte (majutus, restoran ja spaa).

Kuna Georg Ots Spa hotell tegi läbi uuenduskuuri 2014. aasta alguses ning seega uuendati ka spaa osa. Spaa teenuste valikusse tehti muudatused. Spaa hoolitsuste valikusse loodi oma sari nimega KENA by GOSPA, et panna rõhku saaremaisusele. Sellest lähtuvalt lisas autor ka küsitluse küsimuse, kuidas külastajad on rahul spaateenuste valikuga. 44 (81%) külastajat olid väga rahul spaateenuste valikuga, 8 (15%) olid pigem rahul ja 2 (4%) olid osaliselt rahul/ osaliselt mitte rahul. Ükski vastanutest ei märkinud vastuse variandina "pigem mitte rahul" ning "mitte rahul". Järelikult teenused, mida pakutakse Georg Ots Spa spaa osakonnas on sobilikud külastajatele, kuid uurimaks, millest külastajad puudust tunnevad, küsis autor, milliseid spaateenuseid lisaks olemasolevatele teenustele sooviksid külastajad Georg Ots Spa hotelli spaa valikusse. (Vt joonis 5)

#### **Külastajate soovitud teenuste osas:**

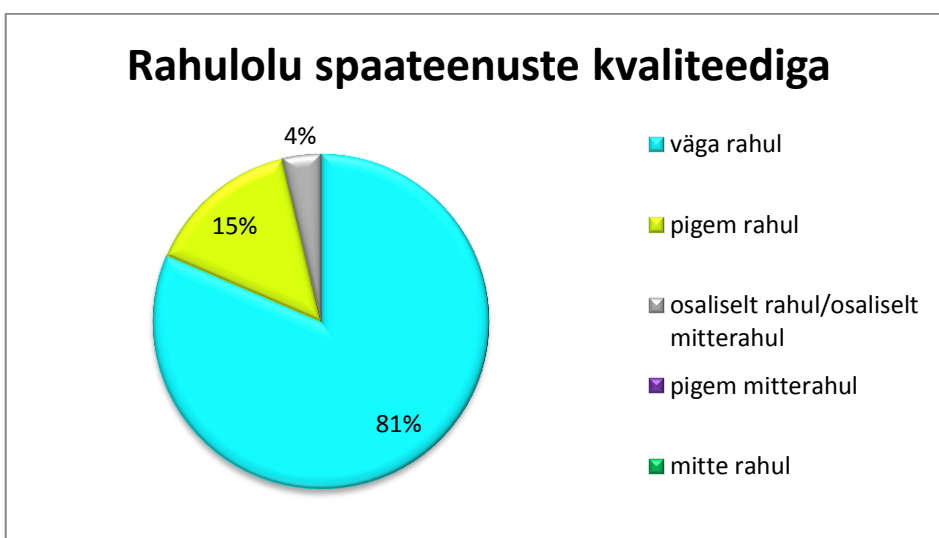
Peamassaaž, kulmude ja ripsmete värvimine, soolakamber, piimavann, külma ja sooja duššid, massaažiduššid, ravimassaaž (sh hulgas ei toodud välja konkreetset ravimassaaži), maniküür ja pediküür, juuksur, massaažid, mis kestaksid vähemalt 90 minutit, kosmetoloog, külmakamber, meestele suunatud hoolitsusi võiks olla rohkem, võiks olla teismeliste suunatud hoolitsusi ning kiropraktik.

Paljud külastajate soovitud teenused kattuvad juba pakutavate teenustega või mida kunagi on juba spaas pakutud, kuid vähese huvi tõttu lõpetatud. Maniküür ja pediküür on olemas, kuid see on koos hoolitsusega ehk alati on seal hulgas massaaž, koorimine ja mask. Kuid nähtavasti vastanud ei olnud kursis nende hoolitsustega. Kulme ja ripsmeid saab värvida, kuid selleks peab seda eraldi küsima, sest spaa teenuste valikus neid teenuseid kirjas ei ole. Juuksur on kunagi Georg Ots Spa majas olnud, kuid vähese huvi tõttu likvideeriti, sest enamikel naistel on oma juuksurid olemas. Kosmeetikuid on spaa osakonnas kokku 3. Piimavanni pakuti ka eraldi vannina, kuid vähese huvi tõttu lõpetati, nüüd on see Indoceani rituaalis sees.



**Joonis 5. Vastajate rahulolu spaateenuste valikuga**

Joonis 6 näitab, kuidas külastajad on rahul spaateenuste kvaliteediga. Töö autor pidas spaateenuse kvaliteedi all silmas personali professionaalsust, klientide enesetunnet pärast hoolitsust. 44 (81%) külastajat olid väga rahul spaateenuste kvaliteediga, 8 (15%) olid pigem rahul ja 2 (4%) olid osaliselt rahul/ osaliselt mitte rahul. Üksi vastanutest ei märkinud vastuse variandina "pigem mitte rahul" ning "mitte rahul". Külastajad arvavad, et Georg Ots Spa spaa osakonnas on professionaalsed töötajad. Ootused on vastavuses teenuses lubatuga.

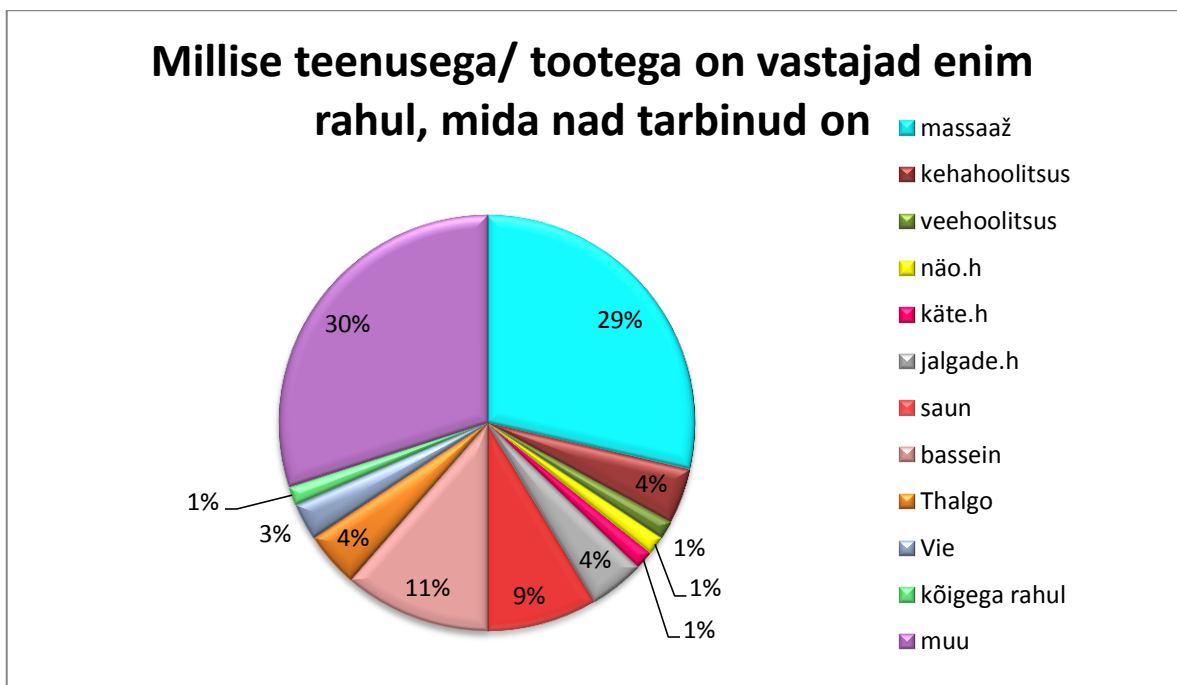


**Joonis 6. Vastajate rahulolu spaateenuste kvaliteediga**

Töö autor uuris, milliseid spaateenuseid on vastajad Georg Ots Spa hotellis kasutanud ning kuidas nad on rahule jäänud. Külastajad, kes on käinud massaažis ning on jäänud väga rahule, neid oli kokku 37 (81%). 4 (9%) külastajat arvas, et nad on pigem rahul massaažiga ja 2 (5%) olid osaliselt rahul/ osaliselt mitte rahul. 13 (76%) vastajat, kes külastasid kehahoolitust, jäid hoolitsusega väga rahule ja 4 (24%) vastajat jäid pigem rahule. 5 (56%) vastajat jäid veehoolitsusega väga rahule, 3 (33%) vastajat jäid pigem rahule ja 1 (11%) jäi osaliselt rahule/ osaliselt mitte rahule. 20 (91%), kes olid külastanud näohoolitsust jäid, sellega väga rahule, 1 (4%) vastaja oli pigem rahul ja 1 (5%) vastaja oli osaliselt rahul/ osaliselt mitte rahul. 8 (89%) vastajat olid väga rahul kätehooldusega ja 1 (11%) oli pigem rahul. 12 (86%) vastajat olid väga rahul jalgadehooldusega ja 2 (14%) olid pigem rahul. 3 vastajat olid ka eraldi külastanud meestehoolitsust ning sellega väga rahule jäänud. 1 laps oli käinud ka lastehoolitsuses ning jäi sellega väga rahule. 27 (77%) külastajat jäid saunadega väga rahule, 5 (14%) jäid pigem rahule ja 3 (9%) olid osaliselt rahul/ osaliselt mitte rahul. 28 (78%) jäid basseinidega väga rahule, 6 (17%) jäid pigem rahule ja 2 (6%) jäid osaliselt rahule/ osaliselt mitte rahule. Ühelgi juhul ei vastatud "pigem mitte rahul" või "mitte rahul", mis on väga positiivne, kuid vastused "osaliselt rahul/ osaliselt mitte rahul" näitab siiski, et on midagi, mida parandada.

Järgnevalt uuris töö autor, kuidas on külastajad rahul erinevate teguritega (teenindus, atmosfäär, muusika, tooted, millega hoolitsusi tehakse, ruumide interjööör, jookide valik, ooteaeg) Georg Ots Spa hotelli spaas. 50 (93%) vastajatest olid teenindusega väga rahul spaa osakonnas, 3 (6%) vastajatest olid pigem rahul teenindusega ja 1 (2%) oli osaliselt rahul/ osaliselt mitte rahul teenindusega. 50 (93%) vastajat olid atmosfääriga väga rahul, 3 (6%) olid pigem rahul ja 1 (2%) oli osaliselt rahul/ osaliselt mitte rahul atmosfääriga. 49 (92%) vastajat olid väga rahul muusika valikuga ja 4 (8%) olid pigem rahul ja 1 ei osanud öelda. 48 (92%) vastasid, et olid väga rahul toodetega, millega hoolitsusi tehakse. 3 (6%) vastanutest olid pigem rahul toodetega ja 1 (2%) osaliselt rahul/ osaliselt mitte rahul ning 1 ei osanud vastata. 47 (87%) vastajat olid väga rahul ruumide interjööoriga ja 7 (13%) olid pigem rahul. 41 (96%) vastajat olid väga rahul jookide valikuga ja 4 (9%) olid pigem rahul ning 9 inimest ei osanud öelda. 51 (96%) vastajat olid väga rahul ooteajaga ja 2 (4%) vastajat olid pigem rahul ning 1 ei osanud öelda. Suurema osa küsitlusest on rahul vastavate teguritega, mis välja oli toodud.

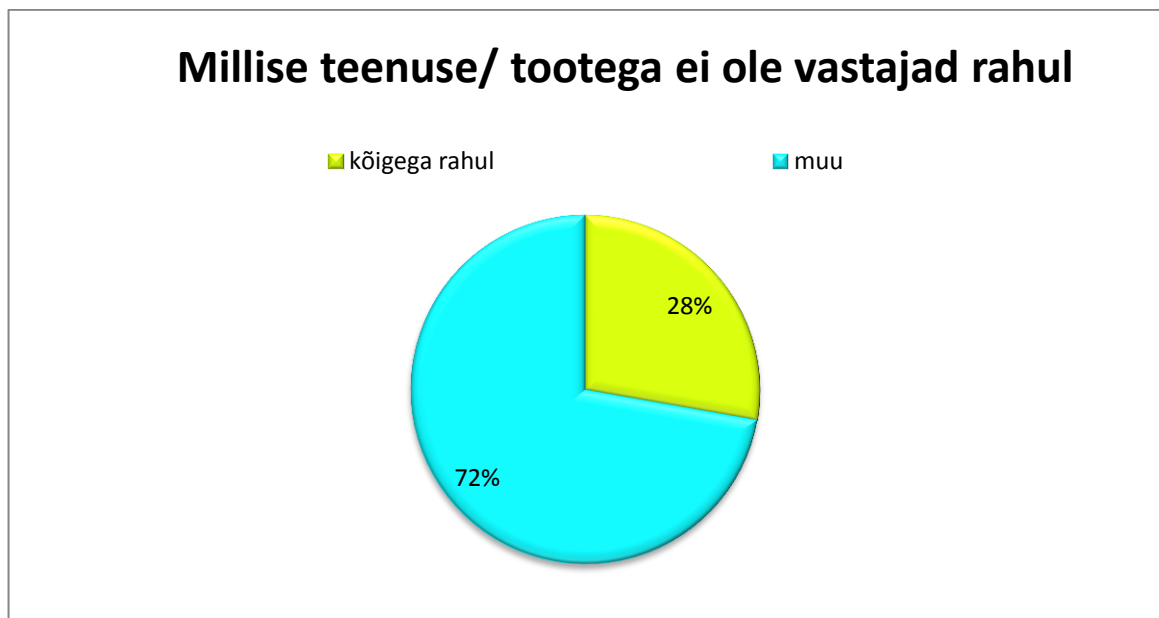
Töö autor soovis välja selgitada, millise teenuse/ tootega on külastaja enim rahul, mida nad on Georg Ots Spa spaas tarbinud. Vastajad said valida vajadusel mitu vastust. 21 (30%) ei osanud vastata ning selleks valisid vastuse variandiks "muu". 20 (29%) külastajat vastasid, et on enim rahul massaažiga. Eraldi massaažidest mainiti ära antistress massaaž, liivatemplitega massaaž, kuumakivi massaaž, süvamassaaž, sooja õli ja ürtidega massaaž ja klassikaline massaaž. 8 (11%) vastajat on enim rahul basseinidega. 6 (9%) vastajat on enim rahul saunadega. 3 (4%) vastajat olid enim rahul jalgade hoolitsusega ning selleks mainiti eraldi ära wellness jalahoolitsus. 3 (4%) inimest vastasid, et nad on enim rahul Thalgo sarjaga ning 2 (3%) inimest märkis ära Vie. 3 (4%) lisasid kehahoolitsuse ning mainiti eraldi ära kadakahoolitsus. 1 (1%) inimene märkis ära, et on kõikide teenuste ja toodetega rahul, mida on tarbinud. 1 (1%) inimene on enim rahul näohoolitsuse, 1 (1%) on kätehoolditusega ja 1 (1%) märkis ära ka veehooldituse ning märkis selleks kadakavanni. Enamus vastajatest eelistab erinevaid massaaži teenuseid.



**Joonis 7. Vastajate rahulolu teenuste/ toodetega**



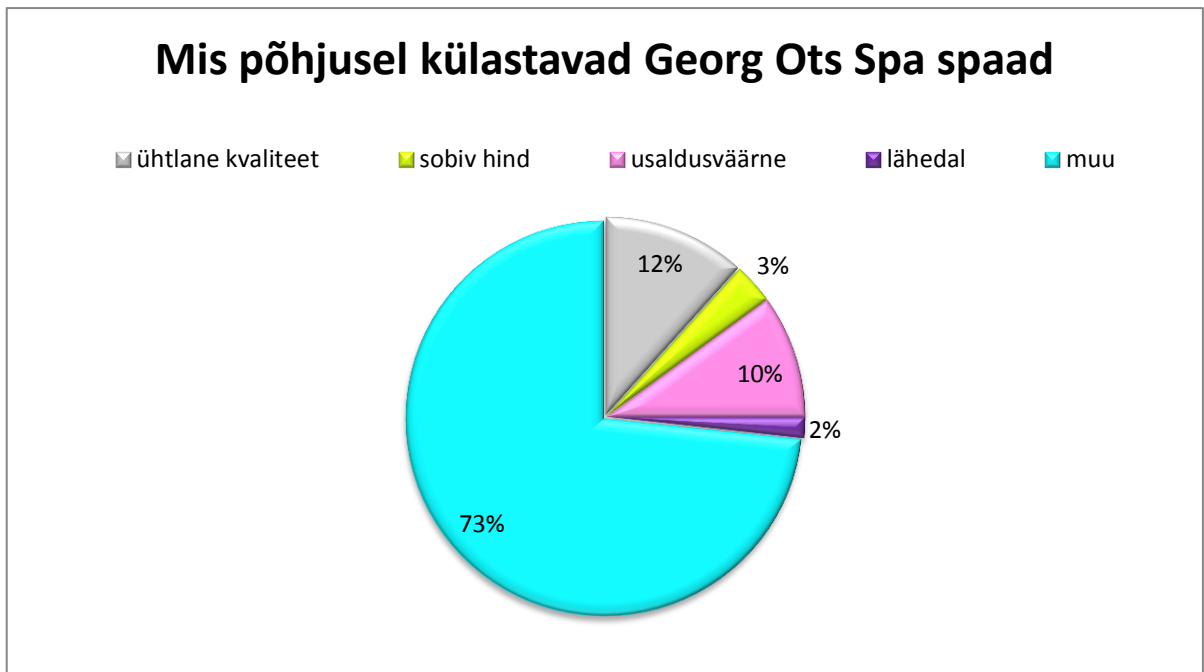
Joonisel number 8 on välja toodud, millise teenuse või tootega ei ole külastajad rahul, mida nad tarbinud on. Vajadusel sai valida mitu vastust. 39 (72%) vastanutest vastasid, et nad on kõikide teenuste ja toodetega rahul, mida nad tarbinud on ja 15 (28%) vastasid "muu". "Muu" all vastati: jõusaalis on liiga vanad masinad, basseinides veejoad lähevad liiga ruttu kinni ning ülejäänud vastused "muu" all mõeldi ei oska öelda. Kuna "muu" all mõeldi nii erinevaid vastused ei saagi siinkohal ühest järeldust tuua.



**Joonis 8. Vastajate rahulolematust teenuste/ toodetega (autori koostatud)**

Autor soovis teada põhjuseid, miks vastajad külastavad Georg Ots Spa hotelli spaad:

44 (73%) vastajat vastasid "muu". "Muu" all pidasid vastajad silmas: lihtsalt on vaja, oli paketi sees, mini puhkus, sõbrad soovitasid, teenindus, kinkekaart oli kingitud, naise soovitusel, kompaktsus (kui broneerivad toa siis broneerivad ka hoolitsused), uudishimu, mugavuse pärast, hea stressi maandaja. 7 (12%) vastajat märkisid ära ühtlase kvaliteedi. 6 (10%) inimest vastasid usaldusväärne. 2 (3%) vastasid sobiv hind ning 1 (2%) vastas lähedal. Kõige suuremat rolli mängis siiski sõprade/ tuttavate soovitus. (Vt joonis 9)



**Joonis 9. Põhjused, miks külastavad Georg Ots Spa hotelli spaad**

**Töö autor palus kirjutada soovitusi, mis muudaks Georg Ots Spa hotelli spaa veel paremaks. Küllastajate soovitused:**

Basseinid ja saunad võiks olla lastest eemal (eraldi ala), jõusaali varustus võiks parem olla, teise korruse spaas võiks olla puhkenurk eraldi, kus oleks lamamistoolid, rohkem jugasid basseinidesse, kõikides massaaži tubades võiks olla pesemisvõimalus, massaaži toad võiksid olla rohkem valgusküllasemad, meestele võiks olla eraldi saun, hoolitsuse tuba, kus tehakse manikööri võiks toimuda kuskil mujal, võiks olla aknaga, basseinide ja saunade ala võiks olla hubasem (näiteks taimed, mahedam valgus), infrapunasaun võiks olla ka saunade ja basseinide alas esimesel korrusel.

### **3. UURINGU JÄRELDUSED JA ETTEPANEKUD**

Uuringu järeldustes võib tuua esile kliendi rahulolu tähtsuse ja selle seose korduvkülastusega. Tõestuseks saab öelda, et 96% küsitletud klientidest olid korduvkülastajad ning võib öelda, et kõige tähtsam kliendi rahuloluga seotud tegur on klienditeenindus, millega olid väga rahul 93% külastajatest ja pigem rahul 6% ehk kokku 99% küsitletutest on rohkem kui rahul, mis on väga hea saavutus. Sellest saabki järeldada, et hea kogemuse saanud klient tuleb 90% tõenäosusega tagasi.

Kui alguses sai mainitud, et Georg Ots Spa hotell reklaamib välja garanteeritud kvaliteedi oma teenustes, siis võib lugeda garanteeritud kvaliteeti oma teenustes peaaegu õnnestunuks. 81% spaa teenuste kasutajatest olid väga rahul ning 15% pigem rahul, mis teeb 96% rahuolu näitajaks. Võib veel mainida, et mitte rahul ei vastanud keegi.

Vaadates spaa teenuste suurt valikut, siis, nagu varem mainitud on massaaž ikkagi kõige enim kasutatud ja suurima rahuloluga teenus. Põhjus on lihtne, inimeste vajadus stressi maandada ning massaaž on üks parimaid võimalusi selleks. Hea massaaž on aga eriti tõhus stressi maandamiseks.

Nii osad spaa osakonna külastajad kui ka autor ise toob välja mõned ettepanekud, mis oleksid soovituslikud spaa juhtkonnale spaa kliendi rahulolule ja müügile mõeldes.

Ettepanekud:

- Luua klientidele lojaalsusprogramm – näiteks peale teatud korda massaažis käimist saad järgneva massaaži soodsamalt. See tagab kliendi tagasituleku.
- Kliendi lojaalsusprogramm kaardi põhine – kliendikaart, kuhu on võimalik koguda punkte ostetud toodete ja teenuste eest ning hiljem on võimalik punktide eest endale hotelli või spaa siseselt midagi soetada.
- Rohkem nädalasiseseid eripakkumisi – vajalikud, et suurendada nädalasisest külastatavust.

- Eripakkumised kohalikele madalhooajal – pakkumised suunatud ainult kohalikele elanikele.
- Eripakkumised e-mailile – korduvkülastajatele e-mailile eripakkumiste saatmine võib tekitada huvi nii mõneski, kes igapäevaselt ei satu just Georg Ots Spa kodulehele pakkumisi vaatama kuid meili loeb pidevalt.

#### Külastajate ettepanekud/soovid:

- Jõusaali varustus – mitmel korral mainiti jõusaali varustuse vananenud olekut ja üldist varustuse vähesust. Fitness käib Wellnessi juurde. Kindlasti hea mõte.
- Valgustus – tuuakse välja teatud ruumides hea valgustuse puudumine, teistes ruumides nagu saunas nõutakse aga veidi hubasemat ja soojemat valgust.
- Hubasus – basseini ja saunade ala võiks olla veidi rohkem sisustatud, näiteks taimed, muud sisustuselemendid, et klient tunneks ennast hubasemalt.
- Puhkenurk – teise korruse spaa osakonnas võiks olla puhkenurk lamamistoolidega, kus oleks mõnus pärast hoolitsust nautida tervislikke jooke ja puhata.

## KOKKUVÕTE

Selle lõputöö eesmärk on selgitada välja Georg Ots Spa hotelli külastavate klientide rahulolu spaa osakonnaga. Georg Ots Spa hotell asub Saaremaal, Kuressaare linnas vanalinna ja piiskopilinnuse vahetus läheduses mere ääres. Georg Ots Spa hotell on paljude klientide lemmik ning spaal on saavutatud hea maine Eesti spaamaastikul. Klientide rahulolu uurimise üheks põhjuseks oli Georg Ots Spa hotelli läbi viidud uuendus, millega muudeti hotelli ja spaa välimust kui ka teenuseid ehk oli huvitav teada saada, kuidas nad teenustega ja toodetega rahul on. Teiseks mõjuvaks põhjuseks kujunes ka see, et töö autor on eelnevalt töötanud nimetatud ettevõttes ning paljuga juba eelnevalt kursis, mis aitab mõista paremini hotelli kliente.

Selleks püstitas autor tegevuskava ja koostas küsitluse, mida läbi viia Georg Ots Spa hotelli spaa. Küsitlus viidi läbi koheselt pärast teenuste/ toodete tarbimist, et saada võimalikult aktuaalne info. Saadud andmed on töö autor analüüsinud ning selgitanud seda graafikute abil. Analüüsi põhjal on autor teinud järeldused ja ettepanekud ning edastab need Georg Ots Spa hotelli spaa osakonna juhile, muutmaks veel paremaks külastaja kogemust.

Uuringust selgus, et külastajad on väga rahul Georg Ots Spa hotelli spaa teenustega, teenindusega ja ka toodetega. Kindlasti väärrib mainimist, et 96% küsitletutest olid korduvkülastajad. Võib veel öelda, et ka üldine poliitiline seis Euroopas on mõjutanud Georg Ots Spa hotelli vene rahvusest külastajate vähenemist võrreldes eelnevate aastatega. Autor teeb ettepanekud Georg Ots Spa hotelli spaa juhile põhiliselt teemal, milliseid ettepanekuid külastajad välja tõid ja lähtudes nendest soovitustest, et muuta Georg Ots Spa spaa veel paremaks. Näiteks luues kliendi lojaalsusprogrammi, mida kasutavad väga paljud spaad mujal Euroopas. Lihtne kaardisüsteem kuhu on võimalik tarbitud toodete/ teenuste eest koguda punkte, mida on võimalik hiljem asutuse siseselt ära kasutada enda tarbeks.

Tundub, et Georg Ots Spa uuendused on ennast igati ära tasunud, sest kliendid on peaaegu kõigega väga rahul. Tööd analüüsid ei tulnud ilmsiks, et midagi väga valesti oleks spaal läinud, sest mitte rahul vastuseid oli väga vähe ja pigem mitte uuendustega seotud.

## **SUMMARY**

The purpose of the thesis was to identify the customer satisfaction of Georg Ots Spa Hotel spa department. Georg Ots Spa Hotel is located in the island of Saaremaa, in Kuressaare city. Located near the old town and the castle and in close proximity to the sea. Georg Ots Spa Hotel is a favorite of many customers and has achieved a certain level of reputation and image in the Estonian spa scene. One of the reasons behind the customer satisfaction investigation was that Georg Ots Spa Hotel recently did a make-over inside the hotel and spa with new features and services to offer. It was interesting to the author to know how the update in the spa translates into customer satisfaction. Another good reason to investigate exactly that spa hotel was that the author had previously worked there and was already familiar with the spa department, it was very helpful in order to understand better the spa clients.

The author made a set of tasks and activities and prepared the interview questioning list and observation points. The poll was conducted immediately after the visitors had used the services/ products in order to maximize the information quality. The data obtained was analyzed and explained through multiple figures as the illustration. On the basis of the analyzation, the author has made the conclusions and suggestions for the Georg Ots Spa hotel spa department, to create even better visitor experience in the future.

The conclusions can be summarized that customer satisfaction is in relation to returning customers, that means customer satisfaction is very important. In general it can be said that the visitors are very satisfied with Georg Ots Spa Hotel spa facilities, service and with the products. It is worth noting that 96 % of those surveyed were returning customers.

The suggestions that author makes to the head of the spa department in Georg Ots Spa Hotel are mainly based on what the customers suggested on how to make the Georg Ots Spa Hotel spa department even better.

For example, creating a customer loyalty program, which is used in very many spas in Europe. An easy card system where customers get reward points for the products and services consumed inside the spa, which can later be used to get discounts and other benefits inside the hotel. It seems that everything including the update in the Georg Ots Spa hotel is successful. During the survey there were very few non satisfied answers which is normal because you can't please absolutely everybody.



## KASUTATUD KIRJANDUS

1. Estonian Spa Association, <http://www.estonianspas.eu/et/liikmed/saaremaa/Georg-Ots-Spa-> 30.09.2014
2. Georg Ots Spa hotelli kodulehekül, [www.gospa.ee](http://www.gospa.ee), 30.09.2014
3. Heelas, P., *Spiritualities of Life: New Age Romanticism and Consumptive Capitalism*. UK: Blackwell Publishing Ltd, 2008, lk 69.
4. Erfurt-Cooper, P., Cooper, M. *Health and Wellness tourism- Spas and Hot Springs*. UK: Salisbury Ltd, 2009, lk 25-32.
5. Cohen, M., Bodeker, G. *Understanding the global spa industry- Spa management*. UK: Elsevier Ltd, 2008, lk 27-78.
6. Toffer, A. *Sukeldu Eesti spaakultuuri*, 2010, [http://www.kuressaare.ee/uus/public/kuurort\\_ettekanded/AireToffer.pdf](http://www.kuressaare.ee/uus/public/kuurort_ettekanded/AireToffer.pdf)
7. Capellini, S. *The Complete Spa Book for Massage Therapists*. USA: Milady, 2010, lk 26.
8. Ellies, S. *Top 10 Global Spa and Wellness Trends Forecast, 2014 Trends Report*, <http://www.spafinder.com/newsletter/trends/2014/2014-trends-report.pdf>, 17.11.2014.
9. Segerber, J. *Spa Statistics: A Guide to Successful Spa Business Strategy*, [http://hotelexecutive.com/business\\_review/2504/spa-statistics-a-guide-to-successful-spa-business-strategy](http://hotelexecutive.com/business_review/2504/spa-statistics-a-guide-to-successful-spa-business-strategy), 13.11.2014.

10. Bankoski, L. A Spa's Best Marketing Tool: Satisfied Guests who Rave, Repeat, and Refer, [http://hotelexecutive.com/business\\_review/2575/a-spas-best-marketing-tool-satisfied-guests-who-rave-repeat-and-refer](http://hotelexecutive.com/business_review/2575/a-spas-best-marketing-tool-satisfied-guests-who-rave-repeat-and-refer), 13.11.2014.
11. Eesti Statistikaamet, II kvartalis oli keskmine palk üle 1000 euro, <http://www.stat.ee/72488>, 24.11.2014

## LISA 1

Lugupeetud Georg Ots Spa külastaja!

Käesoleva küsitluse on koostanud TTÜ Kuressaare kolledži üliõpilane Getter Reisin.

Küsitluse eesmärgiks on välja selgitada külastajate rahulolu Georg Ots Spa hotelli spaas. Teie hinnangul saame teada, millega külastajad on rahul ning millega ei ole rahul Georg Ots Spa hotelli spaas ning milliseid muutusi sooviksid külastajad näha. Antud tulemusi kasutatakse kolledži lõputöös ” Georg Ots Spa hotelli spaa osakonda külastavate klientide rahulolu uuring”.

Küsimustik on anonüümne ja sellele vastamiseks kulub umbes 10 minutit. Sobiva vastuse korral tõmmake ring ümber kui ei ole mainitud teisiti. Vastajate vahel loositakse välja 2x kadakavann. Loosis osalemiseks jätke palun vastavasse lahtrisse e-maili aadress.

### 1. Kas olete külastanud Georg Ots Spa hotelli spaad?

- a.) jah                      b.) ei

**Kui jah, siis mitu korda olete külastanud Georg Ots Spa hotelli spaad? Kui ei, siis palun liigu järgmise küsimuse juurde.**

- a.) 1-3 korda                      b.) 4-6 korda                      c.) rohkem

### 2. Kas olete kasutanud teiste Kuressaare hotellide spaade teenuseid peale Georg Ots Spa?

- a.) jah                      b.) ei

**Kui vastasite jah, siis palun kirjutage, milliseid Kuressaare hotellide spaasid olete külastanud?**

.....  
.....  
.....

**3. Kui Te EI OLE külastanud Georg Ots Spa hotelli spaad, siis miks?**

- a.) ei tunne huvi spaa teenuste vastu                      b.) kõrged hinnad  
c.) pole leidnud sobivat teenust                              d.) pole aega külastada spaad  
e.) muu.....(palun täpsusta)

**Kui vastasite sellele küsimusele siis, palun liigu küsimuste kohe 14, 15, 16, 17 juurde!**

**4. Mis muudab Georg Ots Spa hotelli spaa teistest Kuressaare hotelli spaadest paremaks/ halvemaks?**

.....  
.....

**5. Kuidas olete rahul spaateenuste valikuga Georg Ots Spa hotellis?**

1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5  
mitte rahul   pigem mitterahul   osaliselt rahul/ osaliselt mitterahul   pigem rahul   väga rahul

**6. Kuidas olete rahul spaateenuste kvaliteediga Georg Ots Spa hotellis?**

1 ————— 2 ————— 3 ————— 4 ————— 5  
mitte rahul   pigem mitterahul   osaliselt rahul/ osaliselt mitterahul   pigem rahul   väga rahul

7. Milliseid spaateenuseid olete Georg Ots Spa hotellis kasutanud? (vajadusel mitu vastust) ning kuidas olete rahule jäänud? Märkige ristike kasti, mis teenust olete kasutanud ning kuidas sellega rahule olete jäänud.

	Mitte rahul	Pigem mitte rahul	Osaliselt rahul/ osaliselt mitte rahul	Pigem rahul	Väga rahul	Ei oska öelda
<b>Massaaž</b>						
<b>Kehahoolitsus</b>						
<b>Veehoolitsus</b>						
<b>Näohoolitsus</b>						
<b>Kätehoolitsus</b>						
<b>Jalgadehoolitsus</b>						
<b>Meestehoolitsus</b>						
<b>Lastehoolitsus</b>						
<b>Saun</b>						
<b>Bassein</b>						

**8. Kuidas olete rahul järgnevate teguritega Georg Ots Spa hotelli spaas?**

**Sobivaima vastuse korral märkige ristike kasti.**

	Mitte rahul	Pigem mitte rahul	Osaliselt rahul/ osaliselt mitte rahul	Pigem rahul	Väga rahul	Ei oska öelda
<b>Teenindus</b>						
<b>Atmosfäär</b>						
<b>Muusika</b>						
<b>Tooted, millega hoolitsusi tehakse</b>						
<b>Ruumide interjäär</b>						
<b>Jookide valik</b>						
<b>Ooteaeg</b>						

**9. Millise teenuse/tootega olete enim rahul Georg Ots Spa hotelli spaas?**

**(vajadusel mitu vastust)**

- |                      |                   |   |
|----------------------|-------------------|---|
| a.) massaaž          | i.) saun          | n.) olen kõigi teenuste/                |
| b.) kehahoolitsus    | j.) bassein       | toodetega rahul                         |
| c.) veehoolitsus     | k.) KENA by GOSPA | o.) ei ole rahul ühegi teenuse/ tootega |
| d.) näohoolitsus     | l.) thalgo        | p.) muu.....                            |
| e.) kätehoolitsus    | m.) vie           | .....                                   |
| f.) jalgadehoolitsus |                   | .....                                   |
| g.) meestehoolitsus  |                   |   |
| h.) lastehoolitsus   |                   |   |

**10. Millise teenuse/ tootega Te ei ole rahul Georg Ots Spa hotelli spaas? (vajadusel mitu vastust)**

- |                      |             |                        |
|----------------------|-------------|------------------------|
| a.) massaaž          | i.) saun    | n.) olen kõigi         |
| b.) kehahoolitsus    | j.) bassein | teenuste/              |
| c.) veehoolitsus     | k.) KENA by | toodetega rahul        |
| d.) näohoolitsus     | GOSPA       | o.) ei ole rahul ühegi |
| e.) kätehoolitsus    | l.) thalgo  | teenuse/ tootega       |
| f.) jalgadehoolitsus | m.) vie     | p.) muu.....           |
| g.) meestehoolitsus  |             | .....                  |
| h.) lastehoolitsus   |             | .....                  |

**11. Mis põhjustel külastate Georg Ots Spa hotelli spaad?**

- |                       |                |                   |
|-----------------------|----------------|-------------------|
| a.) ühtlane kvaliteet | b.) sobiv hind | c.) usaldusväärne |
| d.) lähedal           | e.) muu.....   |                   |

**12. Milliseid spaateenuseid veel lisaks olemas olevatele teenustele sooviksite Georg Ots Spa hotelli spaas?**

.....  
.....

**13. Kas on Teil soovitusi, et muuta Georg Ots Spa hotelli spaa veel paremaks?**

.....  
.....

**14. Sugu**

- a.) Mees                      b.) Naine

**15. Vanus**

.....

**16. Rahvus**

- a.) eestlane                  b.) soomlane                  c.) venelane  
d.) muu .....

**17. Sissetulek**

- a.) .....-300€              b.) 301-600€              c.) 601-900€              d.) 900-.....

Kui soovite loosis osaleda, siis kirjutage palun siia oma e-maili aadress:

.....

Täname Teid vastamast!