



TALLINNA TEHNIKAÜLIKOO
EESTI MEREAKADEEMIA
meremajanduse keskus Kuussaare

Singa Mandel

**SAAREMAA VALLAVALITSUSE TEENINDUSKVALITEEDI
HINDAMINE JA ANALÜÜS**

Lõputöö

Juhendaja: Olev Tõru, MBS

Kuussaare, 2020

Olen koostanud töö iseseisvalt.

Töö koostamisel kasutatud kõikidele teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele on viidatud.

Singa Mandel

.....

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 178611SDVR

Üliõpilase e-posti aadress: singa.mandel@mail.ee

Juhendaja Olev Tõru, MBS

Töö vastab lõputööle esitatud nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees: Jana Raadik Cotrell

Lubatud kaitsmisele

.....

(ametikoht, nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

ANNOTATSIOON.....	4
SISSEJUHATUS	5
1 PEAMISED MÕJURID	7
1.1 Teenus, teeninduskvaliteet	7
1.2 Füüsiline keskkond ettevõttes.....	9
1.3 Usalduse loomine	11
1.4 Ettevõtte/organisatsiooni reageerimisvõime.....	12
1.5 Kindlustunde kujundamine	14
1.6 Empaatiavõime olulisus teenuste turundamisel.....	16
2 METOODIKA JA ANDMEKOGUMISMEETODITE VALIK.....	20
2.1 Varasemad empiiriliste uuringute tulemused.....	20
2.2. Andmed, allikad ja ettevõtte taust.....	27
2.3. Metoodika	29
3. UURINGU TULEMUSED JA ANALÜÜS	33
3.1. Empiirilise uuringu tulemuste analüüs	33
3.2. Tulemused ja järeldused	36
KOKKUVÕTE.....	49
SUMMARY	52
VIIDATUD ALLIKAD	55
LISA 1 Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi küsimustik vallavalitsuse töötajatele....	60
LISA 2 Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi hindamise küsimustik klientidele	67
LISA 3 Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi hindamise tulemused (töötajate ankeetide põhjal)	75
LISA 4. Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi hindamise tulemused klientide poolt täidetud ankeetide põhjal	76

ANNOTATSIOON

Antud lõputöö uurib teeninduskvaliteeti Saaremaa Vallavalitsuses. Töö eesmärk on välja selgitada klienditeeninduse kitsaskohad, et osutada klientidele veelgi paremat teenindust. Eesmärgi saavutamiseks töötas autor läbi teemakohase teoreetilise kirjanduse, uuris varasemaid empiirilisi uuringuid Eestis ja mujal maailmas ning koostas struktureeritud küsimustiku uuringu läbiviimiseks.

Saaremaa Vallavalitsus on noor arenev organisatsioon, mis loodi 2017.a. haldusreformi käigus. See oli ka ajendiks teeninduskvaliteedi mõõtmiseks antud asutuses. Teema on aktuaalne ka seetõttu, et Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteeti ei ole varem hinnatud. Teeninduskvaliteet mõjutab olulisel määral klientide rahulolu ja lojaalsust ettevõtte vastu. Samas soovis töö autor hinnangut institutsiooni klienditeenindusele sise- ja välisklientidelt.

Uuringu andmed on kogutud kvantitatiivsel meetodil struktureeritud ankeetküsimustiku vormis perioodil 23.märts-15.aprill 2020. Uuringu valimi moodustasid uurimisobjektiks oleva organisatsiooni 36 töötajat ja 32 klienti.

Teeninduskvaliteeti mõjutavate tegurite tutvustamisel lõputöö teoreetilises osas tugineb autor SERVQUAL mudeli viiele dimensioonile. Töö empiirilises osas analüüsib viie dimensiooni olulisust ja kogetud rahulolu.

Tulemustest selgus, et ettevõtte sise- ja väliskliendid peavad oluliseks kõiki viite teeninduskvaliteedi peamist mõjurit, aritmeetilise keskmise tulemusega töötajate poolt 6,4 ja klientide poolt 6,56 punkti seitsmepallisel Likerti skaalal. Kogetud kvaliteedi hindamisel erinesid vastajatest sihtgruppide tulemused oluliselt. Lõhe oodatud ja kogetud kvaliteedi vahel olid kõigi viie teguri osas negatiivsed. Nii personali kui klientide ootused teeninduskvaliteedile on suuremad kogetust.

Võtmesõnad: teenus, SERVQUAL, usaldusväärsus, empaatia, kindlustunne, reageerimisvõime

SISSEJUHATUS

Ühiskondlikul tasandil on omavalitsused ja nende teenindusstruktuurid olnud pideva tähelepanu ja kontrolli all. Avalik sektor on viimase kümnendi jooksul läbi teinud mitmeid arenguid, kuid nõudlus paremate avalike teenuste järele jätkub endiselt. Teenuste hulk, mida avalik sektor peab osutama on järjepidevalt suurenenud. (Hong, 2020; Mättö, 2019)

2017.aastal kehtima hakanud haldusreformi laialdasemaks eesmärgiks oli muuta ja arendada kohalike omavalitsuste struktuure nii, et pakkuda elanikele parimat teenust. (haldusreform, 2020) Sellest lähtuvalt soovib antud lõputöö autor uurida teeninduskvaliteedi taset Saaremaa Vallavalitsuses.

Uurimisobjektina käsitletakse antud lõputöös Saaremaa Vallavalitsust. Saaremaa vald moodustati 2017.a. haldusreformi jõustumisega, kui 12 omavalitsust (Kuressaare linn, Kihelkonna, Laimjala, Leisi, Lääne-Saare, Mustjala, Orissaare, Pihtla, Põide, Salme, Torgu ja Valjala vald) ühinesid. Selle ühinemisega sai Saaremaa vallast Eesti suurima territooriumiga omavalitsusüksus (saaremaavald, 2019)

Antud lõputöö esimene eesmärk on välja selgitada teeninduskvaliteedi kitsaskohad lähtuvalt klienditeenindaja vaatenurgast. Autor soovib saada uuringus osalejatelt hinnanguid töökeskkonna, tööks ettevalmistuse, empaatiavõime ja professionaalse teeninduse kohta. Samuti soovib töö autor teada saada, kas ametnikud formuleerivad ennast klienditeenindajaks ja kui jah, siis kui heaks teenindajaks nad ennast peavad. Kui ei, siis mis on põhjuseks, sest tegelikkuses nad on riigi esindajad, kes rahuldavad klientide heaolu vajadusi, samal ajal järgides seadusandlust.

Töö teine eesmärk on uurida klientide rahulolu tajutud ja oodatud teeninduskvaliteedile Saaremaa Vallavalitsust väisates. Lisaks on palutud klientidel anda hinne klienditeeninduse tasemele organisatsioonis.

Saaremaa Vallavalitsuse soov on teada saada nõrgad lülid teeninduskvaliteedis millega asutusel tuleb tegeleda, et pakkuda oma praegustele ja tulevastele klientidele teenindust, mis tagab kõrge rahulolu taseme.

Eesmärkideni jõudmiseks uurib autor turundusteooriat ja varasemaid empiirilisi uuringuid, mille alusel koostab küsimustiku institutsiooni personalile ja klientidele. Tulemuste analüüsist teeb autor järeldused.

Teeninduskvaliteedi taset erasektoris on uuritud, hinnatud ja analüüsitud viimaste aastate jooksul selle olulisuse tõttu rohkelt. Avalikus sektoris seevastu märgatavalt harvem.

Lõputöö uurimisprobleem on Saaremaa Vallavalitsuse teadmatus oma teeninduskvaliteedi tasemest. Vallavalitsuse töötajad on aastatel 2018 ja 2019 vastanud töörahulolu-uuringutele ja aastal 2020 viidi läbi rahulolu uuring kaugtöö kohta, kuid kordagi ei ole hinnatud teeninduskvaliteeti.

Antud lõputöö koosneb kolmest peatükist. Esimeses peatükis võtab töö autor vaatluse alla teeninduskvaliteedi peamised mõjurid tajutud ja kogetud teeninduskvaliteedi kujunemisel. Antud peatükis esitletakse eraldi teenuse olemuse teoreetiline taustteave.

Teine peatükk tutvustab varasemaid uuringuid ja nende tulemusi, annab lühiülevaate hinnatavast organisatsioonist ning käsitleb käesoleva lõputöö eesmärkide saavutamise meetodikat. Kolmas peatükk kirjeldab uuringu tulemusi ja tulemuste analüüsi.

1 PEAMISED MÕJURID

Käesolevas peatükis annab töö autor ülevaate peamistest mõjuritest teeninduskvaliteedi tajumisel. Teenuse osutamise eelduseks on ettevõtte, tema keskkond ja töötajad. Tarbijad on muutunud teadlikumaks ja nõudlikumaks võrreldes paarikümneaasta taguse ajaga. Nad ei soovi mitte ainult kvaliteetseid tooteid, vaid ka kvaliteetset teenindust. Tarbija seisukohast peetakse klienditeenindust väga oluliseks toote osaks. (Parasuraman, 1985; Parasuraman 1988)

Erinevused avaliku ja erasektori vahel on märkimisväärsed, alustades regulatiivsest korrast, raamatupidamisest, juriidilised ja aruandluse nõuded ning sidusrühmadeni välja. Eraettevõtted suhtlevad tarneahela teiste ettevõtetega ja lõpptarbijaga, tegeledes oma peamise turuga, kui see on nišitoode, ja globaalsel turul geneeriliste toodete või teenustega. Avaliku sektori asutused teenindavad lõpptarbijat ja tegutsevad kohalikul turul. Ettevõtjate jaoks on teenuse kvaliteet muutunud oluliseks erinevatel põhjustel. Erasektor on olnud sunnitud juhtima klientide rahulolu eesmärgiga suurendada klientide lojaalsust ja seega ka kasumit. Konkurentsivõime suurendamisel on teenuse kvaliteet turundusstrateegia sümbol. (Black, 2001)

Samal ajal on lisaks neile mõlemas sektoris ilmnevatele tõukefaktoritele ka oluline tõmbamistegur- kasvavad ja muutuvad tarbijate ootused. Kliendid eeldavad, et teenused on hõlpsamini kättesaadavad võrreldes paarikümneaasta taguse jaga. Samamoodi oodatakse innovatsiooni. Seetõttu on teenuse kvaliteet ja selle mõõtmine mõlema sektori jaoks kriitilised probleemid. Erasektori klient saab parema teeninduskvaliteedi saamiseks sageli mujale sisseoste tegema minna. Avalikus sektoris pole see võimalik seetõttu, et konkreetnes piirkonnas on ainult üks teenuse pakkuja. (Black, 2001)

1.1 Teenus, teeninduskvaliteet

Teenindus on subjektiivselt kogetud muutus ajas. See, mida kliendid saavad ettevõttega suheldes, on neile kvaliteedi hindamisel oluline. Sageli mõistetakse seda teenuse kvaliteedina. Siiski on see kvaliteedimõõde, mida nimetatakse teenuse "tulemuse kvaliteediks". Kvaliteeditaju mõjutab "mida" klient saab ja "kuidas" klient saab. (Altuntas, 2019; Grönroos, 2015, lk 2-45)

Kotler juhib tähelepanu sellele, et iga klient hindab teenuse juures eri ajal erinevas kontekstis erinevaid tegureid (Kotler, 2002, lk 7).

Kaupade kvaliteet on seotud toote tehniliste näitajatega. Lovelock et al (Lovelock, 2007, lk 86-87) ütlevad, et toode eeldab määratletud ühtlast väljundipaketti ning võimalust eristada ühte väljundit teistest. Toote kontekstis on kontseptsiooni lihtne mõista ja visualiseerida. Kaupade ostmisel kasutab tarbija kvaliteedi hindamiseks paljusid käegakatsutavaid ja silmadega vaadeldavaid elemente, milleks on stiil, värv, pakend, sobivus ja/ või bränd.

Teenuse kvaliteeti on raske määratleda. Teenuse omadused ilmnevad teenindamise ja tarbimise protsessis, kuna ei saa ette toota. C. Grönroos nimetab teenust kui protsessi, kus tootmine ja tarbimine toimub üheaegselt ning klient osaleb aktiivselt tootmisprotsessis. Teenuse haldusmudeli väljatöötamiseks on oluline mõista klientide eeliste ja pakutava teenuse vahelist seost. Teenuse kvaliteeti saab siduda ettekujutusega teenuse tulemuslikkusest. Teenuse kvaliteet on kõik see, mida klient tajub. (Grönroos, 2015, lk 2-46)

Grönroos (Ibid) rõhutab, et teenuse optimaalne kvaliteet sõltub ettevõtte strateegiast ja klientide ootustest. Teenuste osutamise puhul kehtib kuldreegel, et kliendile tuleb osutada ootusi ületav teenindus. Üllatusefekti on võimalik saavutada väikese žestiga, mis ei maksa midagi, aga tekitab positiivse tunde. Tähelepanu tuleb pöörata asjaolule et, teenuseosutaja ei tohiks siiski pakkuda kliendile üks kord kõrgtasemel teenindust ning seejärel pöörduda tagasi varasemale kvaliteeditasemele. Rahulolematus põhjustab rohkem negatiivseid tagajärgi kui ühekordse üllatusega tekitanud positiivsed mõjud. (Ibid)

Teenuse osutamise protsessi tajutakse erinevas olukorras erinevalt. On olemas kolm põhielementi, mis juhtimise seisukohast moodustavad protsessi. Nendeks on teenuse kättesaadavus, ebakõlad teenuse osutamisel ja klientide osalus protsessis (Grönroos, 2015, lk 209).

Põhimõtteliselt saab ettevõtte ärilist tulemust kirjeldada kolme elemendi abil, milleks on tulud, kulud ja kapital. Lõpuks sõltub tulude teenimise võime sellest, kui hästi ettevõtte mõistab oma kliente ja nende protsesse ning kui hästi ta suudab oma ressursse, näiteks oskusi ja teadmisi, tehnoloogiat, süsteeme, tooteid ja teenindustegevusi klientide toetamiseks kasutada. (Macdonald, 2012)

1.2 Füüsiline keskkond ettevõttes

Inimese viis meelt tajuvad kogetut erinevalt, kus nägemine moodustab 83%, kuulmine 11% ning lõhn, puudutus ja maitse kokku 6% hetke situatsioonist. Kuna silmale nähtav omab suurt ülekaalu, on teeninduskeskkonnal oluline roll kogemuse kujunemisel ja kliendirahulolu saavutamisel.

Teenuse kvaliteeti on keeruline objektiivselt hinnata, seetõttu kasutavad kliendid ettevõtte füüsilist keskkonda sageli olulise kvaliteedisignaalina. Ettevõtted mõistavad, et teeninduskeskkond on oluline osa nende turundusvalikust ja üldisest väärtuse proportsioonist. Keskkond mõjutab inimese tundeseisundit ning on positiivsetele ja negatiivsetele emotsioonidele oluline mõju. (Lovelock, 2007, lk 295)

Keskkonda defineeritakse kui kompleksset keskkonnaomaduste segu, mis kujundavad tajutavat teeninduskvaliteeti. Ümbritsev materiaalne keskkond võib mõjutada klientide üldist arusaama teenuse kvaliteedist. Materiaalsed omadused viitavad füüsilistele omadustele, näiteks keskkonna funktsioonile, kujundusele, stiilile, värvile ja valgustusele. Atmosfäär on teeninduskeskkonna mittemateriaalne taustaomadus, mille kujundavad temperatuur, lõhn, muusika jne.. (Clemes, 2020)

Lovelock et al (Lovelock, 2007, lk 295) juhivad tähelepanu sellele, et paljud teenusmaastikud on puhtalt funktsionaalsed, minimalistliku interjööri ja klientiteenindajad riidetud odavasse ja praktilisse vormirõivastusse. Samas võib ettevõtte sisekujundus olla väga elegantne ja loodud muljet avaldama (Grönroos, 2015, lk 93-126).

Sisustuse paigutus ja funktsionaalsus peavad vastama teenuse osutamise eesmärkidele ja klientide vajadustele. Eesmärk on hõlbustada teenustehingu teostamist, olla kasutajasõbralik ja aitama kujundada positiivset kliendikogemust. (Lovelock, 2007, lk 295-303)

Ettevõtte materiaalse keskkonna elemendid on e-keskkond ja kaasaegne tehnika. Uus tehnoloogia võimaldab klientidele kiiret ja hõlpsalt teenuse kättesaamist.

Tehnoloogiavalmidus tähendab inimeste võimet kohaneda oma elus eesmärkide saavutamine uue tehnoloogiaga. Ettevõtte peab arvestama klientide võimet ja valmisolekut kasutada tehnoloogiat. Samuti selliste ressursside mõju organisatsiooni interaktiivsete ja toetavate osakondade töötajatele ning nende võimele ja tahtele kliente teenindada. Klientide veendumused ja käitumine võivad avaldada positiivset või negatiivset mõju tehnoloogia kasutamisele. Optimistlik ja uuendustele

suunatud klient leiab tehnoloogia arenduses võimaluse kiire, tõhusa ja paindliku teenuse kasutamiseks. Negatiivsed tunded tekivad ebakindlal kliendil, kes ei usalda tehnoloogiat ja selle võimalusi. Ei tohi aga unustada, et hästi töötav IT, internet ja mobiiliteenused peavad toetama ka isiklikku kontakti. Teenuskontseptsiooni väljatöötamise lähtepunktiks on klientide vajadused ja toetavate teenuste kohandamine. (Grönroos, 2015, lk 93-126; Pooya, 2020)

Veel mõni aeg tagasi järgiti industrialiseeritud riikides tavapäraselt 40- 50 tunnist töönädalat. See oli ebamugav tööinimesele, kes pidi poodlema lõunapauside ajal või laupäeviti. Täna on olukord muutunud, kus ettevõtted on seitse päeva nädalas avatud. Suur osa teenustest on võimalik tarbida ööpäevaringselt tänu e-teenuste turule tulekuga. IT kiire areng on loonud soodsa eelduse ettevõtetele e-keskkonna loomiseks, et kliendil oleks mugav ja võimalikult soodne teenust tarbida (Lovelock, 2007, lk 103-107)

Võimalusega veebipõhiselt teenuseid tarbida kõikjal maailmast võiks arvata, et ettevõtte füüsiline asukoht pole oluline, kuid siiski on potentsiaalsete klientide jaoks siiski arvestatav mõjur. Teenuse olemusest ja konkurentsitingimustest lähtuvalt on klientidele oluline teenindusasutuse asukoht ja juurdepääs. Kliendi seisukohast ei tähenda asukoht ainult hoone tegelikku asukohta, vaid ka lihtsat ligipääsu, märgistust, turvalisust ja mugavust. Oluline on tagada ka juurdepääs erivajadustega klientidele, et ei toimuks diskrimineerimist (Wellington, 2010, lk 11-16). Olenevalt teenuse liigist on kliendid nõus läbima pikki vahemaid, kuid mitte alati. Asukohta mõjutab ka ettevõtte mastaapsus (Lovelock, 2007, lk 103-107).

Kuna keskkonda tajutakse terviklikult, siis moodustavad töötajad osa teeninduskeskkonnast. Personali hoiak ja käitumine mõjutavad füüsilise teeninduskeskkonna loodud muljet tugevdada või halvendada. Hea teeninduskvaliteediga kaasneb klientide rahulolu ja suureneb lojaalsus. Esmakordne kokkupuude organisatsiooniga, olgu see telefon, isiklik visiit, meil või kiri, on teeninduse tõhetk. See kuidas esinduse töötajad tervitavad, mõjutab mulje kujundamist. Töötajate lähenemine, suhtlemine, abivalmidus, muudavad kliendi jaoks kogemuse positiivseks. See kehtib nii uute kui ka olemasolevate tarbijate kohta. Sõbralik tervitus ja õigete küsimuste esitamine jätab mulje hoolimisest, mis omakorda tekitab kliendis usaldust ettevõtte suhtes. (Wellington, 2010)

1.3 Usalduse loomine

Kõik suhted maailmas on üles ehitatud usaldusel. Kliendilojaalsus on pigem emotsionaalne kui ratsionaalne omadus. Ühe või mitme positiivse kogemuse kaudu luuakse ja hoitakse kliendisuhet. Järjepideva suhte püsimajäämise nimel peab ettevõtte pingutama, luues kvaliteetseid tooteid, teenuseid ja informatsiooni, mis vastab kliendi vajadustele. Usaldust on määratletud kui kliendi usku, et teenusepakkuja täidab tema vajadused ega võta ette ootamatuid tegevusi, mis tekitab negatiivseid tulemusi. Teenusepakkuja sõnumite sõnastus peab kuvama hoolivust ja muret klientide vajaduste rahuldamiseks, suheldes sageli ja hoida kursis uudisvooga. Ärimaailmas mõjutab usaldus suusõnalise reklaami levikut. (Pooya, 2020)

Kliendisuhe on habras, usaldust on lihtne kiiresti hävitada: sobimatu hääletoon, vastamata küsimused, lubaduse täitmatajätmine, eksitava informatsiooni edastamine. Kui usaldus on kaotatud ei pruugi, vaatamata pingutustele, kunagi kliendi täielikku usaldust taastada. (Lovelock, 2007, lk 373-379)

Lovelock et al (Lovelock, 2007, lk 373-377) väidavad, et klient saaks kasu konsolideerides erinevate teenuste ostmist samalt pakkujalt. Siiski ostavad vähesed kliendid pidevalt ainult ühte kaubamärki. Stiimulid, mis pakuvad hüvesid vastavalt ostusagedusele, ostu väärtusele või mõlema kombineerimisel, näitavad algtasemel kliendi sidumist. Preemiapõhised lojaalsusprogrammid võivad olla rahalised või mitterahalised.

Sotsiaalsed sidemed teenusepakkuja ja tarbija vahel põhinevad personaalsel seosel. Alternatiivina peegeldavad uhkust ja rahulolu organisatsiooni liikmelisuse üle. Üks-ühele turundus ehk suhteturundus on spetsiifiline kliendikeskne lähenemine, milles iga inimest käsitletakse kui oma segmenti. Selliste hoidmispõhiste strateegiate rakendamine on aluseks lojaalsuse loomisele ja hoidmisele. (*Ibid*)

Ettevõttele on probleem, kui teenuseid osutatakse anonüümsele kliendile. Püsivate kliendisuhete loomine läbi liikmelisuse ja lojaalsusprogrammide võimaldab turustajal infot koguda hulga inimlikul tasemel kvalitatiivseid teadmisi, mis ulatuvad tehingust kaugemale. (*Ibid*)

Lojaalsus tähendab lisaks kaubamärgi korduva ostmisele ka positiivset suhtumist brändi (Sum, 2009). Teenuse lojaalsus põhineb positiivsel suhtumisel ja käitumises ettevõtte suhtes.

Kliendilojaalsusel on kaks mõõdet: suhtumislojaalsus (mida kliendid tunnevad) ja käitumuslik lojaalsus (mida kliendid teevad) (Kumar, 2018)

Lojaalsusprogrammid on loodud vahetamiskulude tekitamiseks, mille eesmärk on vähendada klientide soovi ettevõttest lahkuda. Kuid praktikas rakendatakse neid programme sageli valesti, kus kõiki ettevõtte kliente koheldakse võrdselt. Ehkki rohketes uuringutes on uuritud lojaalsuse premeerimisprogrammide rolli klientide lojaalsuse loomisel, on vähe teada, mil määral individuaalsed väärtushinnangud mõjutavad tarbijate kavatsust püsikliendiks jäämist. (Mattison Thompson, 2020; Tam, 2004)

Teenindusprotsess on olemuselt relatiivne. Teenusepakkuja ja kliendi vahel toimub suhtlus, mis kestab teatud ajaühiku. Paljudel juhtudel kohtub tarbija sama teenusepakkujaga mitmeid kordi. Teenuse turundust peetakse keeruliseks ja vähem efektiivseks, kui teenindusettevõttel puudub turundusstrateegia. Tehinguturundus viib heade tulemusteni läbi suhete ja suhtluse osapoolte vahel. (Grönroos, 2015, lk 498)

Teenushalduse edukat rakendamist takistavad peamiselt vananenud juhtimisfilosoofia ning organisatsioonistruktuur. Samuti pärsivad head teenindust ja muudatuste protsesse süsteemide ning regulatsioonidega seotud tõkked. Täpselt määratletud teenindusstrateegia puudumine tekitab ebakindlust konkreetsetes olukordades käitumiseks. Organisatsioonis on vaja otsusekindlust, julgust ja jõudu uute visioonide ja intellektuaalselt usaldusväärsete plaanide rakendamiseks. (Grönroos, 2015, lk 508-509)

1.4 Ettevõtte/organisatsiooni reageerimisvõime

Administratiivne kvaliteet koosneb kolmest alamdimensioonist: ajakohasus, toimimine ja haldussüsteemide mitmekesisus. Õigeaegsus viitab tegurile, mis on seotud ooteaegade minimeerimisega. Tehniline kvaliteet hõlmab teenusepakkuja kompetentsi ja teadmisi tulemuse saavutamiseks klientidele teenuse osutamisel. Tulemus viitab sellele, mida tarbija saab kliendi ja teenusepakkuja vahelise suhtluse või teenuse osutamise protsessi kaudu. Tulemuse kvaliteet avaldab positiivset mõju klientide üldisele arusaamisele teenuse kvaliteedist. (Clemes, 2020)

Ettevõtte reageerimisvõime on üks mõjuritest, mis kujundab teeninduskvaliteedi hindamist ja tajumist. Uuringud näitavad, et inimesed arvavad sageli, et on teenust oodanud kauem, kui nad tegelikult ootasid. Samas sagedased teenuse kasutajad teavad mida oodata ja nemad tajuvad ooteaega adekvaatselt. Lovelock jt väidavad, et oletatava ooteaja pikkuse ja viivituse põhjuse selge formuleerimine ettevõtte poolt leevendab tarbijate rahulolematust. Samuti juhivad nad tähelepanu sellele, et mida väärtuslikum on teenus, seda kannatlikumad inimesed on. (Lovelock, 2007)

Ka Wellington määratleb rahulolu elemendina tehingute kiiruse. Osutades teenust vastavalt kliendi vajadustele, mitte rangelt kinni pidades tööajast; ettevõtte võimekus vastata kiiremini kui raamistikus määratud on, suurendab tarbijate rahulolu, mis omakorda mõjutab positiivselt teeninduskvaliteeti. Partnerluse arendamine ettevõtte ja kliendiga, kaasates osapooli sõlmima kokkuleppeid, et teenus õigel ajal olemas oleks. (Wellington, 2010, lk 15)

Ettevõtte maine ja kommunikatsioon mõjutavad kogetud teenuse pildi kujunemist. Teenuse immateriaalse olemuse tõttu reklaam, veebisaidid ja avalikud suhted mõjutavad ning moodustavad teenuse kvaliteedi tajumist. Otsene suhtlus teenuse tarbimise hetkel on kohese mõjuga. Klientide omavaheline suhtlus võib olla pikaajalise mõjuga, negatiivne kommentaar teenusprotsessist aitab kaasa ettekujutuse tekkimisele pakutavast teenusest. (Grönroos, 2015, lk 213)

Suhteturunduse lahutamatu element on lubaduste kontseptsioon. Vastavalt sellele ei hõlma turunduse kohustused üksnes lubaduste andmist ja seeläbi klientide veenmist tegutsema. Ettevõtte meelitab uusi kliente ja loob uusi suhteid. Lubaduste täitmine on vahend klientide rahulolu, kliendibaasi säilitamise ja pikaajalise kasumlikkuse saavutamiseks. Ettevõttel peavad olema meetmed tagamaks, et tal endal või koos partneritega on ressursse, teadmisi, oskusi ja motivatsiooni lubaduste täitmiseks. (Grönroos, 2015, lk 283-284)

Organisatsioon annab lubadusi läbi isikliku müügi, reklaami, otsepostituste Interneti-suhtluse ehk läbi traditsioonilise turundustegevuse. Teenusepakkuja loob enda poolt kliendile teatud ootused, mis peaksid vastama klientide isiklikele vajadustele (Grönroos, 2015, lk 496)

Kliendi lojaalsus teenuste pakkuja vastu on tõenäolisem kui materiaalse toote puhul. Seega lojaalsuse hoidmisel ja tugevdamisel mängivad olulist rolli immateriaalsed omadused. Kliendirahulolu ja lojaalsuse vahelisi seoseid on neli:

- ebaõnnestumised, st rahulolu ja lojaalsus on madal
- ülejooksik- kõrge rahulolu, kuid madal lojaalsus
- sunniviisiline lojaalsus, kus kliendi rahulolu on madal, aga lojaalsus kõrge
- õnnestumised- kliendid kellel on kõrge rahulolu ja lojaalsus

Püsikliendid on ettevõtte kasumlikkuse parandamise väärtuslik vara (Budianto, 2019)

Tiheda konkurentsiga turgudel on ettevõtted üha enam mures klientide ostujärgse käitumise pärast. Teenuse kvaliteedil on positiivne mõju tajutavale väärtusele, rahulolule, ettevõtte mainele ka kliendi käitumiskavatsusele. Teenuste turunduskirjanduses on piisavalt tõendeid selle kohta, et kuvand ja maine mõjutavad märkimisväärselt klientide lojaalsust. (Tam, 2004; Wang, 2019)

Kliendid lahkuvad pigem teenuse kvaliteedi kui toote endaga rahulolematuse tõttu. Tarbija lahkumise vältimiseks on strateegiliselt tähtis mõista klientide usalduse, afektiivse pühendumise ja ebakindluse väärtust ning luua tõhusamad lojaalsusprogrammid (Sum, 2009)

Kotler (Kotler, 2002, lk 106-107) ütleb, et klient kelle ootusi ületatakse, jääb suure tõenäosusega ettevõttele lojaalseks.

1.5 Kindlustunde kujundamine

Organisatsiooniline struktuur peab võimaldama töötajate ja osakondade vahelist koostööd ning motiveerima klientide kontaktpersonali ja abipersonali nii, et head teenindust saaks pakkuda nii sise- kui ka väliskliendile. Juhtide ja meeskonnaliikmete vastastikune usaldus mõjutab positiivselt pakutava teenuse kvaliteeti. Vastastikune usaldus töötajate ja juhi vahel loob soodsad tingimused tööülesannete täitmiseks ja seatud eesmärkide saavutamiseks. (Grönroos, 2015; Martinez-Tur, 2019)

Juhtimine on juhi ja alluva vaheline interaktiivne protsess. Transformatsioonijuht annab töötajatele volitusi, motiveerib ja julgustab neid otsima lahendusi, tegema ettepanekuid efektiivsemalt töötamiseks ja eesmärkide saavutamisel. Usalduse ja meeskonna jõudluse roll on korrelatsioonis äritegevuse eduga. (Mahdikhani, 2020)

Sõltumata müügistrateegiast on teenindus oma olemuselt suhtlusprotsess, milles teenindajad ja kliendid vahetavad informatsiooni. Püsiva kliendikontakti arendamise ja säilimise nimel peavad

teenindajad tegutsema konsultantidena, kes on valmis täitma oma kohustusi siis, kui klient neid vajab ja kliendi soovitud viisil. Kliendikeskne teenusepakkuja analüüsib protsesse, klientide vajadusi, ootusi ja soove teenuse tarbimise/osutamise hetkel. (Delpechitre, 2019; Grönroos, 2015, lk 502-507)

Iga juht, juhendaja ja selgesõnaliselt määratletud teeninduskontseptsioon peavad pakkuma juhiseid, tuge ja julgustust teenindavale personalile hea teeninduse võimaldamiseks ja motiveerimiseks. (Grönroos, 2015, lk 507)

Siseturunduse mõiste on toonud ettevõtte personalijuhtimisse kolm uut aspekti. Esiteks, kõik mida teenuseosutaja teeb oma välisklientide heaks, on see, mida esmalt tajuva tema enda töötajad. Teine oluline mõte rõhutab, et kõik sisemised jõupingutused, programmid ja protsessid peavad olema suunatud ettevõtte välise tõhususe ja tulemuslikkuse säilitamisele. Oluline mõju organisatsiooni sisestele suhetele on siseklientide kohtlemisel ja omavahelisel suhtlusel. Kaastöötajatele üles näidates hoolimatut ja tähelepanematut teenindust ning tuge, seab ohtu ettevõtte tegelikele klientidele osutatava teenuse kvaliteedi. Siseturunduses keskendutakse headele sisemistele suhetele inimeste vahel ettevõtte kõigil tasanditel, nii et luuakse teenindus- ja kliendikeskne klienditeenindaja, toetatakse töötajaid sisemistes teenindusprotsessides, meeskonnajuhte ja juhtimist. (Grönroos, 2015, lk 409-412)

Siseturunduse kontseptsiooni kohaselt motiveeritakse kliendikeskseks teenidusvalmidus aktiivse, eesmärgile orienteeritud lähenemisviisiga, kus mitmesuguseid tegevusi ja protsesse kasutatakse strateegilisel ja operatiivsel tasandil. Aktiivne, turunduslik, koordineeritud viis tugevdab kõige paremini erinevate osakondade ja protsesside vahelisi sisemisi suhteid ning on suunatud teenindusele orienteeritud juhtimisele ja väissuhete loomisele klientide ning koostööpartneritega. (Grönroos, 2015, lk 413)

Teeninduskultuuri loomise üheks oluliseks aspektiks on motiveeriv juhtimine ja tugi. Grönroos toob välja haldustoe erinevad tüübid. Nendeks on töötajate julgustamine osalema juhtimisülesannetes, volituste andmine, andes neile otsustusõiguse ja näidates seeläbi usaldust töötajate vastu. Personali kaasamine protsesside kavandamisel, tagasiside ja teabe liikumine kahe-suunalise suhtluse käigus aitab luua avatud ning julgustava sisekliima ettevõttes. (Grönroos, 2015, lk 420)

Töötajate võimeid, oskusi ja motivatsiooni täita klientide ootusi toetavad sisemised turundustegevused. Kasutades kõiki olemasolevaid võimalusi töötajate motiveerimiseks ja nende oskuste täiendamiseks teenustele orienteeritud ja kliendikeskseks tööks, saab organisatsioon ette valmistada oma töötajaid nn osalise tööajaga turundusspetsialistideks. Seega on siseturundus lubaduste pidamiseks eeltingimuste loomiseks vajalik. Teine aspekt, kuidas lubadusi täidetakse, on süsteemide ja tehnoloogia toetamine. Kui klienditeavet on andmebaasidest keeruline hankida või kui faile ei värskendata õigeaegselt, on kontakttöötajatel keeruline pakkuda klientidele kiiret ja täpset teenust. (Grönroos, 2015, lk 496)

See, mis tegelikult juhtub teenuskohtumiste hetkedel, kus kliendid ja töötajad kohtuvad ning suhtlevad, määrab kas klientide kogemus vastab nende ootustele. Kui kogemused on ootustega võrdsed või kõrgemad, on eeldatud teenuse kvaliteet tõenäoliselt hea. Hea kvaliteet on pikaajaliste kliendisuhete, sealhulgas edasimüügi, tugev alus. (*Ibid*)

Teenuste konkurents ei piirdu turundus ainult turundusspetsialistidega, vaid sellega on seotud kogu organisatsioon. Seetõttu ei sobi turunduse juhtimise traditsioonilised mudelid teenuse konteksti väga hästi. Turundusprotsess jaguneb kaheks, traditsiooniliseks ja interaktiivseks. Interaktiivne turundus on oluline kliendisuhete elutsükli tarbimis- või kasutamisprotsessis. Traditsioonilised välisturunduse jõupingutused on olulised tugitegevuste vormis ja olelutsükli algusfaasis. Suhteturunduse mudel illustreerib lubadusi andvat suhtlusprotsessi ja lubadusi hoidvat koostöömist. Teenuste kontekstis muutub suhte- ja tehinguturunduse olemus palju suuremaks juhtimisprotsessi osaks, kui tavaliselt peetakse. (Grönroos, 2015, lk 297-298)

1.6 Empaatiavõime olulisus teenuste turundamisel

Kvaliteetse teenuse osutamine on paljudele ettevõtetele edu saavutamiseks oluline. Erinevates teeninduskontekstides mõjutab empaatia ja reageerimisvõime tarbijate ettekujutust teenuse kvaliteedist. Empaatiat võib defineerida kui võimet mõista teiste inimeste mõtteid, tundeid ja käitumist (empaatia, 2020). Suure kognitiivse empaatiavõimega töötajad mõistavad paremini tarbijate vajadusi ning kõrge emotsionaalse empaatiatasemega töötajad on enamasti võimelised ja valmis ilmutama klientide suhtes inimestevahelist muret, vastastikust tuge ja heaolu. Keeruliste kompromisslahenduste korral hindavad kliendid teenindaja empaatilist võimet nii tunnetuslikust kui ka emotsionaalsest küljest. (Murray, 2019)

Kliendi emotsionaalsetele muredele, ärevusele ja pettumusele tuleb tähelepanu pöörata. Enamiku tõrgete eest saab hoolt kanda ja lahenduse leida. Ettevõtte toimiv infosüsteem, klienditeenindajate volitused, teadmised ja oskused ning toetavad ülemused hõlbustavad asjakohaselt toimida (Grönroos, 2015, lk 139)

Kliendirahulolu on tulemus, mis saadakse võrdlusel, mille klient tõmbab enne ostmist tajutava tootluse ja ostuga makstud kulude vahele. Kliendi rahulolu on määratletud kui erineva intensiivsusega kokkuvõtlik emotsionaalne reageering, mis järgib tarbimist ja mida stimuleerivad müügitegevuse fookusaspektid, müügijärgne teenindus ja ettevõtte kultuur. (Kumar, 2018; Pooya, 2020)

Tarbijad kogevad erinevaid tarbimisemotsioone lisaks sellele, mida nad kõige rohkem ootavad. Seetõttu kipuvad nad kasutama oma hetkelisi tundeid teabeallikana ja tõlgendavad selliseid tundeid oma hinnangu tõendusmaterjalina. Kuna tarbijad kasutavad teenuseid oma tarbimiseesmärkide saavutamiseks, otsivad nad eeliseid lõpptulemuse saavutamiseks. (Wang, 2019)

Kliendirahulolu ja müügiteenuse kvaliteedi vastastikune mõju on asümmeetriline. Näiteks teenuse kvaliteedi tõus ei pruugi rahulolu märkimisväärselt parandada, kuid langus vähendab kliendi rahulolu. (Sum, 2009)

Kui tarbijad tajuvad, et teenuse väärtus tõuseb, tunnevad nad end teenusega rohkem rahulolevana ning külastavad ettevõtet jätkuvalt ja teistele inimestele soovitamise arv kasvab (Tam, 2004) .

Grönroos on väitnud, et tajutav teenuse kvaliteet on klientide rahulolu eelkäija (Grönroos, 2015, lk 128). Tajutav väärtus on põhikomponent kogu protsessis, mille käigus antakse õige toode või teenus õigele kliendile õigel ajal. Teenuse kvaliteet suurendab klientide tajutavat väärtust. Kulutades vähem raha, aega ja energiat saadavale teenusele, tajuvad kliendid teenuste kvaliteeti paremini. (Pooya, 2020) Teenuse tarbimise ajal saavad tarbijad määrata teenuse kvaliteedi ja rahulolu taseme. (Grönroos, 2015; Tam, 2004)

Grönroos (Grönroos, 2015, lk 128) nimetab kvaliteedi arendamist pidevaks protsessiks, mida ei tohi käsitleda kui kampaaniat või projekti. Teeninduskvaliteedi olulisuse mõistmine on vajalik

organisatsiooni igal inimesel ning seda tuleb pidevalt tugevdada juhtimise kaudu. Kvaliteet ja selle parandamise protsessid on strateegiline teema, mis nõuab tippjuhtkonna pidevat tähelepanu.

Parasuraman, Berry ja Zeithaml töötasid välja nn. lünkade mudeli, mida kasutatakse teenuses puuduste väljaselgitamiseks, analüüsimiseks ja juhtide abistamiseks, kuidas teenuse kvaliteeti parandada. Eeldatav teenuse kvaliteet sõltub kliendi varasematest kogemustest ja isiklikest vajadustest ning kommunikatsioonist erinevates kanalites. Kogetud teenuse kvaliteet koosneb tajutud tulemuse komponentidest. Seejärel saab tuvastada võimalikud kvaliteediprobleemide allikad.

Teenuse kvaliteedikontseptsioonis on viis olulist lünka, mida seostatakse välisklientidega:

Lõhe 1. Teadmiste puudumine ehk klientide ootused versus juhtimistaju

Lünk tekib siis, kui ettevõttel puuduvad teadmised klientide ootustest. Lõhe kaotamiseks on oluline omada teadmisi klientide vajadustest.

Lõhe 2. Lüngad standardites

Teenuse kvaliteet ei ole kooskõlas juhtkonna arusaamadega kvaliteedikäitumistest. Planeerimise halb juhtimine, planeerimisvead, ebapiisavad protseduurid, ebaselge eesmärkide seadmine organisatsioonis.

Lõhe 3. Teenuse edastamine

Ettevõtte personalipoliitika, puudulik või ebapiisav meeskonnatöö

Lõhe 4. Suhtluslõhe

Kommunikatsiooni kaudu edastatud paljulubav teenus ei vasta kogetud teenuse kvaliteediga

Lõhe 5. Kliendi lõhe

Lõhe klientide ootuste ja tajutud kvaliteediarusaamade vahel

Rahulolematus tuleneb erinevusest oodatud ja tajutud teenuse vahel. Lõpuks toob see kaasa suurima lünga teeninduskvaliteedi kogemuses. (Grönroos, 2015, lk 127-134)

Grönroos määratleb kvaliteeti sellena, mida kliendid tajuvad. Kvaliteeti ei saa juhtkond üksi kindlaks määrata, see peab põhinema klientide vajadustel, soovidel ja ootustel. Kvaliteet ei ole see, mida erapooletute abinõudega plaanitakse, vaid see, kuidas kliendid subjektiivselt seda tarbivad. Kvaliteeti ei saa teenindusprotsessist lahutada (*Ibid*)

Klient on teenindusprotsessi kaastootja. Ettevõtte peaks juhendama klienti läbi protsessi, et ta ei käituks ekslikult või teadmiste või motivatsiooni puudumise tõttu viisil, millel on negatiivne mõju tajutavale teeninduskvaliteedile. Kvaliteeti peab kogu ettevõtte jälgima. Kui keegi klienditeenindaja ebaõnnestub, kannatab teeninduskvaliteet. (Grönroos, 2015, lk 137-138)

Kokkuvõtvalt võib öelda, et klientide rahulolu peamised mõjurid on füüsiline keskkond ja eesliini töötajad, kes loovad esmamulje ettevõttest. Töötajate oskus ja võime märgata klienti, ületada kliendi ootusi ja kiire reageerimine aitavad kaasa lojaalsete klientide ja korduvostude kasvule. Rahulolev klient soovib ettevõtte teenuseid oma tuttavatele, mis omakorda toob ettevõttesse uusi kliente.

Kliendid otsivad ja ostavad terviklahendusi, mis loovad väärtust, nad ei osta vaid toodet ega teenust. (Grönroos, 2015, lk 95)

2 METOODIKA JA ANDMEKOGUMISMEETODITE VALIK

Üle kolmekümne aasta on teadlaste huvi olnud suunatud teeninduskvaliteedi uurimisele ja analüüsimisele. Vähesed turunduse väljakutsed on raskemad kui klientide hoiakuid ja käitumist mõjutava teguri tuvastamine ja mõjutamine. Traditsiooniliselt on ettevõtete juhid toetunud küsitluste kvantitatiivsete andmete ning intervjuude kvalitatiivsete arusaamade kombinatsioonile. (Macdonald, 2012)

SERVQUAL-i mudeli analüüsil põhinevaid uuringuid on koostatud üle maailma arvukalt. Paljudes teaduslikes töodes on mainitud mitmesuguseid kasutegureid, lähtudes mitmest eristusvõimest; nende hulgas näib ettevõtte tasandil analüüsitud teenuse kvaliteet ja kvaliteedijuhtimine olevat potentsiaalselt huvitav suund. Teenuse kvaliteedi parandamisel võivad ettevõtted saavutada konkurentsieelise, tänu millele nad saavutavad kasvu ja arengut. (Urban, 2010)

Käesolevas peatükis käsitleb töö autor antud empiirilises uuringus kasutatavaid andmeid ja metoodikat. Esmalt annab lühiülevaate varasematest uuringutest ning nende tulemustest Eestis ja mujal maailmas. Seejärel tutvustatakse andmeid, allikaid ja ettevõtte tausta. Peatüki lõpetab põhjendus kasutatavat metoodika valikust.

2.1 Varasemad empiiriliste uuringute tulemused

Teenuseid osutavad avalik-õiguslikud või eraõiguslikud asutused, kus võivad olla erinevad motivatsioonid, osutamisprotseduurid või vahendid. Avalike teenuste sektorit haldavad üldiselt selgelt määratletud seadused ja määrused .

Paljude riikide majandust mõjutab teenindussektori tase, kuna järjest rohkem peetakse kvaliteetse teenuse pakkumist oluliseks edu ja jätkusuutlikkuse saavutamisel. Ka avaliku sektori organisatsioonid on hakanud pöörama suurt rõhku kvaliteetse teenuse osutamisele. (Ramseook-Munhurrin, 2010)

Avaliku sektori teenused on vastutustundlikud kodanike ja kogukonna ees. Avalikus sektoris on teenuste pakkumine keerukam, kuna see ei seisne mitte ainult väljendatud vajaduste rahuldamises,

vaid ka väljendamata vajaduste väljaselgitamises, prioriteetide seadmises, ressursside eraldamises ning tehtu avalikus õigustamises ja kajastamises. (*Ibid*)

Järgnevas alapeatükis annab töö autor lühiülevaate varasemates empiirilistest uuringutest teeninduskvaliteedi hindamise kohta. Allolevas tabelis (vt. Tabel 1, lk. 21)on välja toodud varasemate uuringute tulemused, mis on läbi viidud väljaspool Eesti Vabariiki. Nende tööde ühine eesmärk oli välja selgitada tajutud ja oodatud kvaliteedi lõhed teenuse osutamisel/ostmisel.

Tabel 1. Varasemad empiirilised uuringud mujal maailmas

Aasta	Uuringu läbiviija	Töö pealkiri	Uuringu tulemused
2004	Tam, J.L.M	Customer Satisfaction, Service Quality and Perceived Value: An Integrative Model (Tam, 2004)	Kliendirahulolu ja tajutav väärtus mõjutavad ostujärgset käitumist (lojaalsust) tootlustusettevõttes.
2009	Sum, C.Y., Hui, P. C-L.	Salespersons' service quality and customer loyalty in fashion chain stores: A study in Hong Kong retail stores (Sum, 2009)	Klientidele osutus oluliseks müügipersonali empaatiavõime. Usaldusväärusmõõde olulisus sõltus klientide demograafilistest näitajatest.
2010	Urban, W.	Customers' experiences as a factor affecting perceived service quality (Urban, 2010)	Empiiriline uuring toob välja, et klientide pikaajalised kogemused teenusepakkuja juures mõjutavad ootusi töökindluses ja reageerimisvõimes.
2018	Kumar, A.	Effect of service quality on customer loyalty and the mediating role of customer satisfaction: an empirical investigation for the telecom service industry (Kumar, 2018)	Kliendirahulolu mõjutavad märkimisväärselt empaatia ja usaldusväärus, lojaalsusele mõjuvad positiivselt veel lisaks kindlus ja reageerimisvõime.
2019	Murray, J., E lms, J. Curran, M.	Examining empathy and responsiveness in a high-service context (Murray, 2019)	Tulemused näitasid, et apteegi kliendid hindasid empaatiat olulisemaks teguriks kui reageerimisvõimet. Uuring tõi välja võimalused tarbijate lojaalsuse suurendamiseks.
2020	Hong, S.-J., Choi, D., Chae, J.	Exploring different airport users' service quality satisfaction between service providers and air travelers (Hong, 2020)	Lennureisijad ja teenusepakkujad tajuvad teeninduskvaliteeti erinevalt. Teenindajad hindavad füüsilist keskkonda ja koostööd, siis reisijad eelistavad empaatiat ja reageerimisvõimet.
2020	Faisal, M., Dr. Chandramohan, S.	Service Quality in Multi Specialty Hospitals - An Empirical Study (Faisal, 2020)	Indias on tervishoiuteenus paljudele klientidele hinna tõttu kättesaamatu. Erakorralise meditsiini kliinikutes teostatud uuringud väljendavad vajadust kõigis viies mõõttes olulist arengut.

Allikas: Autori koostatud läbitöötatud varasemate uuringute põhjal

Käesoleva lõputöö uuringuga sarnase teema kohta leidis töö autor Mauritiuse Vabariigis teostatud teadustöö, millest annab järgnevalt lühiülevaate.

Mauritiuse iseseisvumise järel on riigi avalik sektor teinud läbi suuri muutusi, kus valitsuse üks oluline eesmärk on kliendikesksete teenuste loomine, tutvustamine ja järjepidev täiustamine.

Uuringu eesmärk oli saada ülevaade Mauritiuse maanteetranspordi osakonna osutatava teenuse kvaliteedist, kasutades eesliini töötajaid ja klientide arusaamu teenuse kvaliteedist. Uuring kajastab klientide ootusi suurepärase avaliku teenuse järele ja võrdleb neid osutatavate teenuste kvaliteediga. Paralleelselt käsitleti SERVQUAL- uuringut töötajate hulgas, selgitamaks kui hästi nad mõistavad klientide ootusi ja kuidas toetavad sisemised protsessid parima kvaliteediga avaliku teenuste osutamist.

Uurimisel valitsusasutus osutab klientidel erinevaid tasulisi ja tasuta teenuseid ning teostab järelvalvet seaduste täitmisest.

Uuring aitas avalik-õiguslikul organisatsioonil välja selgitada valdkonnad, mida tuleb teenuste osutamiseks täiustada. Tulemustest selgus, et klientide ootuste rahuldamisel oli olulisi puudujääke, samas töötajatel oli selge arusaam, millised klientide ootused tegelikult olid. Suurim puudujääk oli töötajate oskamatus kliente professionaalselt teenindada, neil puudusid piisavad teadmised ja oskused antud tööd teha. Klienditeenindajad on ettevõtte visiitkaardid kes täidavad turunduse rolli ja saavad mõjutada klientide rahulolu. Samuti saavad nad informatsiooni teenuse tugevuste ja nõrkuste kohta otsekontaktist klientidega.

Antud uuring piirdus ühe avaliku sektori osakonnaga, mistõttu ei saa tulemusi üldistada. Samuti vaadeldi uuringus töötajate ja klientide arusaamu, välistades juhtkonna vaated.

Klientidele suunatud uuringus osalejatest oli 77% mehi ja 23% naisi. Üle 57% vastanutest olid vanuses 26–41 aastat, ligikaudu 67% -l oli kas kesk- või kõrgharidus. Valimi moodustasid sihtrühma 250 klienti. Vastajate määr oli 81% ehk 202 küsimustikku, mille alusel analüüs teostati. Ettevõtte eesliinitöötajate valimi moodustasid 30 ametnikku, kellest 28 täitis küsimustiku. Tulemused näitasid, et sooline jaotus oli 43% mehi ja 57% naisi. Vanuse osas langes kõige rohkem vastajaid (43%) 26–33-aastaste vanuserühma, millele järgnes 18–25-aastased töötajad. Küsimus töötajate haridustaseme kohta näitas, et 54% vastanutest omab kõrgkooli tunnistust. (Ramseook-Munhurrin, 2010)

Lisaks kooliharidusele on elukestev õpe ja pidev erialane täiendamine professionaalse töötaja konkurentsieelis. Konverentsile registreerides loob klient ettekujutuse ettekannete kava põhjal saadavast tulemist. Konverentsi korraldamise eesmärk on uute teadmiste ja kogemuste jagamine,

kogemusliku koosloome abil informatsiooni omandamine. Konverentsil osalejatel on ettekujutus millist kogemust nad sealt omandada soovivad. Kolmandal ülemaailmsel ettevõtluse, majanduse, juhtimise ja turismi konverentsil Roomas, aastal 2015, viidi läbi uuring, et teada saada osalejate ettekujutust konverentsi kvaliteedist ja õnnestumistest. Struktureeritud küsimustik koostati SERVQUAL-i mudeli põhjal. Tulemustest selgus, et vastajate ootuste ja tegelikkuse vahel on suur erinevus, mis tekitab klientides rahulolematust. Ootused konverentsi ettekannete osas hinnati keskmisele hindele 52,69 ja tajutav tulemus hinnati 20,18. Kogemuspõhise teenuse jaoks omab suurt tähtsust klientide varasemad kogemused, mille põhjal kasvab lojaalsus, korduvkülastuste arv ja edastatakse suusõnalised soovitusel. Uuringu tulemustest selgus, et korraldajad peavad rohkem tähelepanu pöörama klientide soovidele ja ettepanekutele, et konverents õnnestuks ja täidaks eesmärgi. (Uzuznboylu, 2016)

Filipiinide kui arengumaa kontekstis on teenustegevuse tõhususe mõõtmine komplitseeritud. Maailma majandusfoorumi teatel on keerulisemad tegurid arengumaades bürokraatia, korrupsioon, läbipaistvuse puudumine ja ebaausus riigihangete sõlmimisel. Vastuseks nendele järeldustele on riigi valitsus asunud rakendama kvaliteedijuhtimise programmi. Filipiinidel viidi läbi uuring, et selgitada SERVQUAL- mudeli abil viie valitsusasutuse teeninduskvaliteedi kriitilised punktid. See uuring tõi välja, et kliendid hindavad kõrgelt valitsusasutuste kiiret reageerimisvõimet teenuste osutamisel. Oluliseks pidasid uuringus osalejad teenuse osutamise mugavust ja inimressursse. Filipiinide valitsusasutused peavad koostama üldised põhimõtted, mis käsitleks kogu teenuste kvaliteeti. Alustada tuleb värbamis- ja valikuprotsessiga, pöörates suurt tähelepanu kandidaatide kvalifikatsioonile ja väärtushinnangutele.

Kuna uuring viidi läbi viies valitsusasutuses, siis märkisid vastajad vajadust standardse süsteemi järele, mis tagaks ühtlase teenindustaseme kõigis üksustes. (Ocampo, 2019)

Teeninduskvaliteedi kõrge tase on oluline igas eluvaldkonnas.

Türgis, Istanbuli haiglas viidi läbi uuenduslik ja integreeritud juhtumianalüüs, kus rakendati teenuse kvaliteedi mõõtmisel SERVQUAL-i skaalal, QFD-I (kvaliteedifunktsiooni juurutamine) ja FMEA- I (tõrgete liigi ja mõju analüüs) põhinevat meetodikat. Kavandatud uuenduslik lähenemisviisi eelis on see, et annab teenussüsteemile üldise hinnangu, arvestades patsiendi vajadusi, teenuse ülesehitust ja võimalikke tõrkeid teenuse osutamisel.

Uuringu tulemustest ilmsel, et tajutava teenuse kvaliteet ületas patsientide ootusi. Haigla personali välimus, haigete visiidi ja külastusaeg vastas ootustele, samuti olid patsiendid rahul toitlustusega. (Altuntas, 2019)

Tehisintellekti kasutuselevõttuga tuleb paljudes eluvaldkondades innovatsiooniga kaasa minna. Raamatukogu oli ja on hea koht lugemiseks, õppimiseks ning vaba aja veetmiseks, seetõttu peavad nad ajaga kaasas käima. Innovatsiooni ja klientide tarbimisharjumuste vahelist seost teenuste kvaliteedi hindamisel uuriti Zhejiangi provintsi AI-raamatukogus. Infotehnoloogia kiire arenguga on internetist saanud inimeste elu lahutamatu osa. Enam ei ole raamatukogud lugejate jaoks esmasel ega ainuke valik teabe otsimisel. Arenenud riikides on avatud palju uudse disaini, innovatsioonifaktorite ja tehisintellektiga avalikke raamatukogusid. Arukas raamatukogu on raadiosagedusel põhinev raamatute haldamise ja identifitseerimise süsteem ning rakendused võimaldavad lugejatel valida erinevaid kanaleid raamatute laenutamiseks. Digitaalne, võrku ühendatud raamatukogu on avatud ööpäeva ringselt, suurendades kasutajamugavust. Nutika raamatukogu teenuse innovatsiooni ja teenuse kvaliteedi vahel on positiivne korrelatsioon. Uus teenuse tehnoloogia ja kontseptsioon on täiuslikumad, kasutajad tajuvad teeninduskvaliteedist rohkem rahulolu, ressursside kasutamine sageneb. (Chen, 2019)

Konkurentsitihe valdkonnas läheb rahulolematu klient teise teenusepakkuja juurde. Teenuste vahetamisel mõjutab tiptasemel töötaja suhtlemisviis klientide hoiakuid teenuse kvaliteedile, mis omakorda muudab rahulolu.

Seoseid töötajate käitumise, kliendi poolt tajutava teenuse kvaliteedi, klientide emotsionaalse heaolu ja väärtuste koosloome vahel uurisid Hiina teadlased, ülikoolist ja haridusministeeriumist, finantsteenuste sektoris

Tulemused näitavad, et eesliini töötajad määravad suures osas klientide hetke heaolu, mis omakorda mõjutab nende väärtusloomet.

Kui kliendid tunnevad positiivset emotsionaalset heaolu, tajuvad paremini teenuse kvaliteeti ja tänutunne võib mõjutada emotsionaalset heaolu. Meeldiva käitumisega teenindajad väljendavad empaatilist käitumist ja emotsionaalset tuge. (Huang, 2020)

Erinevatel aegadel on kliendirahulolu ja teeninduskvaliteeti puudutavaid uuringuid Eestis läbi viidud lugematu arv kordi. Tulemusi on saadud struktureeritud intervjuudega, testostudega, vaatluse ja ankeetküsimustiku kaasabil. Antud töö autor analüüsis varasemaid uuringuid mis viidi läbi SERVQUAL mudelil põhineva ankeetküsimustikuga. Kõigi nende varasemate uuringute eesmärk oli hinnata teeninduskvaliteeti ja seeläbi välja selgitada parema kliendirahulolu saavutamiseks vajalik teenindustase uuritavas ettevõttes.

Tabel 2. Eestis teostatud empiiriliste uuringute ülevaade

Aasta	Töö autor, pealkiri	Empiirilise uuringu tulemused
2014	Mahl, R. "Kliendirahulolu väljaselgitamine Salmo & Lust OÜ-s" (Mahl, 2014)	Kliendirahulolu saavutamiseks vajaliku teenindustaseme väljaselgitamine. Analüüsitud küsitlused andsid tagasisidena, et ettevõtte on kliendirahulolu saavutamiseks vaja üle vaadata kõik viis dimensiooni SERVQUAL mudelis.
2015	Nemvalts, K. "Klienditeeninduse kvaliteedi hindamine Eesti panganduses" (Nemvalts, 2015)	Eestis tegutsevate pankade kliendirahulolu, klientide vajaduste ja soovide kaardistamine ja võrdlemine erinevate teenusepakujatega. SERVQUAL mudeli dimensioonidest kõige kriitilisemaks pidasid kliendid usaldusväärust. Enim olid kliendid rahul LHV panga teenindusega.
2015	Oksanen, A. "Müügiettevõtte HL GROUP OY turunduse ja teenindustegevuse kliendirahulolu analüüs SERVQUAL meetodil" (Oksanen, 2015)	Empiiriline uuring HL GROUP OY kliendirahulolu parandamiseks ja teenuse kvaliteedi tõstmiseks. SERVQUAL keskmise hinne näitab ettevõtte vajadust müügitööd efektiivsemaks muuta.
2016	Poljakova, Ü. "Teeninduskvaliteedi hindamine jaekaubanduses Kaubamaja AS näitel" (Poljakova, 2016)	Teeninduse kitsaskohtadena toodi välja teenindajate hoiakud, suhtlemisoskus ja professionaalsus. Kaubamaja klientidele on ettevõtte usaldusväärus oluline tegur teeninduskvaliteedi kujunemisel
2018	Jaagomäe, J. "Kliendirahulolu analüüs Arena tervise- ja spordiklubi näitel" (Jaagomäe, 2018)	Spordiklubi klientide ootuste ja kogetud teeninduskvaliteedi lõhede analüüs. Klientide ootused olid kõrgemad kui kogetud näitajad kõigis viies dimensioonigrupis.

Allikas: Autori koostatud läbitöötatud varasemate uuringute põhjal

Tabelis 2 (vt. Tabel 2, lk. 25) välja toodud varasemate uuringute tulemused näitavad, et kliendid peavad oluliseks ettevõtte usaldusväärust. Käesoleva töö teoreetilises osas usaldusväärust kirjeldavas peatükis on kliendilojaalsust defineeritud kui emotsionaalset omadust, millel puudub seos ratsionaalsusega (Usaldus). Institutsiooni usaldusväärus mõjutab suurel määral klientide rahulolu organisatsiooni teeninduskvaliteedi suhtes.

Kümme aastat opereeris Kuivastu-Virtsu ja Rohuküla-Heltermaa liinil Väinamere Liinid OÜ. Parvlaevaühendus mandri ja saarte vahel on avalik teenus, mida valitsus reglementeeris ja doteeris.

Tartu Ülikooli Pärnu kolledži üliõpilase poolt koostatud lõputöö eesmärgiks oli välja selgitada parvlaevateenuse kvaliteet ettevõttes Väinamere Liinid OÜ.

Lõputöös esitatud uuringu tulemusena selgus, et teeninduskeskkond vastas klientide ootustele ja vajadustele, kuigi oli mõningaid puudujääke- klienditeenindajatele ei olnud vormirõivastust, mis neid eristaks klientidest. 75% vastanutest tunnistas, et teenindav personal on usaldusväärne, sõbralik ja osavõtlik. Samas vaid 54% vastanutest leidis, et teenindajad lähtuvad klientide heaolust. Teenuste usaldatavuse keskmine hinnang sai väärtuseks 3,8 viiepallisel skaalal.

Teenindusvalmiduse ja paindlikkuse dimensioonis hinnati ettevõtte reageerimisvõimet teha jooksvaid muutusi sõiduplaanides. Vastanud väljendasid oma rahuolematust madalhooaja (oktoober- aprill) reisigraafikute osas.

Empaatiavõime dimensiooni olulisem teema oli erivajadustega klientide teenindamine. Kõikide tulemuste keskmine andis vastuseks 4,0 viiepallisel skaalal. Siiski seitsmel korral oli hinnatud kõige madalama hindega 1, mis näitas, et kliente ei teenindatud vastavalt erivajadusele või jäeti hoopis teenindamata.

Töö autor kasutas kvaliteedi hindamiseks SERVQUAL mudelit, kus küsimustele vastati viiepallisel Likert'i skaalal.

Antud uuringu tulemustest selgus, et vastanud on ettevõttega rahul, aga alati on võimalik veel kvaliteetsemat teenust pakkuda. IT areng, teenuste parendused, töötajate koolitamine, teenindusstandardite uuendamine on võtmesõnad ettevõttesiseseks analüüsiks. (Vahtramäe, 2015)

Teenuse on immateriaalne toode, millel puuduvad tehnilised näitajad kuid peab vastama kliendi nõudmiste parameetritele. Teenuse kvaliteeti hindab iga klient oma vajadustest ja soovidest lähtuvalt, mida omakorda mõjutavad hetke emotsioonid ja taju.

Varasemate uuringute analüüsi tulemused näitavad, et kliendid peavad oluliseks teeninduskvaliteedi hindamisel teenindajate kompetentsust, empaatiavõimet, kiiret reageerimisvõimet. Professionaalsete oskuste ja teadmistega töötaja teenindus mõjutab kliendi usaldust ettevõtte vastu.

Teenuse kvaliteet on dünaamiline protsess, mida tuleb järjekindlalt hinnata, analüüsida ja täiustada.

2.2. Andmed, allikad ja ettevõtte taust

Saaremaa vald moodustati 2017.a. haldusreformi jõustumisega, kui 12 omavalitsust (Kuressaare linn, Kihelkonna, Laimjala, Leisi, Lääne-Saare, Mustjala, Orissaare, Pihtla, Põide, Salme, Torgu ja Valjala vald) ühinesid. (saaremaavald, 2019)

Saaremaa vald on suurima territooriumiga omavalitsusüksus ja suurima elanike arvuga vald Eestis. (saaremaavald, 2019)

Saaremaa Vallavalitsuse kui ametiasutuse ülesanne on seadustes, ametiasutuse põhimääruses ja teistes õigusaktides sätestatud pädevuse piires korraldus-, arendus- ning järelevalve- toimingute tegemine, lähtudes valla arengukavas toodud eesmärkidest. Ametiasutus täidab muid talle volikogu ja valitsuse õigusaktidega pandud ülesandeid. Ametiasutuse koosseisus on 220 teenistuskoha (90 ametikohta ja 130 töökohta) (saaremaavald, 2019)

Visiooni kohaselt on Saare maakond 2030.aastal atraktiivne nii töö- kui ka elukohana võrreldes nii Eesti kui ka välisriikidega. Saaremaa on uutele tuultele avatud, traditsioone hoidev, turvalise ja puhta elukeskkonnaga, mere ja taeva kudu ühendatud tugeva ja kasvava kogukonnaga saar. (saaremaavald, 2019)

Ametiasutuse juht on Saaremaa vallavanem. 2018. aasta juulikuul seisuga on vallavalitsuse struktuuris kaheksa osakonda (arendus- ja kommunikatsiooniosakond, ehitus- ja planeeringuosakond, haridus- ja noorsootöösakond, keskkonnaosakond, kultuuri- ja spordiosakond, majandus- ja haldus- osakond, sotsiaalosakond, tugiteenuste osakond) ja 12 teenuskeskust (Kihelkonna, Kärla, Laimjala, Leisi, Lümanda, Mustjala, Orissaare, Pihtla, Põide, Salme, Torgu ja Valjala). Vallavalitsuse kui ametiasutuse koosseisus on 220 teenistuskoha (90 ametikohta ja 130 töökohta) (*Ibid*)

2018. aasta juulikuul seisuga on Saaremaa Vallavalitsusel 93 hallatavat asutust, mille hulgas on 35 haridusasutust (lasteaiad, koolid, huvikoolid), 3 noorsootöösutust, 27 rahvaraamatukogu, 19 kultuuri- ja spordiasutust, 6 hoolekandeesutust, 3 haldusasutust. (*Ibid*)

Väljavõte Saaremaa Valla arengukavast 2019-2030: (*Ibid*)

Strateegilised eesmärgid, alaeesmärgid, tegevused ja mõõdikud

Strateegiline eesmärk 1: Saaremaa valla juhtimine lähtub inimkesksusest ja tasakaalustatud arengu põhimõtetest ning tagab Saaremaa kui terviku jätkusuutlikkuse.

Alaeesmärk 1.1: Motiveeritud ja pädevad teenistujad ning optimaalse struktuuriga tõhusalt toimiv vallavalitsus.

Tegevus 1.1.2: IT-teenuste arendamine avalike teenuste osutamiseks ja sisemise töökorralduse optimeerimiseks (sh koostöö Eesti Linnade ja Valdade Liiduga ning IKT- valdkonda arendavate riigiasutustega).

Tegevus 1.1.3: Kodanikele suunatud e-teenuste ja nende rahastamise mudeli põhimõtete väljatöötamine.

Tegevus 1.1.5: Teenistujate koolitamine ja arendamine ning motiveerimine.

Tegevus 1.1.6: Tänapäevase ja optimaalse töökeskkonna loomine.

Lähtudes Saaremaa valla arengukavas 2019-2030 (saaremaavald, 2019) välja toodud eesmärkidest soovib antud lõputöö autor teada saada kui heaks teenindajaks vallavalitsuse töötajad ennast peavad.

Saaremaa Vallavalitsuse tellimusel viis 2019.aasta jaanuaris ja veebruaris Eesti Uuringukeskus OÜ Saaremaa ettevõtete seas läbi uuringu selgitamaks välja kui rahul on ettevõtjad ettevõtluskeskkonna ja avalike teenustega Saare maakonnas. Ettevõtjad nimetasid ühe peamise puudusena kvalifitseeritud tööjõu nappuse saarel. (saaremaavald, 2019)

Asjaajamise kohta omavalitsuses rahule jäänud ettevõtjad tõid põhjendusena välja hea koostöö, sõbraliku teeninduse, asjatundlikkuse, kiire ja korrektse asjaajamise, hea suhtlemise, kiirete ja täpsete vastuste ning vajalike ekspertide olemasolu (saaremaavald, 2019) .

Vähemrahulolevad ettevõtjad nimetasid põhjustena aegluse, millele järgnes bürokraatia, kohaliku omavalitsuse töötajate puudulik koostöö ja arusaamatu tööjaotus, ebakompetentsust ning puudulikku suhtlemisoskust (saaremaavald, 2019) .

Eelnevalt kirjeldatud tulemustest ajendatuna soovis antud lõputöö autor analüüsida Saaremaa Vallavalitsuse sise- ja välisklientide hinnanguid asutuse teeninduskvaliteedile.

2.3. Metoodika

Töö eesmärk on SERVQUAL-i mudeli abil selgitada välja Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi tugevused ja nõrgad lülid klientide rahulolu saavutamiseks. Üldjuhul hinnatakse teeninduskvaliteeti klientide poolt, aga antud lõputöös soovib töö autor ka teenusepakkuja poolset hinnangut.

Teenusepakkujal on suhteliselt keeruline kvaliteetset teenust määratleda, osutada ja mõõta. Teadlased on püüdnud defineerida teenuse kvaliteedi kontseptsiooni ja välja töötada efektiivset mõõtmise viisi. Viimase kümnendi populaarsemaks teenuse kvaliteedi mõõtmise vahendiks on SERVQUAL mudel. (Kulasin, 2005)

SERVQUAL on teenuse kvaliteedi mõõde, esimene ja kahtlemata populaarsem tööriist tajutud ja oodatud teeninduskvaliteedi hindamiseks. See on struktureeritud turu-uuringu vorm, mis jagab teenuse täna viieks teguriks või dimensiooniks.

Kui turundusteadlased Parasuraman, Zeithaml ja Berry 1985ndal aastal töötasid välja teenuse kvaliteedi kontseptuaalse raamistiku, määratlesid nad kümme mõjurit, mille abil oli võimalik hinnata tajutud teenuse kvaliteeti. Põhiteguriteks esialgses mudelis olid usaldusväärsus, reageerimisvõime, kompetentsus, kättesaadavus, vastutulelikkus, kommunikatsioon, usutavus, turvalisus, klientide tundmine ja väljanägemine. (Parasuraman, 1985, lk 41-50)

SERVQUAL mudel loodi algselt teenindussektorile. Tegelikuses pakuvad enamus ettevõtteid klienditeeninduse teatud vorme, lihtsast klienditeenindusest spetsiifilisemaid. (*Ibid*)

SERVQUAL mudeli väljatöötamise tõukejõuks olid teenuse unikaalsus, võrreldes füüsiliste toodetega. Teenuse ainulaadsed omadused (käsitamatus, heterogeensus jne.) muudavad teeninduskvaliteedi objektiivse hindamise raskeks. Seetõttu pakub mudel struktureeritud lähenemisviisi tegurite hindamiseks, mis mõjutavad tarbijate ettekujutust teenuse kvaliteedist. (*Ibid*)

Parasuraman jt. tuvastasid neli erinevat lünka, mis võivad mõjutada klientide ettekujutust teenuse kvaliteedist.

1. Lünk juhtimistavas – ebatäpne ettekujutus sellest, mida tarbijad tegelikult ootavad
2. Teenuse kvaliteedi spetsifikatsioonid ei ole kooskõlas arusaamadega kvaliteedinõuetest
3. Teenuste osutamise lõhe – lubatud ja osutatud kvaliteedi erinevus
4. Kommunikatsiooni lõhe – osutatav teenus ei vasta tegevusele

Need neli lõhet põhjustavad viienda tühimiku, erinevuse klientide ootuste ja ettekujutuse vahel tegelikult saadava teenusega. Tajutava teenuse kvaliteet sõltub 5.lõhe suurusest (*Ibid*).

SERVQUAL mudel koosneb viie põhiteguriga 22 küsimusest Likerti-skaalal. Kuna ootusi ja tulemuslikkust hinnatakse paralleelsete küsimustega, kasutatakse kokku 44 väidet. Algselt kaaluti 97 dimensiooni kaasamist, kuid mudelisse lisati vaid need mis omasid suurt osakaalu ettevõtte teeninduskvaliteedi hindamiseks (*Ibid*).

Teeninduskvaliteedi hindamise viis komponenti on füüsiline keskkond, mis viitab seadmetele, rajatistele ja personalile; usaldusväärsus võimaldab teenuse täpset osutamist; reageerimisvõime on valmisolek osutada kiiret teenindust; kindlus viitab töötajate professionaalsusele ning empaatia hõlmab klientidele individuaalse tähelepanu pakkumist. Teeninduskvaliteedi hindamise peamised mõjurid on töö autor välja toonud tabelis (vt. Tabel 3, lk. 31), mille koostas Parasuraman et al (Parasuraman, 1988, lk 12-40) kontseptsiooni põhjal. SERVQUAL mudel on kvaliteedi analüüs, kus lähtutakse üldistest keskkonnateguritest. Rahulolu-uuringud seevastu sõltud partnerite vahelistest tehingutest.

SERVQUAL mudeli füüsilise keskkonna moodustab materiaalne, nähtav tegur. Organisatsiooni töötajate nähtavus (nimesilt, vormirõivastus), büroohoone ja rajatiste puhtus, korrashoid, kaunistused. Usaldusväärsus iseloomustab organisatsiooni sõnumite usutavust ja usaldusväärst. Reageerimisvõime tähendab klientide küsimustele või kaebustele kiiret ja adekvaatset vastuste andmist. Pädevus on seotud organisatsiooni ekspertteadmistega ja juurdepääs määrab, kas klient saab kiiresti ja tõhusalt võtta ühendust õige osakonnaga. Kliendi tundmine hõlmab personaalset lähenemist ning klientide vajadustele ja soovidele vastamist. Turvalisuse eesmärk on lisada teenusele usaldus ja klientidele nõuetekohane juurdepääs (Mulder, 2018).

Tabel 3. Teenuse kvaliteedi mõjurid

Põhitegur	Nr.	Dimensioon/küsimuste valdkond
Füüsiline keskkond	1	Kaasaegne sisekujundus
	2	Kaasaegne sisustus
	3	Töötajate välimus
	4	Infomaterjalide väljanägemine, asjakohasus
Usaldusväarsus	5	Ettevõtte üldine usaldusväarsus
	6	Probleemi käsitluskorrektsus
	7	Töökindlus
	8	Täpsus
	9	Mõistmine
Reageerimisvõime	10	Osavõtlikkus
	11	Lubaduste täitmine
	12	Probleemide lahendamine
	13	Reageerimisvõime
Kindlus	14	Töötajate abivalmidus
	15	Töötajate usaldusväarsus
	16	Töötajate viisakus
	17	Töötajate professionaalsus
Empaatia	18	Turvalisus
	19	Personaalne tähelepanu
	20	Kliendi ootuste tundmine
	21	Individuaalne lähenemine
	22	Ettevõtte kättesaadavus

Allikas: Autori poolt koostatud Parasuraman et al (1988) põhjal

Parasuramani et al poolt loodud teeninduskvaliteedi hindamise raamistiku abil saab välja tuua teenuse osutamisel esinevad puudused, kus võrreldakse oodatud ja tegelikult kogetud teenuse

kvaliteeti. Antud raamistikus keskendutakse klientide vajadustele, mitte organisatsiooni ettekujutusele teenuse osutamisest.

SERVQUAL mudel võimaldab organisatsioonil teada saada, millised tegurid mõjutavad kliendi ootuste kujunemist.

Turundusteadlaste poolt loodud SERVQUAL mudel on kõige sagedasemalt kasutatav instrument teeninduskvaliteedi hindamisel. Sellest ajendatuna võttis töö autor uuringu koostamiseks aluseks antud mudeli.

3. UURINGU TULEMUSED JA ANALÜÜS

Käesolevas peatükis annab töö autor ülevaate uuringu tulemustest ning teeb selle põhjal omapoolsed järeldused.

3.1. Empiirilise uuringu tulemuste analüüs

Töö eesmärk oli SERVQUAL mudeliga hinnata Saaremaa Vallavalitsuse tugevad ja nõrgad küljed teeninduskvaliteedis ning aspektid mida tuleks parandada. Selleks küsitles autor Saaremaa Vallavalitsuse töötajaid ja kliente.

SERVQUAL mudeli viis dimensiooni võimaldavad analüüsida organisatsiooni üldist teeninduskvaliteeti. Füüsiline keskkond moodustub küsimustiku neljast esimesest väitest. Järgmine dimensioon hõlmab usaldusväarsuse aspekte viie küsimusega. Järgnevad reageerimisvõime nelja, samuti kindlustunne nelja ja viimaks empaatia viie mõjuriga. Esitatud oli 22 paralleelset küsimust, oodatud ja tajutud dimensiooniväitega.

Küsimustik põhines Likerti skaalal, seitsme- pallisel süsteemil, kus 1 tähendas “ei ole absoluutselt nõus” ja 7 “absoluutselt nõus”.

Tajutud teenuse kvaliteedi arvutamiseks iga väite jaoks kasutas töö autor valemit:

$$Q = P - E \quad (1)$$

kus: Q- lõhe tajutud ja oodatud teenuse kvaliteedi vahel

P- tajutud teenuse kvaliteet

E- ootused teenuse kvaliteedile

Q väärtus positiivse näitajana kajastab teenuse kvaliteedi vastamist kliendi ootustele ja negatiivne tulemus jääb oodatust madalamaks.

Saaremaa Vallavalitsuse ametnikele koostatud küsimustik koosnes kokku 51 küsimusest. Esmalt soovis töö autor vastust 22 teguri ootuse ning tegeliku rahulolu kohta. Seejärel tuli vastata küsimusele, kas nad on klienditeenindajad ning kui heaks teenindajaks nad ennast peavad. Kui aga vastasid “ei”, siis miks? Viimased küsimused sisaldasid ettevalmistust tööks ja vastajate profiili.

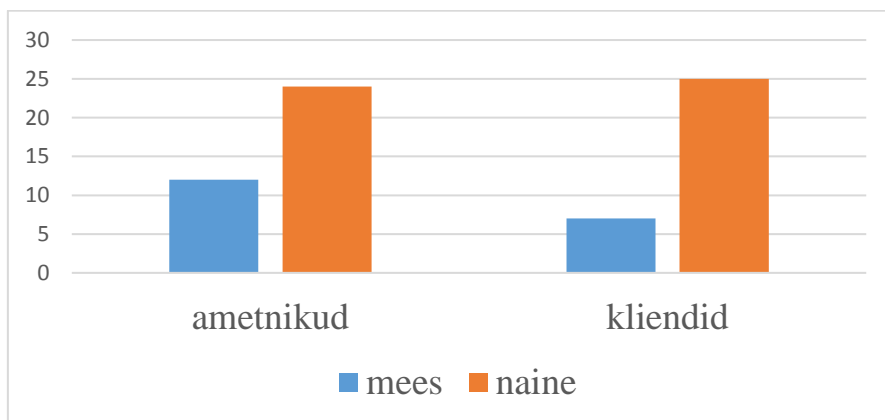
Klientidele suunatud küsimustik koosnes samuti 22 teguri olulisuse ja tegeliku rahulolu aspektist. Järgmisena tuli klientidel hinnata Saaremaa Vallavalitsuse üldist klienditeenindust. Viimased kaks küsimust olid seotud vastajate profiiliga.

Uuringu küsimustikud olid avatud kolm nädalat, 23.märts – 15. aprillini 2020. Saaremaa Vallavalitsuse töötajatele saatis töö autor meili uuringu lingiga ja klientidele jagas küsimustikulinki läbi suhtlusportaali Facebook.

Küsimustikule vastamise kutse saatis töö autor 82 Saaremaa Vallavalitsuse ametnikule. Uuringus osalema oli palutud vallavalitsuse liikmed, kantselei, kultuuri ja spordi, haridus ja noorsootöö, ehitus- ja planeeringu, järelvalveteenistuse, arendus-ja kommunikatsiooni osakondade ning teenuskeskuste töötajad. Täidetud küsimustikke laekus 36, mitte ühtegi vastustega ankeeti ei saanud töö autor järelvalveteenistuse ning haridus ja noorsootöö osakondadelt. Kõige aktiivsemalt vastasid teenuskeskuste töötajad (33% vastajatest), lisaks sai töö autor kahelt vastajalt personaalse tagasiside.

Kokku täideti 68 ankeeti, ametnikud 36 ja kliendid 32 küsimustikku.

Vastajatest kokku oli 39 naised ja 19 mehed, jagunedes ametnikud 24 naist ja 12 meest ning kliendid vastavalt 25 ja 7. Tulemused joonistuvad välja alloleval joonisel (vt. Joonis 1)

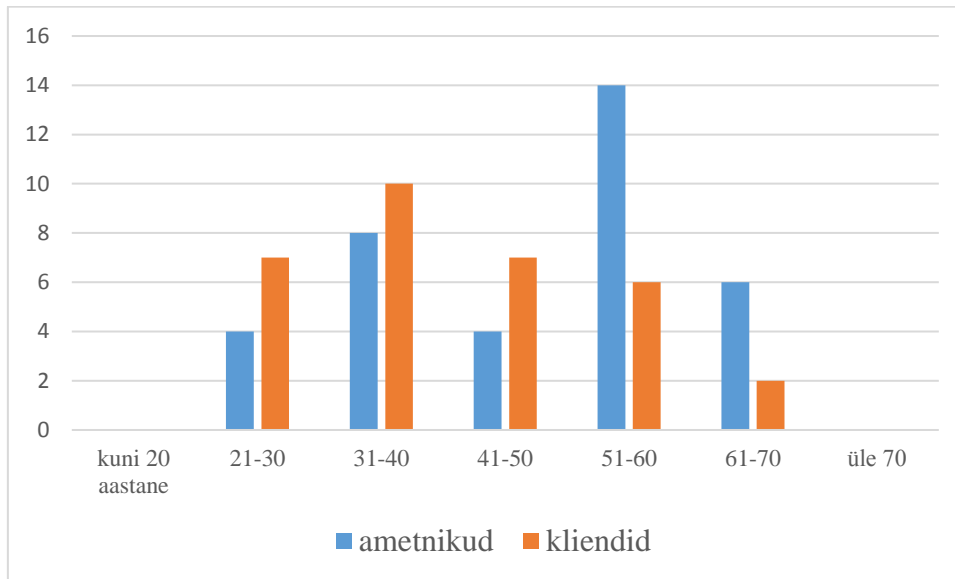


Joonis 1. Vastajate sooline jaotus

Allikas: Autori koostatud küsimustiku tulemuste põhjal

Vastajad jagunesid vanusevahemikku 21-70 aastat, vanusegruppides kuni 20 aastane ja üle 70 vastajaid ei olnud. Allpool olev joonis (vt Joonis 2, lk. 35) kajastab küsitluses osalenute vanuselise jaotuse. 14 ehk 38,9% vallavalitsuse töötajatest vastajad olid vanuses 51-60 aastat.

Arvukuse poolest teise rühma moodustasid vanusegrupp, 31-40 aastat, kelle moodustasid klientidest vastajad. Kõige vähem vastanuid oli vanuses 61-70, kokku vastanutest 8 inimest.



Joonis 2. Vastajate vanuseline jaotus

Allikas: Autori koostatud küsimustiku tulemuste põhjal

Küsimuse, “Kas Te olete klienditeenindaja?”, vastus jagunes 50/50, kus pooled ehk 18 töötajat nimetasid ennast klienditeenindajaks ja 18 vastasid eitavalt. Eitava vastuse paar põhjendust alljärgnevalt:

“Sest teenistuja on rohkemat kui ainult klienditeenindaja, ta tegutseb kodanike teenimiseks kodanike huvides nende huvisid esimeseks seades, mitte ettevõtte erahuve.”

“Ametnik ei ole klienditeenindaja. Täidab seadusest tulenevaid kohustusi, kujundab otsused lähtuvalt õigusaktidest, arvestab avalikku huvi ja igameheõigust. Nende alustel teeb kliendile võimalikult soodsa lahenduse.”

“Otseselt ei ole minu töökohustus. Kaudses mõttes on kõik vallavalitsuse töötajad klienditeenindajad.”

Vastanud vallaametnikest 27 ehk 75% omab erialast akadeemilist haridust, neljal vastajal on erialane koolitus ning hetkel õpib üks töötaja. Neli töötajat omavad ametikohale vastavat haridustaset, kuid mitte erialast.

Saaremaa Vallavalitsuse klienditeeninduse hindasid ametnikud keskmisele hindele 4,28 ja kliendid 3,53 viiepallisel skaala. Kõige enam hinnati klienditeenindust ametnike poolt hindele “4” 18 korda ja kliendid andsid 15 korda hindeks “3”.

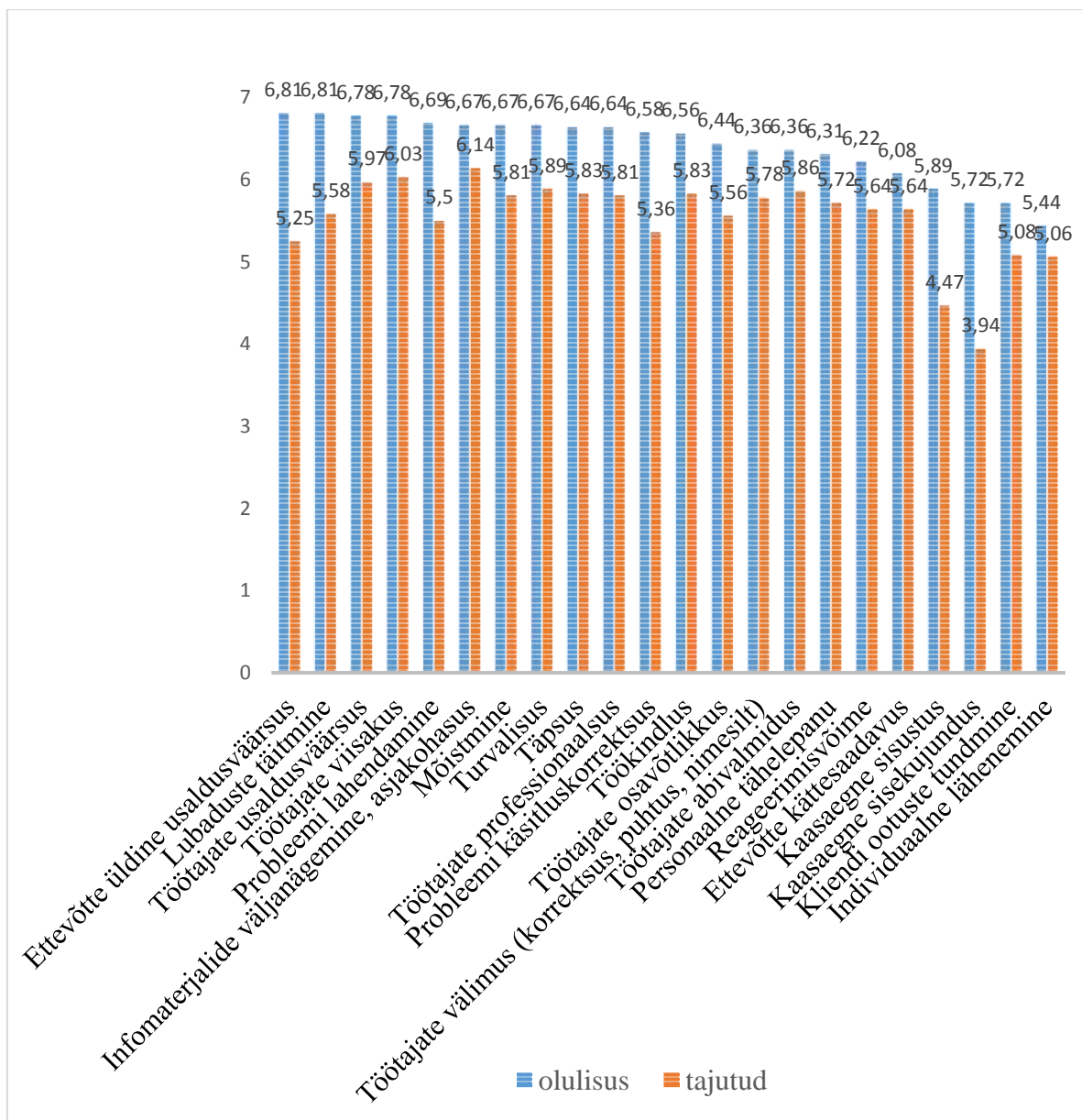
Hinde “5” andsid 15 ja hinde “3” kaks vastanud ametnikku. Üks ametnik hindas klienditeeninduse hindele “1”

Kliendid hindasid klienditeeninduse maksimumtulemusele neli korda, hinde “4” andsid 11 korda ja tulemus “2” märgiti kahel korral.

3.2. Tulemused ja järeldused

Käesoleva lõputöö uuringu tulemusi analüüsid, järeldab autor, et Saaremaa Vallavalitsuse sise- ja väliskliendid peavad oluliseks kõiki SERVQUAL mudeli tegureid. Dimensioonide aritmeetilise keskmise (vt. Tabel 9, lk. 75; Tabel 10, lk. 76) välja arvutamisel, sai autor tulemuseks töötajate poolt 6,4 ja klientide poolt 6,56 punkti seitsmepallisel skaalal. Seega kõrge aritmeetiline keskmine väärtus näitab kõigi viie teguri olulisust.

SERVQUAL mudeli teguritest hindasid Saaremaa Vallavalitsuse töötajad kõige olulisemaks ettevõtte üldist usaldusväarsust ja lubaduste täitmist (vt Joonis 3, lk. 37), mõlema dimensiooni keskmine oli 6,81 punkti, samas kui kliendid hindasid probleemide käsitluskorrektust ja töökindlust kõige olulisemaks (vt Joonis 4, lk. 38) mõlema dimensiooni aritmeetiline keskmine väärtus oli 6,88. Antud tegurid võib nimetada üliolulisteks, sest nende väärtus on maksimumtulemusele väga lähedal. 19 vallavalitsuse töötajast vastajat pidasid väga oluliseks ettevõtte üldist usaldusväarsust ning lubaduste täitmist 27 töötajat. Kliendid märkisid töökindlust oluliseks ühel korral punktile “5”, kolm korda “6” ja ülejäänud pidasid ülioluliseks dimensiooniks.

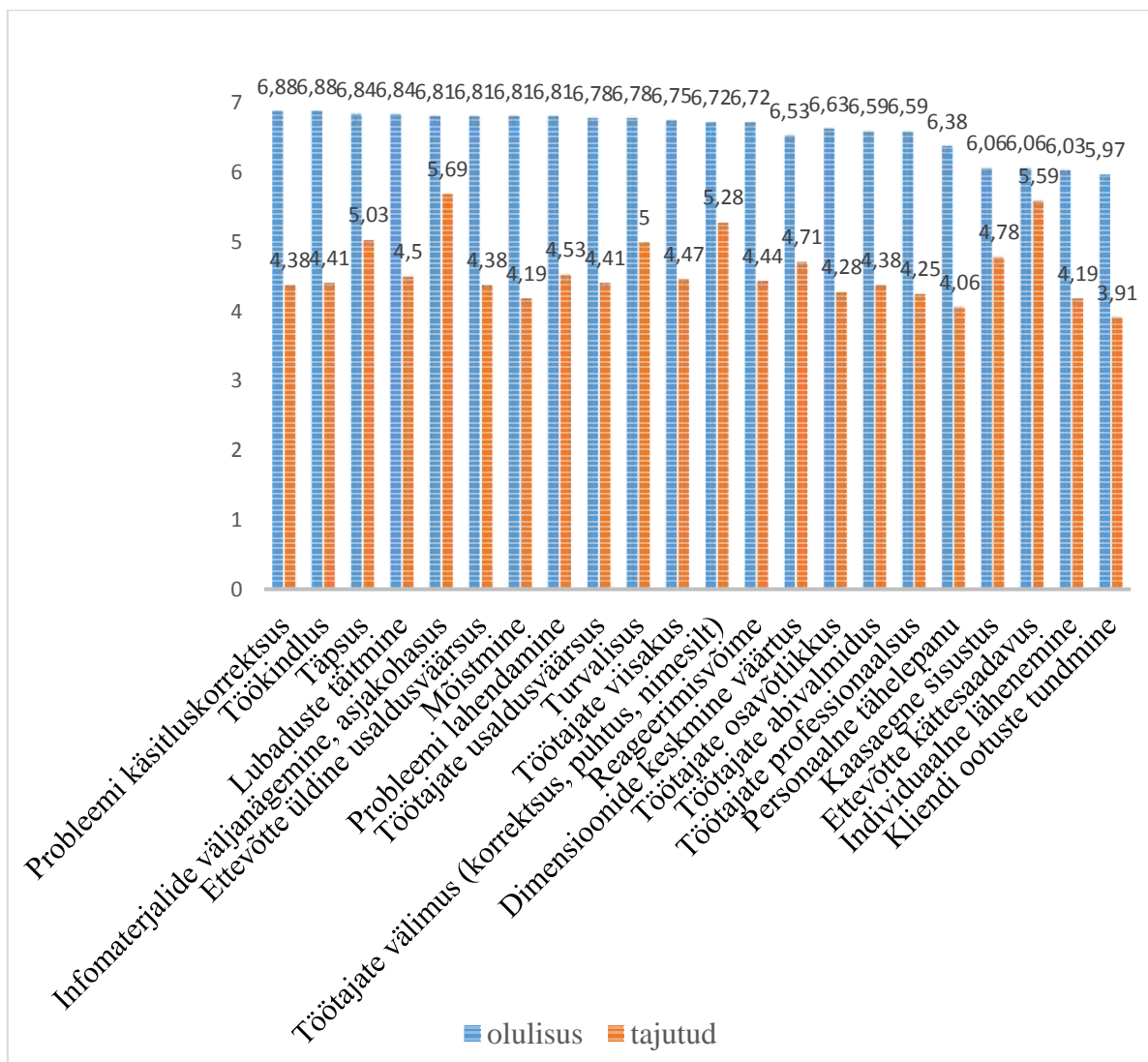


Joonis 3. Oodatud kvaliteedi tulemused personali hinnangul

Allikas: Autori koostatud küsimustiku tulemuste põhjal

Vähemoluline tegur (vt. Joonis 3), lk. 37 oli personali arvates individuaalne lähenemine klientidele, mis on 1 kuni 7 punktiskaalal hinnatud väärtusega 5,44. Järgnesid kaasaegne sisustus ja klientide ootuste tundmine, mõlema keskmine väärtus 5,72.

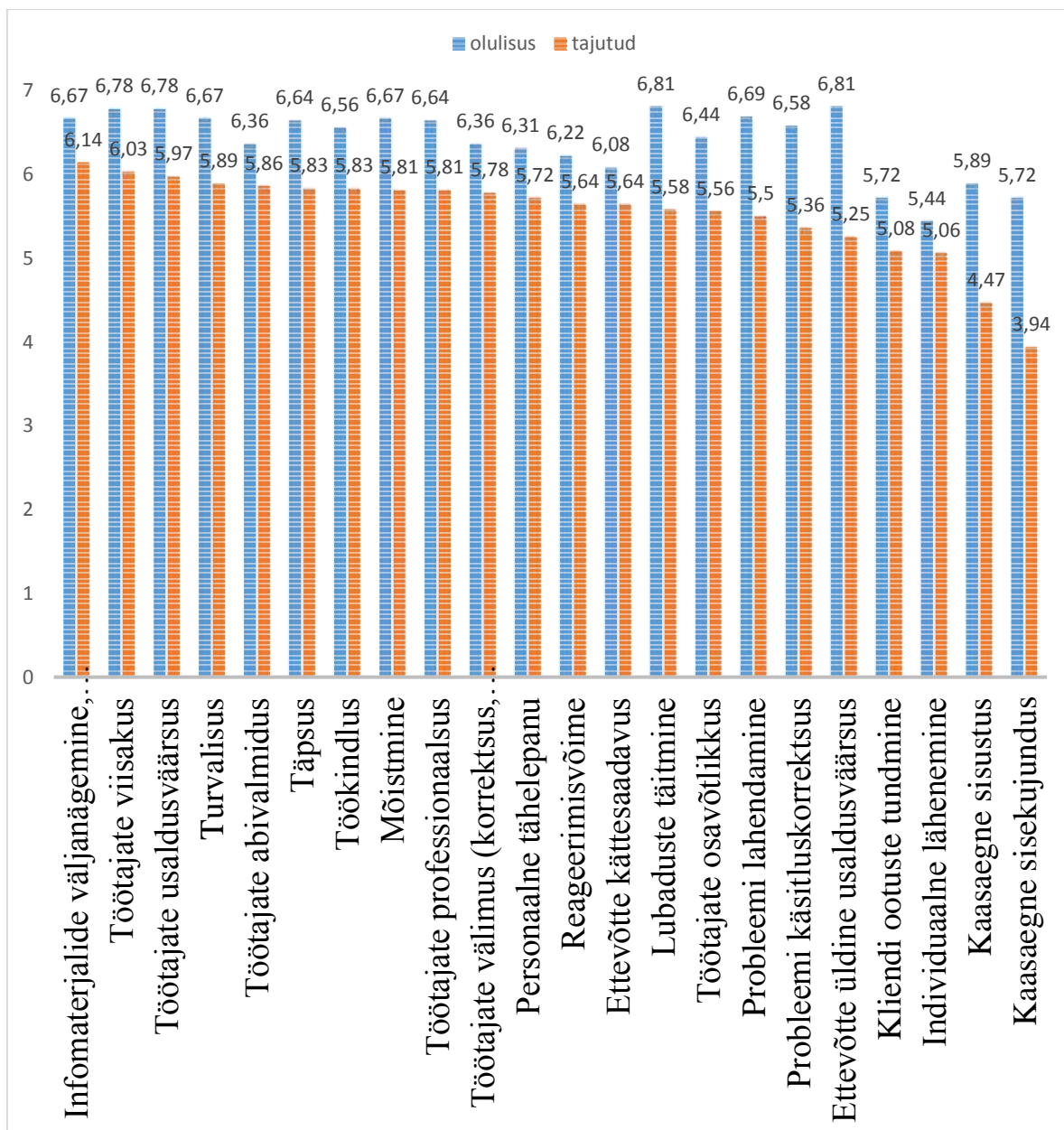
Välisklientdid hindasid kõige vähemoluliseks teguriks empaatia dimensiooni kliendiootuste tundmist ja individuaalset lähenemist. Hinnates eelnevalt nimetatud dimensioone keskmisele väärtusele vastavalt siis 5,97 ning 6,03 (vt. Joonis 4, lk. 38).



Joonis 4. Oodatud tegurite tulemused klientide hinnangul

Allikas: Autori koostatud küsimustiku tulemuste põhjal

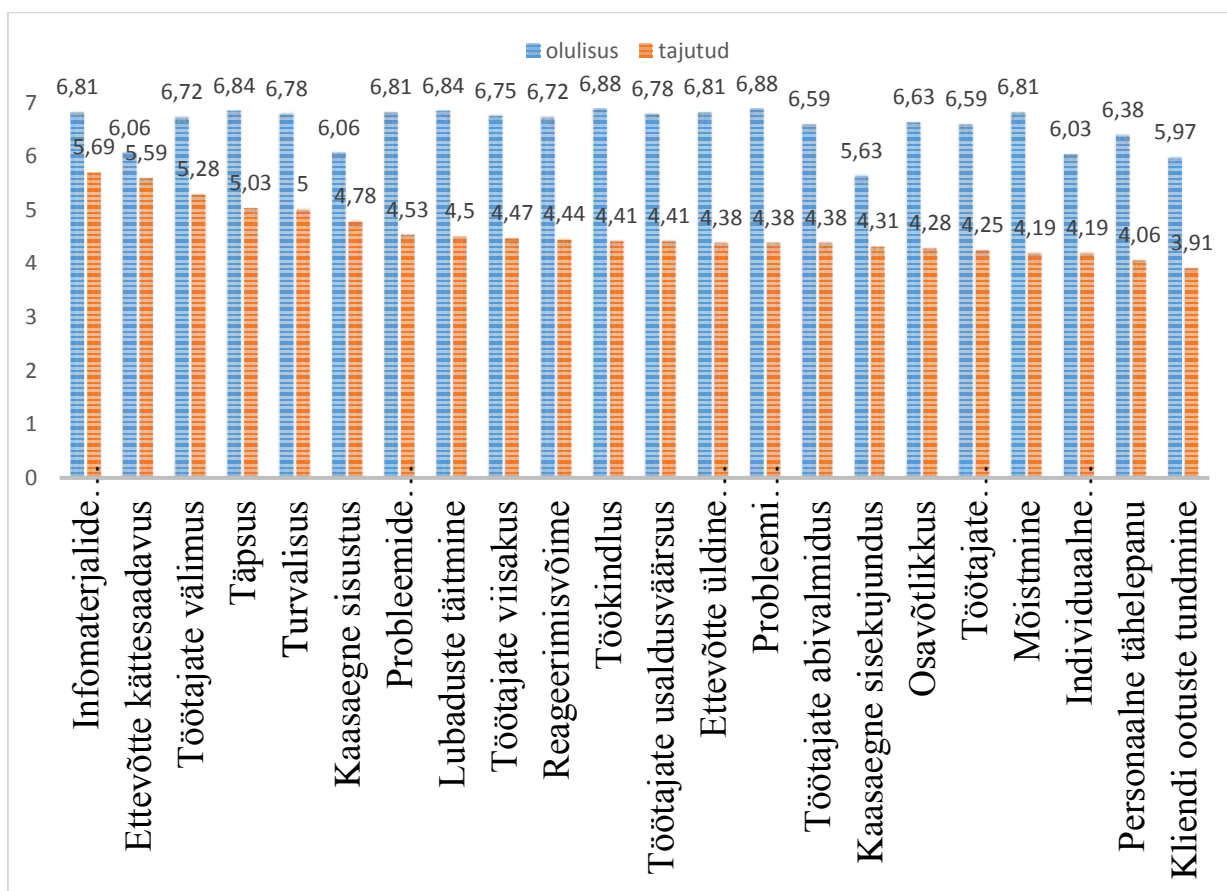
Järgneval joonisel (vt. Joonis 5, lk. 39) kajastuvad personali hinnangud tajutud kvaliteedile. Tajutud kvaliteedi osas andsid nad kõrgemad hinded infomaterjalide väljanägemisele, töötajate viisakusele, töötajate usaldusväärsusele ja turvalisusele. Madalaimad tulemused sisekujundusele, sisustusele, individuaalsele lähenemisele ning kliendi ootuste tundmisele. Tajutud kvaliteedi tegurite hindamistulemused jäid vahemikku 3,94 kuni 6,14.



Joonis 5. Tajatud teeninduskvaliteet personali hinnangul

Allikas: Autori koostatud küsimustiku tulemuste baasil

Kliendid kogesid teeninduskvaliteeti Saaremaa Vallavalitsuses personaliga sarnaselt infomaterjalide väljanägemise teguri osas. Analüüsidest alloleval joonisel (vt. Joonis 6, lk. 40) klientide poolt hinnatud kvaliteeti kogetu põhjal, saab välja tuua organisatsiooni tugevad aspektid. Infomaterjalide väljanägemine, asutuse asukoht ja töötajate välimus on klientidele avaldanud muljet. Rahulolematust klientides tekitab asutuse nõrk empaatiavõime. Madalama tulemuse saanud tegurid kuuluvad empaatia dimensiooni. Klientide tulemused tajatud kvaliteedi hindamisel jäävad vahemikku 3,91 kuni 5,69 seitsmepallisel skaalal.



Joonis 6. Tajutus teeninduskvaliteet klientide hinnangul

Allikas: Autori koostatud küsimustiku tulemuste põhjal

SERVQUAL mudeli abil teeninduskvaliteeti mõjutavate viie teguri olulisuse ja tajutus kvaliteedi lõhed antud uuringus jäävad kõik vahemikku -2,62 kuni -0,38. Negatiivne tulemus iseloomustab rahulolematust teeninduskvaliteedi suhtes. Uuringu tulemustest ilmnes suurim negatiivne vahe tajutus ja oodatud kvaliteedi vahel (vt. Tabel 10, lk. 76) aritmeetilise keskmise väärtusega -2,62. Antud tulemus joonistus välja klientide hinnangu põhjal usaldusväarsuse teguri mõistmatuse dimensioonile. Kõige väiksem negatiivne lõhe klientide poolt antud hinnangute baasil on ettevõtte kättesaadavuse teguril.

Personali tulemuste analüüs tõi välja suurima negatiivse lõhe tajutus ja oodatud kvaliteedi vahel (vt Tabel 9, lk. 75) kaasaegsele sisekujundusele. Järgmine rahulolematuse dimensioon töötajate arvamusel on ettevõtte üldine usaldusväarsus, tulemusel -1,56. Individuaalne lähenemine (-0,38), ettevõtte kättesaadavus (-0,44) ja töötajate abivalmidus (-0,5) on kolm kõige väiksema lõhega tegurit olulisuse ja tajutus kvaliteedi vahel töötajate hinnangul.

Järgnevalt analüüsib töö autor SERVQUAL mudeli viie teguri oodatud ja tajutud kvaliteedi hindamise tulemusi Saaremaa Vallavalitsuse personali ja klientide poolt dimensioonide lõikes eraldi.

Füüsilise keskkonna dimensiooni tulemuste analüüs (vt. Tabel 4, lk. 41) näitab Saaremaa Vallavalitsuse töötajate ja klientide sarnast ootust kvaliteedile, kus aritmeetiline keskmine väärtus töötajate hinnangul on 6,16 ja klientide arvates 6,14 7-pallisel hindamissüsteemil. Mõlemad hindajate grupid on kõige olulisemaks pidanud ettevõtte infomaterjalide väljanägemist ja asjakohasust. Vähemolulise teguri väljaselgitamisel langesid osapoolte arvamused kokku.

Tajutud kvaliteedi hinnangutest füüsilise keskkonna põhiteguritest (vt. Tabel 4, lk. 41) on kõrgeim skoor infomaterjalide väljanägemisel ja asjakohasusel 6,14 personali ning 5,69 klientide tulemustel. Sellel järgnevad töötajate välimus ja kaasaegne sisustus. Mõlemad sidusrühmad hindasid vähemoluliseks kaasaegset sisekujundust, mis sai madalaima aritmeetilise keskmise väärtuse 3,94 siseklientide ja 4,31 välisklientide tulemuste baasil.

Füüsilise keskkonna dimensiooni madalaimat hinnet “ ei nõustu üldse” ei ole kasutatud kordagi, kuid hindele “2” hindasid kaks klienti ja kaheksa töötajat. Maksimumtulemuse “nõustun täielikult” andsid kliendid ja töötajad mõlemad 26 korda.

Tabel 4. SERVQUAL mudeli füüsiline keskkond

Põhitegur	Nr.	Dimensioon	töötajate hinnang			klientide hinnang		
			Olulisus	Tajutud	lõhe	Olulisus	Tajutud	lõhe
Füüsiline keskkond	1	Kaasaegne sisekujundus	5,72	3,94	-1,78	5,63	4,31	-1,32
	2	Kaasaegne sisustus	5,89	4,47	-1,42	6,06	4,78	-1,28
	3	Töötajate välimus	6,36	5,78	-0,58	6,72	5,28	-1,44
	4	Infomaterjalide väljanägemine, asjakohasus	6,67	6,14	-0,53	6,81	5,69	-1,12
		Dimensiooni keskmine	6,16	4,73	-1,26	6,14	5,02	-1,35

Allikas: Autori koostatud uuringu tulemuste põhjal

Teeninduskvaliteeti järgmiseks mõjutavaks teguriks on usaldusväarsus. Antud dimensiooni küsimuste puhul (vt. Tabel 5, lk. 43) oluliselt kõrgemad mõjurid personali hinnangul on ettevõtte üldine usaldusväarsus, skooriga 6,81. Kliendid seevastu hindasid olulisemaks probleemi käsituskorrektsust ja töökindlust, mõlema teguri aritmeetilise keskmise väärtusega 6,88. Kui aritmeetiline keskmine väärtus jääb 6,81 kuni 6,88 juurde 7-pallisel skaalal, siis saab seda dimensiooni nimetada mõlema osapoole jaoks oluliseks.

Saaremaa Vallavalitsuse töötajate hinnangud kogetud kvaliteedile (vt. Tabel 5, lk. 43) jäid vahemikku 5,25 kuni 5,83. Kõrgeima skoori, aritmeetilise keskmise väärtusega 5,83, anti töökindlusele ja täpsusele. Neile järgnesid mõistmine 5,81 ning probleemi käsituskorrektsus 5,36 keskmise tulemusega. Kõige väiksema hinde tajutud kvaliteedile andsid töötajad ettevõtte üldisele usaldusväarsusele, keskmine tulemus 5,25.

Väliskliendid tajusid asutuse usaldusväarsust aritmeetilisele keskmisele väärtusele 4,48 võimalikust seitsmest punktist. Madalaima tulemuse said mõistmine (4,19), asutuse üldine usaldusväarsus ja probleemi käsituskorrektsus (mõlema dimensiooni tulemus 4,38). Organisatsiooni täpsus ja töökindlus avaldasid klientidele enim muljet, aritmeetiliste keskmiste tulemustega vastavalt 5,03 ja 4,41 (vt. Tabel 5, lk. 43)

Klientide tulemuste analüüsist selgub, et ettevõtte usaldusväarsus oodatud ja tajutud kvaliteedi vahel on väga suur (vt. Tabel 5, lk. 43). Mõistmine on suurima negatiivse vahega, kus kogetud ja olulisuse kvaliteedi vahe on -2,62. Antud põhiteguri dimensioonidest kõige rahulolevamad on kliendid täpsuse suhtes.

Usaldusväarsuse teguri hinnangute järgi ei pea kliendid ettevõtet autoriteetseks. Väärrib märkimist asjaolu, et tajutud kvaliteedi hindamisel antud dimensiooni juures oli hinnanguid skaalaväärtusel "1" kolmel korral ja "2" 11 korda. Aritmeetilise keskmise hinde võib alla viia teatud klientide rahulolematus, kelle probleemidele või murele ei ole suudetud leida parimat lahendust, parima ajaperioodi jooksul. Samuti need, kellele ei ole pööratud piisavalt tähelepanu.

Tabel 5. Usaldusväärusteguri tulemused

Põhitegur	Nr.	Dimensioon	töötajate hinnang			klientide hinnang		
			olulisus	tajutud	lõhe	olulisus	tajutud	lõhe
Usaldusväärus	5	Ettevõtte üldine usaldusväärsus	6,81	5,25	-1,56	6,81	4,38	-2,43
	6	Probleemi käsitluskorrektsus	6,58	5,36	-1,22	6,88	4,38	-2,5
	7	Töökindlus	6,56	5,83	-0,73	6,88	4,41	-2,47
	8	Täpsus	6,64	5,83	-0,81	6,84	5,03	-1,81
	9	Mõistmine	6,67	5,81	-0,86	6,81	4,19	-2,62
		Dimensiooni keskmine	6,65	5,62	-1,04	6,84	4,48	-2,30

Allikas: autori koostatud küsimustiku tulemuste põhjal

Kolmandaks teeninduskvaliteeti mõjutavaks teguriks on reageerimisvõime. Hinnates tajutud ja oodatud kvaliteedi lõhesid reageerimisvõime puhul (vt. Tabel 6, lk. 44) joonistub välja trend, et kõik omavad negatiivset vahet. Tegurite aritmeetilise keskmise väärtuse võrdlus personali ja klientide tulemuste baasil on suure varieeruvusega. Klientide tulemuste keskmine väärtus on -2,32 kui samade dimensioonide keskmine on töötajate hinnangul -0,97. Tulemusi analüüsidis järeldeb töö autor, et Saaremaa Vallavalitsuse personali arvamusel on organisatsioon oluliselt paindlikuma reageerimisvõimega kõigi nelja dimensiooni osas kui klientide poolt hinnatud.

Institutsiooni töötajad peavad oluliseks reageerimisvõime kõiki nelja dimensiooni (vt. Tabel 6, lk. 44) hinnanguliselt üle kuue punkti, varieerudes skaalal 6,22 kuni 6,81. Samas tajuvad reageerimisvõimet keskmisele väärtusele 5,57, kus madalaim tulemus on 5,5 ja kõrgeim 5,64. Kliendid hindavad antud põhiteguri oluliseks aritmeetilisele keskmisele hindele 6,75, mille madalaim tulemus 4,28 on antud osavõtlikkusele ja kõrgeim hinne probleemide lahendamisele tulemusega 4,53. Lubaduste täitmist on kliendid pidanud kõige olulisemaks antud dimensioonidest, samal ajal on tajunud kõrgeimat kvaliteeti probleemide lahendamisel.

Lähtudes käesoleva töö teoreetilises osas välja toodud peamisi teeninduskvaliteeti mõjutavad tegurid, juhib töö autor tähelepanu asjaolule, et kliendid ei lahku ettevõttest mitte toote ega teenuse enda pärast vaid teenuse osutamise kvaliteedi tõttu. Ettevõtte operatiivne tegutsemisvalmidus mõjutab suuresti klientide rahulolu. Antud uuringu tulemuste põhjal võib töö autor järeldeada, et

noore organisatsiooni reageerimisvõime parandamine on üheks võtmeteguriks klientide lojaalsuse suurendamiseks.

Tabel 6. SERVQUAL mudeli reageerimisvõime teguri tulemuste kokkuvõte

Põhitegur	Nr.	Dimensioon	töötajate hinnang			klientide hinnang		
			olulisus	tajatud	lõhe	olulisus	tajatud	lõhe
Reageerimisvõime	10	Osavõtlikkus	6,44	5,56	-0,88	6,63	4,28	-2,35
	11	Lubaduste täitmine	6,81	5,58	-1,23	6,84	4,5	-2,34
	12	Probleemide lahendamine	6,69	5,5	-1,19	6,81	4,53	-2,28
	13	Reageerimisvõime	6,22	5,64	-0,58	6,72	4,44	-2,28
		Dimensiooni keskmine	6,54	5,57	-0,97	6,75	4,44	-2,32

Allikas: Autori koostatud küsimustiku tulemuste põhjal

Neljandaks dimensiooniks SERVQUAL mudelis on kindlustunne. Varasemate uuringute tulemustest on joonistunud välja antud faktorite olulisus teeninduskvaliteedi kujunemisel (vt. Tabel 1, lk. 21; Tabel 2, lk. 25). Organisatsiooni töötaja, kellel puudub kompetents kliendile parima lahenduse leidmiseks kooskõlas seadusandlusega, võib ettevõttele kaasa tuua ebamugavust ja suuri kulutusi.

Analüüsi tulemuste alusel saab järeldada, et kindlustunne on oluline tegur sise- ja välisklientidele (vt. Tabel 7, lk. 45), kus keskmine hinnang on vastavalt 6,64 ja 6,68 seitsmepallisel hindamisskaalal. Töötajate usaldusvärsust ja viisakust on mõlemad osapooled hinnanud antud põhiteguri dimensioonidest kõige olulisemaks, kus kogetud kvaliteet on samuti kõige kõrgem. Töötajate ettevalmistust tööks on pidanud mõlemad hindajad järgmiseks oluliseks aspektiks ning viimasena on nad hinnanud oluliseks töötajate abivalmidust.

Tajatud kvaliteedi hindamisel erinevad personali ja klientide tulemused. Põhiteguri keskmine hinne personali arvamusel on 5,92 ja kliendid on antud teguri kogemusliku kvaliteedi hinnanud keskmisele tulemusele 4,38 (vt. Tabel 7, lk. 45).

Antud põhiteguri dimensioonide olulisuse ja kogetud kvaliteedi on personal ning kliendid järjestanud sarnaselt, nii nimetuste kui ka aritmeetiliste keskmiste väärtuste järgi. Kui aga uurida lõhet oodatud ja tajutud kvaliteedi vahel on tulemustest näha suuri lahknevusi. Sellest saab järeldada, et kliendid on kogenud ettevõttes teeninduskvaliteeti mis ei vasta nende ootustele.

Tabel 7. SERVQUAL mudeli teguri tulemused

Põhitegur	Nr.	Dimensioon	töötajate hinnang			klientide hinnang		
			olulisus	tajutud	lõhe	olulisus	tajutud	lõhe
Kindlus	14	Töötajate abivalmidus	6,36	5,86	-0,5	6,59	4,38	-2,21
	15	Töötajate usaldusväärsus	6,78	5,97	-0,81	6,78	4,41	-2,37
	16	Töötajate viisakus	6,78	6,03	-0,75	6,75	4,47	-2,28
	17	Töötajate professionaalsus	6,64	5,81	-0,83	6,59	4,25	-2,34
		Dimensiooni keskmine	6,64	5,92	-0,72	6,68	4,38	-2,30

Allikas: Autori koostatud küsimustiku tulemuste põhjal

Läbi motiveeriva juhtimise ja töötajatele otsustusõiguse võimaldamine parandab ettevõtte reageerimisvõimet, kus lahenduste pakkumine ei jää bürokraatia taha kinni.

Viimaseks mõjuriks teeninduskvaliteedi hindamisel on empaatiavõime. Antud dimensiooni tulemused iseloomustavad töötajate professionaalset oskust mõista klienti. Kliendi emotsionaalsetele muredele, ärevustundele ja pettumusele tuleb tähelepanu pöörata. Enamiku tõrgete eest saab hoolt kanda ja lahenduse leida. (Grönroos, 2015, lk 139)

Välja toodud tulemuste (vt. Tabel 8, lk. 46) lähemal uurimisel selgub asjaolu, et kliendid peavad empaatiat olulisemaks teguriks kui personal, kus klientide poolt antud keskmine väärtus on 6,24 ja töötajatel 6,04. Klientide poolt tajutud kvaliteet antud teguri osas sai keskmiseks hindeks 4,55, samal ajal personal hindas keskmisele hindele 5,48. Asutuse töötajad on empaatia osas rahulolevamad kui kliendid. Klientide poolt tajutud kvaliteedi madalamad hinded kajastusid just empaatiavõime dimensioonis. Kliendi ootuste tundmise teguri aritmeetiline keskmine hinne klientide poolt oli 3,91 seitsmepallisel skaalal. Õhe tajutud ja ootuste suhtes on personalil -0,57

punkti. Seevastu klientide tulemusi analüüsid, selgus lõhe tajutud ja oodatud kvaliteedile -1, 69 aritmeetilise keskmise väärtusega (vt. Tabel 8, lk. 46).

Tabel 8. SERVUQL mudeli tulemused empaatia osas

Põhitegur	Nr.	Dimensioon	töötajate hinnang			klientide hinnang		
			olulisus	tajutud	lõhe	olulisus	tajutud	lõhe
Empaatia	18	Turvalisus	6,67	5,89	-0,78	6,78	5	-1,78
	19	Personaalne tähelepanu	6,31	5,72	-0,59	6,38	4,06	-2,32
	20	Kliendi ootuste tundmine	5,72	5,08	-0,64	5,97	3,91	-2,06
	21	Individuaalne lähenemine	5,44	5,06	-0,38	6,03	4,19	-1,84
	22	Ettevõtte kättesaadavus	6,08	5,64	-0,44	6,06	5,59	-0,47
			Dimensiooni keskmine	6,04	5,48	-0,57	6,24	4,55

Allikas: Autori koostatud küsimustika tulemuste põhjal

Individuaalset lähenemist (vt. Tabel 8, lk. 46) pidasid ettevõtte töötajad kõige vähemoluliseks, millele järgnes kliendi ootuste tundmine. Suurima olulisuse punktiskoori andsid nad turvalisusele ja personaalsele tähelepanule ettevõttes. Antud dimensioonidele omistasid töötajad suurima väärtuse ka tajutud kvaliteedi osas. Paradoksaalselt joonistub välja nende kahe dimensiooni suurim lõhe tajutud ja oodatud kvaliteedi osas.

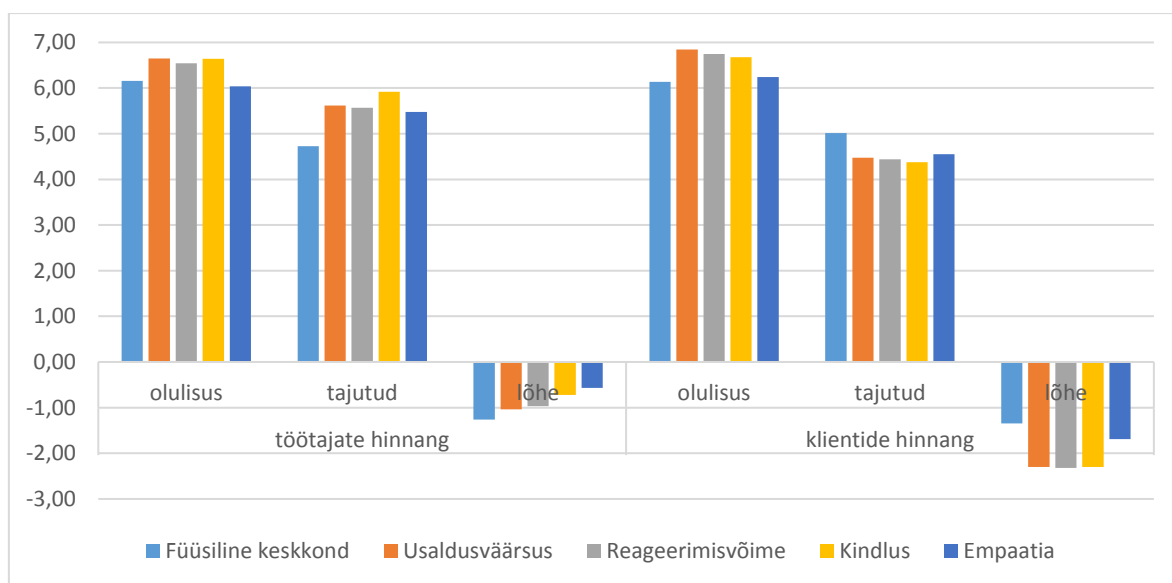
Läbi kogu uuringu küsimustiku (vt. Tabel 10, lk. 76) kõige madalama hinde andsid kliendid tajutud kvaliteedi osas klientide ootuste tundmisele, kus aritmeetiline keskmine väärtus langes alla nelja punkti.

Ettevõtte kättesaadavuse osas langesid töötajate ja klientide arvamused kokku (vt. Tabel 8, lk. 46), tulemuste keskmise väärtuse lõhe olulisuse ja kogetu vahel oli -0,44 töötajate ning -0,47 klientide hinnangul.

Lähtudes töö teoreetilises osas välja toodud olulistele teeninduskvaliteeti mõjutavatele teguritele, saab uuringu tulemuste põhjal teha järelduse, et mõjuritel on kausaalne seos teeninduskvaliteedi hinnangute kujunemisel.

Kui põhiteguri suhtes on ootused kõrged, aga tajutud kvaliteet madal, siis tekib rahulolematumus omakorda viib langustrendi üldise teeninduskvaliteedi taseme.

Joonis 7 (vt. Joonis 7, lk. 47) illustreerib kokkuvõtvalt Saaremaa Vallavalitsuse sise- ja välisklientide hinnanguid ettevõtte teeninduskvaliteedi viiele mõjurile. Oodatud/olulisus ja tajutud/kogetud teeninduskvaliteedi mõjurite hinne ületab seitsmepallisel hindamisskaalal keskmisest kõrgemat tulemust. Klientide ootused on ettevõtte teeninduskvaliteedi suhtes kõrgemad kui personalil, rahulolu on madalam ja lõhe suurem.



Joonis 7. SERVQUAL mudeli viie teguri tulemused küsimustiku analüüsi baasil

Allikas: Autori koostatud küsimustiku tulemuste põhjal

Võttes arvesse erinevate tegurite oodatud ja kogetud kvaliteedile antud hinnanguid, tegi töö autor järelduse, et Saaremaa Vallavalitsus peaks pöörama tähelepanu usaldusväärsele, reageerimisvõimele ja kindlustunde loomisele organisatsioonis. Lähtudes SERVQUAL mudeli viie dimensiooni lõhede analüüsile on need kolm kõige kriitilisemad. See tähendab, et organisatsioon peaks täitma alati oma lubadused õigeaegselt ja kiiresti reageerima klientide probleemidele.

Lõppkokkuvõttes teeb töö autor järelduse, et Saaremaa Vallavalitsusel on palju ruumi kliendirahulolu arendamiseks, kuna teeninduskvaliteeti mõjutavate teguritega organisatsiooni sise- ja välisklientide poolt ollakse vähe rahul. Saaremaa valla arengukavas aastateks 2019-2030

teeninduskvaliteedile seatud eesmärkide saavutamise nimel tuleb organisatsioonil oma sisemisi ressursse paigutada optimaalsemalt. Käesoleva uuringu tulemused annavad alusandmed tulevaste hindamistulemuste võrdlemiseks organisatsioonis.

KOKKUVÕTE

Käesoleva lõputöö eesmärgiks oli välja selgitada teeninduskvaliteedi tase Saaremaa Vallavalitsuses teenusepakkuja ja klientide hinnangul. Lisaks soovis töö autor teada, kas vallavalitsuse töötajad peavad ennast klienditeenindajateks. Vastates küsimusele jaatavalt, siis mis hinde nad endale annaks viie-pallisel skaalal. Kui aga vastasid eitavalt, siis mis on selle põhjenduseks. Klientidele suunatud küsimustikus soovis töö autor lisaks oodatud ja tajutud teeninduskvaliteedi hindamisele ka määratleda klienditeeninduse taset vallavalitsuses isiklikult kogetu põhjal.

Antud töö uuringu tulemusel selgus, et ootused teeninduskvaliteedile on keskmisest kõrgemad mõlemal vastajate grupil. Kogetud kvaliteedi hindamisel erinesid vastajatest sihtgruppide tulemused oluliselt. Lõhe oodatud ja kogetud kvaliteedi vahel olid kõigi viie teguri osas negatiivsed. Nii personali kui klientide ootused teeninduskvaliteedile on suuremad kogetust.

Püstitatud eesmärgini jõudmiseks andis autor esmalt ülevaate teemakohasest turundusteoreetikute poolt publitseeritud teeninduskvaliteedi kontseptsioonist ja kujunemise peamistest mõjuritest. Erinevate koolkondade teadlased on teenuse kvaliteedile andud erinevaid definitsioone ja rahulolu kujunemisel määratlenud erinevaid aspekte. Teadlaste arvamused langesid kokku selles osas, et teenuse kvaliteeti määratleda on keeruline, kuna toodetakse protsessi käigus, on ajas muutuv ning subjektiivne. Teenuse osutamise eelduseks on ettevõtte, tema keskkond ja personal (Parasuraman, 1985).

Avaliku ja erasektori vahel on märkimisväärsed erinevused, alates regulatiivsest korrast, raamatupidamisest, juriidilistest nõuetest kuni sidusrühmadeni välja. Samal ajal on neil mõlemal sektoril oluline tõmbamistegur- kasvavad ja muutuvad tarbijate ootused. (Black, 2001)

Teise peatüki moodustavad lühiülevaade varasematest uuringutest ja nende tulemustest Eestis ning mujal maailmas, uuritava ettevõtte lühitutvustusest ning empiirilise uuringu meetoodika kirjeldamisest. Empiirilise uuringu läbiviimiseks kasutas töö autor SERVQUAL mudelil põhinevat küsimustikku, kus tuli hinnata oodatud ja kogetud teenusekvaliteedi 22 erinevat tegurit. Tegurid grupeeruvad viide dimensiooni, milleks on keskkond, usaldusväärsus, reageerimisvõime, kindlustunne ja asutuse ning personali empaatiavõime.

Kolmas peatükk koosnes läbi viidud empiirilise uuringu tulemuste analüüsist.

Käesoleva töö empiirilises osas käsitleti uurimisprobleemi Saaremaa Vallavalitsuses. Valimi moodustasid ettevõtte 36 töötajat ja 32 klienti. Kahe osapoolse hinnangud annavad võimaluse võrrelda teenusepakkuja ja klientide arusaamist tajutud ja oodatud teeninduskvaliteedist, tuvastada kokkulangevused ja erinevused. Uuringu andmete kogumiseks kasutas töö autor kvantitatiivset veebipõhist küsimustikku SERVQUAL-i dimensioonidel põhinevatel väidetest.

Uurimustulemustest ilmnes, et Saaremaa Vallavalitsuse personal ja kliendid peavad oluliseks kõiki viite teeninduskvaliteedi mõjutavat tegurit. Klientide ja töötajate arvamused erinesid kogetud teeninduse osas, mis omakorda põhjustab rahulolematust teenindusprotsessiga institutsioonis.

Töös uuriti ka klienditeeninduse taset Saaremaa Vallavalitsuses. Uuringus osalenud töötajatest 50% formuleeris endid klienditeenindajaks ja teine pool vastanutest ei nõustunud olema klienditeenindajad. Kuigi eitavalt vastanud töötajate põhjendustest tuleb lõpptulemusena välja, et nad lähtuvad seadustest kuid püüavad leida parimat lahendit kliendile. Seega ikkagi klienditeenindaja.

Klientide poolt hinnatud klienditeeninduse tase jääb rahuldavale tulemusele.

Läbiviidud uuringust selgus, et organisatsiooni personal ei ole positiivselt meelestatud töökeskkonna suhtes. Nende ootused ületavad kogetud tulemust, millest johtuvalt tekib rahulolematust. Klientide ootuste ületamiseks tuleks Saaremaa Vallavalitsuse teenindusvalmiduse ja kompetentsuse osas tegeleda siseturunduse kontseptsiooniga. Kliendile tuleb pakkuda rahulolu loovat teenust ja teenindust.

Käesoleva lõputöö suureks piiranguks on see, et töö autor ei saanud hetkeolukorrast johtuvalt kaasata uuringusse asutuse kõikide osakondade töötajaid. Põhjalikemaks järelduste tegemiseks oleks suurem organisatsioonipoolne valim võimaldanud põhjapanevamaid tulemusi. Kuna antud töö eesmärk oli hinnata teeninduskvaliteeti Saaremaa Vallavalitsuses sise- ja välisklientide poolt, siis õigustas SERVQUAL mudeli kasutamine end hästi. Autor usub, et käesoleva töö raames koostatud küsimustiku abil on võimalik asutusel ka edaspidi hinnata teeninduskvaliteedi taset ja võrrelda saadud tulemusi ning teha omapoolseid järeldusi kvaliteedi parendamiseks.

Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi taset on kindlasti vajalik uurida ka edaspidi, nii sisemiste kui ka väliste sihtgruppide kaasabil. Autori arvates on uuringu tulemused piisavad, et teha üldistusi teeninduskvaliteetiga rahulolu kujundavate tegurite kohta Saaremaa Vallavalitsuses.

Töö autor tänab juhendajat, Saaremaa Vallavalitsuse töötajaid, vallavanem Madis Kallast ning uuringus osalendu kliente, kes aitasid lõputöö valmimisele kaasa.

SUMMARY

SERVICE QUALITY ASSESSMENT AND ANALYSIS IN THE LOCAL GOVERNMENT OF SAAREMAA PARISH

Singa Mandel

The goal of the thesis is to measure the level of service quality in the local government of Saaremaa through a questionnaire which was answered by the clients and the service provider. Furthermore the author wanted to find out whether the employees of the local government see themselves as customer service providers and how good service do they provide the client on a five point scale. If the employees did not see themselves as customer service providers then the author tried to find out the reason why is it so. In the questionnaire which focused on the clients of local government the author studied the expected, perceived and overall client service quality provided by the local government on the basis of the personal experience of the clients.

From the results of the questionnaire the author could conclude that the expectations for the quality of the customer service were higher than average for both focus groups of the study. Even more the study showed that there is a significant gap between the quality with which the service was provided and the expected quality. The gap was noticeable in all five factors of service quality. Both the service providers and receivers expected more than they got.

In order to reach the aforementioned goal the author studied and represented the definition and factors of service quality on the basis of literature published by different experts on the subject matter. There are numerous definitions of service quality and different schools of thought have studied and proven different factors which shape the satisfaction given by the service quality. But scholars have agreed upon the fact that service quality is difficult to measure due to being an everchanging process and subjective. (Parasuraman, 1985)

There are significant differences between the public and private sector from the regulations to the focus groups. But at the same time they share an important pull factor which is the fact that the expectations of consumers are everchanging and growing. (Black, 2001)

The second chapter of the thesis consists of summary of the empirical literature studied by the author and the results of different studies which focus on Estonia and rest of the world. Furthermore in the second chapter the author provides a summary of the entity which is studied in the thesis and presents the methods of empirical analysis used in the thesis. Empirical analysis is conducted in the form of questionnaire based on the SERVQUAL model, in which the respondents were asked to grade the 22 factors of provided and expected quality of customer service. The factors are divided into five dimensions which are: tangibles, assurance, empathy, responsiveness and reliability.

The third chapter of the thesis presents the empirical analysis and its results. In the analysis the local government of Saaremaa was studied. The sample consists of 36 employees of the local government and 32 clients. By analysing both sides of the customer service provides the author can study the differences between the provided and the expected quality of service and find out why the differences exist. Data was gathered through a web-based questionnaire which was based on the five dimensions of the SEVQUAL model.

Results show that both focus groups find all five dimensions of service quality to be important. But there was a gap in the level of the service quality that the groups perceived which has lead to the fact that customers are dissatisfied with the process of customer service.

In the thesis the quality of customer service provided by the local government was also analysed. 50 percent of employees see themselves as a customer service providers. The others brought out the reasoning that they mainly work with legislation which benefits the clients but the clients are not the main focus of their jobs.

Whether the employees see themselves as a customer service provider or not the clients are mostly satisfied with the service that they have received. One of the main factors that hinders the quality of service provided is the tangibles of the local government namely the office spaces. Employees found that their expectations exceed the reality which then translates into dissatisfied employees and clients.

One of the main limitations in this thesis was the pandemic of COVID-19, which prevented the author from including all the employees of the government as it was focused mainly on the crisis. Including a bigger sample the results could have been more substantial.

Using the SERVQUAL model as the basis of the thesis was successful as the focus of the thesis was to analyse the quality of customer service provided by the local government of Saaremaa. The questionnaire created by the author could be a way for the government to study its tendencies in the future aswell and provides a quantitative way to improve the quality of service provided. Government's customer service quality should be monitored and analysed in the future aswell by external and internal bodies.

Lastly the author of the thesis would like to thank the employees of the local government of Saaremaa, Madis Kallas the head of the Saaremaa Municipality and the clients of local government for participating in the study in the midst of a global crisis.

VIIDATUD ALLIKAD

- Altuntas, S. K. (2019). *An innovative and integrated approach based on SERVQUAL, QFD and FMEA for service quality improvement: A case study 2019*. Kasutamise kuupäev: 20. 02 2020. a., allikas <https://doi.org/10.1108/K-04-2019-0269>
- Black, S. B. (2001). Service quality performance measurement in public/private sectors. *Managereial Auditing Journal*, Vol.16, No. 7, 400-405.
- Budianto, A. (2019). Customer Loyalty: Quality of Service. *Journal of Management Review*, Vol. 3, No. 1, 299-305.
- Chen, M. (2019). *The correlation analysis between the service quality of intelligent library and behavioral intention of users*. Kasutamise kuupäev: 22. 02 2020. a., allikas <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EL-07-2019-0163/full/html>
- Clemes, M. D. (2020). Modelling the behavioural intentions of day spa customers. *Asia Pacific Journal og Marketing and Logistics*, Vol. ahead-of-print, No. ahead-of-print.
- Delpechitre, D. (2019). The importance of customer's perception of salesperson's empathy in selling. *Journal of Business &Industrial Marketing*, Vol.34, No.2, 374-388.
- empaatia*. (kuupäev puudub). Kasutamise kuupäev: 01. 03 2020. a., allikas wikipedia: <https://et.wikipedia.org/wiki/Empaatia>
- Faisal, M. (2020). Service Quality in Multi Specialty Hospitals- An empirical Study. *Our Heritage Journal*, Vol.68, No.30, 12662-12666.
- Grönroos, C. (2015). *Service Management and Marketing: Managing the Service Profit Logic* 4th ed. Chichester: John Wiley & Sons.
- haldusreform*. (kuupäev puudub). Kasutamise kuupäev: 25. 03 2020. a., allikas wikipedia: <https://haldusreform.fin.ee>

- Hong, S.-J. C. (2020). Exploring different airport users' service quality satisfaction between service providers and air travelers. *Journal of Retailing and Customer Services*, Vol. 52, January 2020, 101917
- Huang, C. (2020). Relationships among employees acting, customer-perceived service quality, emotional well-being and value co-created: An investigation of the financial service industry. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. ahead-of-print, No. ahead-of-print.
- Jaagomäe, J. (2018). *Kliendirahulolu analüüs Arena tervise- ja spordiklubi näitel*. Kasutamise kuupäev: 01. 03 2020. a., allikas https://dspace.emu.ee/xmlui/bitstream/handle/10492/4146/Janne_Jagomae_BA2018.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Kotler, P. (2002). *Kotleri turundus*. Tallinn: Pegasus.
- Kulasin, D.-S. (2005). *Review of the SERVQUAL concept*. Kasutamise kuupäev: 01. 03 2020. a., allikas <http://www.quality.unze.ba/zbornici/QUALITY%202005/021-Q05-005.pdf>
- Kumar, A. (2018).. *Effect of service quality on customer loyalty and the mediating role of customer satisfaction: An Empirical Investigation for the Telecom Service Industry*. Kasutamise kuupäev: 01. 03 2020. a., allikas https://www.researchgate.net/publication/322739102_Effect_of_service_quality_on_customer_loyalty_and_the_mediating_role_of_customer_satisfaction_an_empirical_investigation_for_the_telecom_service_industry
- Lovelock, C. (2007). *Services Marketing People, Technology, Strategy*. 6th ed. Upper Saddle River: Pearson International Edition.
- Macdonald, E. (2012). Better Customer Insight - in real time. *Harvard Business Review*, Vol. September, 102-108.
- Mahdikhani, M. (2020). *Transformational Leadership and Service Quality in e-Commerce Businesses: the Role of Trust and Team Performance*. Kasutamise kuupäev: 21. 03 2020.

a., allikas <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJLMA-12-2018-0290/full/html>

Mahl, R. (2014). *Kliendirahulolu väljaselgitamine Salmo & Lust OÜ-s*. Kasutamise kuupäev: 25. 02 2020. a., allikas

https://dspace.emu.ee/xmlui/bitstream/handle/10492/1509/Rainer_Mahl_BA2014.pdf?sequence=2&isAllowed=y

Martinez-Tur, V. A. (2019). Reciprocity of Trust Between Managers and Team Members. *Personnel Review*, Vol. 49, No.2, 653-669.

Mattison Thompson, F. T. (2020). Why organizational loyalty programs cannot prevent switching. *Journal of Services Marketing*, Vol. 34, No. 2, 207-222.

Mulder, P. (2018). *SERVQUAL Modal*. Kasutamise kuupäev: 21.04. 2020. a., allikas <https://www.toolshero.com/quality-management/servqual-model/>

Murray, J. (2019). Examining Empathy of Responsiveness in a high- service context. *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 47, No. 2, 1364-1378.

Mättö, T. (2019). Innovation Through Implementation of a Quality Improvement Method: A Finnish Public- Sector Case. *The TQM Journal*, Vol. 31, No. 6, 987-1002.

Nemvalts, K. (2015). *Klienditeeninduse kvaliteedi hindamine Eesti panganduses*. Kasutamise kuupäev: 20. 02 2020. a., allikas <https://digikogu.taltech.ee/et/Item/9b319076-c51a-4572-86e7-37abb5a34a7d>

Ocampo, L. B. (2019). Public Service Quality Evaluation with SERVQUAL and AHP-TOPSIS: A Case of Philippine Government Agencies. *Socio- Economic Planning Sciences*, Vol. 68, No. december, 100604.

Oksanen, A. (2015). *Müügiettevõtte HL GROUP OY turunduse ja teenindustevõtte kliendirahulolu analüüs SERVQUAL meetodil*. Kasutamise kuupäev: 26. 02 2020. a.,

allikas

<https://pdfs.semanticscholar.org/3b7d/4a113ab672b522dc9e490b0e9b34c1c34e00.pdf>

Parasuraman, A. Z. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, Vol. 49, No. 4 Autumn, 41-50.

Parasuraman, A. Z. (1988). SERVQUAL : A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 64, No.1 Spring, 12-40.

Poljakova, Ü. (2016). *Teeninduskvaliteedi hinadmine jaekaubanduses Kaubamaja AS näitel*.

Kasutamise kuupäev: 26. 02 2020. a., allikas

http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/52276/poljakova_ulle.pdf

Pooya, A. K. (02 2020. a.). *Investigating the Effect of Perceived Quality of Self-Service Banking on Customer Satisfaction*. Kasutamise kuupäev: 01. 03 2020. a., allikas

<https://doi.org/10.1108/IMEFM-12-2018-0440>

Ramseook-Munhurrun, P. ,.-B. (2010). Service Quality in the Public Service. *Journal of Mangement and Marketing Research*, Vol. 3, No. 1, 37-50.

saaremaavald. (2019). Kasutamise kuupäev: 10. 03 2020. a., allikas saaremaavald:

<https://www.saaremaavald.ee/documents/17113760/21247201/Saaremaa+valla+arenguka+va+2019+-+2030.pdf/669978a8-64b0-45f5-bd96-ac04860936ea>

saaremaavald. (märts 2019. a.). Kasutamise kuupäev: 05. 03 2020. a., allikas saaremaavald:

<https://www.saaremaavald.ee/documents/17113760/17728406/Saare+maakonna+ettevõtj+ate+rahulolu+uuring+2019.pdf/6ec142dd-3c70-461c-8540-4e788ecf83ac>

Sum, C.-L. (2009). Salespersons' Service Quality and Customer Loyalty in Fashion Chain Stores. *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 13, 98-108.

Tam, J. (2004). Customer Satisfaction, Service Quality and Perceived Value: An Integrative Model. *Journal of Marketing Management*, Vol. 20, 897-917.

- Urban, W. (2010. a.). Customers' Experiences as a Factor Affecting Perceived Service Quality. *Economics and Management*, Vol. 15, 820-826.
- Uzuznboylu, N. (2016). Service Quality in International Conference Industry: A Case Study of WCES 2015. *Procedia Economics and Finance* , Vol. 39, 44-56.
- Vahtramäe, T. (2015). *Reisilaevateeninduse kvaliteedi hindamine Väinamere Liinid OÜ näitel*.
Kasutamise kuupäev: 20. 02 2020. a., allikas
http://dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/49759/vahtramae_tiina.pdf
- Wang, C. Y. (2019). *Examining Consumer Affective Goal Pursuit in Services: When Affect Directly Influences Satisfaction and When it Does Not*: Kasutamise kuupäev: 26. 02 2020. a., allikas <https://doi.org/10.1108/APJML-03-2019-0205>
- Wellington, P. (2010). *Effective Customer Care*. London.

LISA 1 Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi küsimustik

vallavalitsuse töötajatele

Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi hindamine

Hea vastaja,

järgnev küsimustik on koostatud Tallinna Tehnikaülikooli Eesti Mereakadeemia Kuressaare Meremajanduse keskuse III kursuse tudengi poolt diplomitöö raames.

Kirjutan diplomitööd teemal "Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi hindamine ja analüüs"

Küsimustik koosneb 44 küsimusest, mida tuleb hinnata seitsme palli süsteemis kus "1" ei nõustu üldse ja "7" nõustun täielikult ning seitsmest lisaküsimusest

Küsimustiku täitmine võtab maksimaalselt 10 minutit.

Küsimustik on anonüümne ning garanteerin, et Teie poolt täidetud küsimustikku kasutatakse ainult töö autori poolt käesoleva lõputöö raames.

Loodan Teie mõistvale suhtumisele!

Ette tänades!

Singa Mandel

singa.mandel@mail.ee

1. Ettevõtte tööruumide sisekujundus peab olema kaasaegne

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

2. Saaremaa Vallavalitsuse tööruumide sisekujundus on kaasaegne

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

3. Ettevõtte sisustus (tehnikat, mööbel jne) peab olema kaasaegne

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

4. Saaremaa Vallavalituse sisustus on kaasaegne

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

5. Töötajate välimus peab olema korrektne (puhtus, ametikohale kohane riietus, nimesilt)

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

6. Saaremaa Vallavalitsuse töötajad on korrektselt riietatud

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

7. Infomaterjalid peavad olema korrektse väljanägemisega

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

8. Saaremaa Vallavalitsuses on korrektse väljanägemisega infomaterjalid

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

9. Ettevõtte üldine usaldusväarsus peab olema kõrge (ettevõtte peab kokkulepetest kinni)

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

10. Saaremaa Vallavalitsuse üldine usaldusväarsus on kõrge

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

11. Teeninduskontaktist peab jääma kliendile positiivne emotsioon

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

12. Saaremaa Vallavalitsuse klientidel jääb positiivne emotsioon ettevõtet külastades

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

13. Ettevõtte peab tagama kvaliteetse teenuse esimesel võimalusel

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

14. Saaremaa Vallavalitsus tagab kvaliteetse teenuse esimesel võimalusel

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

15. Ettevõtte peab teavitama klienti muutustest (töökorraldus, probleemid, muudatused jne.) esimesel võimalusel

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

16. Saaremaa Vallavalitsus teavitab kliente muutustest esimesel võimalusel

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

17. Ettevõtte peab näitama siirast soovi ja huvi kliendi probleemi lahendada

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

18. Saaremaa Vallavalitsus näitab siirast soovi ja huvi kliendi probleemi lahendada

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

19. Ettevõttel peab olema aega kliendi soovide, märkuste, küsimuste ja päringute kuulamiseks ning neile vastamiseks

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

20. Saaremaa Vallavalitsuse töötajatel on aega kliendi soovide, märkuste, küsimuste ja päringute kuulamiseks ning neile vastamiseks

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

21. Ettevõtte peab täitma antud lubadused

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

22. Saaremaa Vallavalitsus täidab antud lubadused

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

23. Ettevõtte peab lahendama probleemi lubatud ajaks

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

24. Saaremaa Vallavalitsus lahendab probleemi lubatud ajaks

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

25. Ettevõtte peab kliendile vastama esimesel võimalusel

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

26. Saaremaa Vallavalitsus vastab kliendile esimesel võimalusel

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

27. Ettevõtte töötajad peavad alati olema valmis kliente aitama

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

28. Saaremaa Vallavalitsuse töötajad on alati valmis kliente aitama

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

29. Ettevõtte ja töötajad peavad olema usaldusväärsed

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

30. Saaremaa Vallavalitsuse töötajad on usaldusväärsed

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

31. Ettevõtte töötajad peavad suhtuma klientidesse hoolivalt ja lugupidavalt

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

32. Saaremaa Vallavalitsuse töötajad suhtuvad klientidesse hoolivalt ja lugupidavalt

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

33. Ettevõtte töötajad peavad omama vajalikke teadmisi klientide küsimustele vastamiseks

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

34. Saaremaa Vallavalitsuse töötajad omavad oma ametikohale vastavat kvalifikatsiooni

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

35. Kliendid peavad ennast tundma ettevõttes turvaliselt

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

36. Saaremaa Vallavalitsuse kliendid tunnevad ennast ettevõttes turvaliselt

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

37. Ettevõtte peab lähenema igale kliendile personaalselt

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

38. Saaremaa Vallavalitsus läheneb igale kliendile individuaalselt

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

39. Ettevõtte peaks tundma kliendi ootusi

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

40. Saaremaa Vallavalitsus tajub klientide ootusi

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

41. Ettevõtte peab arvestama iga kliendi personaalseid vajadusi

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

42. Saaremaa Vallavalitsus arvestab iga kliendi personaalseid vajadusi

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

43. Ettevõtte asukoht peab olema klientidele käepärane ja mugav

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

44. Saaremaa Vallavalitsuse asukoht on klientidele käepärane ja mugav

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

45. Kas Te olete klienditeenindaja?

jah

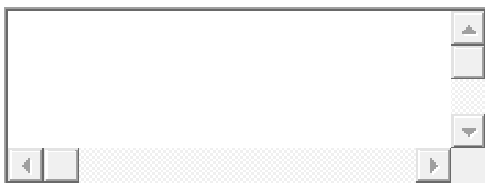
ei

46. Kui vastasite “jah”, siis kui heaks klienditeenindajaks Te ennast peate?(skaala 1 kuni 5, “1” mitte kõige parem, “5” suurepärane

1 2 3 4 5

mitte kõige parem Suurepärane

47. Kui vastasite “ei”, siis miks?



48. Millist erialast ettevalmistust Te omate:

Erialane akadeemiline haridus (kutseõpe, kõrgharidus)

Erialane koolitus

Hetkel õpite

Muu

49. Millises osakonnas Te töötate?

vallavalitsuse liikmed, kantselei

- kultuur ja sport
- haridus ja noorsootöö
- ehitus- ja planeeringuosakond
- järelvalveteenistus
- arendus- ja kommunikatsiooniosakond
- teenuskeskus

50. Teie vanus

- kuni 20 aastane
- 21-30
- 31-40
- 41-50
- 51-60
- 61-70
- üle 70

51. Teie sugu

- mees
- naine

LISA 2 Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi hindamise küsimustik klientidele

Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi hindamine

Hea vastaja,

järgnev küsimustik on koostatud Tallinna Tehnikaülikooli Kuressaare Meremajanduse keskuse III kursuse tudengi poolt diplomitöö raames.

Palun Teie tähelepanu ca 10 minutiks, et annaksite oma hinnangu teeninduskvaliteedile Saaremaa Vallavalitsuses.

Küsimustik koosneb 44 küsimusest; hinnata tuleb seitsme palli süsteemis kus "1" ei nõustu üldse ja "7" nõustun täielikult ning kolmest lisaküsimusest

Küsimustik on anonüümne ning garanteerin, et Teie poolt täidetud küsimustikku kasutatakse ainult töö autori poolt käesoleva lõputöö raames.

Loodan Teie mõistvale suhtumisele!

Ette tänades

Singa Mandel

singa.mandel@mail.ee

1. Ettevõtte tööruumide sisekujundus peab olema kaasaegne

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

2. Saaremaa Vallavalitsuse tööruumide sisekujundus on kaasaegne

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

3. Ettevõtte sisustus (tehnik, mööbel jne) peab olema kaasaegne

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

4. Saaremaa Vallavalituse sisustus on kaasaegne

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

5. Töötajate välimus peab olema korrektne (puhtus, ametikohale kohane riietus, nimesilt)

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

6. Saaremaa Vallavalitsuse töötajad on korrektselt riietatud

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

7. Infomaterjalid peavad olema korrektse väljanägemisega

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

8. Saaremaa Vallavalitsuses on korrektse väljanägemisega infomaterjalid

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

9. Ettevõtte üldine usaldusväärsus peab olema kõrge (ettevõtte peab kokkulepetest kinni)

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

10. Saaremaa Vallavalitsuse üldine usaldusväärsus on kõrge

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

11. Teeninduskontaktist peab jääma kliendile positiivne emotsioon

1 2 3 4 5 6 7
ei nõustu üldse nõustun täielikult

12. Saaremaa Vallavalitsuse klientidel jääb positiivne emotsioon ettevõtet külastades

1 2 3 4 5 6 7
ei nõustu üldse nõustun täielikult

13. Ettevõtte peab tagama kvaliteetse teenuse esimesel võimalusel

1 2 3 4 5 6 7
ei nõustu üldse nõustun täielikult

14. Saaremaa Vallavalitsus tagab kvaliteetse teenuse esimesel võimalusel

1 2 3 4 5 6 7
ei nõustu üldse nõustun täielikult

15. Ettevõtte peab teavitama klienti muutustest (töökorraldus, probleemid, muudatused jne.) esimesel võimalusel

1 2 3 4 5 6 7
ei nõustu üldse nõustun täielikult

16. Saaremaa Vallavalitsus teavitab kliente muutustest esimesel võimalusel

1 2 3 4 5 6 7
ei nõustu üldse nõustun täielikult

17. Ettevõtte peab näitama siirast soovi ja huvi kliendi probleemi lahendada

1 2 3 4 5 6 7
ei nõustu üldse nõustun täielikult

18. Saaremaa Vallavalitsus näitab siirast soovi ja huvi kliendi probleemi lahendada

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

19. Ettevõttel peab olema aega kliendi soovide, märkuste, küsimuste ja päringute kuulamiseks ning neile vastamiseks

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

20. Saaremaa Vallavalitsuse töötajatel on aega kliendi soovide, märkuste, küsimuste ja päringute kuulamiseks ning neile vastamiseks

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

21. Ettevõtte peab täitma antud lubadused

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

22. Saaremaa Vallavalitsus täidab antud lubadused

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

23. Ettevõtte peab lahendama probleemi lubatud ajaks

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

24. Saaremaa Vallavalitsus lahendab probleemi lubatud ajaks

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

25. Ettevõtte peab kliendile vastama esimesel võimalusel

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

26. Saaremaa Vallavalitsus vastab kliendile esimesel võimalusel

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

27. Ettevõtte töötajad peavad alati olema valmis kliente aitama

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

28. Saaremaa Vallavalitsuse töötajad on alati valmis kliente aitama

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

29. Ettevõtte ja töötajad peavad olema usaldusväärsed

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

30. Saaremaa Vallavalitsuse töötajad on usaldusväärsed

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

31. Ettevõtte töötajad peavad suhtuma klientidesse hoolivalt ja lugupidavalt

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

32. Saaremaa Vallavalitsuse töötajad suhtuvad klientidesse hoolivalt ja lugupidavalt

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

33. Ettevõtte töötajad peavad omama vajalikke teadmisi klientide küsimustele vastamiseks

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

34. Saaremaa Vallavalitsuse töötajad omavad oma ametikohale vastavat kvalifikatsiooni

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

35. Kliendid peavad ennast tundma ettevõttes turvaliselt

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

36. Saaremaa Vallavalitsuse kliendid tunnevad ennast ettevõttes turvaliselt

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

37. Ettevõtte peab lähenema igale kliendile personaalselt

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

38. Saaremaa Vallavalitsus läheneb igale kliendile individuaalselt

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

39. Ettevõtte peaks tundma kliendi ootusi

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

40. Saaremaa Vallavalitsus tajub klientide ootusi

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

41. Ettevõtte peab arvestama iga kliendi personaalseid vajadusi

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

42. Saaremaa Vallavalitsus arvestab iga kliendi personaalseid vajadusi

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

43. Ettevõtte asukoht peab olema klientidele käepärane ja mugav

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

44. Saaremaa Vallavalitsuse asukoht on klientidele käepärane ja mugav

1 2 3 4 5 6 7

ei nõustu üldse nõustun täielikult

45. Mis hinde Te annate Saaremaa Vallavalitsuse klienditeenindusele?

1 2 3 4 5

Halb Suurepärane

46. Teie vanus

kuni 20 aastane

21-30

31-40

41-50

51-60

61-70

ülle 70

47. Teie sugu

mees

naine

LISA 3 Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi hindamise tulemused (töötajate ankeetide põhjal)

Tabel 9. Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi hindamise tulemused (töötajate küsimustiku põhjal)

	Tegur	olulisus	tajutud	lõhe
1	Kaasaegne sisekujundus	5,72	3,94	-1,78
2	Kaasaegne sisustus	5,89	4,47	-1,42
3	Töötajate välimus (korrektsus, puhtus, nimesilt)	6,36	5,78	-0,58
4	Infomaterjalide väljanägemine, asjakohasus	6,67	6,14	-0,53
5	Ettevõtte üldine usaldusväärsus	6,81	5,25	-1,56
6	Probleemi käsitluskorrektsus	6,58	5,36	-1,22
7	Töökindlus	6,56	5,83	-0,73
8	Täpsus	6,64	5,83	-0,81
9	Mõistmine	6,67	5,81	-0,86
10	Töötajate osavõtlikkus	6,44	5,56	-0,88
11	Lubaduste täitmine	6,81	5,58	-1,23
12	Probleemi lahendamine	6,69	5,5	-1,19
13	Reageerimisvõime	6,22	5,64	-0,58
14	Töötajate abivalmidus	6,36	5,86	-0,5
15	Töötajate usaldusväärsus	6,78	5,97	-0,81
16	Töötajate viisakus	6,78	6,03	-0,75
17	Töötajate professionaalsus	6,64	5,81	-0,83
18	Turvalisus	6,67	5,89	-0,78
19	Personaalne tähelepanu	6,31	5,72	-0,59
20	Kliendi ootuste tundmine	5,72	5,08	-0,64
21	Individuaalne lähenemine	5,44	5,06	-0,38
22	Ettevõtte kättesaadavus	6,08	5,64	-0,44
	Dimensioonide keskmine väärtus	6,40	5,53	-0,87

Allikas: Autori koostatud küsimustiku tulemuste põhjal

LISA 4. Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi hindamise tulemused klientide poolt täidetud ankeetide põhjal

Tabel 10. Saaremaa Vallavalitsuse teeninduskvaliteedi hindamise tulemused klientide poolt täidetud küsimustiku põhjal

Teguri nr	Tegur	olulisus	tajutud	lõhe
1	Kaasaegne sisekujundus	5,63	4,31	-1,32
2	Kaasaegne sisustus	6,06	4,78	-1,28
3	Töötajate välimus (korrektsus, puhtus, nimesilt)	6,72	5,28	-1,44
4	Infomaterjalide väljanägemine, asjakohasus	6,81	5,69	-1,12
5	Ettevõtte üldine usaldusväärsus	6,81	4,38	-2,43
6	Probleemi käsitluskorrektsus	6,88	4,38	-2,5
7	Töökindlus	6,88	4,41	-2,47
8	Täpsus	6,84	5,03	-1,81
9	Mõistmine	6,81	4,19	-2,62
10	Töötajate osavõtlikkus	6,63	4,28	-2,35
11	Lubaduste täitmine	6,84	4,5	-2,34
12	Probleemi lahendamine	6,81	4,53	-2,28
13	Reageerimisvõime	6,72	4,44	-2,28
14	Töötajate abivalmidus	6,59	4,38	-2,21
15	Töötajate usaldusväärsus	6,78	4,41	-2,37
16	Töötajate viisakus	6,75	4,47	-2,28
17	Töötajate professionaalsus	6,59	4,25	-2,34
18	Turvalisus	6,78	5	-1,78
19	Personaalne tähelepanu	6,38	4,06	-2,32
20	Kliendi ootuste tundmine	5,97	3,91	-2,06
21	Individuaalne lähenemine	6,03	4,19	-1,84
22	Ettevõtte kättesaadavus	6,06	5,59	-0,47
	Dimensioonide keskmine väärtus	6,56	4,57	-2,00

Allikas: Autori koostatud küsimustiku tulemuste põhjal