

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Elina Bõtšinski

**TEENUSE KVALITEEDI MÕÕTMINE LÄÄNEMERE
HAMBAKLIINIKU NÄITEL**

Magistritöö

Õppekava Juhtimine ja turundus, peeriala Turundus ja müügijuhtimine

Juhendaja: Oliver Parts, PhD

Tallinn 2021

Deklareerin, et olen koostanud lõputöö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele töö koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks. Töö pikkuseks on 11344 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Elina Bõtšinski ...

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 200615TATM

Üliõpilase e-posti aadress: elina.hapunova@gmail.com

Juhendaja: Oliver Parts, PhD:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees: /lisatakse ainult lõputöö puhul/

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE.....	4
SISSEJUHATUS	5
1. TEENUSE KVALITEET JA SELLE MÕÕTMINE	7
1.1. Teenuse olemus	7
1.2. Teenuse kvaliteedi olemus.....	9
1.3. SERVQUAL mudeli olemus	13
1.4. Testkliendi kasutamine teenuse kvaliteedi mõõtmisel	14
2. LÄÄNEMERE HAMBAKLIINIK OÜ JA HAMBAKLIINIKUTE TURG.....	16
2.1. Läänemere hambakliiniku ülevaade	16
2.2. Konkurentide turu ülevaade.....	17
2.3. Teenuse kvaliteedi olulisus hambaravi kliinikutes.....	21
3. LÄÄNEMERE HAMBAKLIINIK OÜ TEENUSE KVALITEEDI MÕÕTMINE	23
3.1. Uuringu meetodika	23
3.2. Uuringu tulemused	26
3.2.1. SERVQUAL analüüsi tulemused	26
3.2.2. Testkliendi tulemused.....	35
3.2.3. Uuringu järeldused ja ettepanekud	38
KOKKUVÕTE	45
SUMMARY.....	48
KASUTATUD ALLIKATE LOETELU	51
LISAD	54
Lisa 1. SERVQUAL mudeli järgi koostatud ankeetküsimustik	54
Lisa 2. Test-kliendi küsimustik	56
Lisa 3. SERVQUAL tulemused protsentuaalselt	60
Lisa 4. SERVQUAL tulemused vastavalt vanusegruppidele	62
Lisa 4. Lihtlitsents	63

LÜHIKOKKUVÕTE

Käesoleva magistritöö teemaks on „Teenuse kvaliteedi hindamine Läänemere hambakliiniku näitel“. Magistritöö eesmärgiks on OÜ Läänemere hambakliinik teenuse kvaliteedi mõõtmine. Lõputöö uurimisküsimused on suunatud teenuse kvaliteedi välja selgitamisele. Lisaks on välja toodud mõõtmistulemuste alusel soovitusel ja ettepanekud ettevõtte juhtkonnale teenuse kvaliteedi parendamiseks.

Eesmärgi saavutamiseks uuris magistrant teenuse kvaliteedi teoreetilist raamistikku ning koostas sellele tuginedes küsimustiku. Küsimustik põhines SERVQUAL mudelile – 22 küsimust suunatud oodatud kvaliteedile ja 22 küsimust tajutud kvaliteedile. Autor kasutas statistilise analüüsi läbiviimiseks t-testi. Lisaks kasutati test-kliente, kes pidid läbima etteantud kliendi teekonna ning andma detailsemat tagasisidet.

Läbiviidud uuring kinnitas, et vastavalt SERVQUALI mudelile ning patsientide vastustele on kliiniku kõige nõrgemad dimensioonid usaldusväärsus, kindlustunne ning reageerimisvõime. Tulemused näitavad, et kõige madalama tulemuse sai väide „patsiendi informeerimine töö maksumusest“. Tegemist on dimensioonidega, mille parendamisel tõuseks ka kliiniku teenuste kvaliteet.

Autor edastab kliiniku juhtkonnale ettepaneku parendada registraatorite tööd viies läbi koolitusi, muuta ruume hubasemaks ning võimalusel kasutada elamusturundust. Kindlasti peab üle vaatama töötajate tööprotokolle ning parendada arstide ning patsientide vahelist suhtlust. Uuenduste poole pealt saab kliinikusse kasutusele võtta tahvelarvutid, mis võimaldaksid veelgi täpsemalt raviplaani koos töö maksumusega patsiendini viia.

Võtmesõnad: teenuse kvaliteet, teenuse olemus, SERVQUAL mudel, hambaravi teenuse kvaliteedi hindamine.

SISSEJUHATUS

Ettevõtte positioneerimine turul ning väärtuspakkumine on vajalik, et luua teenus, mis rahuldaks kliendi soovid. Hambakliinikute seas valitseb tugev konkurents – kuna meditsiinasutuste reklaamiseadus keelab reklaami, saab teha vaid kampaaniaid kliiniku asukoha ja pakutavate teenuste kohta. Ehk siis on väga oluline kliendi teekond ning kliendi rahulolu ettevõttega – seeläbi üldine teenuse kvaliteet. Kõrge teenuse kvaliteet võib olla turul selgeks konkurentsieeliseks ning on seotud kliendirahulolu ja kliendilojaalsusega. Teenuse kvaliteedi hindamine on väga oluline, et säilitada olemasolevaid ning tuua ettevõttesse uusi kliente.

Magistritöö uurimisprobleemiks on ettevõtte vähene informatsioon teenuse kvaliteedi taseme kohta. Lõputöö eesmärgiks on Läänemere hambakliinik OÜ teenuse kvaliteedi välja selgitamine. Autor on püstitanud järgnevad uurimisülesanded, mis aitavad lahendada uurimisprobleemi ning täita magistritöö eesmärki:

- anda ülevaade teenuse kvaliteedi teoreetilisest raamistikust – selgitada teenuse ja teenuse kvaliteedi olemust ja eripärasid;
- mõtestada lahti SERVQUALI olemus ja tähtsus;
- anda ülevaade Läänemere hambakliiniku ning pakutavate teenuste kohta – selgitada, kas ettevõtte tegutseb vastavalt SERVQUAL mudeli järgi;
- selgitada teenuse kvaliteedi olulisust hambaravis;
- testkliendi abil teha läbi kogu teenuse kliendi teekond, et selgitada välja nõrgad kohad;
- viia läbi kvalitatiivsed uuringud toetudes uurimistöö eesmärgile – OÜ Läänemere hambakliinik teenuse kvaliteedi taseme mõõtmine;
- analüüsida tulemusi;
- teha ettepanekud juhtkonnale teenuse kvaliteedi parendamiseks.

Magistritöö koosneb kolmest peatükist. Esimeses peatükis on seletatud lahti töö teoreetiline pool – teenuse ja teenuse kvaliteedi olemus. Lisaks on selgitatud SERVQUAL mudelit ning testkliendi kasutamine teenuse kvaliteedi mõõtmisel. Teine peatükk kirjeldab ettevõtet Läänemere

hambakliinik OÜ, üldist hambakliinikute turgu ning konkurentsi Eestis ning teenuse kvaliteedi olulisusest antud valdkonnas. Kolmas peatükk on pühendunud teenuse kvaliteedi uuringule Läänemere Hambakliinik OÜ-s, uuringu meetodikale ja tulemustele, SERVQUAL ning testkliendi analüüsi tulemustele. Lõpetuseks on töö autor välja toonud uuringu järeldused ning ettepanekud ettevõtte juhtkonnale teenuse kvaliteedi parendamiseks.

Kirjaliku töö autor soovib tänada lõputöö valmimisele kaasa aidanud juhendajat Oliver Partsi ja ettevõtet Läänemere hambakliinik OÜ.

1. TEEENUSE KVALITEET JA SELLE MÕÕTMINE

Antud magistritöö eesmärgiks on välja selgitada Läänemere hambakliinik OÜ teenuse kvaliteet, seega on esimene peatükk suunatud teoreetilise poole lahti seletamisele. Autor on koondanud akadeemilisest kirjandusest saadud informatsiooni, et mõista paremini teenuse kvaliteedi olemust ka suuremas pildis. Lisaks on seletatud lahti teenuse kvaliteedi mõõtmise mudel SERVQUAL, mida hakatakse töös kasutama.

1.1. Teenuse olemus

Teenuse olemuse mõistmiseks tuleb selgeks teha, kas silmas peetakse teenust, mis võib olla teenus kui toode või personaalne teenus (Grönroos 1989). Teenusel on kolm peamist omadust – esimene neist on immateriaalsus, mille puhul seostatakse teenust soorituse, mitte objektiga. Teiseks omaduseks on heterogeensus, mida seostatakse kliendi ja teenindaja vahelise interaktsiooniga ning siinpuhul tuleb aru saada, et need sõltuvad paljuski teenindaja või kliendi psühholoogilisest seisundist ning olukorrast. Kolmandaks on tootmise ning tarbimise eraldamatus – antud omaduse puhul minimaliseeritakse võimalusi ettevalmistuda. Antud omadused piirduvad juba loodud reeglitele ning keskkonnale (Parasuraman *et al.* 1985, 42). Teenuseid saab vaadelda kui protsesse, mis koosnevad tegevuste jadast, mis toimub kliendi ja teenuse pakkuja vahel. Tegevuste jadasse saab lisada kaupu, muid füüsilisi ressursse, süsteeme, infrastruktuure, kuid nende lõppeesmärgiks on lahendada teenuse kasutaja probleem (Grönroos 2000, 46).

Kõige levinumaks loetakse teenuse järgnevaid tunnuseid (Grönroos 1988, 10):

- 1) teenused on suuremal või väiksemal määral immateriaalsed;
- 2) teenuseks loetakse tegevusi või tegevuste jada, eelistades neid materiaalsetele asjadele;
- 3) teenused on suuremal või väiksemal määral toodetud ja tarbitud üheaegselt;
- 4) tarbija osaleb kasvõi mingisugusel määral teenuse enda tootmise protsessis.

Ka Nick Johns (1998) toob välja, et mõistel „teenus“ on väga palju vasteid, ehk siis omab antud mõiste palju tähendusi. See võib tekitada aga omakorda märkimisväärse segaduse, sest sõna kõige peamises tähenduses võib see tähendada tööstust, mõnda väljundit või pakkumist. Teenus on tugevalt seotud turundussektoriga, keskendub kliendisuhetele ning selle eesmärk on turu vajaduste rahuldamine toimingute kaudu (Johns 1998).

Teenust saab vaadelda nii teenuse pakkuja kui ka kliendi vaatenurgast ning teeninduskogemuse poolelt on need seisukohad pea alati erinevad. Teenuse pakkuja peab aru saama, kuidas hakkab tulevane klient tema teenust terves pildis tajuma (Grönroos 1989). Kliendi jaoks on kõige olulisemal kohal siiski teenuse nähtav osa, mis ei pruugi olla sama, mida näeb teenuse pakkuja (Grönroos 1989). Seega peab kvaliteedikontroll ja traditsiooniline turundus käivituma teenuse pakkumise ja tarbimise ajal (Grönroos 1988, 10).

Teenusepakkuja seisukohalt on teenindusprotsess element, mis koosneb tarneahelast ja inimestevahelisest suhtlusest, mis on erinevates teenindussektorites ja protsessides erinevad. Kliendi poole pealt aga põhitehingut ning isiklike kogemusi, mis lähtuvad saadud terviklikust kogemusest. Kui teenuse pakkuja näeb teenuse pakkumist protsessina, mis on seotud erinevate toimingutega, siis vastupidiselt vaatleb klient seda kui nähtust või elukogemust. Kliendi jaoks on oluline, et täidetud saaks tema põhivajadus ning see seostub otseselt emotsionaalse või hedoonilise taustaga (Johns 1998).

Tarbija näeb teenust pigem subjektiivselt ning kirjeldab mõistet kasutades väljendusviise nagu kogemused, usaldustunne ja turvalisus. Tuleb mõista, et tegemist on tarbija tajutud tundega, mis ei asenda käega katsutavat eset, seega on emotsionaalne taust väga oluline (Grönroos 1989).

Hambaravi puhul valib klient teenuse, mille nähtav osa on seotud otsese lõpptulemusega, milleks võib olla hambaplomm, täidetud juurekanal või näiteks hambakivi eemaldus. Kliendi vaatepunktist võib hambaravi teenuse väärtuse leidmine olla väga keeruline, sest peale ebameeldiva hamba eemaldamise protseduuri, tuleb sageli tunda veel ka valu, maksta selle eest raha ning hiljem kaaluda hambaimplantaadi paigaldust, mis on väga kulukas. Teenuse pakkuja näeb seda aga teisiti – hammas eemaldati meditsiiniliste näidustuste põhjal, et ei tekiks teisi komplikatsioone. Vaatamata kõigele on patsiendi jaoks esmatähtis, et kliendi ja arsti vahel tekiks usaldus ning turvatunne ning arst omaks palju kogemust. See on vaid üks osa hambaravi teenusest, mis on tavapäraselt immateriaalne ning seetõttu ongi tarbijal keeruline teenust hinnata.

Võrreldes tooteid ja teenuseid, tuleb täheldada, et nende väljundite jadad on tihedalt seotud ning mingil määral ka üksteisest sõltuvad. Sellest lähtuvalt ei ole võimalik toota teenust ilma sellesse kui kapitalitootesse investeerimata (Greenfield 2002, 20). Greenfield (2002) toob näitena välja, selleks et meditsiiniteenuse pakkuja saaks pakkuda spetsiifilist teenust, tuleb algselt investeerida vastavatesse vahenditesse. Selleks, et pakkuda näiteks hambaravi teenust, on vaja soetada või välja ehitada ruumid, mis vastaksid normidele, täita ruumid inventariga, osta sisse vajalikke tooteid. Lisaks saab ka välja tuua, et teenuste turundamine sõltub erinevatest faktoritest, milleks on töötajad, tehnoloogiad, süsteemid, kliendibaas, füüsilised ressursid (Grönroos 2001,150).

Vaadeldes antud teemat spetsiifiliselt tervishoiu poole pealt, on kasvavas trendis teenuse kasutajate kaasamine teenuste arendamisse (Pyke *et al.* 1991). Selle eesmärgiks on tasakaalustada teenuse pakkuja ja kasutaja tavapärasest suhtlust ning muuta teenuse kvaliteeti paremaks (Harrison, Mort 1998). Teenuse eesmärgiks on luua väärtust, mis antud valdkonnas tähendab seda, et klient ei otsi ainult meditsiinilist abi, vaid soovib täisväärtuslikku teenust, mis loobki väärtuse (Edvardsson *et al.* 2005, 118). Patsientide rahulolu suurendamise jaoks peavad tervishoiuteenused olema patsiendile orienteeritud ning olema vastavuses ettenähtud standartidele ning protokollidele (Chang 2012).

1.2. Teenuse kvaliteedi olemus

Mõtestades lahti teenuse kvaliteedi mõistet, saab välja tuua kliendi üldist muljet teenuse pakkuja ning teenuse suhtes (Bitner, Hubert 1994). Kvaliteedi mõiste on pika aja jooksul pälvinud paljude teadlaste huvi, kuid viimasel ajal on suurt huvi teenuse kvaliteedi vastu tundnud ka kliendid. Tänapäeva maailmas on palju kliente, kes otsivad ise kõrge kvaliteediga teenuseid ning on valmis nende eest ka rohkem maksma. Kõrge kvaliteediga ning ka hinnaga teenuste pakkumine annab võimaluse ettevõtetel domineerida turul ja samal ajal saavutada konkurentsieelist (Cachon, Olivares 2010). Turul leidub alati ettevõtteid, kes konkureerivad omavahel kvaliteedi, hinna ning muude faktorite poolest. Samas on kvaliteet neist kõige olulisim, mis mõjutab otseselt ettevõtete konkurentsivõimet (Ali, Hashem 2019). Kvaliteedi olulisuse tõttu peab iga ettevõtte mõistma oma kliente, nende vaatenurka, rahulolu, lojaalsust ning pakkuma vastavat kvaliteeditaset oma toodetele ning teenustele (Agarwal, Tsay 2000). Ka maailma arengu tendents näitab, et kasvamas on nii konkurents kui ka klientide arv, sellest lähtuvalt on suurenenud klientide ootused. Selle

tulemusena on teenuse kvaliteet aina olulisemaks aspektiks konkurentsieelise loomiseks (Konstantinos 2001). Kasvava konkurentsi ja klientide suurenenud ootuste tulemusel on teenuse kvaliteet määratletud kui võtmetegur teenindussektori konkurentsieelise loomisel. Zeithamli *et al.* (1996) järgi on praktikute jaoks esmatähtis probleem teenuse kvaliteedi mõju klientide hoidmisele. Kuna ka hambaravis on konkurents väga tihe, on lojaalsed kliendid ettevõtte jaoks väga väärtuslikud (Diljit, Kiran 2017). Ettevõtted on hakanud enam panustama ressursse, et luua pikaajalisi kliendisuhteid, kasutades erinevaid turundusväljundeid (Schneider, White 2004).

Parasuraman *et al.* (1988) on välja pakkunud, et teenuse kvaliteet on mitmemõõtmeline kontseptsioon, mis jaguneb omakorda viieks dimensiooniks. Esimene neist on usaldusväärsus, mis on suunatud sellele, et lubatud teenust täidetakse usaldusväärset ja korrektset. Teiseks on kindlustunne, mis on seotud eelkõige töötajate teadmiste, viisakusele ning võimele tekitada usaldustunnet (Alexandris *et al.* 2001).

Meditstiini- ja õigusteenuste puhul tajuvad kliendid eriti suurt riski, sest ei oska mõõta tulemusi ning kvaliteeti. Sellisel juhul on oluliseks mõõdikuks kindlustunne (Bitner, Zeithaml 2000). Seega saab väita, et teenuse kvaliteeti on tarbijal raskem hinnata kui toote kvaliteeti, sest kvaliteeti tajutakse vastavalt ootustele ning tajutud kvaliteedile. Kvaliteedi hindamisel tuleb lähtuda terviklikust pakkumise protsessist (Parasuraman 1985, 42).

Kolmandaks loetakse materiaalseid esemeid, mis on siis kas füüsilised rajatised, seadmed, kommunikatsiooni materjalid. Neljandaks loetakse empaatiat, mis viitab otseselt klientide hoolivusele, pakkudes individuaalselt lähenemist teenuse kasutajale. Viimaseks on reageerimisvõime – valmisolek oma kliente aidata ning pakkuda oma teenuseid kiiresti. Siinpuhul mõõdetakse igat dimensiooni nelja kuni viie elemendiga. (Alexandris *et al.* 2001)

Teenuse kvaliteedi ulatus on arenenud maailma mastaabis ning seda on põhjustanud mitmed faktorid. Teenuse kvaliteedi kontseptsioon on välja kujunenud vastuseisuna teenindustööstuse tohutule kasvule, mis omab suurt tähtsust maailmamajanduses. Teenuse kvaliteeti peetakse ettevõttes hädavajalikuks ka tootmise ning infotehnoloogia valdkonnas. Nõudlus konkreetse teenuse kvaliteedi kontseptsiooni järele on tekkinud peale reguleerimata tööstusharude ja professionaalsete teenuste pakkumistega. Kuna teenuse turundus arenes koos teenuse kvaliteediga, mõisteti ka ettevõttesiseselt, et teenus on pakkumise lahutamatu osa (Mohanty, Prakash 2012).

Käitumiskavatsuste konstruksiooni vaadati algselt ühemõõtmelisena, mõõdetuna klientide tagasiostukavatsustega (Cronin, Taylor 1992). Zeithaml *et al.* (1996) väitsid siiski, et see lähenemine ei hõlma kõiki võimalikke käitumisviise, mis võivad olla seotud teenuse kvaliteedi tajumisega. Toetudes varasematele uuringutele ja tõenditele, töötasid need autorid välja tervikliku mudeli, mille eesmärk on tabada teenuse kvaliteedi laiemaid käitumuslikke tagajärgi. Mudel pakkus välja neli käitumuslike kavatsuste tahku: a) tagasiostukavatsused; b) suusõnaline suhtlus; c) hinnatundlikkus ja d) kaebuste esitamine. Kliendid, kes peavad teenuse kvaliteeti paremaks, väljendavad tõenäoliselt kavatsust jääda püsikliendiks, andes ka positiivset tagasisidet. Sellised kliendid on nõus maksma kõrgemat hinnataset ja jäävad ettevõttele lojaalseks ka siis, kui teenuse hinnad tõusevad. Teiselt poolt arendavad kliendid, kes tajuvad teenuse osutamist halvemaks, tõenäoliselt ebasoodsat käitumist, näiteks väljendavad kavatsust ettevõttest lahkuda ja esitavad kaebuse (Alexandris 2011).

Teenuse tajutavat kvaliteeti loetakse ülemaailmseks hinnanguks või suhtumiseks teenuse heade omaduste üle (Bitner, Zeithaml 2000). 1982. aastal esitles Grönroos oma teooriat teenuste kvaliteedi kohta ning kuidas seda tajuvad kliendid. Teenuse tajutavat kvaliteeti on määratletud ka kui ülemaailmset hinnangut või suhtumist teenuse paremuse üle (*Ibid.*). Grönroosi (1982) teooria põhjal on kvaliteet kahedimensiooniline: tehniline (lõpptulemus) ja funktsionaalne kvaliteet (teenuse osutamine). Tehniline kvaliteet annab tarbijale teenuse kasutamise järel lõpptulemuse, vastates küsimusele mida klient sai, funktsionaalne kvaliteet näitab, mis moel tuuakse tarbijale lõpptulemus, ehk siis kuidas ta selle sai. See tähendab, et klient tunneb teenuse materiaalsel tasel ning kõiki kaasnevaid faktoreid nagu töötajate professionaalsus, üldist materiaalsel muljet (Grönroos 1984, 39). Tehnilise kvaliteedi puhul on tegemist materiaalse mõõtmega – teenuste keskkond, teenindava personali välimus, seadmed ja hooned, mida kasutatakse teenuste pakkumisel ja muud füüsilised esemed (Gilmore 2003, 14). Funktsionaalne teenuse kvaliteedi mõõtmine on väga subjektiivne, sest on teenuse tegelik protsess, mis aitab kaasa sellele, kuidas klienti teenindatakse teenuse pakkumisel (*Ibid.*). Tarbijad tajuvad teenuseid subjektiivsel viisil kasutades teenuste kirjeldamiseks selliseid subjektiivseid ja tihti emotsionaalseid väljendeid nagu kogemused, usaldus, tunded ja turvatunne (Grönroos 2007).

Grönroosi mudeli puhul on oluline pöörata tähelepanu ka üldisele lähenemisele ja seda mitte vaid kliendi võtmest. Ka teenindaja kui organisatsiooni esindaja nõudlused ja vajadused peavad olema täidetud, see toob kaasa suurema rahulolu ja töövõiljakuse (James, Kang 2004). Lisaks on oluline nõudluse analüüs – ehk siis olenemata teenuse osutamise viisist tuleb lahendada kõik probleemid

punktid võimalikult kiiresti, sellega nõrgendatakse kvaliteedi tajumise taset (*Ibid.*). Kolmandaks aspektiks saab välja tuua kvaliteedikontrolli, mida tuleb jälgida kõigil teenuste pakkumise ahelas osalejatel. Turundus-teenindus sfääris on oluline, et turundusega tegeleks iga töötaja, kes puutub kokku kliendiga, vaid nii suudetakse luua teenusest kliendi rahulolu (*Ibid.*). Ettevõttes peab olema kindlustatud organisatsiooni tugi ehk siis struktuur kui ka suhtlusvõrgustik peavad toetama kvaliteetse teenindamise põhimõtteid. Siinpuhul on oluline mõista, et ka ühe nende puhkide märkamatuks jäämine võib ära rikkuda kogu teenuse mulje kliendile. On äärmiselt oluline, et ettevõtte mõistaks ka ise pakutava teenuse kõiki aspekte, lähtudes oma kliendist. Teenuse kvaliteet on otseselt seotud tajutud kvaliteedist, mistõttu peab kogu kliendi teenuse kasutamise teekond olema läbimõeldud ning korrektne. Tehniline ja funktsionaalne kvaliteet peab toimima üksteist toetavalt (*Ibid.*).

Suurem osa uuringutest teenuse kvaliteedi teemal on ehitatud ülesse SERVQUAL (Parasuraman *et al.* 1988) meetodikal, mis põhineb GAP mudelile. SERVQUALi skaalat on laialdaselt kasutatud erinevates teenindussektorites ja see on osutunud väga kasulikuks hindamis- ja juhtimisvahendiks (Bloemer *et al.* 1999; Parasuraman *et al.* 1988; Bitner, Zeithaml 2000). SERVQUAL mudeli järgi on võimalik mõõta teenuse kvaliteeti ja mõista klientide ootusi (Parasuraman *et al.* 1988).

Teenuse kvaliteet on oluline teema nii tervishoiuteenuste pakkujatele kui ka turundajatele ning on paljude hiljutiste uuringute keskmes, kuna see aitab kaasa tervishoiupraktika üldisele edukusele. Teenuse kvaliteet võib oluliselt mõjutada patsientide rahulolu, mis on omakorda otseselt seoses ostukavatsuste ja klientide lojaalsusega. Ka antud töö on suunatud hambaravi asutusele, kus on samuti vajalik teenuse kvaliteedi tõstmine. Selleks tuleb vastata patsientide ootustele või neid isegi ületada, pakkuda abi, lihtsustada dokumentide täitmist (automatiseeritud süsteemid), lahendada nende probleeme, omades kõrgtehnoloogilisi instrumente ja masinaid. (Kaldenberg, McAlexander 1994)

On jõutud järeldusele, et klient otsustab jätkata samas hambakliinikus käimist, kui kliinikus teenuse kvaliteeditase vastab kliendi ootustele. On oluline, et teenuse kvaliteeti kasvaks ning selleks on vaja pidevalt uurida ka klientide hoiakuid. See aitab omakorda suurendada klientide lojaalsust ning soovi jätkata samas kliinikus (Ali, Hashem 2019).

1.3. SERVQUAL mudeli olemus

Teenuse kvaliteedi hindamiseks kasutatakse kõige sagedamini SERVQUAL skaalat, mis põhineb GAP-mudelil (Parasuraman *et al.* 1988). Selle töötasid välja Berry, Parasuraman ja Zeithaml. Antud mudeli eesmärgiks on kvaliteeti mõõtes tuvastada lünki klientide ootuste ja teenuste tegelikkuse vahel ning mõista, kuidas tajub klient teenuse kvaliteeti. Selle jaoks jaotatakse teenuse kvaliteet viiele tasemele (Tabel 1). Seejärel eristatakse eeltoodud viite taset ning soovitatav on kasutada 22 atribuuti, mõõtmaks kliendi rahulolu.

Suures pildis koosneb SERVQUAL meetod kahest osast, mõlemad neist 22-st küsimusest. Esimene osa on suunatud tarbijate ootuste väljaselgitamisele ning teine mõõdab juba tajutud teenuse kvaliteeti (Parasuraman 1991). Küsimustele vastatakse 7-pallise Likerti skaala abil, vastavalt ühel pool üldse pole nõus ja teisel pool täiesti nõus. Tajutud teenuse kvaliteeti mõõtmiseks kasutatakse valemite, kus lahutades tulemuslikkusest ootused, leiame tajutud teenuse kvaliteedi. Seejuures kui tajutud teenuse kvaliteet jääb negatiivseks on tegemist ootusest allpool paikneva teenuse kvaliteediga, mis võib tähendada ettevõtte teenuse maine langust. Kui tulemus on null või positiivne, on tulemus võrdne või ületab kliendi ootusi (Parasuraman *et al.* 1991).

Tabel 1. SERVQUAL mudeli dimensioonid

Usaldusväärsus	Teenindusvalmidus	Kindlus	Sisseelamisvõime	Füüsiline keskkond
ettevõtte peab täitma lubadusi õigeaegselt.	teenuseosutaja peab olema valmis klienti võimalikult kiiresti abistama.	teenuseosutaja peab olema kliendisõbralik ning looma usaldusele põhineva suhte.	teenuseosutaja peab olema personaalne, võtma arvesse klientide soove.	asukoht, kus teenust osutatakse – füüsiline ruum, töötajad ja nende välimus, infoallikad, füüsilised esemed, inventar.

Allikas: Parasuraman *et al.* (1991)

SERVQUAL on kokkuvõtlik, kuid ülevaatlik skaala, mida saavad teenuse pakkujad kasutada, mõistmaks paremini tarbijate ootusi ning tajuvust ning parendada teenuse kvaliteeti. See on loodud

üldise mõõdikuna, mida saab rakendada väga laiale teenuste spektrile ning erinevate teenuse kvaliteedi dimensioonidele. Vajaduse korral on võimalik mudelit vastavalt teenusele kohandada, et see vastaks konkreetse organisatsiooni vajadustele. See on ka peamine põhjus, miks antud mudel on nii laialdaselt kasutatav. (Kulašin 2005)

SERVQUAL, mis on nii teoreetiline mudel kui ka instrument teenuse kvaliteedi mõõtmiseks, võimaldab koolitajatel kui ka ettevõtte omanikel mõõta kogetavat teenuse kvaliteeti GAP analüüsi kaudu (Gregory 2019). Tajutavat teenuse kvaliteedi taset ei määrata vaid tehniliselt (mida pakutakse?) ja funktsionaalselt dimensioonilt (kuidas pakutakse?) vaid eeldatava ja kogetud kvaliteedi erinevuse vahel (Grönroos 1984). Seega on antud lünk eeldatavate ning kogetud kogemuste vahel üks viis, et mõista teenuse kvaliteedi taset ning klientide rahulolu. Parasuraman (1991) soovitab ettevõtetel kasutada SERVQUALI perioodiliselt, mõõtes teenuse kvaliteedi tugevaid punkte ning tuvastades, milline viiest dimensioonist on ettevõtete klientide jaoks kõige olulisim. Lisaks saab seda kasutada probleemsete kohtade tuvastamiseks, et aru saada, millele tuleks rohkem tähelepanu pöörata (Parasuraman 1991).

Antud töös kasutatakse SERVQUALI mudelit, et hinnata Läänemere hambakliiniku teenuse taset. Kuna ettevõtte omanikud on ka ise hambaarstid, ei oska nad hinnata neutraalselt kohti, mida saaks parendada, et tõuseks teenuse kvaliteedi tase.

1.4. Testkliendi kasutamine teenuse kvaliteedi mõõtmisel

Testkliendi kasutamine sai alguse 1940ndatest Ameerikas, kõige enam erasektoris ja ka finantsasutustes (Douglas *et al.* 2007; Jankal, Jankalova 2011). Antud tehnika hõlbustab mõista, millega pole teenuse kasutajad rahul ja mida saab parendada ning annab võimaluse mõista, kuidas hinnatakse organisatsiooni (Schiffino *et al.* 2018). Testkliendi meetod seab ette, et inimene pannakse visiidi või telefonikõnega kontakti organisatsiooniga, et hinnata selle teenuse kvaliteeti (Schiffino *et al.* 2018).

Selleks, et alustada meetodi kasutamist, peavad olema eelnevalt täidetud mitmed eeltingimused. Alustuseks peab säilima kogu protsessi vältel konfidentsiaalsus mõlemalt osapoolelt, lisaks peab olema kogu testkliendi stsenaarium lahti kirjutatud, et testklient oskaks tähelepanu pöörata eelkõige soovitud detailidele. Seega on oluline, et kõik oleks professionaalne ning korrektne ja

vastaks standartidele. Lõpetuseks peale läbiviidud kontakti ettevõttega, peab testklient kohe pärast testimist täitma ära küsimustiku, et vastused oleksid võimalikult värsked ning kasulikud. (Schiffino *et al.* 2018)

Vastavalt paljude autorite arvamustele, on testkliendi meetod hea ka töötajate motivatsioonile ning seeläbi tulemuslikkuse parendamiseks, seda läbi saadud positiivsele hinnangule ning sellest saadud hüvedele (Schiffino *et al.* 2018). Juhul kui organisatsioon on nõus oma tulemusi jagama, on võimalik saada ka hea tagasiside teistelt konkurentide kohta (Wilson 1998). Peamine, et tänu testkliendi anonüümsusele ning objektiivsele hinnangule on kogutud teabel veelgi suurem väärtust (Ford 2011).

Test-klientide kasutamisele leidub ka negatiivset vastukaja – näiteks on Calvert (2005) arvamusel, et saadud tagasiside moonutab tegelikkust. Seda põhjustab asjaolu, et teenust kasutatakse mingis kindlas kohas, kindlal kellaajal, mis võib olla seotud erakorraliste aspektidega, mida tavaliselt teenuse protsessis pole olnud (Calvert 2005). Paljud ettevõtted hoiatavad oma töötajaid test-kliendi tulekust ette, mis tähendab, et töötaja tunneb kohustust ning näeb vaeva, et teatud perioodil pakkuda paremat teenust (Calvert 2005). Lisaks toob Calvert (2005) nõrgemalt poolelt välja, et test-klientide analüüsi suurim nõrkus võib olla valimi suurus, test-kliendi oskamatus teatud situatsioonides käituda, pädevuse puudumine teatud valdkonnas.

Hambakliiniku puhul on oluline saada tagasiside nii oma olemasolevatelt kui ka tulevastelt klientidelt, sest seeläbi on võimalik keskenduda sellele, mis on kliendi jaoks kõige olulisem. Klientidel on erinevad väärtused, kuid tuleb leida optimaalne kesktee, et rahuldada enamuste klientide vajadusi.

2. LÄÄNEMERE HAMBAKLIINIK OÜ JA HAMBAKLIINIKUTE TURG

Antud töö põhineb Läänemere hambakliinik OÜ põhjal ning hõlmab endas teenuse kvaliteedi mõõtmist. Samal ajal on tehtud konkurentide analüüs, mis annab olulist informatsiooni hetkeolukorrast hambaravikliinikutes. Kuna antud valdkonnas valitseb suur konkurents, on väga oluline pakkuda kõrge tasemega teenust, et kasvatada kliendirahulolu ning klientuuri ja seeläbi ettevõtte käivet. Eesti kolm suurimat hambakliinikut on Unimed, Maxilla ja Läänemere hambakliinik. Läänemere hambakliinik OÜ avab 2021 suvel uue kliiniku, seega on saadud informatsioon kasulik ka uue kliiniku jaoks.

2.1. Läänemere hambakliiniku ülevaade

Läänemere Hambakliinik OÜ, mis asub Tallinnas aadressil Linnamäe tee 3, on üks suuremaid hambakliinikuid Eestis. Ettevõtte on registreeritud 2014. aastal ning sellel on kaks esindajat. Hambakliiniku tegevusalaks on hambaravi osutamine, tervishoid ja sotsiaahoolekanne. Pakutavate teenuste hulka kuuluvad hambaimplantaatide paigaldamine, hammaste ravimine, ortodontia, laste hammaste ravi, tarkusehammaste eemaldamine, juureravi mikroskoobiga, paradontiidi ravi, hambaravi üldnarkoosis, esmaabi osutamine hambaravis, laminaatide paigaldamine, hambahügienisti teenused (pärlipesu), hammaste valgendamine. Lisavõimaluseks on kliiniku registratuuris võimalik osta hambahooldustooteid ning kinkekaarte. Kliinik on avatud esmaspäevast laupäevani ning lisaks osutatakse esmaabi. Kogu töö käib graafiku alusel. (Bõtšinski 2021)

Vastavalt Grönroosi (1982) teooriale, saame ka hambakliiniku puhul rääkida funktsionaalsest ja tehnilisest kvaliteedist. Tehnilise poole pealt on hambaravi lõpptulemuseks näiteks hamba ravimine, eemaldamine või siis asendamine. See on see pool, mida näeb patsient. Paraku ei näe patsient ravi vahepeal toimuvat nagu näiteks hambakontrollide tähtsust, suuhügieeni ja hammaste

tervise hoidmist. Funktsionaalne pool näitab, kuidas kliinik patsiendini teenuse edasi andis ning siinpuhul on olulised kõik töötajad ja hambakliiniku välisilme. Patsient näeb puhast kliinikut, korrektselt riietatud registraatoreid, arste ning uusi teadmatuid seadmeid. Materiaalse poole pealt saab välja tuua ka kliiniku asukoha. Kõik need faktorid loovad terviklahenduse. Patsiendid valivad endale kliiniku, kus nad tunnevad ennast turvaliselt, usaldusväärselt, kindlalt – need kõik on subjektiivsed väljendid, kuid loovad patsiendile vajamineva tunnetuse. Seega on äärmiselt oluline, et kliiniku kõik kollektiivi liikmed või nagu kliinik nimetab – kliiniku perekond, on suunatud ühele eesmärgile pakkuda patsiendile parimat teenust.

Kliinik positsioneerib end raviasutusena, mis sobib kõikidele inimestele, sest pakutakse kõiki võimalikke hambaravi teenuseid ühes kohas. Kliinikus on palju erinevaid oma ala professionaale ning kaasaegne tehnika, mis võimaldab inimesel läbida kõik vajalikud protseduurid ühes kohas. Positsioneerimise poole pealt saab lisada, et kliinik sobib keskmise sissetulekuga patsiendile. (Bõtsinski 2021)

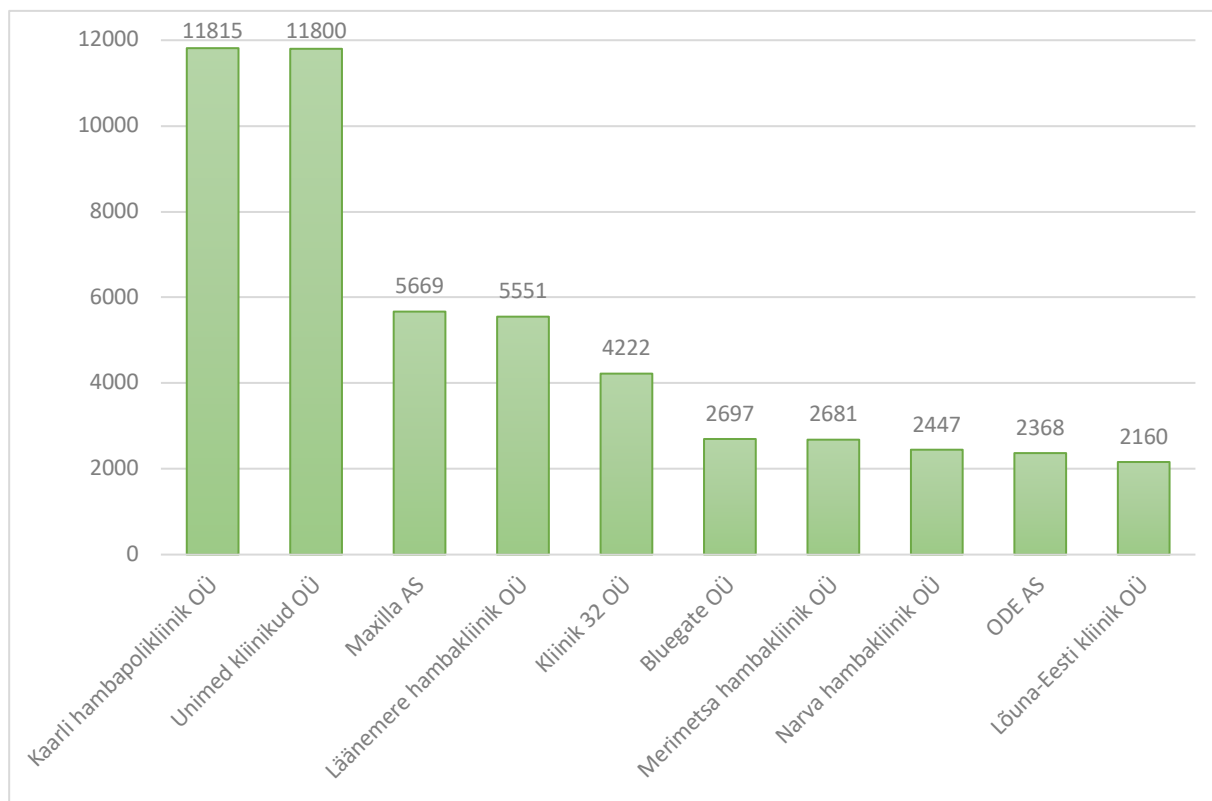
Kliinik on suunatud eelkõige Eesti elanikele, turundus on suunatud eesti ning vene keelt kõnelevatele klientidele. Samas võetakse vastu ka inglise keelseid ning soome keelt kõnelevaid kliente, kuid antud sihtrühm ei ole kliiniku põhikliendiks. Läänemere hambakliinik avab uuel aastal kliiniku ka Mustamäel, seega on uueks sihtrühmaks ka Tallinna teiste linnaosade elanikud. Kliinik tegeleb jõudsalt turundusega ning brändi hoidmisega – kasutatakse erinevaid turundusvõimalusi. Kliiniku reklaame saab näha linnatänavatel plakatite kujul, bussipaviljonides, led-ekraanidel, ajakirjades, raadios, sotsiaalmeedias. (Bõtsinski 2021)

Läänemere hambakliinikus on kaks juhatuse liiget, 29 hambaarsti (nende seas kaks juhatuse liiget), üks vanemõde, 22 assistenti, seitse hambaarsti tudengit, viis assistendi tudengit, kolm sterilisaatorit, kümme registraatorit, neli töötajat administratiivsetes ülesannetes (Bõtsinski 2021).

2.2. Konkurentide turu ülevaade

Eestis on hambaravi valdkonnas (EMTAK 86231) tegutsevaid ettevõtteid 2021. aasta seisuga kokku 481, kes annavad tööd kokku 3815-le inimesele. Kõige suurema müügituluga (Joonis 1) on Unimed kliinikud OÜ, Maxilla AS ning kolmandal kohal on Läänemere hambakliinik OÜ. 2019. aastal seisis teisel kohal Kaarli hambapolikliinik, kuid eelmisest aastast ostis Unimed Kaarli

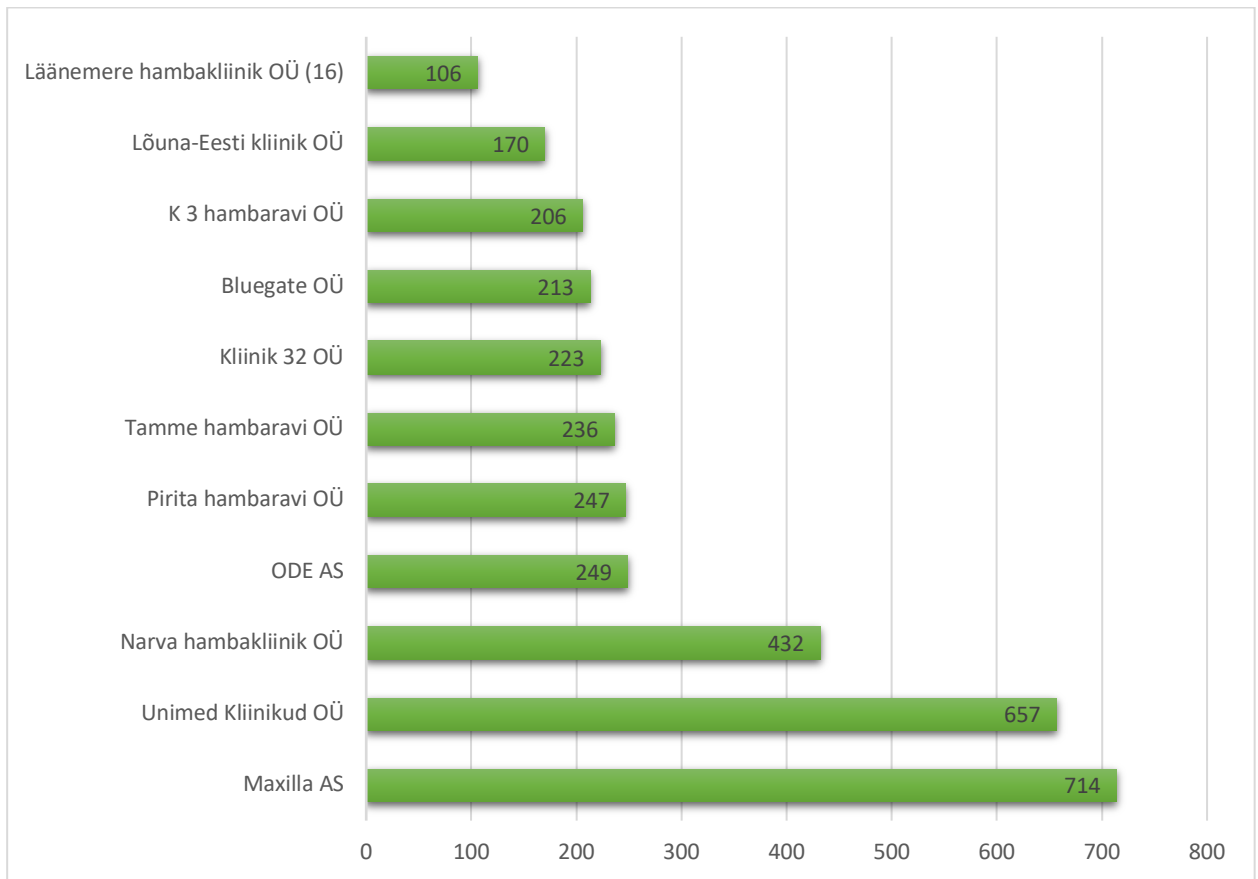
hambapolikliiniku. Seega põhineb järgnev konkurentide ülevaade eelkõige kõige suurimate konkurentide põhjal (Turu iseloomustus 2019).



Joonis 1. Müügitulu – Kümme kõige kõrgema müügitulu tulemusega hambakliinikut aastal 2019 (tuh. Eur)

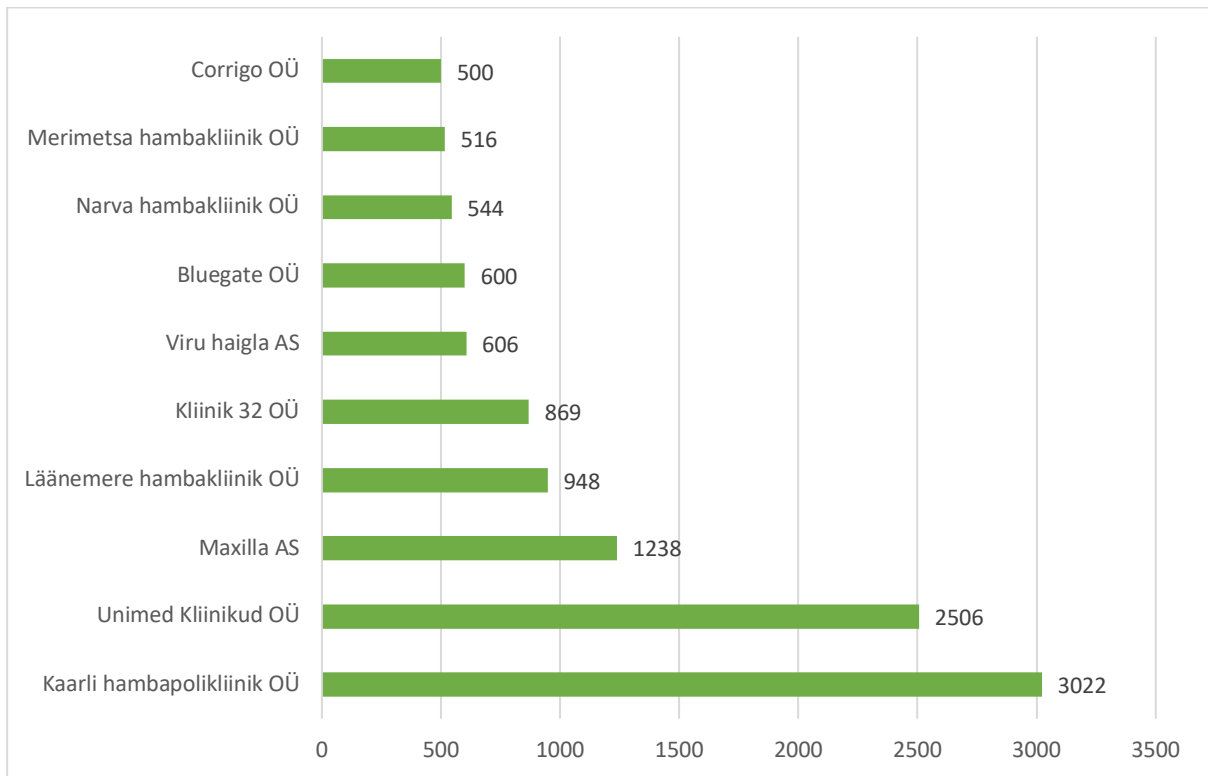
Allikas: Creditinfo, autori koostatud

Turumaht ehk turul tegutsevate ettevõtete müügikäive antud hambaravi tegevusalal moodustas 2019. aastal 152,2 miljonit eurot. Eesti ettevõtluse kogupildiga võrreldes moodustas turuosaliste summaarne müügitulu 2019. aastal 0,23% kõigi Eesti ettevõtete summaarsest müügitulust. Vaadeldes hambaravi ettevõtete puhaskasumit 2019. aastal (Joonis 2) on näha, et Läänemere hambakliinik on 16-ndal kohal, mis on seotud sellega, et tegemist on noore ettevõttega, mis investeerib teenitud kasumit kliiniku edasiarendamisele ning uue kliiniku ehitusele. Kõige suurem puhaskasum oli ettevõttel Maxilla, kes on turul olnud aastast 1996 ning teadaolevalt ei ole kavatsuses lähiajal uut kliinikut avada (Turumaht ja trendid 2019).



Joonis 2. Puhaskasum – Kümme kõige kõrgema tulemusega hambakliiniku puhaskasum (tuh. Eur)
Allikas: Creditinfo

Vaadeldes ettevõtete tasutud riiklike makseid (joonis 3), näeme, et kõige enam on makse maksnud Kaarli hambapolikliinik, mis oli enne Unimedi suurim hambakliinik Eestis. Järgneb Unimed kliinikud ning Maxilla kliinik. Kuna makse makstakse inimeste arvu järgi, saame järeldada, et ettevõtted, kus on rohkem töötajaid, maksavad ka rohkem makse (Tasutud riiklikud maksud 2019). Antud töös on kasutatud 2019. aasta hambaravi majandustulemusi, kuna 2020. aasta tulemused ei ole hetkel veel kättesaadavad.



Joonis 3. Tasutud riiklikud maksud – Kümme kõige kõrgema tulemusega hambakliinikut
Allikas: Creditinfo

Järgnev konkurentide ülevaade põhineb kolmele kõige suuremale hambakliinikule - Unimed, Maxilla ning Läänemere hambakliinik. Unimed kliinik on asutatud 1999. aastal. Esimene kliinik avati aastal 1994 ning seal töötab praegu 200 töötajat. Unimed on Eesti suurim hambakliinikute grupp, pakkudes hambaravi Tallinnas, Tartus, Pärnus, Keilas, Kärldas, Lihulas ja Sakus (Meist 2021). Unimed Kliinikud OÜ on Eesti Haigekassa lepingupartner. Grupi omanikuks on Soome meditsiiniettevõtte Mehiläinen (Meist 2021). Teenuste hulka kuuluvad kaariese ja igemete ravi, juureravi, esteetiline hambaravi, implantaadid, hambaproteesid, parodontoloogia, kirurgia, laste hambaravi, diagnostika, ortodontia ning esmaabi. Kliinikute asukohad on enamasti suurtes keskustes kesklinnas ning kliinik positsioneerib end hambaravi asutusena, mis pakub keskmise hinnaklassiga teenuseid (Teenused 2021).

Maxilla hambakliinik avati 1996. aastal ning hetkel töötab seal 81 inimest. Maxilla hambakliinikud asuvad Tallinnas, Tartus ja Elvas, kesklinnas, nähtavatel kohtadel. Maxilla on Eesti Haigekassa lepingupartner. Ettevõtte omanikud on eestlased, kes ei ole eriaalaselt hambaraviga seotud. Teenuste hulka kuuluvad hambaravi, implantoloogia, näo- ja lõuakirurgia, proteesimine, mikroskoobiga hambaravi, ortodontia, hambakaariese profülaktika, hammaste valgendus ja

kaunistused, sedatsioonid hambaravi, kaperavi ja osteopaatia. Kliinik positsioneerib end hambaravi asutusena, mis pakub keskmise hinnaklassiga teenuseid (Info 2021).

Võrreldes Läänemere hambakliinikut eeltoodud kliinikutega, saame välja tuua, et kõik kolm kliinikut pakuvad väga laia spektriga teenuse valikut, kuid vaid Läänemere hambakliinik pakub ravi narkoosis. Kõik kolm kliinikut on haigekassa lepingulised partnerid. Samas kui teistel ettevõtetel on mitu kliinikut, siis Läänemere hambakliinik OÜ-l on hetkel üks hambakliinik ning suvel avatakse teine kliinik, mis tähendab, et töötajate arv ei saagi olla sarnane Unimediga, kellel on kliinikud üle Eesti. Kui võrrelda kliinikute positsioneerimist, siis on kliinikute klientideks keskklassiga inimesed, kellele pakutakse palju teenuseid ühes kohas.

Läänemere hambakliiniku kliinik asub ainsana mitte kesklinnas, vaid Lasnamäe tervisemajas, kus asuvad ka teised terviseteenuste pakkujad. Läänemere hambakliinik OÜ uus kliinik tuleb Mustamäele.

2.3. Teenuse kvaliteedi olulisus hambaravi kliinikutes

Hambaravikliinikute pakutavad teenused kui ka nende positsioon on hakanud aina enam muutuma ning patsientide rahulolu on esmatähtis, et tagada üldine hea teenuse kvaliteet ning püsida konkurentsivõimelisena. Seega on peamiseks hambaravi kliinikute ülesandeks osutada kvaliteetset teenust ja tõsta patsientide rahulolu.

Läbiviidud uuringud näitavad, et patsientide ootused ning teenuste tajumine ei ole vastavuses ning patsiendid hindavad teenuse kasutamisel administratsioonitöötajate käitumist, hambaarsti ning assistendi teadmiseid ning kogemusi, hambaarsti antud selgitusi. Seega saab järeldada, et lisaks ravitud hambale on teenuse kasutajale tähtis, kuidas temaga suheldakse ning tegeletakse (Dewi, Sudjana 2011). Kui varasemalt oli hambaravi teenuse kvaliteedi kohta väga vähe informatsiooni, siis nüüdseks on antud valdkonda palju rohkem uuritud. Vastavalt uuringule, kus uuriti teenuse kvaliteedi ja tajuvuse seost hambaravis, jõuti tulemusteni, et patsientide jaoks on oluline töötajate operatiivsus, omavaheline suhtlus ning probleemide lahenduse kiirus ning kindlustunne, mida soovib patsient saada hambaravi toolis. Siia alla võib lisada tooli mugavuse või valu protseduuri. Kolmandaks on välja toodud usaldusväärsus, mille alla võib lugeda patsiendi tunde, et teda võtab vastu oma ala professionaal, tegemist on jällegi tajutava tundega. Neljandaks on materiaalsed asjad

patsiendi ümber – kuidas näeb välja arst ning assistent, kabineti väljanägemine, ooteala mugavus, tehnoloogilised lahendused (Baldwin, Sohal 2003).

Vaatamata kõigele on oluline aru saada, et hambaraviteenus ongi isiklik ning pikaajalisema kontaktiga kui teised meditsiiniteenused. Ka kõige lihtsam hambaravi protseduur nõuab pikemat ajakulu. Seega on väga keeruline hinnata hambaraviteenuse kvaliteeti (McAlexander *et al.* 1994). On oluline meeles pidada, et hambaravi edukus sõltub suuresti sellest, kuidas see vastab sihtgrupi vajadustele ja ootustele. Hambaravi teenuse kasutamine ei tähenda alati vaid hambaarsti määratud ravi, vaid ka patsiendi enda poolt märgatud haiguste ilminguid, mida võisid põhjustada nii sotsiaalsed kui ka psühholoogilised tegurid (Sgan-Cohen *et al.* 2004). Siinpuhul võib juurde lisada ka hambaravi teenuse kasutamise mitte meditsiinilistel näidustuste põhjal, vaid ühiskonna poolt seatud normide alusel – hammaste esteetika parendamine viniiridega, kuldhambad, hambakaunistused. Sellegipoolest on hambakliinikute esmane ülesanne inimeste soovide rahuldamine (*Ibid.*). Selleks, et pakkuda kvaliteetset hambaravi, tuleb võtta arvesse patsiendi eelistusi ning arvamust ning vaadata üle kõik teenuse osutamise protsessi aspektid. Kõik kliiniku töötajad, nii adimistraatorid kui ka juhid, peavad oskama lahendada erineva keerukusastmega probleeme (Bahadori *et al.* 2015). Selleks, et tõsta üldist teadlikust hammaste tervise seisukohalt, on oluliseks faktoriks hambakliinikute meeskond, kes peavad olemad motiveeritud enda töö tegemisest. Rahulolematud patsiendid võivad otsustada mitte külastada hambakliinikuid, seeläbi seades ohtu oma suutervise (Sgan-Cohen *et al.* 2004).

3. LÄÄNEMERE HAMBAKLIINIK OÜ TEENUSE KVALITEEDI MÕÕTMINE

Kolmas peatükk on suunatud teenuse kvaliteedi uuringule, mis viidi läbi Läänemere hambakliinikus. Antud töö raames hinnati hambakliiniku tervikliku teenuse kvaliteeti, mis sisaldas kogu kliendi teekonda ning tundeid, mida klient koges. Me ei saa hinnata hambaravi kvaliteeti, kuid kõike muud, mis on otseselt seotud pakutava teenusega. Peatüki alguses on lahti seletatud uuringu meetoodika ning valim, peatüki lõpus on autor kirjutanud välja uuringu tulemused, analüüsi ning järeldused. Lisaks on välja toodud autori soovitusel Läänemere hambakliiniku juhtkonnale, et parendada teenuse kvaliteeti kliinikus.

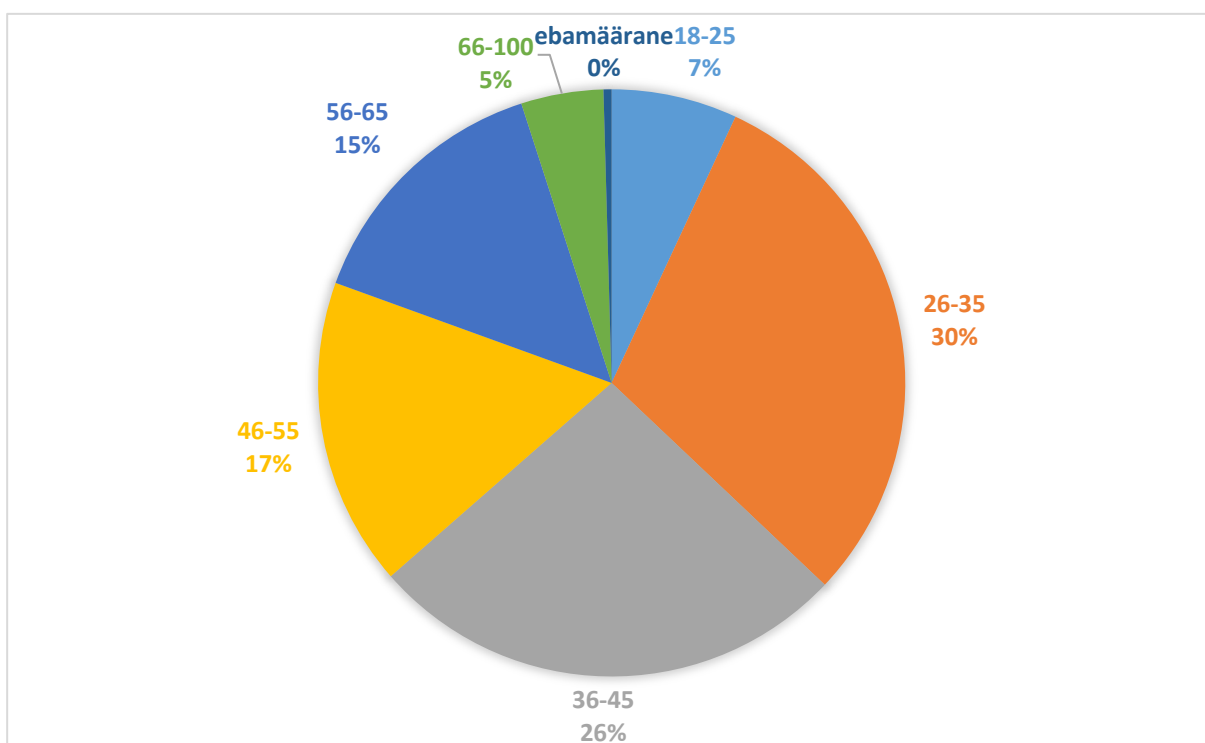
3.1. Uuringu meetoodika

Vastavalt esimeses peatükis välja toodud teoreetilisele taustale, valis autor Läänemere hambakliiniku teenuse kvaliteedi mõõtmiseks Berry, Parasuramani ja Zeithamli (1988) loodud SERVQUAL mudeli ning testklientide tagasiside. SERVQUAL sobis antud töö jaoks hästi, sest mudelis on juba välja töötatud küsimused, mida saab kohandada vastavalt ettevõttele. Test-klient annab aga personaalsema tagasiside ning võimalust sihilikult jälgida kitsaskohti.

Antud magistr töö on koostatud ettevõtte Läänemere hambakliinik näitel, mis pakub hambaravi teenust. Kuna me ei saa hinnata otseselt hambaravi enda kvaliteeti, saame hinnata vaid komplekset teenust. Vastavalt SERVQUALI mudelile saame me hinnata teenuse kvaliteeti vastavalt patsientide tajule ning ootustele ning seeläbi leida kitsaskohti, mille abil saame teenuse kvaliteeti parendada. Kuna hambaravi konkurents Eestis on suur, on oluline, et patsiendid tunneksid ennast kliinikus hästi ning külastaksid seda ka tulevikus. Lisaks avab Läänemere hambakliinik 2021. aasta suvel uue kliiniku, mistõttu on hea aeg pöörata rohkem tähelepanu nõrgematele külgedele. Kõige paremini saab antud informatsiooni juba olemasolevatelt klientidelt, kes on kliinikus käinud.

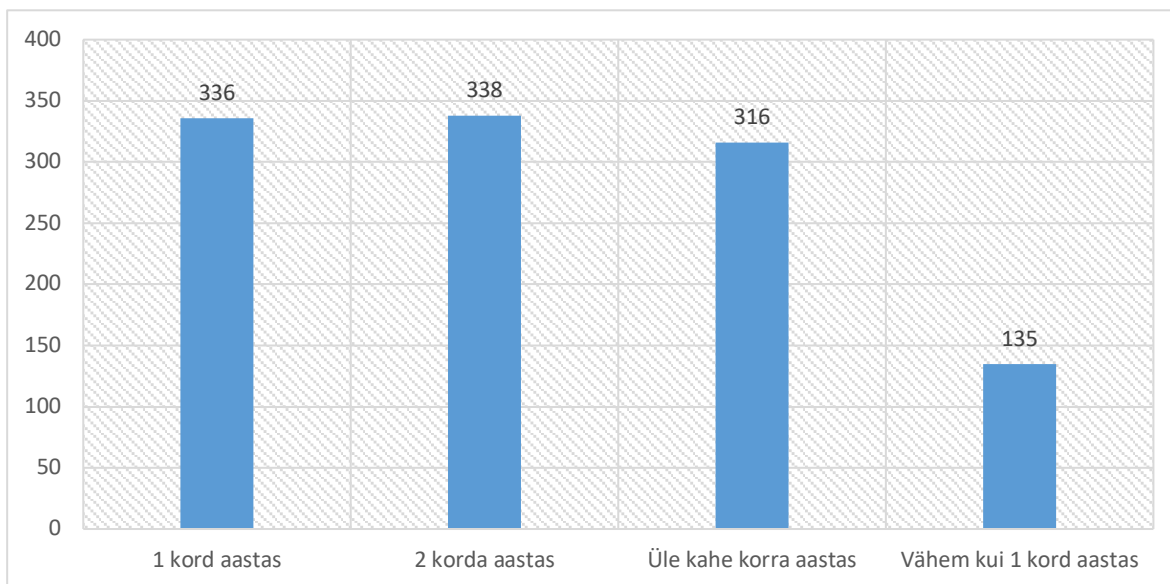
Autor kasutas uuringus struktureeritud küsimustega kvantitatiivset uuringumeetodit ning otsustas seda teha ankeetküsitluse kujul. Ankeetküsitlusi on mugavam anaüüsida ning kuna küsimusi ning patsiente on palju, ei oleks olnud mõistlik printida nii palju ankeete. Lisaks seoses COVID-19 levikule on kõige ohutum variant edastada küsimused e-maili teel. Küsitlusmeetodi valimi suuruseks määrati vähemalt 200 vastajat. Küsimustik edastati 25.märtsil Google Formsi kaudu 20 000 patsiendile ning see oli avatud üks nädal. Kuna kliinikus on ka suur osa vaid vene keelt kõnelevaid patsiente, koostas autor 2 küsimustikku – kokku vastas 1125 inimest, neist 331 eesti keeles ning 794 vene keeles. Saadud andmeid analüüsiti MS Excel programmis.

Küsimustiku lõpust saadi vastajate demograafilisi andmeid. Vaadates vastajate vanuseid (Joonis 4), näeme, et kõige suurema osakaaluga on vastajaid vanuses 26-35 eluaastat, neile järgneb vanuserühm 36-45 eluaastat. Viis vastajat sisestasid enda vanuseks ebamäärase numbriga seega on nende vanus ebamäärane. Samas oli vastajate seas ka vanemaid patsiente – kõige vanemad neist 76 ja 78-aastased. Antud numbrid annavad meile aimu, mis vanuses patsiendid avavad uudiskirju ning kliiniku kirju kõige rohkem ning tulevikus saab selle järgi kohandada ka sisuturundust uudiskirja kujul.



Joonis 4. Vastajate arv vanuse järgi
Allikas: autori arvutused

Lisaks küsis töö autor (Joonis 5) vastajate käest, kui sageli külastavad nad hambaarsti. Vastused olid positiivsed, sest 338 inimest külastavad hambaarsti rohkem kui kaks korda aastas ning 336 inimest ühe korra aastas. See on oluline, et tagada hammaste tervise jätkusuutlikkus ning parendada eestlaste suuhügieeni. Vastajate seas oli 69% naisi ja 31% mehi.



Joonis 5. Hambaarsti külastuste arv patsiendi kohta

Allikas: autori arvutused

Kokkuvõtvalt võib töö autor kinnitada, et tulemused on positiivsed. Arvestades sellega, et algselt oodati vähemalt 200 vastajat, kuid vastas 1125, saab kinnitada, et patsiendid on aktiivsed jagama oma arvamust ning seda isegi pika küsimustiku puhul.

Küsimustik (Lisa 1) koosnes kolmest osast ning algas küsimustiku kirjeldusega. Esimene osa oli suunatud üldiselt kõikide hambakliinikute klientidile, et selgitada välja inimeste ootused antud valdkonnas. Iga küsimuse juures oli vaja vastata 7-palli Likerti skaalal väitega, kas ollakse täiesti nõus (7), või pole üldse nõus (1). Vastavalt SERVQUALI mudelile oli esimeses ootuste osas 22 küsimust ning need olid vastavuses teoreetilisele osale ning läbi räägitud juhtkonnaga. Teine osa oli pühendunud juba spetsiifiliselt Läänemere hambakliinikule ning patsientide tajutud kvaliteedile – jällegi 22 küsimust ning Likerti 7-palli skaala. Järgnes võimalus lisada muid tähelepanekuid või kommentaare ning kolmas osa oli demograafiliste andmete kohta. Küsimustiku lõpus said vastajad jätta oma e-maili ning osaleda hambapuhastuse protseduuri loosis.

Kuna töö eesmärgiks on Läänemere hambakliiniku teenuse kvaliteedi mõõtmine, valiti mõõtmise meetodiks ka testkliendi külastused ning tagasiside, sest sellisel juhul saab paluda testkliendi pöörata tähelepanu kindlatele aspektidele ning seeläbi leida puuduseid. Antud töö puhul valiti viis inimest, kes ei olnud varem Läänemere hambakliinikut külastanud – neist üks on mees ja neli eri vanuses naist. Töö autor otsis sotsiaalmeedias võimalikke kandidaate ning leidis sealt valitud inimesed. Kõik kliendid on erineva taustaga ning kasutasid kliiniku erinevaid teenuseid. Järgnevalt on välja toodud tabel (Tabel 2), kus on välja toodud test-klientide lühikirjeldused. Sooviti valida erineva vanusega kliendid, et mõista, mida erinevad vanusegrupid rohkem märkavad ning soovivad parendada.

Tabel 2. Testklientide kirjeldused

	Klient 1	Klient 2	Klient 3	Klient 4	Klient 5
Sugu	mees	naine	naine	naine	naine
Vanus	35	57	41	32	26
Elukoht	Harjumaa	Tartu	Tartu	Tallinn	Tallinn
Teenus	hambaplomm	implantaadi konsultatsioon	hammaste puhastus	hamba väljatõmbamine	hammaste kontroll

Allikas: autori koostatud

Mitte ükski test-klientidest polnud varem kliinikut külastanud, seega oli võimalus paluda neutraalselt tagasisidet. Ankeet edastati klientidele tutvumiseks enne külastust ning paluti panna tähele võimalikult palju detaile.

3.2. Uuringu tulemused

Töö autor viis läbi SERVQUAL mudeli järgi küsitluse Läänemere hambakliinikute patsientide hulgas ning tulemuste analüüsimiseks kasutas lisaks t-test analüüsi. T-test analüüsi käigus kontrolliti, kas ootuste ja tajude keskmised on statistiliselt erinevad, kas oodatud ja tajutud teenusekvaliteedi vahel on statistiliselt olulisi erinevusi.

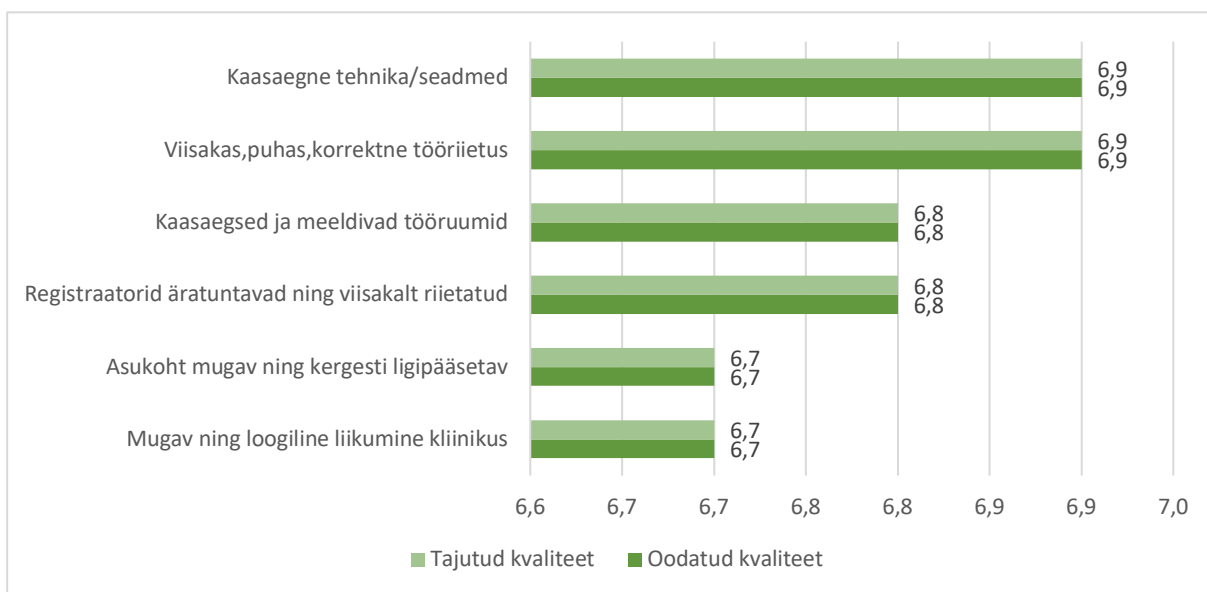
3.2.1. SERVQUAL analüüsi tulemused

Võttes aluseks 1988. aasta Berry, Parasuraman ja Zeithaml loodud SERVQUALI mudeli, jaotas töö autor küsimused viieks erinevaks dimensiooniks ning analüüsis saadud vastuseid. Autor on

välja toonud vastuste protsentuaalse jaotuse lisades (Lisa 3). Järgnevalt on välja toodud dimensioonid ning küsimuste järjestus koos nimetuste lühenditega:

1. Materiaalsus (MATER) – väited 1 kuni 6;
2. Usaldusväarsus (USALD) – väited 7 kuni 10;
3. Reageerimisvõime (RESP) – väited 11 kuni 13;
4. Kindlustunne (KINDL) – väited 14 kuni 18;
5. Empaatiavõime (EMP)– väited 19 kuni 22.

Analüüsi käigus lühendas töö autor dimensioonide nimetusi ning lisas neile juurde dimensiooni küsimuse numbrini ning märgistuse, kus a on ootus ning b on taju. Esimene dimensioon oli materiaalsuse dimensioon (Joonis 6), mille küsimused on seotud kliiniku materiaalse väärtusega. Antud dimensiooni puhul sai kõige kõrgema väärtuse 6,9 väide „kliinikutes peab olema kaasaegne tehnika ning seadmed“. Tulemused said arvutatud vastavalt keskmistele vastustele – seega on tegemist keskmiste skooridega. Kõige madalama oodatud kvaliteediga väide on „kliinikus peab olema mugav ning loogiline liikuda“. Patsientidel on keeruline hinnata seadmete kaasaegsust, kuid sellegipoolest on oluline teadmine, et kliinik on kaasaegne.



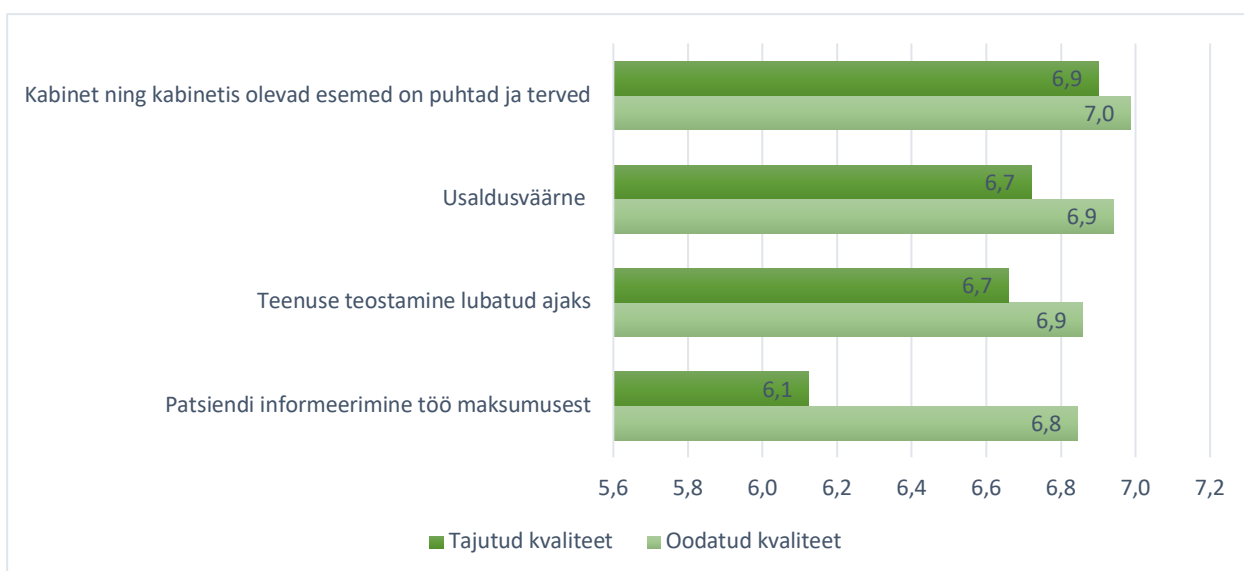
Joonis 6. SERVQUAL mudeli materiaalsuse dimensiooni väidete oodatud ja tajutud kvaliteedi hinnangute kaalutud aritmeetilised keskmised; n=1125

Allikas: autori arvutused

Materiaalsuse dimensiooni tajutud kvaliteedi väidetest sai kõige kõrgema tulemuse „Läänemere hambakliiniku töötajate tööriietus on viisakas, puhas ja korrektne“. Kõige madalama tulemuse sai

„Läänemere hambakliinikus on mugav ning loogiline ringi liikuda“. Kuna kliinik on tõesti suur, võib uutel patsientidel olla keerulisem aru saada kuhu liikuda – seetõttu peavad registraatorid olema väga tähelepanelikud ning informatiivsed. Siinpuhul saame juurde lisada, et tajutud ning oodatud kvaliteedi väidete vahed olid küll väiksed, kuid sellegipoolest näeme ära, mis on patsiendi jaoks oluline ning mida saab parendada.

Teiseks dimensiooniks on usaldusväarsus (Joonis 7), mis on suunatud inimese tunnetusele, mis tekitab patsiendil kliiniku suhtes usaldusväarsust. Antud dimensioonis sai kõige kõrgema oodatud kvaliteedi tulemuse väide „hambakliinik peab olema usaldusväärne“. Antud väide haarab endas terviklikku patsiendi tunnetust hambakliiniku suhtes. Kõige madalama tulemuse sai väide „hambakliinikud peavad informeerima patsienti töö maksumusest“.

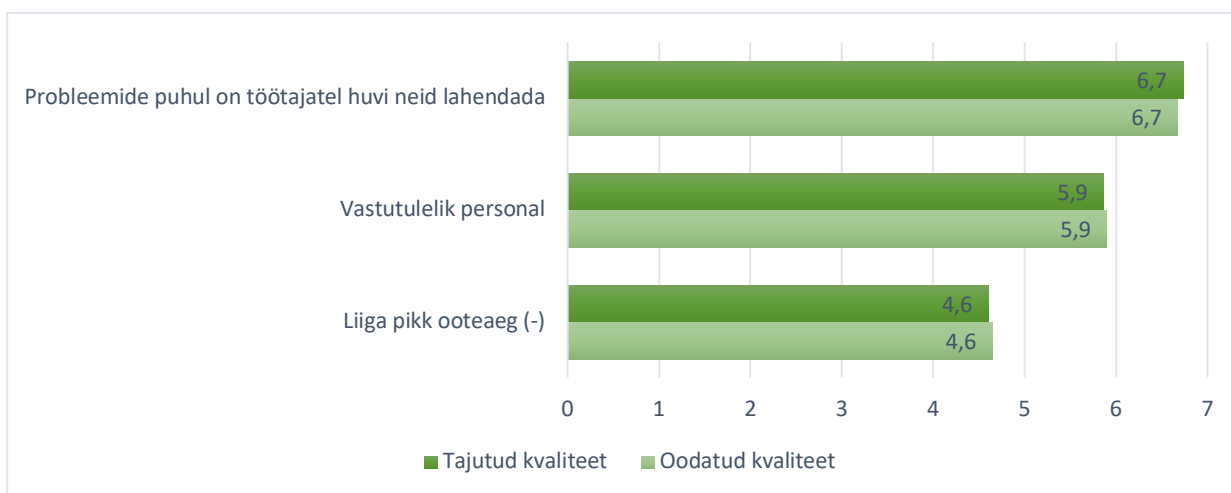


Joonis 7. SERVQUAL mudeli usaldusväarsuse dimensiooni väidete oodatud ja tajutud kvaliteedi hinnangute kaalutud aritmeetilised keskmised, n=1125

Allikas: autori arvutused

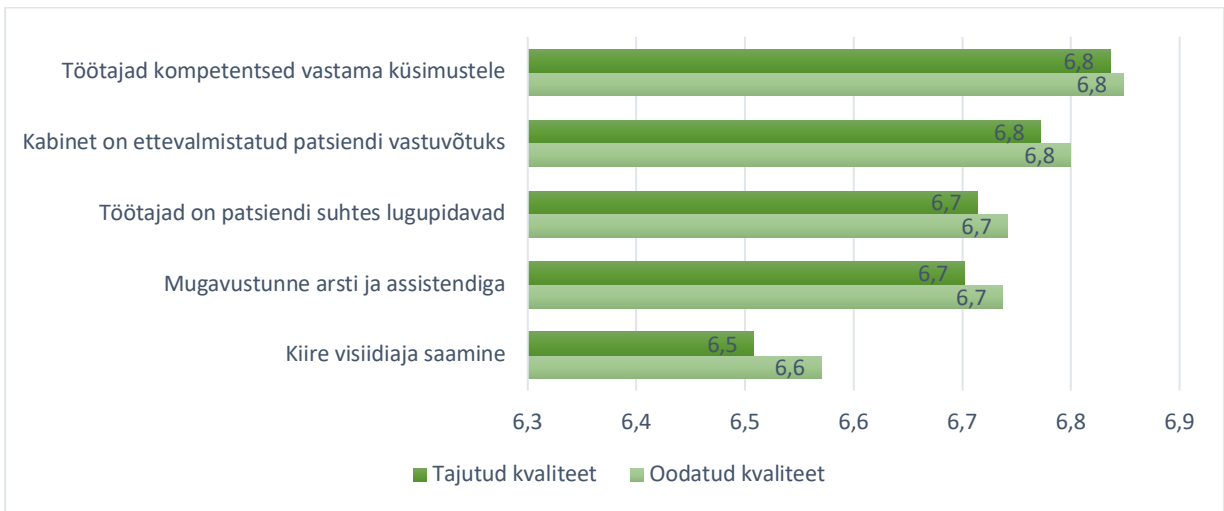
Tajutud kvaliteedi poolelt sai kõige kõrgema tulemuse „Läänemere hambakliinikus on kabinet ning kabinetis olevad esemed puhtad ja terved“. Kõige väiksem väärtus on „Läänemere hambakliinikus informeeritakse patsienti töö maksumusest“. Antud väide sai kõige madalama väärtuse kõikidest dimensioonidest kokku. Kuna hambaravi puhul ei ole alati kohe teada, kui suur on töömaht, võivad patsiendi jaoks tekkida hinna puhul üllatused. On väga oluline rääkida patsiendiga antud moment läbi, et lõpuks ei tekiks ootamatuid üllatusi.

Kolmas dimensioon on reageerimisvõime dimensioon (Joonis 8), mis hõlmab endas väiteid, seotud ajaga. Hambakliinikute puhul soovitakse kõige kiiremini leida probleemile lahendus, küsimusele vastus ning saada kiiresti arsti vastuvõtule, et ooteaeg ei oleks pikk. Antud juhul olid nii oodatud kui ka tajutud väärtused väga sarnased. Oodatud kvaliteedi poolest oli kõige kõrgema tulemusega väide „hambakliinikutes peab olema vastutulelik personal“. Kõige madalama väärtusega oli väide „hambakliinikute ooteaeg on liiga pikk“. Tajutud kvaliteedi poole pealt olid tulemused samasugused.



Joonis 8. SERVQUAL mudeli reageerimisvõime dimensiooni väidete oodatud ja tajutud kvaliteedi hinnangute kaalutud aritmeetilised keskmised; n=1125
Allikas: autori arvutused

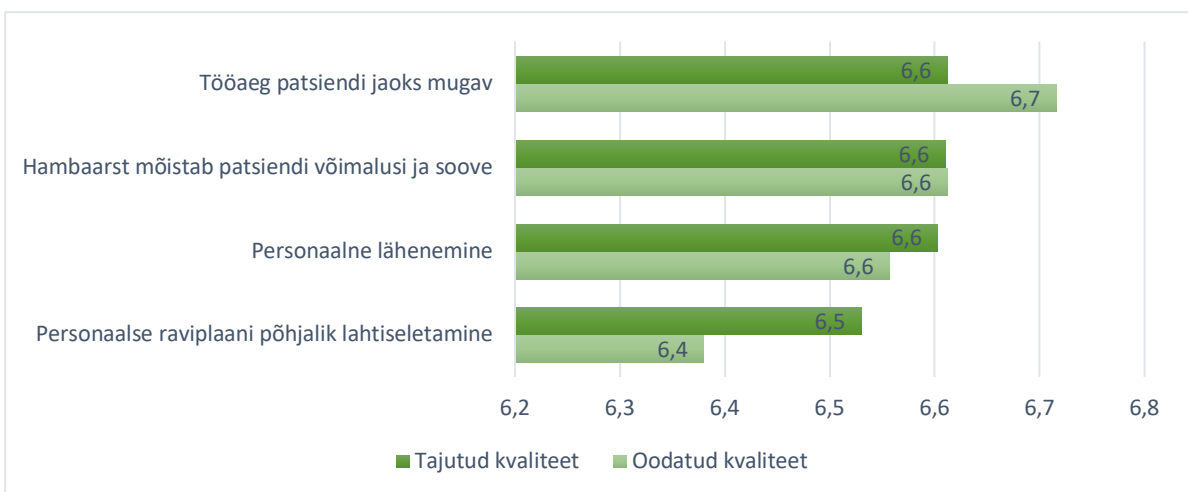
Neljäs dimensioon on kindlustunne (Joonis 9) ning tulemused näitasid, et oodatud teenuse kvaliteedi poole pealt on kõrgeima väärtusega väide „hambakliinikutes peab kabinet olema patsiendi vastuvõtuks ettevalmistatud“. Kõige madalama väärtusega on „hambakliinikus peaks saama visiidiaja kiiresti“. Tajutud kvaliteedi poole pealt oli kõrgeima väärtusega väide „Läänemere hambakliinikus on kabinet patsiendi vastuvõtuks ettevalmistatud“. Kõige madalama väärtusega on „Läänemere hambakliinikus on võimalik visiidiaeg saada kiiresti“. Tulemused näitavad, et patsiendi ootused ning taju ettevalmistatud kabineti suhtes on väga sarnased, seega on patsiendid kabinettidega pigem rahul. Visiidiaja puhul on erinevus suurem – Läänemere hambakliinikus on küll kasutusel kõnekeskus, mis on loodud selleks, et patsiendid saaksid kliinikuga kiiresti ühendust, kuid teatud arstide järjekorrad on pikad. On enesestmõistetav, et patsiendid soovivad saada aega võimalikult kiirelt, kuid selle jaoks on loodud esmaabi, mis võtab vastu erakorralisi patsiente.



Joonis 9. SERVQUAL mudeli kindlustunde dimensiooni väidete oodatud ja tajutud kvaliteedi hinnangute kaalutud aritmeetilised keskmised; n=1125

Allikas: autori arvutused

Viimaseks dimensiooniks on empaatiavõime (Joonis 10), mis on meditsiiniliste teenuste puhul patsiendi jaoks samuti väga oluline. Oodatud kvaliteedi väidetest sai kõige kõrgema tulemuse väide „hambakliinikutes peab hambaraviplaani lahtiseletamine olema personaalne ning põhjalik“. Taju on antud väitele oli väiksem, seega tuleks sellega tegeleda. Antud juhul näeme, et Läänemere hambakliiniku patsiendid tajuvad, et kliiniku tööaeg on nende jaoks mugav. Selle jaoks on kliinik lahti esmaspäevast laupäevani kella kaheksa õhtuni.



Joonis 10. SERVQUAL mudeli empaatiavõime dimensiooni väidete oodatud ja tajutud kvaliteedi hinnangute kaalutud aritmeetilised keskmised; n=1125

Allikas: autori koostatud

Alljärgnevalt on välja toodud (Tabel 3) tajutud ning oodatud kvaliteedi vahe, lisaks on näha ka rahulolu väärtus. Kokkuvõtvalt saame välja tuua, et kõige madalam on usalduse ploki kolmas küsimus (informeerimine töö maksumusest) ning kõige kõrgem on empaatia ploki neljas küsimus (tööaeg on patsiendi jaoks mugav). Ehk siis, kui rahulolu näitaja on positiivne, siis tähendab see seda, et tajutud kvaliteet on kõrgem kui oodatud kvaliteet. Mis tähendab omakorda, et klientide ootused on ületatud. Juhul on näitaja on negatiivne, tähendab see, et oodatud kvaliteet on kõrgem kui tajutud kvaliteet ja kliendid ootavad ettevõttelt rohkem.

Tabel 3. SERVQUAL tulemused

Küsimus	Oodatud	Tajutud	Rahulolu
Patsiendi informeerimine töö maksumusest	6,8	6,1	-0,7
Usaldusväärne	6,9	6,7	-0,3
Teenuse teostamine lubatud ajaks	6,9	6,7	-0,1
Personaalse raviplaani põhjalik lahtiseletamine	6,7	6,6	-0,1
Kaasaegne tehnika/seadmed	6,9	6,8	-0,1
Kabinet ning kabinetis olevad esemed on puhtad ja terved	7,0	6,9	-0,1
Kiire visiidiaja saamine	6,6	6,5	-0,1
Liiga pikk ooteaeg (-)	4,6	4,6	0,0
Töötajad on kompetentsed vastama küsimustele	6,7	6,7	0,0
Probleemide puhul on töötajatel huvi neid lahendada	5,9	5,9	0,0
Töötajad on patsiendi suhtes lugupidavad	6,8	6,8	0,0
Hambaarst mõistab patsiendi võimalusi ja soove	6,6	6,5	0,0
Mugavustunne arsti ja assistendiga	6,7	6,7	0,0
Kabinet on ettevalmistatud patsiendi vastuvõtuks	6,8	6,8	0,0
Personaalne lähenemine	6,6	6,6	0,0
Registraatorid äratuntavad ning viisakalt riietatud	6,8	6,8	0,0
Viisakas,puhas,korrektne tööriietus	6,9	6,9	0,0
Kaasaegsed ja meeldivad tööruumid	6,8	6,9	0,0
Vastutulelik personal	6,7	6,7	0,1
Mugav ning loogiline liikumine kliinikus	6,7	6,7	0,1
Asukoht mugav ning kergesti ligipääsetav	6,7	6,7	0,1
Tööaeg patsiendi jaoks mugav	6,4	6,6	0,2

Allikas: autori koostatud

Näeme, et klientide ootused on suured kõikides dimensioonides, kuid kõige suuremad ootused olid patsientidel seotud kaasaegse tehnika olemasoluga ning kabineti puhtusega. Vaadates keskmiseid dimensioonide väärtusi (Tabel 4), näeme, et kindlustundes, reageerimisvõimes ning

usaldusvääruses, ootavad patsiendid rohkem kui saavad. Empaatiat ja materiaalsuse dimensioonides tajuvad patsiendid kvaliteeti kõrgemalt kui oodatud kvaliteeti. Tegemist on meditsiinilise teenusega, seega on enesestmõistetav, et antud faktorite ootused ongi kõrged. Ka inimlikud tegurid on väga olulised ning patsiendi ja arsti suhtlus peab olema lugupidav mõlema poole suhtes. Tajude poole pealt said kõige kõrgemad tulemused samuti kabineti puhtus ning kliiniku kaasaegsus, mis on kliiniku jaoks positiivne faktor. Analüüsist saame välja tuua ning juhtkonnale edastada, et patsientide jaoks on kliiniku nõrgemateks kohtadeks töö maksumusest informeerimine.

Tabel 4. Ootuste ja tajutava kvaliteedi vahe dimensioonide keskmine erinevus

Dimensioon	Dimensiooni keskmine
Usaldusväärsus	-0,31
Kindlustunne	-0,03
Reageerimisvõime	-0,01
Materiaalsus	0,02
Empaatiat	0,02

Allikas: autori koostatud

Töö autor viis läbi uuringu ka vanusegruppide vahel (Lisa 4), et välja selgitada, kas dimensioonide keskmiste väärtused erinevad vastavalt vanustele. Grupid jaotati vastavalt : 13-30, 31-40, 41-50, 51-60, 61+. Tulemused näitasid, et vanusegruppi ei ole suuri erinevusi. Välja saab tuua ühe tunnuse, kus on kõige suurem erinevus gruppide vahel – patsiendi ooteaeg ei tohi olla liiga pikk. Antud tulemuse puhul andsid vanusegrupid 13-30 ja 31-40 positiivse väärtuse, kuid vanusegrupid 41-50, 51-60 ning 61+ negatiivse väärtuse. Sellest saame järeldada, et patsiendid, kes on üle 40 aasta vana, soovivad, et ooteaeg oleks lühem. Antud probleem võib olla tingitud sellest, et 40+ patsientidel on sageli tõsisemad hammaste probleemid ning raviplaan võtab kauem aega. Keerukamate juhtumitega tegelevad kirurgid, kellel on pikad ootejärjekorrad. Lisaks näeme, et (Tabel 5) vanuste lõikes, et erinevused esinevad, kuid need ei ole suured.

Tabel 5. Ootuste ja tajutava kvaliteedi vahe dimensioonide keskmine vastavalt vanusegruppidele

Dimensioon	13-30	31-40	41-50	51-60	61+
Empaatia	-0.033	0.048	0.049	-0.019	0.053
Kindlustunne	-0.068	-0.008	-0.041	-0.013	-0.052
Materiaalsus	0.059	0.035	-0.021	-0.013	-0.016
Reageerimisvõime	0.091	0.052	-0.085	-0.041	-0.135
Usaldusväarsus	-0.393	-0.298	-0.302	-0.250	-0.240

Allikas: autori koostatud

SERVQUALI statiliseks analüüsiks valiti t-test, kus selgitati välja statistiline erinevus oodatud ja tajutud kvaliteedi vahel. Analüüs koostati programmis Excel ning kasutati samu tegureid, mis olid kasutusel eelnevas SERVQUALI analüüsis. Kasutati kahepoolset t-testi ning olulisuse nivooks ehk riskitasemeks valiti 0,05. Järgnevas tabelis (Tabel 6) näeme olulisuse tõenäosust – juhul kui see on alla 0,05 on erinevus statistiliselt oluline. Tabelis on näha, et teatud tegurite puhul on saadud tulemus, mis on nulli lähedane, mis tähendab sisuliselt seda, et erinevus on väga väike, tulemus on statistiliselt oluline.

Tabel 6. T-testi tulemused

Küsimus	T-test	Erinevus
Kaasaegsed ja meeldivad tööruumid	0.000	Jah
Registraatorid äratuntavad ning viisakalt riidetatud	0.000	Jah
Liiga pikk ooteaeg (-)	0.000	Jah
Personaalse raviplaani põhjalik lahtiseletamine	0.000	Jah
Personaalne lähenemine	0.000	Jah
Hambaarst peab aru saama patsiendi võimalusest ja soovist	0.000	Jah
Tööaeg patsiendi jaoks mugav	0.000	Jah
Kiire visiidiaja saamine	0.004	Jah
Kabinet on ettevalmistatud patsiendi vastuvõtuks	0.008	Jah
Mugavustunne arsti ja assistendiga	0.010	Jah
Asukoht mugav ning kergesti ligipääsetav	0.021	Jah
Patsiendi informeerimine töö maksumusest	0.021	Jah
Kabinet ning kabinetis olevad esemed on puhtad ja terved	0.021	Jah
Usaldusväärne	0.128	Ei
Mugav ning loogiline liikumine kliinikus	0.231	Ei
Viisakas,puhas,korrektne tööriietus	0.236	Ei
Töötajad on patsiendi suhtes lugupidavad	0.391	Ei
Teenuse teostamine lubatud ajaks	0.394	Ei
Töötajad kompetentsed vastama küsimustele	0.399	Ei
Vastutulelik personal	0.621	Ei
Kaasaegne tehnika/seadmed	0.668	Ei
Probleemide puhul on töötajatel huvi neid lahendada	0.967	Ei

Allikas: autori koostatud

Saame arvutustest järeldada, et statistiliselt esineb väidete erinevusi 13 teguril, neist seitse olid nullilähedased. Suurem erinevus esines järgnevatel väidetel:

- asukoht mugav ning kergesti ligipääsetav,
- patsiendi informeerimine töö maksumusest,
- kabinet ning kabinetis olevad esemed on puhtad ja terved,
- kiire visiidiaja saamine,
- mugavustunne arsti ja assistendiga,
- kabinet on ettevalmistatud patsiendi vastuvõtuks.

Vaadeldes tegureid eraldiseisvalt, näeme, et esimene väide on saanud oodatud kvaliteedi poole pealt väiksema tulemuse kui tajutud kvaliteedilt, millest tuleneb ka erinevus. Allpool on välja toodud järeldused ning ettepanekud juhtkonnale, et parendada teenuse kvaliteeti Läänemere hambakliinikus.

3.2.2. Testkliendi tulemused

Test-klientidele jagati ankeedid (Lisa 2) kasutades lumiformapp-i, mis oli koostatud ettevõtte juhtkonna soove arvestades. Lumiformapp on spetsiaalne programm testklientide jaoks, mis annab võimaluse mugavalt luua testkliendi ankeedi. Küsimused olid jaotatud erinevateks osadeks ning esimene osa kirjeldas patsiendi saabumist kliinikusse. Võttes arvesse kliendi teekonda, küsiti esimesena, kui kerge vaevaga leiti parkimiskoht – vaid üks vastajatest ei leidnud kerge vaevaga parkimiskohta, mis oli tingitud saabumise kellaajast. Kuna kliinik asub Lasnamäe tervisemajas, kus asuvad teistel korrustel nii toidupood kui ka muud arsti kabinetid, võis parkimiskoha leidmine olla pisut keerulisem, kuid üldjuhul on parkimiskohti piisavalt. Kõik vastajad leidsid kliiniku kerge vaevaga ülesse, kuid üks vastajatest vastas, et suunavad märgistused ei olnud piisavalt hästi nähtavad. Järgnevalt küsiti, kas kliinikusse saabudes olid registraatorid sõbralikud – antud küsimus on väga aktuaalne ka kliiniku juhtkonna jaoks, sest registraatorid on saanud asjakohase koolituse, et leida kõigi patsientidega parim lähenemisviis. Vaid üks inimene viiest vastas, et ta ei oska antud küsimusele vastata, teised kinnitasid, et registraatorid olid sõbralikud. Samas tervitasid registraatorid vaid kolme patsienti, kahte patsienti ei tervitatud. Põhjuseks võib jällegi olla suur patsientide arv teatud kellaajal, kuid see ei ole kindlasti korrektne. Kõik patsiendid vastasid, et ei pidanud kaua ootesaalis ootama ning said kiiresti vastuvõtule.

Kõik test-kliendid arvasid, et hambakliiniku ruumid ning seadmed on kaasaegsed, üks vastajatest ei osanud hinnata tehnika kaasaegsust. Samuti nõustusid kõik, et kliinik on puhas. Üks vastajatest ei osanud kommenteerida kui hästi on kliinik organiseeritud, ülejäänud arvasid, et väga hästi.

Järgnev sektsioon oli suunatud registraatoritele, kuna registraator on esmane ettevõtte nägu, kes peab olema alati meeldiv ning abivalmis. Kliinikusse esimesel korral tülles on äärmiselt oluline, et registraator leiaks patsiendiga silmkontakti ning suunaks riidekapi juurde, et jätta sinna väliriided. Esimesel korral on patsiendi jaoks eriti oluline, et nad oleksid oodatud ning ei jääks hätta. Esimene küsimus antud sektsioonis oli suunatud silmkontakti kohta patsiendi ning registraatori vahel ning paraku tekkis silmkontakt vaid kahel patsiendil. Vaid kahele patsiendile pakuti koheselt abi. Kõik vastajad nõustusid, et registraatorid olid sõbralikud, meeldivalt ning

korrektelt riietatud. Kõik patsiendid pidid täitma ära COVID-19 ankeedi ning esmase patsiendi ankeedi. Viimane küsimus oli suunatud nimesildile, et kinnitada registraatorite äratuntavust. Kolm inimest vastasid, et nad ei oska küsimusele vastata, üks patsient vastas, et nimesilti ei olnud ning teine patsiend vastas, et nimesilt oli.

Järgnevalt suundub kliendi teekond arsti kabinetti, seega on antud küsimustiku osa suunatud just kabinetis veedetud ajale. Kuna Läänemere hambakliinikus on 21 kabinetti, on keeruline jälgida kõikide töötajate käitumist, seega annab test-kliendi arvamus hea ülevaate. Kõik vastajad kinnitasid, et hambaarst andis informatiivse ülevaate tehtavast teenusest, kuid ühele patsiendile ei vastatud kõikidele tekkinud küsimustele. Samuti ei saanud üks vastaja informatsiooni läbiviidud teenuse maksumusest enne selle kasutamist. Kõik vastajad kinnitasid, et kabinet oli kaasagne. Hinnates hambakliiniku personali, hindas üks külastaja sõbralikkuse taset rahuldava hinnanguga, teised vastasid, et personal oli väga sõbralik. Avatud hoiaku kohta andis üks patsient hinnanguks mitte rahuldav, teine patsient rahuldav ning kolm vastasid, et personali hoiak oli väga avatud. Kaks patsienti vastasid, et personali viisakuse tase oli rahuldav, kolm patsienti jäid väga rahule. Abivalmiduse poole pealt andis üks patsient hinnanguks rahuldav, ülejäänud jäid väga rahule. Tähelepanelikkuse poole pealt jagunesid vastused jällegi – üks rahuldav, üks hea ning ülejäänud arvasid, et personal oli väga tähelepanelik. Kõik patsiendid vastasid, et personal nägi professionaalne välja. Suhtluse poole pealt arvas üks patsient viiest, et talle pakuti rahuldavat professionaalset suhtlust, ülejäänud andsid maksimaalse hinde. Kõrge teadmiste taseme ning mugavustunde iseloomustamiseks andis üks patsient tagasisideks mitte rahuldav, üks neist rahuldav ja ülejäänud kolm jäid väga rahule. Kaks patsienti arvasid, et personal oleks võinud suhtuda neisse lugupidavamalt, jättes hinnanguks „rahuldav“, ülejäänud jäid väga rahule. Arusaadavuse poole pealt vastas neli inimest, et kõik oli arusaadav ning tekkinud küsimused said vastatud, üks vastas, et antud omadus oli täidetud lihtsalt hästi.

Järgneb hinnang peale teenuse kasutamist – nimelt üldine mulje, millele vastas üks patsient, et mulje on rahuldav ning ülejäänud andsid maksimaalse tulemuse. Üks vastajatest ei tundnud ennast teenuse kasutamise ajal üldse turvaliselt, neli neist jäid turvalisusega väga rahule. Neli patsienti vastasid, et läheksid kindlasti kliinikusse tagasi, üks neist vastas, et läheks suurema tõenäosusega kliinikusse tagasi.

Järgnesid avatud küsimused, kus test-kliendid said kirjeldada tekkinud emotsioone. Kirjeldades kliiniku esmamuljet, saab kokkuvõtvalt välja tuua, et kliinik oli test-klientide jaoks hubane ning

meeldiv, kuid on aspekte, mida saab kindlasti parendada. Ka peale teenuse kasutamist jäi esmamulje positiivseks ning kirjeldati, et saadi kvaliteetset abi. Patsientidele avaldas muljet, et õde ning hambaarst olid väga sõbralikud ning selgitused, mida arst jagas, väga valgustavad. Lisaks märgiti ära, et töö oli kiire, professionaalne ning korralik. Kirjeldades kohti, mida saaks parendada, toodi välja, et kõik hambaarstid peaksid olema motiveerivad, et inimesed hoiaksid oma hambaid korras. Lisaks toodi välja, et suhtlust ning informatsiooni edasiandmist peaks olema rohkem. Keskkonna poole pealt toodi välja, et tualettruumides peaksid olema ka kabiinides prügikastid ning ootesaal peaks olema avaram. Test-kliendid tõid välja, et teenuse väärtuse tõstmiseks peaks olema patsiendi suhtes personaalne lähenemine, kuna kliinik on suur oli väga palju inimesi ning seega ka sagimist. Soovitati parendada administraatorite professionaalsust veelgi, kuna see on patsiendi esmane kontakt, lisaks märgiti ära, nutitelefonid ei peaks segama registraatori tööd. Lisaks märgiti ära, et vaatamata sellele, et kabinet oli väga valge ning puhas, tekkis haigla mulje, mida saaks parandada värvide toomisega ruumidesse. Positiivselt poolelt kiideti, et kliiniku keskkond on väga kodune ning sõbralik, mis soosib omakorda hambaarsti külastuse kordamist. Lisaks märgiti ära, et saadi teada informatsiooni, mida varem ei teatud.

Kokkuvõtvalt said kõik patsiendid edukalt teenuse ning kliendi teekonna läbitud ning enamus neist olid rahul. Kuna test-kliendi kasutamine teenuse kvaliteedi hindamiseks on hea võimalus saada personaalselt tagasisidet, on ka negatiivne tagasiside hea, sest see annab aimu, et teenust on võimalik parendada. Alustades kliendi teekonna alguspunkti saame järeldada, et Läänemere hambakliinik on hea asukohaga, võimaldades kohale tulla nii auto kui ka ühistranspordiga. Siinpuhul tuleks patsientidele, kes tulevad autoga, võimalusel ka registraatori poolt meelde tuletada, et parkimine on kaheks tunniks tasuta vaid parkimiskellaga. Vaatamata sellele, et kliinik ei vastuta parkla eest, võib patsiendile jääda hiljem trahvi nähes väga halb emotsioon. Lasnamäe tervisemajas on nii uste peal kui ka liftis olemas informatsioon parkimisreeglite kohta, ka Läänemere hambakliiniku sissepääsus on informatsioon olemas, kuid paraku leidub alati kliente, kes unustavad parkimiskella nähtavale jätta. Liikudes kliinikusse sisse, on oluline, et patsient leiaks kiirelt ülesse, kuhu peab liikuma – selle jaoks on esimesele korrusele paigaldatud suur stand-up plakat, kus on informatsioon selle kohta, et kliinik asub 4 korrusel. Lifti sisenedes on samuti kirjas igal korrusel olevad ettevõtted.

Järgnevas kliendi teekonna etapiks on juba kliinikusse sisenemine ning registraatorite juurde liikumine. Siinpuhul peab kliendi jaoks olema arusaadav, kuhu jätta üleriided ning kuidas toimida edasi. On väga oluline, et registraatorid oleksid aktiivsed ning märkaksid patsiente, kes vajavad

abi. Seetõttu olid mitmed küsimused suunatud registraatorite reageerimisele ning silmkontakti loomisele. Vaatamata sellele, et kliinik on suur ning patsiente ning töötajaid palju, peavad registraatorid leidma alati võimaluse koheselt tervitada patsienti või võimalusel looma silmkontakti ning naeratama. Väga paljud patsiendid tulevad kliinikusse hirmuga, seega on esmane vastuvõtt väga oluline, loomaks meeldiva emotsiooni ning õhkkonna. Testkliendid andsid selle kohta ka tagasisidet – kaks klienti ei saanud kliinikusse sisenedes registraatoritega koheselt kontakti ning andsid seetõttu negatiivse tagasiside. Lisaks märgiti ära, et ootesaal võiks olla suurem – tipptundide ajal nappis istekohti. Vaadelda tuleks ka registraatorite tööriietust, sest hetkel on see liiga tume. Registraatoreid peaks olema lihtne eristada ning nende nimesilt peaks olema nähtaval kohal.

Hambaarsti kabinetis on oluline, et patsient tunneks ennast turvaliselt – seega olid ka küsimused seotud emotsioonidega teenuse kasutamise ajal. On oluline, et patsient saaks vastused kõikidele oma küsimustele, sest patsient ei saa olla pädev eriaalal, mis on talle võõras. Kuna me ei saa hinnata teostatava teenuse taset, vaid hindame emotsioone ning tunnetust, mida patsient kogeb, on oluline, et kõik hambaarstid oleksid sõbralikud, vastutulelikud ning professionaalsed. Sellisel juhul on ka patsientide suhtumine arstidesse positiivsem. Kliiniku tööruumid märgiti kõikide poolt kaasaegseteks, mis tekitab samuti kindlustunnet.

Vaadeldes kliinikut suuremas pildis, saame vastavalt test-klientide järeldustele välja tuua, et kliinik on suur, puhas ning loogilise asetusega. Puudustest saab välja tuua lastenurga, mida hetkel ei eksisteeri, liiga külmad värvitoonid sisustuses, väheseid toole istumisalal. Kindlasti peavad kõik personali liikmed olema kliiniku patsientide vastu vastutulelikud, vaid sellised juhul jääb klient teenusega rahule. Tuleb arvesse võtta, et vastavalt COVID-19 reeglitele, oli ka kliinikus tehtud ümberpaigutusi ning istekohti võeti ohutuse tõttu vähemaks. Valitud test-kliendid olid erineva taustaga, kuid kõik nõustusid suures pildis, et nad jäid teenusega rahule.

3.2.3. Uuringu järeldused ja ettepanekud

Läänemere hambakliinik avab juba 2021. aasta suvel uue kliiniku, mistõttu on veelgi olulisem mõista paremini kliendi soove, parendada teenuse kvaliteeti ning tõsta patsientide heaolu. Eelnevalt on välja toodud SERVQUAL analüüsi ning test-kliendi tulemused, mis näitavad, et kliiniku teenuse kvaliteet on kõrge, kuid seda on võimalik veelgi parendada. Antud peatükis toob töö autor välja tehtud järeldusi ning ettepanekuid ettevõtte juhtkonnale, et parendada teenuse kvaliteeti kliinikus.

Kuna eelnevalt on töö tulemuste seas ära jaotatud ning kirjeldatud iga dimensioon eraldi, toob autor ka järeldused välja esmalt dimensiooniti. Esimene dimensioon on materiaalsus ning selle üldine keskmine on 0,015. See tähendab, et üldiselt tajuvad patsiendid kvaliteeti kõrgemalt kui nad seda ootavad. Tulemused näitavad, et kliendid näevad ning hindavad, et kliinikus on kaasaegsed ja meeldivad tööruumid, viisakalt ning korrektselt riietatud töötajad, registraatorid. Kõige madalama tajutud kvaliteedi tulemuse sai hinnang seoses tehnika ning seadmete kaasaegsusega. Kuna küsitluses oli võimalik jätta vabas vormis tagasiside, lisasid paljud, et nad ei oska hinnata hambaravi seadmete kaasaegsust, seega panid ka madalama hinnangu.

Teine dimensioon on usaldusväarsus ning selle keskmine tulemus on -0,306. Negatiivne rahulolu näitaja annab meile informatsiooni selle kohta, et kliendid ootavad ettevõttelt rohkem, kui nad reaalselt saavad. Antud dimensioonis saab eraldi välja tuua kõige madalama tulemuse saanud väide seoses patsiendi informeerimisega töö maksumusest. Vastajad andsid teada, et mitte kõik arstid ei informeerid töö maksumusest, mis võib tekitada patsiendis ebamugavustunnet. On oluline, et patsient tunneks hambakliiniku vastu usaldusväarsust, seega tuleb arstidele meelde tuletada, et ravi- ja hambaplaani kirjeldamine tekitab patsiendi ja arsti vahel usaldustunnet ning parendab seega heaolu. Suur osa arste informeerivad patsienti ravi maksumusest ning protseduuride puhul nagu hammaste puhastus kehtib kindel hinnakiri. Antud probleem võib tekkida teatud teenuste puhul, kuid hinnast teavitamine peaks olema kindlasti kogu ravi protseduuri üks esimestest osadest. Suuremate ning keerukamate tööde puhul võib kliinik kaaluda spetsiaalsete tahvelarvutite kasutuselevõttu, et arstil oleks mugav seletada lahti raviplaan ning lisada kohe ka teenuse maksumus.

Kolmas dimensioon –reageerimisvõime, sai keskmiseks tulemuseks -0,005, ehk siis oodatud kvaliteet on kõrgem kui tajutud kvaliteet. Hambaravi puhul soovivad kliendid saada kiiresti lahti hambavalust, seega mitte oodata pikalt hambaarsti aega. Selle jaoks on loodud esmaabi, mis töötab esmaspäevast laupäevani ning pakub erakorralist hambaabi. Lisaks on Läänemere hambakliinikus avatud kõnekeskus, spetsiaalselt selle jaoks, et patsiendid saaksid kliinikuga kiiresti ühendust. Lisaks kõnekeskusele kasutatakse kõiki sotsiaalmeediakanaleid ning kutsutakse patsiente ülesse jagama oma küsimusi ning tagasisidet. On väga oluline, et hambakliiniku personal oleks avatud kõikidele küsimustele – kuna patsient ei pruugi suure tõenäosusega olla kursis kõikide hambaravi detailidega, peavad töötajad olema valmis neid aitama. Tänapäeva maailmas on kõrge teeninduskvaliteet väga oluline konkurentsi eelis, hambaravis on eriti oluline, et patsiendid

sooviksid tagasi tulla ning ei tunneks hambakliinikute ees hirmu. Kõikide hambaarstide missiooniks on üldine hambahügieeni teadlikkuse kasvatamine ning selleks on vaja avatud hoiakut. Patsient peab saama võimaluse küsida ning hambaarst peab leidma vastused, et omavaheline suhtlus oleks meeldiv ning osa hambaravi protsessist.

Neljas dimensioon, kindlustunne, sai keskmiseks tulemuseks $-0,033$ ehk siis ootavad kliendid ettevõttelt rohkem, kui nad seda saavad. Antud dimensioon põhineb samuti tugevasti arstide ning patsientide vahelistel suhetel. Tulemused näitavad, et patsiendid soovivad ennast arstiga olles mugavamalt tunda – see on oluline, sest sellest sõltub üldine heaolu ning edaspidine soov hambaarsti külastada. Lisaks märgiti ära, et visiidi aega peaks saama kiiremini, see tagaks patsiendile suurema kindlustunde kliiniku suhtes. Paraku ei ole võimalik teatud spetsialistide juurde lisa-aegu tekitada, sest neil on väga pikad järjekorrad. Kliinikus on töös kõik kabinetid ning ei ole võimalusi antud juhul spetsialiste juurde värvata. Varsti avatakse uus suur kliinik Mustamäel, mis võib teatud protseduuride visiidiaegu lühemaks muuta. Soovitustest saaks välja tuua mõne ühise koolituse, mis paneks veel kord rõhku sellele, et hambaarst ning hambakliiniku töötajad peavad looma patsiendi jaoks meeldiva õhkkonna. Kliiniku juhid saavad parendada tehnilisi tegureid, kuid suhtlemine peab tulema töötajatelt endilt.

Viies, empaatiavõime dimensiooni keskmiseks tulemuseks saadi $0,022$, ehk siis patsiendid tunnevad, et ettevõtte pakub neile rohkem, kui kliendid ise ootavad. Antud dimensioonis sai kõige kõrgema tulemuse kliiniku tööaeg, patsientide teenuse kvaliteedi tajusai tulemuseks $6,612$, millest võib järeldada, et kliiniku tööaegu ei peaks kindlasti muutma. Samas sai madalama tulemuse raviplaanide põhjalik lahti seletamine ning see on jällegi seotud arsti ning patsiendi vahelise suhtlusega. Eelnevalt on välja toodud soovitus, tahvelarvuti näol, kuid iseenesest piisaks tuletada arstidele meelde, et patsiendid ei oska alati kõike küsida ning neile tuleks raviplaan lahti seletada, sellisel juhul tunneb klient ennast kindlamalt.

T-test andis veelgi põhjalikuma ülevaate ning selle käigus kontrolliti, kas ootuste ja tajude keskmised on statistiliselt erinevad ning kas oodatud ja tajutud teenuse kvaliteedi vahel on statistiliselt olulisi erinevusi. Tulemustest saame järeldada, et patsientide jaoks on väga oluline, et patsiendi ning arsti vahel oleks mugav õhkkond, kabinet oleks alati ettevalmistatud patsiendi vastuvõtuks, kabinetis olevad esemed puhtad ja terved. Vaatamata sellele, et patsiendid lissid, et nad ei oska hinnata kabinetti, soovivad nad väga, et kasutusel oleksid vaid parimad materjalid ning masinad. Läänemere hambakliinik panustab väga palju selleks, et kliinikus oleksid kõige

kaasaegemad ning mugavamad seadmed ning kvaliteetsed materjalid. Iga kabinet on varustatud ka röntgeniga, tõhusama haiguste diagnoosimiseks. Kliinikus on näiteks skanner digitaalsete jäljendite võtmiseks, 3D röntgen ning lisaks ka masin, mis võimaldab teha kolju külgülesvõtteid. Kliinikus on olemas enda toodete ladu, et arstidel oleks alati käepärast soovitud materjal. See on väga oluline ka patsiendi jaoks, sest sellisel juhul ei tule oodata ega tellida raviks vajalikke materjale, vaid saab kohe raviga alustada. Lisaks ka kliiniku enda hambalabor hambatehnikutega. Patsientide jaoks on ka väga oluline, et kliinik oleks mugava asukohaga – seetõttu valitigi teiseks kliiniku asukohaks Mustamäe, et patsientidel, kes elavad teises linna otsas, oleks mugav hambaarsti külastada. Lisaks toodi välja, et visiidiaja saamine peaks olema kiire ning soovituslikult võiks kõnekeskuses olla veel üks inimene. Samas laieneb kõnekeskus uue kliiniku avanemisega ning seetõttu peaksid patsiendi saama vastuvõtu aja kiiresti. T-test andis veel kord kinnituse, et patsientide jaoks on väga oluline kommunikatsioon ning selle taga on arstid. Seda tuleb tihti meelde tuletada, et hambaravi teenuse taga on pikk kliendi teekond, mille lõpptulemuseks soovime saada teenusega rahuloleva kliendi.

Teenuse kasutamine testklientide poolt andis tagasisidet rohkemate detailide kohta. Soovitustest saab esmalt välja tuua kliiniku leidmise– testkliendid märkisid ära, et viiteid oleks võinud olla rohkem ning seda juba tervisemaja sissepääsus. Lisaks märgiti ära, et mitte kõik registraatorid leidsid kliendiga silmside ning kohese kontakti, siinpuhul saame soovitustena välja tuua koolituste läbiviimise registraatoritele ning seda just kontakti loomise eesmärgil. Lisaks võib kaaluda võtta kasutusele elektroonsed tagasiside andmise süsteemid registraatorite lauas, et patsient saaks koheselt hinnata, kas ta jäi teenindusega rahule. Antud süsteem on võimalus motiveerida ka töötajaid. Registraatorid ei paistnud ka kõige paremini silma, seega võib kaaluda uut töövormi, mis jääks patsientidele hästi silma. Kliinikus peaksid kõikide töötajate nimesildid olema nähtavad. Ka testkliendid tõid välja, et arst oleks võinud olla personaalsem, et luua parem kontakt. Kui enamus test-kliente jäid külastusega rahule ning soovisid kliinikut külastada ka tulevikus, siis üks klient arvas, et kliinik peaks olema rõõmsam, et ei oleks hirmu meditsiinasutuse ees. Siinpuhul võib soovitada tuua kliinikusse värve, kas siis seinte dekoratsioonide või taimedega. Kuna kliiniku logo üheks värviks on taevasinine, saaks seda veelgi rohkem kliinikusse tuua. Lisaks toodi välja, et ooteala võiks olla suurem – eriti COVID 19 piiranguid kinni pidades, jäi patsientidele ruumi väheks. Suur konkurents suunab ettevõtteid kasutusele võtma elamusturundust – ka hambaravi puhul saab kasutusele võtta detaile, mis võivad parandada patsiendi enesetunnet ning tekitada mugavust. Siia saab lisada näiteks pleedi, stressipalli pakkumise või patsiendi muusika eelistuse.

Kokkuvõtvalt saab välja tuua järgmised peamised autori ettepanekud:

- patsiendi ning personali vahelise kommunikatsiooni parendamine – antud aspekt puudutab väga mitmeid probleemseid kohti. Parema kommunikatsiooniga on võimalik vähendada arusaamatusi ning leida kiiremini probleemidele lahendusi. Sellega saab ära hoida negatiivset patsientide tagasisidet, sest patsientide jaoks piisab sageli arsti seletusest ning arusaamisest, et töötaja hoolib patsiendi tervisest. Patsiendid, kes soovisid jätta lisaks personaalse tagasiside, andsid vastukaja arstide kohta, kes olid avatud ning nende hoiak meeldiv. Hambaarst võib olla väga heade tehniliste oskuste ning teadmistega, kuid kui ta ei oska leida patsiendiga ühist keelt, ei pruugi teadmistest piisata, et pakkuda kõrge tasemega teenust.
- arstide kommunikatsiooni parendamiseks tuleks korraldada kliiniku sees ühisüritusi, mida saaks ühildada aktiivsete suhtlemiskoolitustega, mis lähendaks töötajaid ning annaks võimaluse parendada suhtlemise poolt.
- nõrgaks kohaks toodi välja, et visiidi aega ei saa alati kiiresti – siinpuhul aitaks kõnekeskuse töö parendamine. Ettepanekuks on vaadata üle, kuidas on praegu kõnekeskuse töö organiseeritud ning vajadusel teha muudatusi. Lisaks tasub kaaluda palgata lisa registraatorid, et kõikidele kõnedele saaks vastatud ning patsiendid ei jääks ootama. Samuti saaks parendada suhtlusvahendeid sotsiaalmeedias, kus inimesed saaksid kiiresti oma küsimuse küsitud. Siinpuhul ei sobi robot vastaja, kindlasti peab tegemist olema pädeva inimesega.
- mitte muuta kliiniku tööaega, sest patsiendid hindavad väga, et kliinik on avatud ka laupäeval ning teistel tööpäevadel öhtuni. Samas saab tagasisidest välja tuua, et mitmete arstide enda töögraafik ei ole alati kõige mugavam patsientidele, kes saavad hambaarsti külastada vaid peale tööpäeva. Seega tuleb töötajatele meelde tuletada, et nende graafik peab olema avatud ka töötavatele inimestele, kes ei saa enne tööpäeva lõppu arsti külastada. Juhtkond võiks kaaluda muuta teatud päevade arv kuus töötada öhtuti kohustuslikuks, et patsiendid saaksid eriala spetsialisti juurde mugavamal ajal.
- selleks, et kõik arstid teavitaksid patsiente töö maksumusest ning raviplaani, tasub koosolekutel meelde tuletada töötamise protokoll, lisaks võib kaaluda kasutusele võtta elektroonsed tahvlid, kuhu saab iga arst seletada lahti raviplaani ning kirja panna töö maksumuse. Protokoll sisaldab endas välja palju lisategevusi, et kogu dokumentatsioon oleks korrektne – see on oluline, et pakkuda täisväärtuslikku teenust.

- väga tähtsaks aspektiks on orienteeritus patsientidele ning see ei sõltu vaid tehnikast, vaid kompleksest teenusest. Näiteks saaks raviplaani koostades kasutada dentaalfotograafiat, mis võimaldab patsiendil paremini aru saada, milline on oleviku hammaste seis ning milliseid muudatusi on võimalik teha. Dentaalfoto ning 3D mudeli abil on võimalik anda patsiendile veel parem ülevaade tehtavast tööst. Patsiendid väärtustavad visuaalset pilti ning soovivad samal ajal aru saada raviplaanist. Personaalne lähenemine on patsientide jaoks oluline – see ongi tajutud tunnetus, millest sõltub suurel määral üldine rahulolu.
- patsiendid märkasid ära, et nende jaoks on oluline, et kliinik kasutaks uusi seadmeid ning tehnoloogiaid. Siinpuhul tuleks jätkata sama strateegiaga nagu hetkel kliinikus on – kliinikus on kaasaegsed seadmed, oma toodete ladu ning töötajad käivad ennast pidevalt täiendamas, et pakkuda veelgi paremat teenust.
- suur konkurents suunab ettevõtteid kasutusele võtma elamusturundust – ka hambaravi puhul saab kasutusele võtta detaile, mis võivad parendada patsiendi enesetunnet ning tekitada mugavust. Siia saab lisada näiteks pleedi, stressipalli pakkumise või patsiendilt muusika eelistuse küsimise. Arusaadavalt ei saa raviasutuses muuta keskkonda kardinaalselt, kuid väikesed detailid võivad patsientidele heameelt valmistada.
- luues põhjalikuma lojaalsusprogrammi on võimalik ära märkida püsipatsiente ning valmistada neile seeläbi heameelt. Lojaalsusprogrammi liikmed võivad näiteks osaleda hambatoodete või teenuste loosis. Hetkel saadetakse klientidele sünnipäeva puhul sümboolse summaga kinkekaarte, mida saab teenuse ostmisel kasutada.
- paljud patsiendid kirjutasid tagasisideks, et nad ei oska hinnata kliiniku kaasaegsust – siinpuhul aitaks kaasa näiteks sotsiaalmeedia, mis on kliinikus aktiivselt kasutusel. Sotsiaalmeedias on võimalik jagada huvitavat informatsiooni, teadvustada patsiente uuendustest. Uuenduste alla saab välja tuua uued töötajad, masinad, tooted. Kui varasemalt ei pööratud tähelepanu hambakliinikute reklaamile, siis tänapäeval on see muutunud aina populaarsemaks ning inimesed hindavad, kui näevad, mis toimub kliinikus sees. Lisaks saaks suurendada tehtud tööde kirjeldusi koos piltidega – patsientidele meeldib visuaalne pilt. Antud faktor võib patsienti kliinikuga lähendada. Patsientide teadvustamine parandab ka üldist teadlikkust hammaste hügieenist ning tõstab seega hammaste tervise kvaliteeti.
- test-klientide vastused andsid võimaluse analüüsida ka väiksemaid detaile – toodi välja, et kliiniku registraatorid peaksid olema avatuma hoiakuga, leidma alati kliendiga silmside. Selle parendamiseks saab kutsuda koolitaja, kes annab asjakohast informatsiooni ning nippe, lisaks võib kasutusele võtta elektroonilise seadme registraatorite juures, et

patsiendid saaksid koheselt jätta tagasiside, kas nad on teenindusega rahul. Praeguses situatsioonis, kus COVID-19 leviku tõkestamiseks on püütud vähendada patsiendi kontakti ohuallikatega, ei ole antud lahendus mõistlik, kuid tulevikuperspektiivis saab lahendust siiski kaaluda. Lisaks toodi välja, et kuna paljudel patsientidel on hambaarstide ning kliinikute ees hirm, võiks ruumides olla kasutusel rohkem värve, ooteruum võiks olla avaram ning hubasem. Ooteruumi suurendada pole kahjuks võimalik, kuid uuendades interjööri, on võimalik tekitada patsientides positiivsema tunde.

Üldiselt jäid patsiendid kui ka test-kliendid kliinikuga rahule ning tagasiside oli väga positiivne. Oli üllatav, et nii suur hulk inimesi võttis vaevaks vastata pikale küsimustikule ning jättis lisaks väga häid soove ning sõnumeid tagasisideks. Muutes väljatoodud nõrgemaid kohti, on võimalik parendada teenuse kvaliteeti veelgi.

KOKKUVÕTE

Antud lõputöö eesmärgiks on Läänemere hambakliinik OÜ teenuse kvaliteedi välja selgitamine. Kuna ettevõttes ei ole varasemalt teenuse kvaliteeti mõõdetud, omab magistritöö hinnalist väärtust ettevõtte juhtkonna jaoks. Uuringu analüüsi käigus saadud informatsioonist saab ettevõtte ettepanekuid teenuse kvaliteedi parendamiseks.

Vastavalt lõputöö eesmärgile andis töö autor esimeses osas ülevaate teoreetilise poole pealt, selgitades välja teenuse ja teenuse kvaliteedi olemuse ning eripärad. Lisaks mõtestati lahti SERVQUALi mudel ning testklientide olemus ning tähtsus teenuse kvaliteedi mõõtmisel. Eesmägi saavutamiseks tegi autor konkurentide analüüsi ning andis põhjaliku ülevaate Läänemere hambakliinik OÜ-st. Nii SERVQUAL kui ka testkliendi küsimustikud olid vastavuses teoreetilise osaga, lisaks oli kasutusel avatud küsimused, et saada klientidelt veelgi põhjalikum tagasiside. SERVQUAL mudeli uuring viidi läbi Läänemere hambakliiniku patsientide seas ajavahemikul 25.03.2021 – 31.03.2021 ning küsimustikule vastas 1125 patsienti. Autor koostas nii eesti keelse kui ka vene keelse küsimustiku, sest kliiniku patsientide seas on väga palju vene keelt kõnelevaid kliente.

SERVQUAL küsimustikku ning t-test meetodit kasutades toob autor välja peamised tegurid, millele tuleks kõige enam tähelepanu pöörata. Antud väited omavad statistilist olulist erinevust ning kõige madalamat oodatud ja tajutud kvaliteedi vahet. Nende parendamisel saab tõsta teenuse kvaliteedi taset:

- asukoht mugav ning kergesti ligipääsetav (0,021);
- patsiendi informeerimine töö maksumusest (0,021);
- kabinet ning kabinetis olevad esemed on puhtad ja terved (0,021);
- mugavustunne arsti ja assistendiga (0,010);
- kabinet on ettevalmistatud patsiendi vastuvõtuks (0,008);
- kiire visiidi aja saamine (0,004).

SERVQUAL dimensioonide keskmised näitased, et kolm dimensiooni olid negatiivse väärtusega ehk siis oodatud kvaliteet on kõrgem kui tajutud kvaliteet, seega ootavad patsiendid kliinikult rohkem kui nad saavad. Nendeks dimensioonideks on usaldusväärsus (-0,3), kindlustunne (-0,03), reageerimisvõime (-0,005). Antud näitajad kinnitavad veel kord t-testi tulemusi.

Töö autor edastab vastavalt läbiviidud uuringule kliiniku juhtkonnale soovitusel ning ettepanekud teenuse kvaliteedi parendamiseks:

- patsiendi ning personali vahelise kommunikatsiooni parendamine – antud aspekt puudutab väga mitmeid probleemseid kohti. Parema kommunikatsiooniga on võimalik vähendada arusaamatusi ning leida kiiremini probleemidele lahendusi. Sellega saab ära hoida negatiivset patsientide tagasisidet, sest patsientide jaoks piisab sageli arsti seletusest ning arusaamisest, et töötaja hoolib patsiendi tervisest.
- kõige kõrgema kvaliteedi taju tulemusel sai mugav tööaeg, seega hindavad patsiendid väga, et kliinik on avatud ka laupäeval ning teistel tööpäevadel õhtuni. Seega ei tasuks kindlasti tööaegu muuta. Samas saab tagasisidest välja tuua, et mitmete arstide enda töögraafik ei ole alati kõige mugavam patsientidele, kes saavad hambaarsti külastada vaid peale tööpäeva.
- selleks, et kõik arstid teavitaksid patsiente töö maksumusest ning raviplaani, tasub koosolekul meelde tuletada töötamise protokoll, lisaks võib kaaluda kasutusele võtta elektroonsed tahvlid, kuhu saab iga arst seletada lahti raviplaani ning kirja panna töö maksumuse. Protokoll peaks olema eelkõige patsiendile orienteeritud.
- suur konkurents suunab ettevõtteid kasutusele võtma elamusturundust – ka hambaravi puhul saab kasutusele võtta detaile, mis võivad parandada patsiendi enesetunnet ning tekitada mugavust. Siia saab lisada näiteks pleedi, stressipalli pakkumise või patsiendilt muusika eelistuse küsimise. Arusaadavalt ei saa raviasutuses muuta keskkonda kardinaalselt, kuid väikesed detailid võivad patsientidele heameelt valmistada.
- paljud patsiendid kirjutasid tagasisideks, et nad ei oska hinnata kliiniku kaasaegsust – siinpuhul aitaks kaasa näiteks sotsiaalmeedia, mis on kliinikul kasutusel. Sotsiaalmeedias on võimalik jagada huvitavat informatsiooni, teadvustada patsiente uuendustest. Kui varasemalt ei pööratud tähelepanu hambakliinikute reklaamile, siis tänapäeval on see muutunud aina populaarsemaks ning inimesed hindavad, kui näevad, mis toimub kliinikus sees. Antud faktor võib patsienti kliinikuga lähendada.

- test-klientide vastused andsid võimaluse analüüsida ka väiksemaid detaile – toodi välja, et kliiniku registraatorid peaksid olema avatuma hoiakuga, leidma alati kliendiga silmside. Selle parendamiseks saab kutsuda koolitaja, kes annab asjakohast informatsiooni ning nippe, lisaks võib kasutusele võtta elektroonilise seadme registraatorite juures, et patsiendid saaksid koheselt jätta tagasiside, kas nad on teenindusega rahul. Praeguses situatsioonis, kus COVID-19 leviku tõkestamiseks on püütud vähendada patsiendi kontakti ohuallikatega, ei ole antud lahendus mõistlik, kuid tulevikuperspektiivis saab lahendust siiski kaaluda. Lisaks toodi välja, et kuna paljudel patsientidel on hambaarstide ning kliinikute ees hirm, võiks ruumides olla kasutusel rohkem värve, ooteruum võiks olla avaram ning hubasem. Ooteruumi suurendada pole kahjuks võimalik, kuid uuendades interjööri, on võimalik tekitada patsientides positiivsema tunde.

Kokkuvõtvalt järeltab töö autor, et magistritöö täitis etteantud eesmärgi ning andis tagasisidet teenuse kvaliteedi kohta Läänemere hambakliinikus. Teenuse taset Läänemere hambakliinikus saab hinnata pigem positiivseks, tulemused näitavad, et alati on arenguruumi, kuid suures pildis on kvaliteet hea. Kuna varasemalt pole kliinikus teenuse kvaliteeti SERVQUAL mudeli järgi mõõdetud, saadi patsientide käest olulist tagasisidet ning pöörates tähelepanu statistiliselt probleemsematele kohtadele on võimalik parendada teenuse kvaliteeti ning tõsta seeläbi klientide rahulolu. Töö autor soovib ettevõttel viia läbi ka tulevikus sarnaseid küsitlusi, et võrrelda saadud tulemusi ning hoida teenuse kvaliteedi taset kõrgel.

SUMMARY

MEASURING SERVICE QUALITY IN LÄÄNEMERE HAMBAKLIINIK

Elina Bötšinski

This master's thesis, titled *Measuring Service Quality in Läänemere Hambakliinik*, aims to measure that clinic's quality of service, and to examine, as the thesis' research problem, the company's own lack of information concerning their service quality.

In order to create a service that satisfies the customer's wishes, both positioning the company properly in the market, and also the offering of value to the customer, are required. There is strong competition among dental clinics, because the Advertising Act prohibits medical institutions from performing campaigns; in their advertising, only the location of the clinic and the services offered there can be communicated. In other words, the customer's service journey and satisfaction with the company, and thus the overall quality of the service, are of great importance. High service quality can be a clear competitive advantage in the market and is related to customer satisfaction and customer loyalty. Evaluating the quality of service is essential in order to maintain existing clients and to bring new customers to the company.

This master's thesis consists of three chapters. In the first chapter, the theoretical side of the work is explained, that is, the nature of customer service and its quality. The author mainly referred to the works of the following authors: Grönroos, Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1988). In addition, the SERVQUAL model and the use of a test client to measure service quality are explained. The second chapter describes the company in question, Läänemere Hambakliinik OÜ; the general dental market, and competition among dental clinics in Estonia, and the corresponding importance of service quality in this field. The third chapter devotes itself to the service quality survey performed at Läänemere Hambakliinik OÜ, specifically, the survey's methodology and results, and the results of the SERVQUAL and test client analyses. Finally, the author has presented

the conclusions of the study and has presented to the company's management proposals intended for the improvement of the quality of their services.

In order to achieve this goal, the master's student researched the theoretical framework of service quality and prepared a questionnaire derived from it. The questionnaire was based upon the SERVQUAL model; 22 questions focused on expected quality, and 22 on perceived quality. The questionnaire was distributed to 20,000 patients and a total of 1,125 responses were received. The author used a t-test to perform a statistical analysis. In addition, five test clients were used, who had to pass through their own service experience and to provide more detailed feedback.

The averages of the SERVQUAL service dimension results showed that three dimensions were negative, meaning that the expected quality was found to be higher than the perceived quality; thus it can be seen that patients expect more from the clinic than they receive. These dimensions were Reliability (-0.3), Confidence (-0.03), and Responsiveness (-0.005). These indicators also confirm the t-test results.

The author of the work has forwarded to the clinic's management recommendations, as determined by the research performed, on how to raise the quality of the clinic's service. It would be advisable to improve the work of the receptionists by conducting communication training and by using electronic screens to ask feedback from the clients. In addition, the clinic's premises could be made more cozy and, if possible, experience marketing (a stress ball or offering a blanket during reception) could be employed, so that patients would not be afraid to visit the dentist. Improving communication between the patient and the staff is of paramount importance, as improved communication will reduce misunderstandings and enable solutions to be found more quickly. This can prevent negative patient feedback, as patients often need the reassurance of a doctor's explanation and thus to understand that the employee actually cares about the patient's health. There would also be added value in useful and active social media, where patients would be the recipients of exciting updates, seeing the life of the clinic from the inside. Taking special note of loyal customers and the creation of a loyalty program would also effect good results.

In summary, the author concludes that this master's thesis has attained its intended goal and has provided feedback on the quality of service at Läänemere Hambakliinik. The level of service at this clinic can be assessed as being rather positive; the results show that there is certainly room for improvement, but with reference to the big picture, the overall quality is good. Since the quality

of service at the clinic has not been measured according to the SERVQUAL model before, a significant amount of feedback was received from the patients; therefore, by paying attention to the statistically more problematic service areas, it will be possible to improve the quality of service and thereby increase customer satisfaction. The author of the paper recommends that the company conduct similar surveys in the future in order to compare the results obtained, and in so doing, to keep the level of service quality high

KASUTATUD ALLIKATE LOETELU

- Agarwal, N., Tsay, A. (2000). Channel dynamics under price and service competition, *Manufacture Service Operation Management*, 2, 372-391.
- Alexandris, K., Dimitriadis, N., Kasiara, A. (2001). The behavioural consequences of perceived service quality: An exploratory study in the context of private fitness clubs in Greece, *European Sport Management Quarterly*, 1, 280-299.
- Ali, N., Hashem, T. (2019). The impact of service quality on customer loyalty: A study of dental clinics in Jordan, *International Journal of Medical and Health Research*, 5, 65-68.
- AS Maxilla. *Info*. Kättesaadav: <https://www.maxilla.ee/maxilla/info/>, 15.02.2021.
- Bahadori, M., Baldacchino, D., Raadabadi, M., Ravangard, R. (2015). Factors affecting dental service quality, *International Journal of Health Care Quality Assurance*, 28, 678-689.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., Zeithaml, V. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research, *Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., Zeithaml, V. (1988). SERVQUAL: A Multiple- Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., Zeithaml, V. (1991). Refinement and Reassessment of the Servqual Scale, *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- Berry, L. L., Parasuraman, A., Zeithaml, V. (1996). The behavioural consequences of service quality, *Journal of Marketing*, 60, 31-46.
- Biard, B., Jacob, S., Schiffino, N. (2018). The mystery shopper: a tool to measure public service delivery? *International review of administrative science*, 84, 164-184.
- Bitner, M. J., Hubbert, A. R. (1994). Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus service quality: The consumer's voice. In Rust, R.T. and Oliver, R.L. (eds), *Service Quality: New directions in theory and Practice*, 72-94.
- Bitner, M. J., Zeithaml, V. A. (2000), *Services marketing-integrating customer focus across the firm* (Second Edition). New York: The McGraw Companies, Inc.
- Bloemer, J., de Ruyter, K., Wetzels, M. (1999). Linking perceived service quality and service loyalty: a multidimensional perspective, *European Journal of Marketing*, 33, 1082-1106.

- Brown, N., Pyke, J., Samuelson, G., Shepherd, M. (1991). Shaping mental health services, *Canadian Nurse*, 87(5), 17-19.
- Cachon, G., Olivares, M. (2010). Drivers of finished-goods inventory in the U.S. automobile industry, *Management Science*, 56, 202-216.
- Calvert, P. (2005). It's a mystery: Mystery shopping in New Zealand's public libraries, *Library Review*, 54 (1), 24-35.
- Chang, W., Chang, Y. (2012). Patient satisfaction analysis: Identifying key drivers and enhancing service quality of dental care, *Journal of Dental Sciences*, 8, 239-247.
- Cred-info andmebaas. *Tasutud riiklikud maksud*, 2019.
- Cred-info andmebaas. *Turu iseloomustus*, 2019.
- Cred-info andmebaas. *Turumaht ja trendid*, 2019.
- Cronin, J. J., Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension, *Journal of Marketing*, 56(3), 55–68.
- Davies, J., Douglas, A., Douglas, J. (2007). The Impact of Mystery Customers on Employees. Research paper. Linköping: Linköping University Press.
- Diljit, S., Kiran, K. (2017). Antecedents of customer loyalty: Does service quality suffice?. *Malaysian Journal of Library & Information Science*, 16(2), 95-113.
- Edvardsson, B., Gustafsson, A. and Roos, I. (2005). Service Portraits in Service Research: A Critical Review, *International Journal of Service Industry Management*, 16(1), 107-121.
- Ford, R., Latham, G., Lennox, G. (2011). Mystery shoppers: A new tool for coaching employee performance improvement, *Organizational Dynamics*, 40, 157–164.
- Fortuny-Santos, J., Kulašin, D. (2005). Review of the SERVQUAL Concept. 4th Research/expert Conference with International Participation "QUALITY 2005", *Fojnica B&H*, 133-140.
- Gilmore, A. (2003). *Services Marketing and Management*. London: SAGE Publications Ltd.
- Greenfield, H. I. (2002). A Note on the Goods/Services Dichotomy, *The Service Industries Journal*, 22(4), 19–21.
- Gregory, J. L. (2018). Applying SERVQUAL using service quality perceptions to improve student satisfaction and program image, *Journal of Applied research in higher education*, 1, 788-799.
- Grönroos, C. (1982). *Strategic Management and Marketing in the Service Sector*, Swedish School of Economics and Business Administration, Helsingfors, Sweden.
- Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications, *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.

- Grönroos, C. (1988). Service Quality: The Six Criteria of Goods Perceived Service Quality, *Review of Business*, 9(3), 10–13.
- Grönroos, C. (1989). Defining Marketing: A Market-Oriented Approach, *European Journal of Marketing*, 23(1), 52-60.
- Grönroos, C. (2000). Service management and marketing: a customer relationship management approach, 2nd edition. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd.
- Grönroos, C. (2001). The perceived service quality concept – a mistake? *Managing Service Quality: An International Journal*, 11(3), 150–152.
- Grönroos, C. (2007). Service Management and Marketing. Customer Management in Service Competition. 3rd ed. West Sussex: John Wiley & Sons Limited.
- Harrison, S., Mort, M. (1998). Which champions, which people? Public and user involvement in health care as a technology of legitimation, *Social Policy and Administration*, 32(1), 60-70.
- Haver, D., Mann, J., Mansbach, I. K., Sgan-Cohen, H. D. (2004). A review of satisfaction with dental service at a Jerusalem community clinic serving elderly patients, *International dental journal*, 54, 224-228.
- James, J., Kang, G. D. (2004) Service quality dimensions: an examination of Grönroos's service quality model, *Managing Service Quality*, 14, 266-277.
- Jankal, R., Jankalova, M. (2011). Mystery shopping – the tool of employee communication skills evaluation, *Business: Theory and Practice*, 12(1), 45–49.
- Johns, N. (1998). What is this thing called service? *European Journal of marketing*, 10, 958-973.
- Kaldenberg, D. O., Koenig, H. F., McAlexander, J. H. (1994). Service quality measurement: examination of dental practices sheds more light on the relationships between service quality, satisfaction, and purchase intentions in a health care setting, *Journal of Health Care Marketing*, 14, 34-40.
- Mihhail Bõtšinski, Läänemere hambakliiniku tegevjuht. Autori intervjuu. Helisalvestis. 04. jaanuar 2021.
- Mohanty, R. P., Parkash, A. (2012). Understanding service quality, *The Management of Operations*, 24, 1050-1065.
- Schneider, B., White, S. (2004). Service quality: Research perspectives. London: Sage.
- Unimed Kliinikud OÜ. Meist. Kättesaadav: <https://unimed.ee/meist/hambakliinikud/>, 15.02.2021.
- Wilson, A. M. (1998). The use of mystery shopping in the measurement of service delivery, *Service Industries Journal*, 18(3), 148–163.

LISAD

Lisa 1. SERVQUAL mudeli järgi koostatud ankeetküsimustik

Üldine küsimus (ootus)		Küsimus kindla ettevõtte kohta (taju)	
1A	hambakliinikus peaks olema kaasaegne tehnika/ seadmed	1B	Läänemere hambakliinikus on kasutusel kaasaegne tehnika/ seadmed
2A	hambakliiniku tööruumid peavad olema kaasaegsed ja meeldivad	2B	Läänemere hambakliiniku tööruumid on kaasaegsed ja meeldivad
3A	hambakliiniku töötajate tööriietus peaks olema viisakas, puhas ja korrektne	3B	Läänemere hambakliiniku töötajate tööriietus on viisakas, puhas ja korrektne
4A	hambakliiniku registraatorid peavad olema äratuntavad ning viisakalt riidetud	4B	Läänemere hambakliiniku registraatorid on äratuntavad ning viisakalt riidetud
5A	hambakliiniku asukoht on patsiendi jaoks mugav. *Kliiniku asukoht on mugav ning kergesti ligipääsetav kasutades erinevaid transpordiliike (auto/buss/takso)	5B	Läänemere hambakliiniku asukoht on mugavalt ligipääsetav nii auto, bussi kui ka taksoga
6A	hambakliinikus peab olema loogiline ning mugav liikuda	6B	Läänemere hambakliinikus on mugav ning loogiline liikuda
7A	hambakliinik peab olema usaldusväärne	7B	Läänemere hambakliinik on usaldusväärne
8A	hambakliinik peab teostama teenuse lubatud ajal	8B	Läänemere hambakliinik teostab teenuseid lubatud ajal
9A	hambakliinik peab enne protseduuri läbiviimist informeerima klienti töö maksumusest	9B	Läänemere hambakliiniku töötajad informeerivad patsienti enne protseduuri läbiviimist töö maksumusest
10A	kabinet ning kabinetis olevad esemed ning tehnika on puhtad ja terved	10B	Läänemere hambakliiniku kabinet ning kabinetis olevad esemed ning tehnika on puhtad ja terved
11A	patsiendi ooteaeg ei tohi olla liiga pikk	11B	Läänemere hambakliiniku ooteaeg on pikk
12A	töötajad peaksid olema patsiendi suhtes vastutulelikud	12B	Läänemere hambakliiniku töötajad on patsiendi vastu vastutulelikud
13A	Patsient peab saama visiidi aja võimalikult kiiresti	13B	Patsient saab võimalikult kiiresti visiidi aja Läänemere hambakliinikus

Lisa 1 järg

14A	probleemide tekkimise puhul näitavad töötajad üles siirast soovi ja huvi neid lahendada	14B	probleemide tekkimise puhul näitavad Läänemere hambakliiniku töötajad üles siirast soovi ja huvi neid lahendada
15A	patsient peab tundma ennast arsti või assistendiga võimalikult mugavalt	15B	Patsient tunneb ennast Läänemere hambakliiniku arsti või assistendiga mugavalt
16A	töötajad suhtuvad klientidesse austusega ja lugupidavalt	16B	Läänemere hambakliiniku töötajad suhtuvad klientidesse austusega ja lugupidavalt
17A	töötajatel on olema kõik vajalik, et teha oma tööd hästi- kabinet on ettevalmistatud patsiendi vastuvõtuks	17B	Läänemere hambakliiniku töötajatel on olemas kõik vajalik, et teha oma tööd hästi- kabinet on ettevalmistatud patsiendi vastuvõtuks
18A	kliiniku töötajad peavad olema kompetentsed vastama patsiendi tekkinud küsimustele	18B	Läänemere hambakliiniku töötajad on kompetentsed vastama patsiendi tekkinud küsimustele
19A	hambaarst peaks patsiendile lahti seletama personaalse raviplaani	19B	Läänemere hambakliinikus seletab hambaarst alati personaalselt raviplaani lahti
20A	igale patsiendile peaks olema eraldi personaalne lähenemine	20B	Läänemere hambakliinikus on igale patsiendile personaalne lähenemine
21A	hambaravi töötaja peab aru saama patsiendi soovist ning võimalustest	21B	Läänemere hambakliiniku töötajad saavad aru patsiendi soovidest ning võimalustest
22A	hambaarsti tööaeg peab olema patsientide jaoks mugav	22B	Läänemere hambakliiniku hambaarstide tööaeg on patsientide jaoks mugav

Allikas: autori koostatud

Lisa 2. Test-kliendi küsimustik

Mystery Shopper Checklist- Läänemere hambakliinik

This general mystery shopping questionnaire is used to assess customer service.

Powered by

General Questions

(Kliinikusse saabudes) Palun märkige ära, kas järgnevad aspektid olid täidetud.

Leidsite parkimiskoha Lasnamäe tervisemaja ees?

—

Leidsite kerge vaevaga kliiniku?

—

Suunavad märgistused olid hästi märgatavad, et leida ülesse Läänemere hambakliinik?

—

Lasnamäe tervisemaja oli lihtne ülesse leida?

—

Kliinikusse saabudes olid registraatorid sõbralikud?

—

Kas kohtasite kliinikusse saabudes ka hambakliiniku muud personali?

—

Kas registraatorid tervitasid Teid?

—

Kas registraator/registraatorid:

Küsis kuidas saab Teid aidata?

—

Tekkis silmkontakt?

—

Suunas Teid vajaminevasse kabinetti?

Lisa 2 järg

Oli sõbralik? —
Oli korrektset ja meeldivalt rietatud? —
Kandsid nimesilti? —
Palusid Teil täita mingisuguseid dokumente/pabereid? —
Kas olete vastuvõtu ooteajaga rahul? —
Palun märkige, kas teie suhtlemisel hambaarstiga kehtivad järgmised väited: Teile anti ülevaade tehtavast teenusest? —
Vastati kõigile Teie küsimustele? —
Hinnake hamabakliiniku personali:
Järgmiste omaduste järgi:
Sõbralikkus —
Avatud hoiak —
Viisakus —
Abivalmidus —
Tähelepanelikkus —
Professionaalne väljanägemine

Lisa 2 järg

Professionaalne suhtlus —
Kõrge teadmiste tase —
Suutsid panna Teid end mugavalt tundma —
Selgitati kõike arusaadavalt —
Suhtuti Teisse lugupidavalt —
Kui hästi olid vastatud tekkinud küsimused? —
Teenus
Peale teenuse kasutamist, kuidas jäite rahule järgnevate aspektidega?
Kuidas Teile sobis läbitud teenus? —
Teenuse ajal tundsite end turvaliselt? —
Töötajad teadsid rääkida kõikidest pakutavatest teenustest? —
Hambaarst andis põhjaliku ülevaate teenuse maksumusest? —
Keskkond
Palun hinnake hambakliiniku välimust
Kaasaegne välimus —

Lisa 2 järg

Kaasaegne tehnika ja seadmed —
Hästi organiseeritud —
Üldine mulje
Milline oli Teie esmamulje kliinikust? Milline oli mulje peale teenuse kasutamist? —
Mis oli tehtud hästi ning avaldas Teile muljet? —
Mida saaks parandada? —
Muud tähelepanekud —
Kontakt
Test kliendi nimi —

Allikas: autori koostatud, Lumiforma

Lisa 3. SERVQUAL tulemused protsentuaalselt

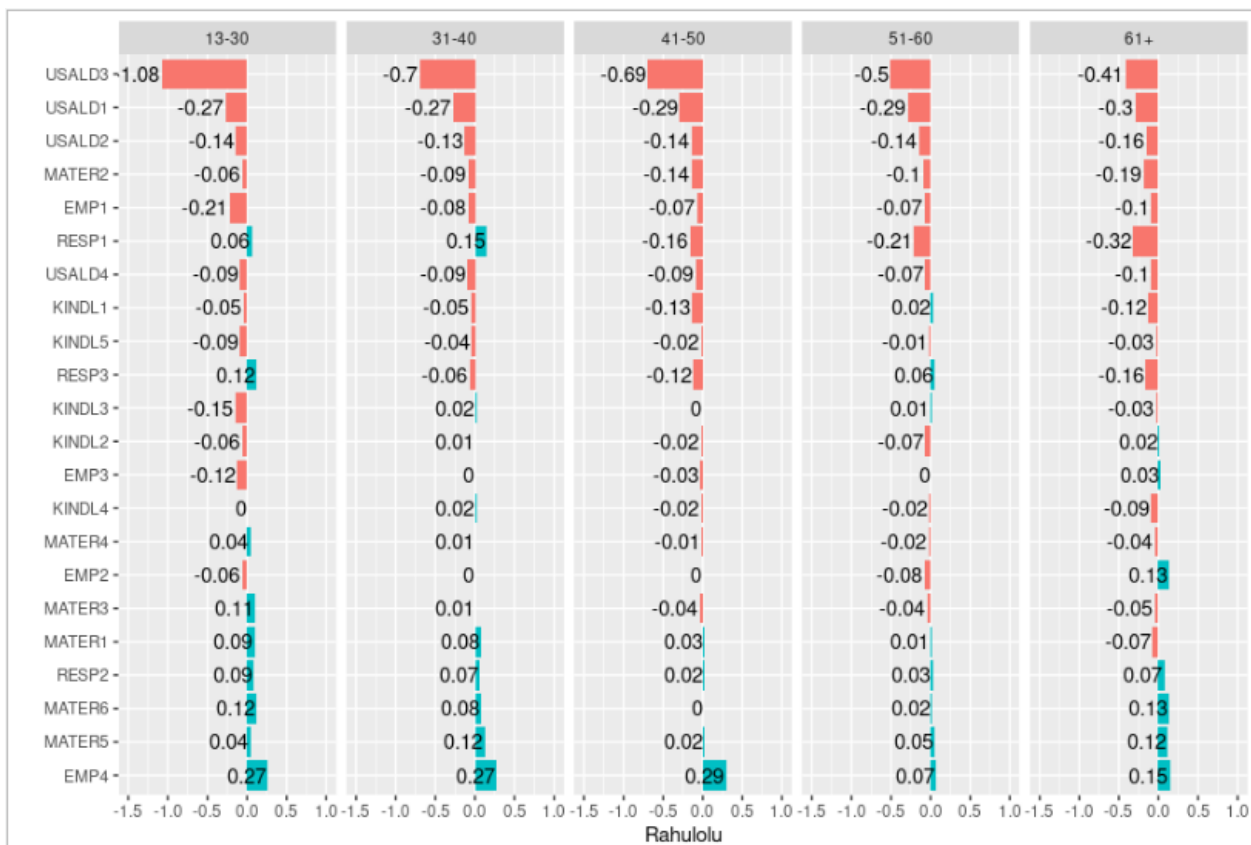
Nimi	1	2	3	4	5	6	7
EMP1A	0.2%	0.2%	0.4%	1.6%	4.2%	11.9%	81.6%
EMP1B	0.4%	0.1%	0.7%	2.7%	5.9%	13.3%	76.9%
EMP2A	0.1%	0.3%	0.8%	2.8%	5.9%	13.7%	76.5%
EMP2B	0.4%	0.0%	0.3%	3.0%	6.3%	14.8%	75.2%
EMP3A	0.4%	0.1%	0.4%	3.6%	7.6%	14.1%	73.9%
EMP3B	0.4%	0.1%	0.4%	2.9%	7.4%	18.6%	70.1%
EMP4A	0.4%	0.4%	2.0%	4.2%	10.6%	16.1%	66.4%
EMP4B	0.3%	0.0%	0.5%	3.1%	5.8%	14.2%	76.1%
KINDL1A	0.1%	0.2%	0.8%	3.0%	7.8%	13.7%	74.4%
KINDL1B	1.0%	0.2%	0.9%	2.7%	6.5%	17.9%	70.9%
KINDL2A	0.0%	0.3%	0.1%	2.0%	4.0%	10.8%	82.9%
KINDL2B	0.0%	0.2%	0.5%	1.3%	3.9%	13.8%	80.3%
KINDL3A	0.1%	0.1%	0.1%	0.9%	3.2%	9.6%	86%
KINDL3B	0.4%	0.0%	0.3%	1.0%	2.8%	10.9%	84.6%
KINDL4A	0.1%	0.0%	0.0%	0.8%	1.7%	8.9%	88.5%
KINDL4B	0.0%	0.2%	0.1%	0.6%	1.6%	10.1%	87.4%
KINDL5A	0.4%	0.3%	0.3%	0.7%	4.0%	11.1%	83.3%
KINDL5B	0.3%	0.4%	0.3%	1.3%	3.0%	14.8%	79.8%
MATER1A	0.0%	0.0%	0.1%	0.8%	3.5%	9.3%	86.3%
MATER1B	0.0%	0.1%	0.0%	0.6%	1.4%	9.3%	88.5%
MATER2A	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.4%	4.6%	94.9%
MATER2B	0.0%	0.1%	0.0%	0.5%	1.8%	10.3%	87.3%
MATER3A	0.0%	0.0%	0.4%	0.0%	1.9%	5.1%	92.7%
MATER3B	0.0%	0.0%	0.1%	0.3%	1.2%	6.0%	92.4%
MATER4A	0.0%	0.0%	0.3%	0.5%	4.7%	9.4%	85.1%
MATER4B	0.0%	0.0%	0.6%	0.5%	3.2%	10.9%	84.7%
MATER5A	0.1%	0.4%	0.5%	1.8%	6.7%	10.8%	79.8%
MATER5B	0.0%	0.3%	0.4%	1.5%	4.8%	9.8%	83.3%
MATER6A	0.2%	0.3%	0.3%	2.1%	7.0%	10.9%	79.2%
MATER6B	0.0%	0.3%	0.4%	1.2%	4.3%	13%	80.9%
RESP1A	8.4%	6.9%	7.7%	20.4%	22.2%	13.6%	20.7%
RESP1B	7.5%	8.2%	9.7%	18.0%	22.4%	16.2%	18%
RESP2A	0.2%	0.1%	0.3%	1.3%	6.4%	13.1%	78.7%
RESP2B	0.0%	0.1%	0.4%	1.2%	3.9%	13.2%	81.2%
RESP3A	1.2%	0.9%	2.7%	9.6%	19.7%	19.8%	46.1%
RESP3B	1.4%	0.6%	1.5%	7.2%	12.3%	16.2%	31.4%
USALD1A	0.0%	0.0%	0.0%	0.2%	1.1%	3.4%	95.4%
USALD1B	0.0%	0.2%	0.6%	1.3%	5.4%	15.9%	76.5%
USALD2A	0.0%	0.0%	0.1%	0.1%	2.0%	9.7%	88.2%

Lisa 3 järg

USALD2B	0.4%	0.3%	0.2%	1.4%	3.8%	11.9%	82.0%
USALD3A	0.1%	0.1%	0.0%	0.9%	3.2%	5.6%	90.1%
USALD3B	2.4%	1.3%	2.7%	7.5%	9.5%	14.5%	62.1%
USALD4A	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.1%	1.2%	98.7%
USALD4B	0.0%	0.0%	0.0%	0.3%	1.0%	7.3%	91.5%

Allikas: autori koostatud

Lisa 4. SERVQUAL tulemused vastavalt vanusegruppidele



Allikas: autori koostatud

Lisa 4. Lihtlitsents

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks¹

Mina Elina Bõtšinski

1. annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose

TEENUSE KVALITEEDI MÕÕTMINE LÄÄNEMERE HAMBAKLIINIKU NÄITEL
(lõputöö pealkiri)

mille juhendaja on Oliver Parts,

(juhendaja nimi)

- 1.1 reprodutseerimiseks lõputöö säilitamise ja elektroonse avaldamise eesmärgil, sh TalTechi raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
- 1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks TalTechi veebikeskkonna kaudu, sealhulgas TalTechi raamatukogu digikogu kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. Olen teadlik, et käesoleva lihtlitsentsi punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest ning muudest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

¹Lihtlitsents ei kehti juurdepääsupiirangu kehtivuse ajal, välja arvatud ülikooli õigus lõputööd reprodutseerida üksnes säilitamise eesmärgil.