

Lõputöö lühikokkuvõte

Asutus <i>(eesti ja inglise keeles)</i>	Tallinna Tehnikaülikool, Majandusteaduskond <i>Tallinn University of Technology, Tallinn School of Economics and Business Administration</i>
Õppekava	BDÄR
Autor	Riina Aume
Juhendaja	Raul Vatsar
Töö pealkiri	Positiivse kliendikogemuse loomine lõhedeteooria kaudu tootlustusasutuse Olde Hansa näitel.
Töö pealkiri	Creating customer experience using the gaps theory in the example of olde hansa restaurant.
Töö lühikokkuvõte <i>(eesti keeles, 1-2 lk)</i>	

Aina enam puutuvad ettevõtted kokku olukorraga, kus on vaja konkurentsisis püsimiseks ning, ärilises mõttes, ellu jäämiseks eristuda. Olla parem teistest samas valdkonnas tegutsevatest ettevõtetest. Üheks selliseks tugeva eelise loomise võimaluseks on kõrge teeninduse kvaliteet, mis hõlmab endas tugevate organisatsiooni standardite loomist teeninduses, probleemsete olukordade ennetamist ettevõtte sees ning nii ettevõtte sisese kui ka väljapoolt klientide regulaarse tagasiside küsimist ja analüüsi.

Teeninduse kvaliteedi tõstmise eesmärgil niiviisi strateegiliselt kätudes loob ettevõtte lojaalse kliendibaasi. Positiivse elamuse tõttu soovitakse kliendisuhet jätkata ning ka perekonnale, sõpradele ja kolleegidele soovitada. Lisaks on täheldatud tugevat seost töötajate ja positiivse elamuse loomise vahel pakkumaks kliendile maksimaalselt parimat tulemust.

Lõputöö eesmärgiks on näidata lõhedeteooria mudeli kasutamist kvaliteetse klienditeeninduse loomiseks kliendile. Töö autor võtab aluseks antud süsteemi ja analüüsib positiivse kogemuse loomise võimalike (takistavaid) faktoreid läbi kõnealuse mudeli erinevate lahkevuste. Tänapäevaks on klienditeeninduse kvaliteet väga oluline konkurentsieelis ning sellele tuleb aina enam tähelepanu pöörata. Edukad on need ettevõtted, kes selle olulisust mõistavad. Antud tööga soovibki autor näidata klienditeeninduse kvaliteedi tähtsust ning seda ennekõike ettevõtte seesmiselt, läbi lõhedeteooria mudeli. Kõnealuse mudeli eesmärgiks on välja selgitada ettevõttes esinevad kitsaskohad, mis takistavad pakumast kliendile positiivset elamust. Nendeks olukordadeks võivad olla nii töötajate ja juhtkonna vaheline kommunikatsiooniprobleem, mõistmatus aru saada ettevõtte kliendi soove või näiteks vale kommuniqueerumine kliendile pakutava teenuse osas. Antud mudeli alusel saabki ennetada tekkivaid teenuse kvaliteedi kitsaskohti, mida tuleb kindlasti teha regulaarselt.

Autor võrdleb oma teoreetilises osas erinevate allikate alusel alljärgnevaid punkte:

- kliendikogemus ning selle tähendus;
- lõhedeteooriate erinevad mudelid;
- lõhedeteooria pidev ennetamine kliendikogemuse ja kvaliteedi tõstmiseks;
- uurimus Olde Hansa näitel ettevõtte sisemise info liikumise mõjust kliendikogemusele ja klienditeeninduse kvaliteedile.

Teoreetilises osas võrdleb autor erinevaid lähenemisi klienditeenindusele. Lisaks analüüsib teenuse kvaliteedi parandamise tähtsust ettevõtte eelisena konkurentide seas.

Kvaliteetse teenuse pakkumise juures on oluline mõista ka neid olukordi, kus võib tekkida kitsaskohti sihtturule mõeldud teenuse pakkumisel. Teise osana võrdleb autor erinevaid lõhedeteooria mudeleid ning antud lähenemise arengut aastatega. Lisaks toob välja erinevad tahud mudeli juures, mis kokkuvõtlikult teenindusprotsessi mõjutavad.

Viimaseks võrdleb autor erinevaid lõhede likvideerimise võimalusi ning eriti kriitilisi kohti, millele keskenduda teeninduskvaliteedi välja töötamisel.

Töö teise osa viib autor läbi restorani Olde Hansa näitel. Toitlustusasutusi on tänapäeval loendamatul hulgal ning erinevus on oluline faktor silma paistmiseks. Selleks suureks teguriks on tihti klienditeenindus, sest head teeninduselamust on keeruline saada.

Autori lõputöö uurimusega keskendutakse restorani Olde Hansa töötajate sisemise informatsiooni liikumisele ning vastastikuse suhtlemise probleemidele. Uuringu eel eeldas autor sisemisest kommunikatsioonist tingitud probleemide mitte esinemist Olde Hansas, järeldades seda teeninduse unikaalsusest ning klientide tagasisidest erinevates interneti keskkondades. Analüüsi käigus uuris autor osakondade suhtlemist enda meeskondadega ja ka osakondade vahelist suhtlemist. Samuti ka erinevusi juhtkonna suhtlemisel meeskonnaga ning juhtkonna nägemust omapoolses töös. Antud info põhjal saab autor teha järeldusi klienditeeninduse taseme mõjule, vastavalt sellele, millised on loodud töötingimused, kas ettevõtte tegeleb teeninduse kvaliteedi taseme hoidmiseks ja tõstmiseks teoorias välja toodud lõhedemudeli lõhedega. Sellest lähtuvalt saab autor teha ettevõttesisese kommunikatsiooni ja töövalmiduse ning klientide arvamusel põhjal järeldusi lõhede olemasolust ettevõtte sees.

Läbiviidud empiirilise uuringu meetodikaks on ankeetküsitlus, millele vastasid Olde Hansa erinevate üksuste töötajad. Kokku osales uuringus 74 töötajat, kellest põhikohaga on 44 ning töövõtulepinguga 30 töötajat. Viimaseid nimetatakse töökestkonna sees „klubilisteks“. Vastanutest on mehi 18 ja naisi 56. Küsitluse tulemusena saab töö autor vastuse ettevõtte sisemise info liikumise mõjust klienditeeninduse kvaliteedile. Sellest tulenevalt saab autor ümber lükata või kinnitada teoorias välja toodud lõhedeteooria mudeli olulisust ning pidevat analüüsivajadust.

