

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Carmen Šimanis

**KONTAKTIVABA MAJUTUSTEENUSE
ARENDAMINE MAJUTUSETTEVÕTTE
DÖNHOF RESIDENCE NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Margrit Kärp, MBA

Pärnu 2023

Soovitan suunata kaitsmisele

(allkirjastatud digitaalselt)

Margrit Kärp

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht

(allkirjastatud digitaalselt)

Tiina Tamm

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

(allkirjastatud digitaalselt)

Carmen Šimanis

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Kontaktivaba reisimine.....	7
1.1. Kontaktivaba reisimise mõiste ja arengusuundumused	7
1.2. Kontaktivaba reisija ootused ja vajadused	10
1.3. Kontaktivaba majutusteenuse arendamise võimalused	17
2. Dönhoff residence külastajate ootuste ja vajaduste uuring	25
2.1. Ülevaade Dönhoff Residence ettevõttest ja uuringu kirjeldus	25
2.2. Uuringu tulemuste analüüs.....	28
2.3. Järeldused ja ettepanekud.....	36
Kokkuvõte	41
Viidatud allikad.....	44
Lisad.....	50
Lisa 1. Ankeetküsitlus.....	51
Summary	56

SISSEJUHATUS

Käesolev lõputöö keskendub kontaktivaba reisimise käsitlustele ning kontaktivaba reisija ootustele vastavate majutusteenuste arendamisele. Just kontaktivabasid teenuseid peetakse üheks võimaluseks turismi pandeemiast taastumise protsessi kiirendamisel.

Ülemaailmsel pandeemiatel on alati olnud ulatuslikud negatiivsed mõjud turismisektorile ja seda nii lühikeses kui ka pikas perspektiivis. Mõju ulatust kujundavad mitmed tegurid, sealhulgas geograafiline kaugus epideemia epitsentrist ja nakkusvõime suurus, samas on suur roll ka meedias kajastatud informatsioonil pandeemia kohta ning sellega kaasneval inimeste hüsteerial. (Škare *et al.*, 2021, lk 2)

Viimasest laiaulatuslikust COVID-19 pandeemiast tingituna on inimeste turvatunne avalikes kohtades viibimisel vähenenud ning selleks, et julgustada kliente taas teenuseid kasutama, peavad ettevõtjad looma ja kasutusele võtma uusi võimalusi. (Gursoy & Chi, 2020, lk 3). Erinevad piirangud nagu inimkontaktide vähendamine ja maski kandmise kohustus on reisimisel jäänud kehtima pikemaks ajaks, mis sunnib majutusettevõtteid uute korraldustega kohanema ning uusi tehnoloogiaid kasutusele võtma (Ivanov, Webster, Stoilova, *et al.*, 2022, lk 13).

Kontaktivabasid teenuseid peetakse üheks võimaluseks turismi pandeemiast taastumise protsessi kiirendamisel. Kontaktivabad teenused põhinevad uutel tehnoloogiatel ja hotellides on sellised teenused kasutusel olnud juba pikemat aega. Pandeemiast tingituna on uute tehnoloogiate kasutuselevõtt kiirenenud, et pakkuda klientidele võimalikult sujuvat ja turvalist kontaktivaba teenust. Nende tehnoloogiate kasutamisel eksisteerib samas ka mitmeid probleeme, mida on veel vähe uuritud. Üheks probleemiks on see, et kontaktivabade teenuste kasutamist ei ole vaadeldud kliendi vaatenurgast. Hotellid, kes pakuvad kontaktivaba majutusteenust ei ole teadlikud sellest, kas nende kliendid on uute tehnoloogiate suhtes vastuvõtlikud ning millised on üldse klientide ootused selliste teenuste puhul. (Hao & Chon, 2021a, lk 912) Tulenevalt eeltoodust saab öelda, et

probleemiks on majutusteenust pakkuvate ettevõtete vähene teadlikkus kontaktivabade teenuste kasutajate ootustest selleks, et kiirendada pandeemiast mõjutatud majutusturu taastumist. Probleemist tulenevalt on koostatud ka probleemküsimus: kuidas arendada kontaktivabale reisijale sobivaid majutusteenuseid?

Probleemküsimusele püütakse vastuseid leida Dönhoff Residence klientide uuringu toel ehk viiakse läbi ankeetküsitlus hotelli klientide ning inimeste seas, kellel on olnud kokkupuude kontaktivaba majutusega. Lõputöö eesmärgiks on esitada ettepanekud kontaktivaba reisija ootustele ja vajadustele tuginevate majutusteenuste arendamiseks.

Lõputöö eesmärgi saavutamiseks on püstitatud uurimisküsimus: kuidas reisija ootuseid ja vajadusi arvesse võttes arendada kontaktivaba majutusteenust? Majutusettevõttes Dönhoff Residence on broneeringute tegemine ja sisseregistreerimine hästi toimiv ning klientidele tuttav, seetõttu käsitletakse käesolevas töös just neid kokkupuutepunkte kliendi ja majutusettevõtte vahel, mis toimuvad kohalviibimise ajal.

Eesmärgi saavutamiseks ning uurimisküsimusele vastuse leidmiseks kavandatakse järgmised uurimisülesanded:

- anda ülevaade kontaktivaba reisimise mõistest ja arengusuundumustest;
- kirjeldada kontaktivaba reisija ootuseid ja vajadusi;
- analüüsida kontaktivaba majutusteenuse arendamise võimalusi;
- ette valmistada ja läbi viia majutusettevõtte Dönhoff Residence külastajauuring ja kontaktivaba majutusteenust kasutanud klientide uuring;
- analüüsida uuringu tulemusi;
- teha järeldused ja esitada ettepanekud kontaktivaba majutusteenust pakkuvatele hotellidele kontaktivaba reisija ootustele ja vajadustele tuginevate majutusteenuste arendamiseks.

Lõputöö jaguneb kaheks peatükiks. Esimeses peatükis käsitletakse kontaktivaba reisimise mõistet ja arengusuundumusi, antakse ülevaade kontaktivaba reisija ootustest ja vajadustest ning kontaktivaba majutusteenuse arendamise võimalustest. Teooria kirjutamisel tuginetakse erinevatele inglise keelsetele teadusartiklitele, raamatutele ja uuringutele. Tähtsamateks teadusartiklite autoriteks on Gursoy, Lim, Jeremen, Ivanov, Hao ja Buhalis.

Teine peatükk annab ülevaate Dönhoff Residence'st ja käsitleb lõputöös läbi viidud uuringut. Esimeses alapunktis antakse ülevaade Dönhoff Residence ettevõttest ja uuringu kirjeldusest. Teises alapunktis analüüsitakse uuringu tulemusi ning peatüki viimases alapunktis tehakse järeldused ning esitatakse ettepanekud Dönhoff Residence'le kontaktivaba majutusteenuse arendamiseks.

1. KONTAKTIVABA REISIMINE

1.1. Kontaktivaba reisimise mõiste ja arengusuundumused

COVID-19 pandeemia tõttu ei ole paljud inimesed saanud pikalt reisida, sest riikides olid kehtestatud viiruse leviku takistamiseks piirangud ning ka inimesed ise kartsid koroonaviirusesse nakatuda. Koroonapandeemia on mõjutanud turismisektorit ja selle toimimist väga palju. Selleks, et turismisektor saaks taastuda koroonapandeemia eelsele ajale, on vajalik teenuste arendamisel lähtuda turisti muutunud vajadustest ja ootustest.

COVID-19 pandeemia sai alguse 2019. aastal alguse Hiinast Wuhanist. Koroonaviirus on äärmiselt nakkav ning viiruse leviku tõkestamiseks võeti kasutusele erinevaid piiranguid nagu distantsti hoidmine teiste inimestega ja maskikandmise kohustus. Vaatamata piirangutele mõjutas koroonapandeemia tervet maailma ning mõjus laastavalt paljudele ettevõtetele. (Moore & Lucas, 2021, lk 365)

Koroonapandeemial on olnud maailmale ja selle majandusele suur negatiivne mõju. Pandeemia alguses puudus inimestel kindlustunne ning valitsused ei olnud koheselt võimelised kehtestama vajalikke regulatsioone, sest puudus varasem kokkupuude niivõrd laiahaardelise pandeemiaga. Riigid seadsid karantiinideid ning piirasid riiki sissetulevaid inimesi, kuid selle tulemusena on pea kõikide maailma riikide majandus saanud negatiivseid mõjutusi. Piirangute tõttu on vähenenud tootmine, tarbimine ning inimesed on jäänud tööta. Samas saab öelda, et sellised kriisiolukorrad loovad vajaduse uute arenduste järele, mis aitavad muutunud olukorras toime tulla ning tagajärgesid leevendada. Pandeemia lõi erinevates majandussektorites vajaduse selliste lahenduste järele, mis vähendaksid inimeste füüsilisi kontakte. Kontaktivaba majandus annab võimaluse vähendada füüsilist kontakti inimeste vahel, aitab vähendada ajakulu erinevate toimingute puhul, suurendada digitaliseerimist ja tehnoloogiate kasutamist ning riigi majandustegevusi paremini planeerida. (Lebedeva & Sorokina, 2022, lk 87–88)

Kuigi kontaktivaba majandus on alles uudne kontseptsioon, siis kontaktivabad teenused niivõrd uued ei ole. Mitmed tehnoloogilised elemendid (nt viipemakse, näotuvastus, võtmeta sisenemine) olid olemas enne pandeemiat, kuid tänu pandeemiale on kontaktivabade teenuste kasutuselevõtu protsess kogu maailmas kiirenenud (Hao & Chon, 2021b, lk 114). Kontaktivabadeks teenusteks peetakse teenuseid, mille kasutamiseks ei ole vaja luua füüsilist kontakti. Majutusettevõtte arengut soodustavaid kontaktivabasid võimalusi on mitmeid:

- isiklike nutivahendite kasutamine kontaktivabaks teenuseks,
- žestide ja käeliikumise tuvastus,
- liikumisandurid,
- silmade ja pilgutuste jälgimine,
- kontaktivaba kirjutamine,
- viipemaksed,
- häälkäsklused (Iqbal & Campbell, 2021, lk 2–4).

Kuna koroonaviirus levib peamiselt inimkontakti kaudu, on füüsilistest kontaktidest hoidumine ja pidev pindade desinfitseerimine olulised meetmed, mis aitavad viiruse levikut vähendada. Kuigi COVID-19 pandeemia ajal kartsid inimesed reisida, on ka reisimisel võimalik pakkuda kontaktivabasid lahendusi, füüsilisest kontaktist hoidumist ning sellega kaasnevat kiiremat ja sujuvamat teenust. Uus trend nõuab ka majutusettevõtelt uut lähenemist, sest kliendid soovivad turvalist majutust. Lisaks turvalisusele on jätkuvalt oluline pakkuda majutusteenust, mis oleks meeldejääv, kaasahaarav, mõjuv ja efektiivne. Kontaktivabad teenused on seega pandeemia ajal tugevamalt turule tulnud, et tagada klientidele parim reisikogemus. Ka peale pandeemiat jäävad kliendid eelistama kontaktivabasid teenuseid just oma efektiivsuse, turvalisuse ning interaktiivsuse tõttu. Küll aga ei saa iga hotell minna üle kontaktivabadele teenustele, sest olulist rolli mängib hotelli sihtrühm ning see, kuivõrd vastuvõtlikud nad uutele tehnoloogiatele on. (Hao, 2021, lk 1398)

Lisaks on pandeemia suunanud inimeste tähelepanu oma tervise hoidmisele ning seetõttu eelistavad paljud turistid reisida looduses värske õhu käes või külastada rahulikke äärelinnasid. Turistid ootavad, et sihtkohad pakuksid kontaktivabasid võimalusi, mis laseksid neil teha sisseregistreerimist iseseisvalt või võimaldaksid teha muid tavapäraseid

tegevusi kontaktivabalt. Selliste turistide jaoks on võetud kasutusele termin kontaktivaba reisija. Kontaktivaba reisija eelistab tavateenustele kontaktivabasid teenuseid, võimalusel hoidub inimkontaktist ning talle on oluline kiire ja sujuv reisikogemus. (Rahimizhian & Irani, 2021, lk 295)

Inimesed on valmis peale koroonapandeemiat reisima ning uuring näitas, et reise planeeriti juba lähima kuue kuu jooksul peale piirangute lõppu. Need, kelle jaoks on reisimine üks põhivajadustest, ei karda peale pandeemiat reisida ja neil puudub ka reisiärevus. Küll aga ollakse sihtkohta valides hoolas ning arvestatakse riigis olevate koroonajuhtumite arvu ning seda, kuidas on tagatud turistide tervise turvalisus sihtkohas. (Wachyuni ja Kusumaningrum, 2020, lk 74)

Kuna pandeemia ajal oli reisimine siiski piiratud, siis kasutati inimeste reisimissoovide rahuldamiseks ka liitreaalsust (*augmented reality, AR*). AR annab võimaluse reaalse keskkonna hetkeliseks ja sujuvaks tajumiseks, mida täiustab reaajas arvuti poolt loodud virtuaalne sisu, mis on oma omaduste, välimuse ja käitumise poolest täpne reaalse keskkonnaga nii, et reaalsust ja virtuaalsust ei ole üldjuhul võimalik eristada. (Doerner *et al.*, 2022, lk 19) AR tehnoloogiaid kasutatakse peamiselt hotelli saabumise etapis, näiteks võimaldab AR näidata kliendile eelvaadet hotellist või avada QR-koodi abil mõnda internetilehekülge. AR tehnoloogia aitab kliendile luua lisandväärtust, sest tehnoloogilised omadused on võimelised stimuleerima kliendi kognitiivseid ja psühholoogilisi reaktsioone ning seetõttu on AR võimeline mõjutama otseselt või kaudselt üldist kliendikogemust. (Fan *et al.*, 2022, lk 13)

Koroonapandeemia valguses muutus olulisemaks sujuvama reisiteekonna pakkumine. Sujuva reisikogemuse all mõeldakse reisijale sujuva, turvalise, mugava, efektiivse, ohutut ja meeldiva reisikogemuse pakkumist lähtekohast sihtkohta, sihtkohas kohapeal ja tagasi lähtekohta tulles. (OECD, 2020, lk 5) Sujuval reisikogemusel, kus on kasutatud erinevaid tehnoloogiaid, on viis peamist eelist:

- vähendab survet infrastruktuurile ning aitab kaasa reisimise kasvule;
- paremad autentimisvõimalused ja pettuste vähendamine muudavad reisimise ohutumaks ja turvalisemaks;
- tõhusam reisijate kontroll annab võimaluse hoida kokku kulusid;

- kitsaskohtade ja hõõrdepunktide kõrvaldamine tehnoloogiliste vahendite abil, aitab suurendada kliendi rahulolu;
- tehnoloogiate kasutamine kõigis puutepunktides. (World Travel & Tourism Council, 2019, lk 4)

Sujuv reisimine on oluline nii indiviidile kui ka kogu ühiskonnale. Transport on väga olulisel kohal majanduse edendamisel ning kui reisimine muutub mugavamaks, siis kasvab ka reisijate arv. Sellest tingituna peavad näiteks lennujaama töötajad tegema suuremat reisijate kontrolli veelgi lühema aja jooksul, kuid siinkohal saavad abiks olla iseteenindus ning automatiseeritus, mis aitavad vähendada reisijate kontrolliks kuluvat aega. (Idema, 2022, lk 1–2) Lennujaamades on digitaliseerimine vajalik, et motiveerida reisijaid reisima ka pandeemia järgsel ajal. Pandeemia ajal saadud kogemusi tuleks kasutada, et arendada edasi kontaktivaba lennujaama kontseptsiooni. Kuna reisijate arv kasvab jätkuvalt, siis on tõusuteel ka nende ootused üldisele kogemusele. Reisijad väärtustavad endiselt tõhusust, ohutust, tervist ja mugavust. Tõusuteel on ka reisijad, kes on tehnoloogia- ja terviseteadlikud ning nemad tunnevad ennast kindlamalt, kui inimkontaktide arv on viidud miinimumini, mistõttu julgustatakse lennujaamasid muutma klienditeekonda mugavamaks ning võtma kasutusele kontaktivabasid lahendusi. (Abolina, 2022, lk 467–470)

Koroonapandeemiast tingituna on turismisektor pidanud pidevalt arenema ja kasutusele võtma uusi tehnoloogiaid, et taastada pandeemia eelne seisund. Nii hotellides kui ka lennujaamades võeti kasutusele erinevad kontaktivabad lahendused, et jätkata toimimist ka pandeemia ajal. Pandeemia on aidanud kaasa suurenenud digitaliseerimisele, mis omakorda aitab muuta kogu reisiteekonda sujuvamaks.

1.2. Kontaktivaba reisija ootused ja vajadused

Reisijate ootused ja vajadused on olnud alati pidevas muutumises, sest maailm meie ümber areneb ja muutub igapäevaselt. COVID-19 on reisijate käitumist väga palju mõjutanud ning hotellid peavad mõistma, millised on klientide ootused ja vajadused pandeemiast tingituna.

Maslow' (1954, lk 35–46) motivatsiooniteooria alusel jagunevad inimeste põhivajadused viieks grupiks. Nendeks on füsioloogilised vajadused, vajadus turvalisuse järele, kuuluvus- ja armastusvajadus, tunnustamise vajadus ja vajadus eneseteostamiseks. Maslow' motivatsiooniteooria saab paigutada püramiidi sisse, kus iga madalama taseme vajaduse rahuldamise järel, saab motiiviks järgmise kõrgema taseme saavutamine. Püramiidi esimeseks tasemeks on füsioloogilised vajadused, milleks on vajadused, milleta inimene ei saaks normaalselt talitleda ehk toit, vesi ja uni. Kui füsioloogilised vajadused on rahuldatud, siis tekib inimestel uus vajadus, milleks on turvalisus ehk soov turvatunde ja stabiilsuse järele. Turvatundele järgneb kuuluvus- ja armastusvajadus, kus inimene otsib kiindumustunnet. Ta soovib kuuluda gruppi (pere, sõbrad) ning tunda armastustunnet. Kui kuuluvus- ja armastusvajadus on rahuldatud, siis järgneb tunnustamise vajadus. Inimene soovib, et teised oleksid tema suhtes lugupidavad ning tunnustaksid teda. Viimaseks vajaduseks motivatsiooniteoorias on eneseteostamine. Eneseteadlikud inimesed on enesekindlad, neile on oluline isiklik kasv, uute teadmiste ja oskuste omandamine ning soov kasutada enda maksimaalset potentsiaali, et olla edukas kõikides talle sobivates valdkondades. Iga inimese vajaduse täitmine, loob kliendile suuremat väärtust.

Kliendi rahulolu suurendamise eesmärgil püütakse hotellides rahuldada inimeste põhivajadusi (vt tabel 1). Võttes aluseks Maslow' motivatsiooniteooria, siis on kõige olulisemad vajadused füsioloogilised. Hotellis saab füsioloogilisi vajadusi rahuldada sellega, et hotellitubades on mugavad voodid, olemas on puhas vesi ning võimalus süüa hotelli restoranis või teha ise hotellitoa kööginurgas süüa. Turvatunde rahuldamiseks peaks hotell olema varustatud turvasüsteemidega ning hügieenivahenditega. Selleks, et rahuldada kuuluvus- ja armastusvajadust, tuleb luua hotellis meeldiv õhkkond nii sisekujunduse osas kui ka töötajate puhul, kes pakuvad kliendile kiiret ja sõbralikku teenindust. Tunnustamisvajadust saab hotellis täita sellega, et klientidele pakutakse lojaalsusprogrammi pakkumisi või külastaja personaalseid soove võetakse arvesse. Viimase vajadusena, milleks on eneseteostus, saab hotell pakkuda kliendile võimalust õppida uusi teadmisi. Seda on võimalik teha pakkudes kliendile võimalusi tutvumaks kohaliku eluga või viies läbi töötubasid, kus inimesed saavad ise käed külge panna. Kõikide inimeste vajaduste rahuldamine hotellis ei ole lihtne, kuid kui seda suudetakse teha, siis on lojaalsed kliendid garanteeritud. (Mogelonsky, 2012, lk 1–3)

Tabel 1. Inimese põhivajaduste rahuldamine hotellides. Autori koostatud. Allikas: Mogelonsky, 2012, lk 1–3; Maslow, 1954, lk 35–46; Kanyama *et al.*, 2022, lk 16; Kanyama *et al.*, 2022, lk 16

Maslow'i motivatsiooniteooria	Vajaduste rahuldamine hotellis
Füsioloogilised vajadused	Mugavad voodid; puhas vesi; võimalus süüa hotelli restoranis või teha ise hotellitoa kööginurgas süüa
Turvatus	Uksekooriga sisenemine; turvasüsteemide olemasolu; hügieenivahendid, informatsiooni olemasolu
Kuuluvus- ja armastusvajadus	Kiire ja sõbralik teenindus; personali kättesaadavus
Tunnustamisvajadust	Lojaalsus programmid; personaalsete soovide täitmine
Eneseteostus	Uute teadmiste omandamine; kohaliku eluga tutvumine; töötoad

Reisijate ootused turvalisuse osas on muutunud ning selleks, et kontaktivabad reisijad saaksid end majutusettevõttes tunda turvaliselt, tuleb parandada ettevõttes empaatiavõimet, kindlustunnet, reageerimisvõimet, käegakatsutavat ja usaldusväärsust. Hotelliomanikud peavad nägema vaeva just nende viie meetmega, et suurendada kliendi rahulolu. Empaatiavõimet aitab parandada töötajate koolitamine, mis annab võimaluse parandada kliendi ja töötaja vahelist suhtlust. Kindlustunde tagamiseks on oluline, et hotell oleks varustatud turvakaamerate ja turvasüsteemidega. Käegakatsutava kvaliteedi tõstmiseks, peaks hotellis muutma tubade sisekujundust modernsemaks, mugavamaks, puhtamaks ja turvalisemaks, eriti COVID-19 pandeemia valguses. Usaldusväärsuse tõstmiseks peavad töötajad olema võimelised pakkuma täpset informatsiooni teenuste ja hotelli kohta ning jälgima koroonaviiruse ennetamiseks vajalikke meetmeid. Reageerimisvõime parandamisel on oluline, et töötajad abistavad kliente kiiresti ning on seda tehes alati viisakad. Kindlustunde tagamiseks peavad hotell ning selle töötajad kinni pidama riigi poolt kehtestatud koroonapiirangutest. Parandades hotellis teenusekvaliteedi kõiki aspekte on võimalik suurendada ka kliendi lojaalsust. (Kanyama *et al.*, 2022, lk 16)

Aasias viidi läbi uuring, kus uuriti klientide vajadusi enne ning pärast koroonapandeemiat. Uuringust selgus, et pandeemia eelsel ajal oli inimeste peamiseks

vajadusteks see, et hotell, kus ööbitakse pakuks mugavat magamiskohta, oleks turvaline, ilusa sisekujundusega, hea asukohaga ja meeldiva teenindusega. Olulisel kohal oli ka inimestega suhtlemine ning seda peamiselt kohalike elanikega. Pandeemiajärgsel ajal oli üks peamistest vajadustest isikliku hügieeni tagamine, et mitte nakatuda viirusesse. Selle tagamiseks peavad kliendid oluliseks seda, et majutusasutus pakuks desinfitseerimisnõuetele vastavaid ruume ning tagatud oleksid maskid ja desinfitseerimisvahendid, mida kliendid saavad kasutada. Vajadused, mis olid enne koroonapandeemiat jäid kehtima, kuid lisaks toodi välja ka seda, et hotelli poolt oleks tagatud kõige uuem informatsioon koroonaviiruse leviku ning ohutusteabe kohta. (Cheung *et al.*, 2021, lk 8–11)

Klientide ootused on tõekspidamised teenuse osutamise kohta ning nendeks võivad olla standardid või võrdluspunktid, mille abil teenuse toimivust hinnatakse. Teenuse kvaliteedi hindamisel võrdlevad kliendid oma ettekujutust võrdluspunktidega. Seega on hotelliomanikele oluline omada põhjalikke teadmisi oma klientide ootustest, sest need on kvaliteetse teenuse pakkumise esimene ning kõige olulisem samm. Kui ettevõtte eksib kliendi soovide osas, siis võib see tähendada kliendi kaotamist, mis omakorda on raha, aja ja muude ressursside ebavajalik kulutamine. (Bhavani & Pawar, 2013, lk 1)

Klientide rahulolu mõjutavad mitmed tegurid. Rahulolematust hotellis viibimise ajal võivad tekitada mitmed erinevad aspektid, millest peamised on töötajad, teenindus, üldine kogemus, broneeringu tegemine, puhtus, hotellituba ja restoran. Selleks, et tagada klientide rahulolu, tuleb tegeleda nende aspektidega, mis tekitavad klientides rahulolematust. COVID-19 pandeemiast tingituna ootavad kliendid hotellilt puhtust, esteetilist keskkonda ning minimaalse füüsilise kontaktiga teenindust (Mehta *et al.*, 2023, lk 124), samas on teeninduse roll kliendi rahulolu seisukohast vähenenud (Song *et al.*, 2022, lk 136).

Kliendikogemust mõjutab majutuse ning hotellis pakutavate muude lisateenuste, toit, joogid ja meelelahutuse, kõrval üha enam ka see, milliseid tugisüsteeme ja protsesse on hotellis kasutatud kliendikogemuse parendamiseks. Nendeks võivad olla uudsed veebilehed ja tehnoloogiad, ruumide kujundus, tubade sisene meelelahutus ning suhtlus nii töötajate kui ka teiste klientidega. (Kandampully *et al.*, 2018, lk 22)

Klientide käitumine ja keskkond on kaks komponenti, mis on omavahel väga tihedalt seotud. Pandeemiate tõttu peavad inimesed uute harjumuste ja olukordadega kohanema, mistõttu kerkivad esile uued trendid klientide käitumises. (Ivkovic, 2021, lk 7) Swiss Re instituudi (2020) poolt läbi viidud uuringus selgusid viis peamist COVID-19 pandeemiast tingitud muutust kliendi käitumises:

- suurenenud digitaalsete vahendite kasutuselevõtt,
- muutused inimeste liikumises,
- ostukäitumise muutus,
- tervise prioriteediks seadmine,
- inimeste vaheliste suhete muutumine.

Hotellisektor on tundlik kõiksuguste riskide osas, mis on ettenägematud, nagu terrorirünnakud, erinevad epideemiad ja looduskatastroofid ning seetõttu peavad turismi- ja hotelliettevõtted välja mõtlema strateegiad selle jaoks, kuidas erinevatest kriisidest taastuda. See on eriti oluline oma klientide usaldusväarsuse ja enesekindluse taastamisel. Uued tehnoloogiad toimivad kaitsemehhanismina, mis tekitavad klientides turvatunnet. Koroonapandeemia ajal aitas suurenenud robotite ja tehisintellektide kasutuselevõtt vähendada inimeste hirmu viiruse ees ning sellega meelitada kliente enda juurde tagasi. (Gaur *et al.*, 2021, lk 4082–4087)

Robotid on turismisektoris populaarsust kogumas ning paratamatult on ees ootamas suurenenud robotite kasutuselevõtt kõigis eluvaldkondades. Kuigi turismisektoris on konkurentsisis püsimiseks oluline võtta kasutusele uusi tehnoloogiaid, tuleb tõdeda, et turismisektorit peavad inimesed veel siiski selliseks valdkonnaks, kus peaks domineerima inimtööjõud. Inimesed eelistavad, et neid teenindaks inimene ning seda isegi siis, kui robotid on efektiivsemad ja saaksid samuti oma ülesanded korrektselt tehtud. Pandeemiajärgses maailmas on inimeste ja robotite koos kasutamine teeninduses üks sobivamaid viise, et tagada klientide rahulolu, sest inimesed ei ole vastumeelsed kui neid teenindab robot, kes aitab töötajal täita oma ülesandeid kiiremini. (Ivanov, Webster, & Seyitoğlu, 2022, lk 28–30)

Kui lihtsate toimingute puhul usaldavad inimesed tehnilisi vahendeid, siis keerukamate ja interaktiivsete toimingute teostamisel eelistavad kliendid siiski inimese abi. See

tuleneb ilmselt ka sellest, et kontaktivabad teenused on alles arendamisel ning see põhjustab klientides erinevaid kahtluseid. Näiteks ei usalda kliendid veel täielikult oma isikuandmeid tehnoloogiliste vahendite hoolde, sest kardetakse, et seadmed võivad isiklikku informatsiooni avaldada soovimatutele osapooltele. Sellest tulenevalt eelistavad paljud kliendid näiteks hotelli sisseregistreerimisel veel hotellitöötaja poolt läbi viidud sisseregistreerimise protsessi. (Hao *et al.*, 2022, lk 12)

Kliendiandmed ja isikuandmed on väga konfidentsiaalne informatsioon, mida peab võimalikult turvaliselt käsitlema. Kui hotell kasutab kogutud andmeid õigesti, siis on võimalik pakkuda oma kliendile personaalsemaid teenuseid, mis omakorda võib hotellil aidata konkurentsivõimet tõsta. Kuigi hotellid annavad endast parima, et tagada andmete turvalisus, siis tuleb ikkagi ette juhtumeid, kus kliendiandmed lekivad kolmandatele osapooltele, andmeid kasutatakse eesmärgipäratult ning isegi võidakse kliendiandmetega ebaseaduslikult kaubelda. Kõik need faktorid võivad tekitada kliendis ärevust ning seetõttu on andmete kogumisel ja käsitlemisel ülimalt oluline tagada selle protsessi läbipaistvus. Eriti oluliseks peetakse andmete turvalisuse tagamist nutihotellide puhul, sest seal on tehnoloogiate poolt kogutavate andmete maht kordades suurem. (Yu *et al.*, 2022, lk 216)

Suurenenud robotite ja tehnoloogiliste vahendite kasutuselevõtt hotellides on samas suurendanud ka nendega seonduvaid tõrkeid. Näiteks võib hotellikülastajal esineda iseteeninduse kioski juures probleem sisseregistreerimisega, kus masin edastab mõne veakoodi või ei mõista robot inimese soove ning annab valejuhiseid. Sellistel juhtudel võib klient vajada, et hotellitöötaja tuleks ja aitaks tekkinud probleeme lahendada. Sellised intsidendid võivad negatiivselt mõjutada kliendikogemust ning panna inimesi olukorda, kus neil väheneb usaldus tehnoloogiliste vahendite vastu. (Ho *et al.*, 2020, lk 9)

Kontaktivabad hotellid aitavad vähendada viiruse levikut ning muuta külastuskogemust mugavamaks ja sujuvamaks, kuid lisaks sellele võivad taolised hotellid aidata kaasa ka keskkonnasäästlikkusele. Inimesed on muutunud teadlikumaks kliimamuutustest, mis paneb inimesi toetama loodussäästvaid majutustevõtteid ning külastama pigem oma kodumaad kui kaugeid sihtkohti. Need muutused võivad tekitada olukorra, kus inimesed on valmis mingeid elamusi nagu kontserdid, muuseumid ja isegi majutustevõtteid

kogema läbi interneti. Kontaktivabad hotellid saavad pakkuda võimalust rahuldada keskkonnateadlikemate klientide ootusi majutusasutusele ning aidata kaasa süsinikujalajälje vähendamisele. (Gursoy *et al.*, 2022, lk 529)

Sun *et al.* (2021, lk 397) viisid läbi uuringu hotellide netiarvustuste põhjal, kus toodi välja pandeemiaeelsed ja -aegsed toimunud muutused kliendikäitumises. Uuringust selgus, et pandeemia ei ole tekitanud hotellides kliendikogemuse taseme langust, vaid kliendid on hoopis heldemad internetis kõrgemaid arvustusi jagama. Leiti, et kliendid keskenduvad rohkem sellele, kui hästi on hotellis tagatud riigi poolt kehtestatud piirangute järgimine ning vähem pööratakse tähelepanu muudele aspektidele nagu hotelli hind, asukoht ja teenindus. Seega ei ole üldises kliendikäitumises suuri muudatusi toimunud, kuid juurde on tulnud pandeemiast tingitud tervise hoidmise aspekt, millele kliendid pööravad hotellis rohkem tähelepanu ning oma häid kogemusi ollakse erinevatel internetiplatvormidel valmis parema meelega jagama, et aidata ka teistel klientidel endale ohutut majutusk kohta leida.

Buhalis ja Moldavska (2021, lk 392–393) viisid läbi uuringu, mille eesmärgiks oli välja selgitada kui vastuvõtlikud oleksid kliendid kasutama hotellis häälkäsklustel põhinevaid seadmeid. Uuringust selgus, et kliendid, kes kasutavad kodudes seadmeid nagu Alexa, Google Assistant ja Siri, on seadmete funktsionaalsuse ja eelistega hästi kursis ning nad hindavad uuenduslikkust ja mugavust, mida seadmed neile pakuvad ning sellistel klientidel esineks häälkäskluste kasutamisel hotellis vähem probleeme. Selleks, et mõista häälkäskluse funktsioone, mida saaks kasutada hotellides, tuleb esmalt aru saada sellest, kuidas inimesed kasutavad häälkäskluseid kodustes tingimustes. Uuringus viidi läbi intervjuu häälkäskluseid kasutavate klientide seas ning selgus, et inimesed oleksid nõus kasutama ka hotellis taoliseid võimalusi ning seda peamiselt hotellitoa tulede reguleerimiseks, toidu tellimiseks, äratuse seadistamiseks ning toatemperatuuri muutmiseks. Seega on häälkäsklused hea viis, kuidas muuta hotellikülastus kliendi jaoks personaalsemaks.

Inimeste vajadused ja ootused nende vajaduste rahuldamiseks, on pandeemiast tingituna muutunud. Inimesed on hakanud rohkem tähelepanu pöörama oma tervisele ning reisides soovivad nad koroonavirusesse mitte nakatuda. Seetõttu on hotellid pidanud võtma kasutusele kontaktivabasid teenuseid, kuid nende kasutamisel on inimestel vastakad

tunded. Osad kliendid pelgavad uusi tehnoloogilisi lahendusi ning teine osa oleks valmis neid teenuseid ilma pandeemiaolukorrata kasutama. Kontaktivabade teenuste kasutusele võtt on pandeemiast tingituna suurenenud ning teenused jäävad kasutusele ka peale pandeemiat. Seetõttu peavad inimesed harjuma mõttega, et hotellides on oodata suurenenud automatiseeritust ning uute tehnoloogiate rakendamist.

1.3. Kontaktivaba majutusteenuse arendamise võimalused

Koroonapandeemia on tekitanud suurenenud nõudluse kontaktivabade teenuste järele. Majutasutustes on võimalik paljud tegevused muuta täielikult kontaktivabaks, mis aitab luua kiirema ja sujuvama kliendikogemuse.

Turismisektorit ootab tulevikus ees suurenenud automatiseeritus, sest kasutusele võetavad tehnoloogiad nagu tehisintellektid, robotid, virtuaalreaalsus ja suur-andmete kasutamine, annavad võimaluse viia turismikogemus täiesti uuele tasemele. (Leung, X. Y., 2019, lk 281) Pandeemiast tugevalt mõjutatud turismisektor peab mõistma seda, kuidas mõtlevad turistid ning tähelepanu tuleb pöörata sellele, millised riskitegurid mõjutavad turistide reisikavatsusi. Pandeemiast tingituna on turistid oma reise planeerides ettevaatlikumad ning tunnevad ärevust sellepärast, mis võib reisimise ajal nendega juhtuda. (Wachyuni & Kusumaningrum, 2020, lk 69)

Hotellisektoril on lõpmatult võimalusi, kuidas tehnoloogia arengut ära kasutada, et muuta hotellikogemus oma klientide jaoks mugavaks (Law *et al.*, 2019, lk 287). Selleks, et olla turismisektoris edukas on vaja olla nutikas nii üldises kui ka tehnoloogilises mõttes. Nutikus on oluline alates informatsiooni hankimisest kuni selle edastamiseni. Nutikad tehnoloogilised süsteemid võimaldavad lihtsustada toodete, tegevuste protsesside ja teenuste loomist. Selleks kaasatakse erinevaid osapooli, et kujundada suuremat tootlust ja konkurentsivõimet. (Jasrotia & Gangotia, 2018, lk 48)

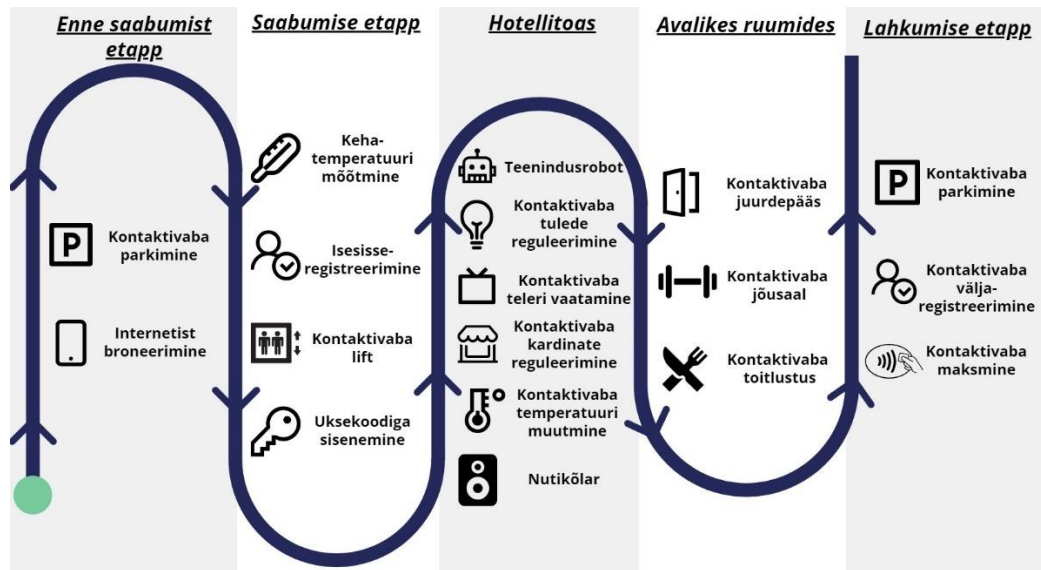
Buhalis (2019, lk 268) defineerib nutikust kui tehnoloogiate omavahelist ühenduvust ning koostalituvõimet, mis võimaldab uuenduslike tehnoloogiate kasutuselevõttu ning seejuures ümber muuta erinevaid protsesse, et toota uusi teenuseid ja tooteid, mis tagavad kõikidele osapooltele suurema väärtuse. Nutikuse üheks kõige olulisemaks faktoriks on ettevõtete vaheline koostöö ja uute võrgustike loomine, sest uute tehnoloogiate

kasutamine nõuab kõikide osapoolte valmidust muutuda oma ettevõtte siseselt nutikamaks.

Hotelliettevõtlus on väga tööjõumahukas ning suur osa ettevõtte kuludest moodustavad tööjõukulud. Üheks võimaluseks, kuidas tööjõukulusid madalamal hoida, on muuta hotellid nutihotellideks. Sel viisil saab hotellis viibiva personali hulka vähendada, kuna hotelli paigaldatud tehnoloogilised süsteemid on paljudes puutepunktides kliendiga võimalised ise kliendile informatsiooni jagama, mistõttu on võimalik pakkuda kliendile mugavat ja sujuvat külastajakogemust. Nutihotelli eeliseks traditsioonilise hotelli ees ongi just kliendikogemuse mugavamaks muutmine ning kasulikkus tööandjale, kes saab hoida automatiseeritud teenustega kulusid madalamal. (Gursoy, 2018, lk 187)

Nutihotelliks peetakse majutusasutust, kus on kasutusel tehnoloogilised süsteemid, mis toimivad täielikult iseseisvalt või inimese vähesel sekkumisel ning pakuvad teenuseid nagu laialdane internetilevi, uute tehnoloogiate kasutamine hotelli igapäevastes tegevustes ning tõhusa info- ja kommunikatsioonitehnoloogia poliitika tagamine (Jeremen *et al.*, 2016, lk 68). Kuid nutihotell ei ole pelgalt tegevuste automatiseerimine, vaid seda tuleb võtta ühtse kontseptsioonina, mis toob endaga kaasa erinevatel tehnikatel põhinevad automatiseeritud juhtimissüsteemid, kõrgetasemelised sensorid ja täiturmehhanismid, kiired kommunikatsioonivahendid, taastuvad energiaallikad, jätkusuutlik jäätmekäitlusprotsess ning kogu hotelli töötajaskonna pidev koolitamine, et saavutada edukas ning tulu toov nutihotell (Petrevska *et al.*, 2016, lk 10).

Seoses tehnoloogia arenguga ja kliendi ootuste muutustega hotellis on vajalik kasutusele võtta uusi tehnoloogiaid, et tagada klientides turvatunne. Klientidel on suured ootused alates sellest hetkest, mil nad hakkavad otsima endale sobivat hotelli kuni selle hetkeni, mil nad hotellist lahkuvad. Kliendid nõuavad kõrgemat teenuste taset ning spetsiaalselt neile kohandatud hotellitoa mugavusi. Koroonapandeemiast tingituna on kontaktivaba kohaletoimetamise (toit, esmatarbekaubad) osatähtsus muutunud suuremaks. Seetõttu on võimalik kasutada tehisintellekte ja roboteid peaaegu kõigis kliendi puutepunktides kontaktivaba hotelliga (vt joonis 1). Need tehnoloogiad aitavad tagada klientide turvalisuse ning tagasi võita usaldust, mis omakorda aitab kaasa turismi taastumisele. (Bhinder, 2022, lk 36–38)



Joonis 1. Kliendi puutepunktid kontaktivabas hotellis. Allikas: Hao & Chon, 2021, lk 114.

Kontaktivabade teenuste olemasoluga hotellis, saab määrata ära selle kui palju on kliendid valmis selliste teenuste eest maksma. Kliendid, kes on varasemalt mõne kontaktivaba teenusega kokku puutunud, on valmis sellise teenuse eest rohkem maksma kui need kliendid, kellel kokkupuude puudub. Peamised kontaktivabad teenused, mida kliendid eelistavad on teenused avalikes kohtades (nt kontaktivaba lift), hotellitubades (nutikad lahendused tubades) ja kliendi ning töötajate vahelises suhtluses (kontaktivaba vastuvõtt). Kõige enam ollakse nõus maksma kontaktivaba tuppa sisenemise ja makseteenuse eest, vähem ollakse nõus maksma kontaktivaba vastuvõtulaua ja nutikate tubade eest. Ühe olulise aspektina saab välja tuua ka selle, et inimesed, kes tavaliselt ööbivad soodsamates hotellides, ei ole nõus kontaktivabade lahenduste eest maksma, kuid kliendid, kes ööbivad luksushotellides, ootavad, et hotellis pakutaks kontaktivabasid lahendusi ning nad on valmis selle eest ka rohkem maksma. Inimestel võib esineda ka negatiivset efekti valmisolekul kontaktivabade teenuste eest maksta ehk kui tehnoloogilised lahendused on hotellis kasutusel, siis sooviksid osad kliendid raha tagasi, sest neil on hirm uute tehnoloogiate ees ning nad eelistavad inimeste vahelist suhtlemist hotellis. (Hao *et al.*, 2022, lk 12–20)

Saab öelda, et nutihotellidel on nii eeliseid kui ka puudusi. Peamiste eelistena on toodud välja näiteks hotelli toimimisprotsesside tõhusamaks muutumine, suurenenud töötajate

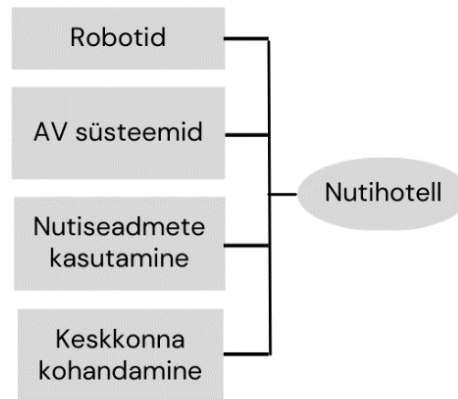
tootlikkus, ettevõtte tulu kasv ning tegevuskulude vähenemine. Samuti on olulisel kohal ka uudne kliendi kogemus kõrgtehnoloogilises hotellis, mida on võimalik ära kasutada ettevõtte turundustegevustes. Puudustena tuuakse välja seda, et hotellidel ei pruugi olla finantsilist võimekust, et omada ja uuendada nutihotelli süsteeme, lisaks muudab tehnoloogia pidev areng keeruliseks sobivate seadmete valiku ning töötajad ei pruugi olla rahul nutisüsteemide kasutusele võtuga, sest see võib kaotada nende praeguse töökoha. (R. Leung, 2019, lk 56–57)

Kliendi ootuste ja vajaduste rahuldamiseks on automatiseeritud teenused üldjuhul hea valik, kuid nende kasutuselevõtuga esineb ka mõningaid raskuseid:

- Tehnoloogiatesse investeerimise vastumeelsus – tihtipeale ei soovi hotelliomanikud investeerida tehnoloogiatesse, sest neil puuduvad teadmised ja oskused, et valida endale sobivad süsteemid. Hotellipidajad peavad mõistma seda, et inimesed on tehnoloogiast aina rohkem sõltuvamad ning seetõttu on ka ootused tehnoloogia osas majutusettevõtetes väga suured.
- Ametialase hariduse ja arengu võimaluste puudumine – hotelliomanikel puuduvad piisavad teadmised ja oskused tehnoloogia vallas. Oluline on tagada hotelliomanike pidev koolitamine, et nad oleksid kursis kiiresti areneva tehnoloogiamaailmaga.
- Liigne tehnoloogia kasutamine – ettevõttes, kus kliendile on alati lähenetud personaalselt, võib tehnoloogiaste kasutusele-võtuga tekkida juhus, kus nutihotelli tulev klient ei pruugi tunda end väärtustatuna. (Ramgade & Kumar, 2021b, lk 119–120)

Nutihotellides kasutatakse peamiselt nelja kõige enam levinumat tehnoloogiat (vt joonis 2), mis aitavad pakkuda kontaktivaba hotelliteenust. Nendeks neljaks tehnoloogiaks on robotid, audiovisuaalsed (AV) süsteemid, nutiseadmete kasutamine erinevates protsessides ja ümbritseva keskkonna personaalne kohandamine. Roboteid kasutatakse, et tervitada kliente, jagada informatsiooni ning lihtsustada töötajate tegevusi. AV süsteemid hotellis on näiteks interaktiivsed ekraanid, muusikasüsteemid, õhkkonna loomiseks mõeldud valgustid. Nutiseadme abil on võimalik siseneda hotellituppa, juhtida valgustust, mängida läbi muusikasüsteemide muusikat, tellida lisateenuseid hotellis jne. Ümbritsevat keskkonda saab peamiselt kohandada kas nutitelefoni või häälkäskluste abil. Ümbritseva keskkonna kohandamine hõlmab enda all valgustuse muutmist,

toatemperatuuri reguleerimist, kardinate juhtimist. Nende tehnoloogiate kasutamine majutusettevõttes loob nutihotelli kontseptsiooni. (Liu *et al.*, 2022, lk 3)



Joonis 2. Nutihotelli tehnoloogiad. Allikas: Liu *et al.*, 2022, lk 3.

Nutitelefonid on suur osa meie igapäeva elust ning võimaldavad teha paljusid tegevusi vaid mõne liigutusega. Mis puudutab hotelle, siis inimesed eelistavad teha broneeringuid oma telefonist, tuppä sisenemiseks ja sisseregistreerimiseks eelistatakse samuti oma isiklikku nutiseadet. Lisaks on oluline, et nutitelefoni oleks võimalik siduda televiisoriga, et vaadata isiklikelt voogedastusplatvormidelt meelelahutuslikku sisu. Tuppä toidu ja muude lisateenuste tellimiseks eelistatakse samuti telefoni, sest sealt on kõike võimalik teha kiiremalt ja mugavamalt. Nooremad põlvkonnad peavad hotellides selliseid teenuseid juba iseenesest mõistetavaks ning see paneb hotelliomanikud olukorda, kus nad peavad tagama selle, et nutitelefoni abil saaks teha suurema osa toimingutest. (Ramgade & Kumar, 2021a, lk 113)

Tehnoloogiate kasutusele võtt on toonud mitmeid uuenduslikke süsteeme, millest populaarseim on võtmeta süsteem. Selline süsteem täidab samasuguseid funktsioone nagu tavaline uksevõti või kiipkaart, kuid füüsilise võtme asemel loob võtmeta süsteem unikaalse koodi, mis edastatakse hotellikülastajale meiliaadressile või mobiilile ning mille abil on võimalik saada ligipääs oma toale. Võtmeta süsteemide kasutuselevõtt eeldab seda, et hotelli külastajad omavad süsteemi kasutamiseks sobivaid nutiseadmeid, kuid probleemid võivad esineda siis, kui soovitakse üle minna võtmeta süsteemile, kuid eksisteerivad kliendid, kellel ei ole süsteemiga sobituvaid seadmeid. (Lim *et al.*, 2018, lk 106)

Lisaks nutitelefonidele mängivad positiivse külastuskogemuse juures suurt rolli AV süsteemid. AV süsteemideks võivad olla interaktiivsed ekraanid, iseteeninduskioskid, meelelahutussüsteemid tubades, digitaalsed suunaviidad. Interaktiivsed ekraanid saavad kliente suunata kindlatesse kohtadesse või jagada inimestele vajalikku informatsiooni. Samuti on hotellitubades AV süsteemid väga olulised, sest inimesed soovivad toas meelelahutust ning AV süsteemid on selle jaoks ühed lihtsamad ning efektiivsemad. AV süsteemide abil on võimalik luua meeldivat õhustikku nii avalikes ruumides kui ka tubades. (Huseynov, 2023)

Roboteid on hakatud kasutusele võtma erinevates valdkondades ning turismisektor ei ole siinkohal erand. Robotitel on võimalik õppida tundma inimese käitumismustreid tööpäeva jooksul, üheks selliseks on töötaja töö efektiivsuse kõikumine tööpäeva vältel. Sel viisil on võimalik ära kasutada neid perioode, kus töötaja on kõige efektiivsem ning robot saab sel ajal anda töötajale keerukamaid ja suuremat süvenemist nõudvaid ülesandeid. Seevastu neil hetkedel, mil tööefektiivsus on madal, saab robot pakkuda ülesandeid, mis on lihtsamad ning ei nõua suurt pingutust. (Bowen & Morosan, 2018, lk 728)

Roboteid saab hotellis kasutada erinevate ülesannete täitmiseks. Robotid saavad külastajat saabumisel tervitada ning anda juhiseid selle kohta, kuidas käib sisseregistreerimine. Roboteid saab kasutada tubade koristamisel ning klientidele esmatarbekaupade kättetoimetamisel. Samuti saavad nad aidata toidu tuppä viimisega ning pagasi vedamisega. (Tripathi & Tiwari, 2022, lk 271)

Hotelli vastuvõtutöötajal on hotellis üks kõige suuremaid rolle, sest vastuvõtu töötaja on esimene, kellega kliendil on kontakt. Töötajast oleneb see, kuidas algab külastaja hotellis viibimine. Hotelli vastuvõtu töötajal on palju ülesandeid nagu broneeringute tegemine, telefonikõnede vastamine, arveldamine, probleemidega tegelemine jne. (Jawabreh *et al.*, 2022, lk 1314) COVID-19 pandeemia algusega tuli hotellides kasutusele võtta meetmed, et tagada hotelli toimimine ka viiruse leviku ajal. Kuna vastuvõtu töötajal on hotellis inimestega suurim füüsiline kontakt, siis tuli kasutusele võtta tehnoloogiaid, mis aitaksid inimeste vahelist kontakti vähendada. Selleks soovitati hotellidel kasutusele võtta robot-vastuvõtjad, näotuvastusega sisse- ja väljaregistreerimine, toodete

kohaletoimetamine robotite abil ning külaliste suunamine häälkäskluste abil. (Wang & Wang, 2021, lk 832)

Hotellitöötajatel endil on robotite suhtes segased tunded. Ühelt poolt nähakse abi töökoormuse vähendamisel, samuti arvavad töötajad, et robotite kasutuselevõtt suurendab konkurentsieelist teiste hotellide ees ning aitab kaasa hotelli positiivse maine kasvatamisele. Negatiivse poole pealt aga kardetakse, et robotid võivad tekitada tõrkeid nii oma töös kui ka süsteemides ning seetõttu võivad tehnilised kulutused robotite tõttu suurened. Samuti võivad robotitel tekkida suhtlemisprobleemid klientidega, sest robotitel puudub empaatiavõime, oskus suhestuda inimestega ning kommunikatsioonioskus. Töötajad tunnevad suurt muret ka töö kaotamise pärast, sest robotid hakkavad suure tõenäosusega hotellitöötajaid asendama. (Vatan ja Dogan, 2020, lk 7)

Kuigi võiks arvata, et robotite kasutusele-võtuga väheneb töökohtade arv turismisektoris, siis tegelikult nii see vähemalt lähitulevikus veel ei ole. Robotid, mis on hetkel turismiettevõtetes kasutusel, ei suuda veel keerukaid ülesandeid edukalt täita. Seega tuleb roboteid võtta kui töötajate abilisi, kes aitavad vähendada töötajate füüsilist koormust. Näiteks robotite kasutamine restoranides aitab kasvatada ettekandjate töö efektiivsust, sest töötaja ei pea minema ise toitu lauda viima, vaid seda saab teha robot. Sel viisil on ettevõttel võimalik suurendada oma tootlikust, sest töötajad ei pea mööda restoranisaali jooksmas ja tellimusi lauda viima, vaid saavad keskenduda ootejärjekorras olevate klientide teenindamisele. (Ivanov & Webster, 2017a, lk 2–3)

Kuna on oodata suurenenud robotite kasutusele võttu nii ettevõtete kui ka klientide poolt, siis on oluline panna majutusasutuses rõhku ka robotisõbralikule sisekujundusele, et võimaldada robotite vaba liikumine ruumides. Robotisõbralikud majutusettevõtted on suureks väljakutseks arhitektidele ja inseneridele, sest ruume planeerides on vaja arvestada detailidega nagu robotite laadimisjaamad ning see, kuhu paigutatakse sensorid, mis roboteid juhivad. Robotisõbralikus hotellis saab hakkama ka kõige algelisem robot, kuid hotell, kus pole kasutatud robotisõbralikke disainelemente, vajaks endale tunduvalt intelligentsemat robotit, kes saaks seal navigeerimisega hakkama. Seega on võimalik kokku hoida robotitele kuluvat ressursi sellega, et hotellis võetakse kasutusele

elemendid, mis muudavad keskkonna robotisõbralikuks. (Ivanov & Webster, 2017b, lk 5–9)

Kontaktivabade teenuste arendamiseks on hotellidel palju võimalusi. Kasutusele on võimalik võtta robotid, audiovisuaalsed süsteemid, nutitelefonid või pakkuda võimalust kohandada hotellituba vastavalt oma vajadustele. Kontaktivabade võimaluste kasutuselevõtul tuleb aga kindlasti arvestada sellega, kas kõik kliendid on valmis uusi lahendusi kasutama või mitte.

2. DÖNHOF RESIDENCE KÜLASTAJATE OOTUSTE JA VAJADUSTE UURING

2.1. Ülevaade Dönhoff Residence ettevõttest ja uuringu kirjeldus

Lõputöö uuringu eesmärgiks on esitada ettepanekud kontaktivaba majutusteenust pakkuvatele hotellidele kontaktivaba reisija ootustele ja vajadustele tuginevate majutusteenuste arendamiseks. Uuringu tulemustest lähtuvalt tehakse ettepanekud Dönhoff Residence apartement-hotellile kontaktivaba majutusasutuse arendamiseks.

Dönhoff Residence kuulub ettevõttele Embrace OÜ ning on üks majutusasutus kolmest, mida ettevõtte haldab. Dönhoff Residence on Pärnu vanalinna südames asuv väike modernne kontaktivaba apartement-hotell. Hoone seisis pikalt tühjana, kuid 2018. aastal avati seal luksuslik hotell, kus puudub personal ning tubadesse saab siseneda uksekoodiga, mis muudab sisse- ja väljaregistreerimise täielikult kontaktivabaks. Selleks, et saada ligipääs oma tuppa, tuleb kõigepealt nutitefonis ära teha sisseregistreerimine ja saada ligipääs oma toa uksekoodidele. Kogu info nii majutuse, sisseregistreerimise kui ka parkimise kohta saadetakse läbi hotellisüsteemi otse kliendi mobiiltelefonile. (Dönhoff Residence, *n.d.*)

Dönhoffis on 10 erinevat tuba, mis kõik erinevad üksteisest sisustuse poolest. Tubade sisustus on eriilmeline ja kasutatud on palju looduslikke sisustuselemente. Ajaloolise hoone elemendid on oskuslikult seotud modernsete lahendustega. Hotellis on kolm *superior* tuba, neli stuudio tuba, *deluxe* sviit, saunaga tuba ning sauna ja vanniga tuba. Huvitava faktina saab välja tuua selle, et sviidis asuva klaaspõranda all on säilitatud Pärnu vanalinna müürid, mis muudavad selle toa eriti eksklusiivseks. Lisaks tubadele on kõikidele külalistele avatud kolmandal korrusel ka privaatne katuseterrass koos mõnusa istumiskohaga ja vaatega Pärnu südalinnale. (Dönhoff Residence, *n.d.*)

Puhka Eestis (2022) andmetel on Eestis seitse populaarset automaathostelit, millest kaks asuvad Pärnus – Reldori külaliskorterid ja Saare Automaathostel. Dönhoff Residence mainib oma kodulehel, et tegu on kontaktivaba apartement-hotelliga, kuid hotelli ei reklaamita kui kontaktivaba majutusasutust. Uksekoodidega süsteem võeti kasutusele juba enne COVID-19 pandeemiat selleks, et pakkuda klientidele mugavamat teenust ning vähendada personalikulusid.

Selleks, et välja selgitada, millised on kontaktivaba reisija ootused ja vajadused ning teha ettepanekud kontaktivaba majutusasutuse arendamiseks, viidi läbi Dönhoff Residence apartement-hotelli kliendiuuring ning uuring nende inimeste seas, kellel on olnud kogemus kontaktivaba majutusega. Uuring oli kvantitatiivne ning andmekogumise meetodina kasutati teoreetilistele allikatele tuginevat ja veebikeskkonnas loodud ankeetküsitlust (vt lisa 1). Veebiküsitluse eeliseks on võimalus koguda rohkem informatsiooni tõhusamalt ning suurema hulga inimeste seast (Regmi *et al.*, 2016, lk 641). Lisaks arvestati asjaoluga, et Dönhoff Residence on kontaktivaba majutusasutus ning seal ööbivad inimesed võivad soovida vältida füüsilist kontakti teiste inimestega, mistõttu on ankeetküsitlus parim viis nendeni jõudmiseks. Küsimustik loodi LimeSurvey keskkonnas.

Teoreetilise osa põhjal jagunes küsitlus kolme kategooriasse, milleks on varasemad kokkupuuted tehnoloogiatega ning kliendi vajadused kontaktivabas hotellis, klientide ootused kontaktivaba hotelli erinevates puutepunktides ning klientide ootused seoses kontaktivabade tehnoloogiatega (vt tabel 2). Küsitlusega sooviti teada vastajate ootuseid ja vajadusi kontaktivabas hotellis ning ootuseid seoses erinevate tehnoloogiatega. Küsimusi oli kokku 25, millest 16 olid kohustuslikud ning ülejäänud vabatahtlikud avatud vastusega küsimused. Küsimused 1–3 olid demograafilised küsimused, küsimused 4–10 uurisid kliendi vajadusi ja varasemaid kokkupuuteid tehnoloogiaga, küsimused 11–20 käsitlesid inimeste ootuseid kontaktivaba hotelli erinevates puutepunktides ning küsimused 20–25 olid suunatud klientide ootustele seoses erinevate hotellides kasutusel olevate tehnoloogiatega. Küsimustikus kasutati nii suletud kui ka avatud küsimusi. Suletud küsimused panevad vastaja valikuvariantide ette, mis on paika pandud küsimustiku koostaja poolt, samas selline ülesehitus vähendab küsimustikule vastamiseks kuluvat aega (Õunapuu, 2014, lk 162–165) Vastajatelt lisainformatsiooni saamiseks

kasutati ka avatud küsimusi, et vastaja saaks avaldada oma arvamust või jagada uusi ideid (*Ibid*). Küsitluses kasutati lihtskaaladest binaarskaalat, et jagada vastajad soo järgi gruppideks. Samuti kasutati järjestamisega reitinguskaalat, kus vastajad said oma eelistused panna tähtsuse järjestuses ritta. Viie palli reitinguskaalat kasutati, et teada saada vastaja hoiakuid ja hinnanguid.

Tabel 2. Teoreetilistel käsitlustele põhinev küsimustiku plaan

Küsimuse number	Teoreetilised käsitlused	Autorid
4–10	Varasemad kokkupuuted tehnoloogiatega ning kliendi vajadused kontaktivabas hotellis	Maslow, 1954, lk 35–46; Buhalis & Moldavska, 2021, lk 392; Hao, 2021, lk 1398; Hao <i>et al.</i> , 2022, lk 12
11–20	Klientide ootused kontaktivaba hotelli erinevates puutepunktides	Hao & Chon, 2021, lk 114; Fan <i>et al.</i> , 2022, lk 13; Hao <i>et al.</i> , 2022, lk 12–20; Bhinder, 2022, lk 18–20
20–25	Klientide ootused seoses kontaktivabade tehnoloogiatega	Liu <i>et al.</i> , 2022, lk 3; Hao <i>et al.</i> , 2022, lk 12–20; Buhalis & Moldavska, 2021, lk 392–393

Uuringu üldkogumiks on umbes 24 000 inimest ning 95% usaldusnivoo ja 5% veapiiri puhul oleks vajalik valimi suurus 378. (MaCorr Research, s.a.) Kuna küsimustikule vastas kokku 136 vastajat, siis on antud andmete põhjal veapiir 8,4%, mis tähendab, et uurimistulemused võivad antud protsendi võrra kõikuda kui tulemusi kasutatakse kogu populatsiooni üldistamisel. Uuringu üldkogumisse kuulusid kõik Dönhoff Residence kliendid, kes ööbisid hotellis ajavahemikul 17.03.2023–14.04.2023 ning Reisihullude Facebook’i teemagrupp. Kõikidesse tubadesse paigutati küsimustik QR-koodina, et inimesed saaksid oma isiklikust nutiseadmetest mugavalt küsimustikule vastata. Samuti postitati küsimustik Reisihullude Facebook’i teemagruppi, kus on liikmeid kokku veidi alla 24 000. Küsimustik sai postitatud sellesse teemagruppi, sest sealsed grupiliikmed on suurema reisikogemusega ning seetõttu ka rohkemates hotellides ööbinud. Valimiks on ettekavatsetud valim, kus vastajad on valitud kindlate kriteeriumite põhjal, mis tuginevad uurija teadmistel ja kogemustel (Õunapuu, 2014, lk 143). Arvestades uuringuperioodi lühikest aega ning Dönhoff Residence hotelli väiksust, samas soovides koguda piisavat infot kontaktivabade majutusteenuste kasutajate vajaduste ja ootuste kohta, liideti

Facebook'i teemagrupis saadud vastused ja Dönhoff Residence's ööbinute vastused kokku.

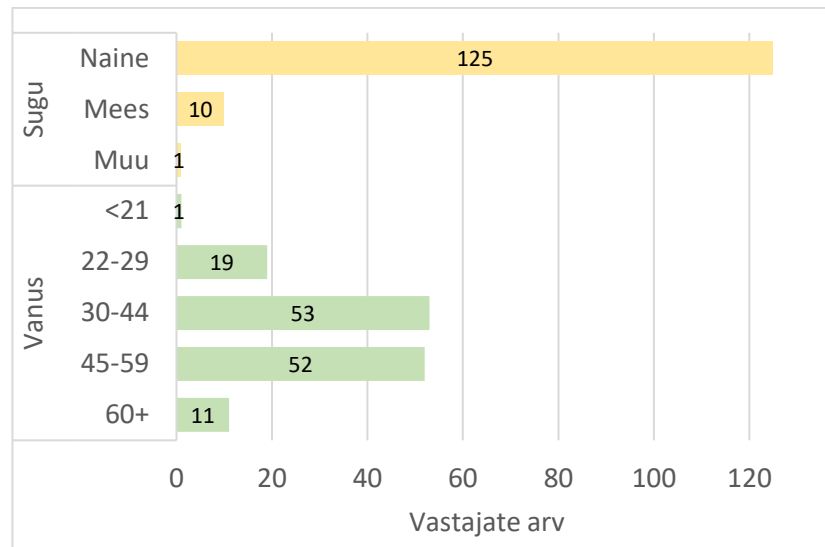
Enne küsimustiku avalikustamist viis autor läbi piloot-uuringu mugavusvalimi alusel, et välja selgitada küsimustikus arusaamatust tekitavad kohad ning saada aimu umbkaudsest küsimustikule vastamiseks kuluvast ajast.

Uuringust saadud andmete analüüsiks kasutati kirjeldavat statistilist analüüsi, sest see võimaldab andmeid kokku võtta lihtsate kvantitatiivsete mõõtmiste kujul ning andmeid saab visuaalselt kokku võtta erinevate diagrammide abil (Kaliyadan & Kulkarni, 2019, lk 83). Avatud vastusega küsimuste analüüsiks kasutatakse sisuanalüüsi (Õunapuu, 2014, lk 160). Andmete kvantitatiivseks analüüsiks kasutati MS Excel programmi.

2.2. Uuringu tulemuste analüüs

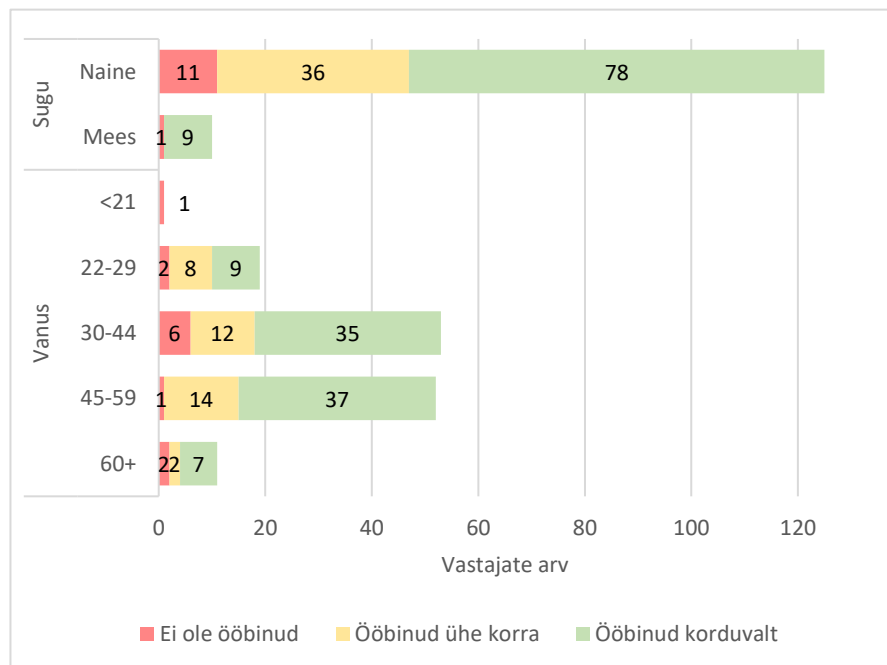
Lõputöö eesmärgiks on esitada ettepanekud kontaktivaba majutusteenust pakkuvatele hotellidele kontaktivaba reisija ootustele ja vajadustele tuginevate majutusteenuste arendamiseks.

Uuringust võttis osa 136 inimest, kellest 125 olid naised, 10 olid mehed ning üks vastaja ei soovinud oma sugu avaldada. Kõige rohkem vastajaid oli vanusegrupis 45–59, keda oli kokku 39% ning vanusegrupis 30–44, kus oli vastajaid 38%. Alla 21 aastaseid vastajaid oli 1%, vanusegrupis 22-29 oli vastajaid 14% ja vanusegrupis 60+ oli vastajaid 8% (vt joonis 3).



Joonis 3. Vastajate sooline ja vanuseline jaotus

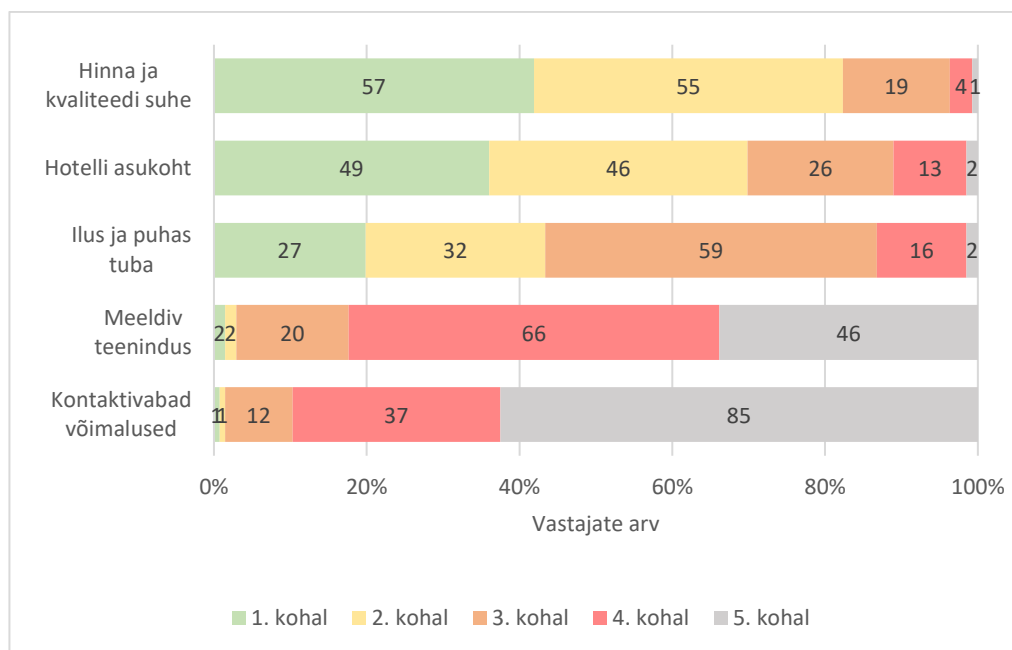
136-st vastajast 91% on vähemalt korra kontaktivabas hotellis ööbinud. 125-st naistest 29% on ööbinud kontaktivabas hotellis ühe korra, 62% on ööbinud korduvalt ning 9% ei ole kordagi taolises hotellis ööbinud. 10-st mehest 90% on ööbinud korduvalt ning üks vastaja ei ole kordagi (vt joonis 4).



Joonis 4. Varasem kogemus kontaktivaba hotelliga soo ja vanuse järgi

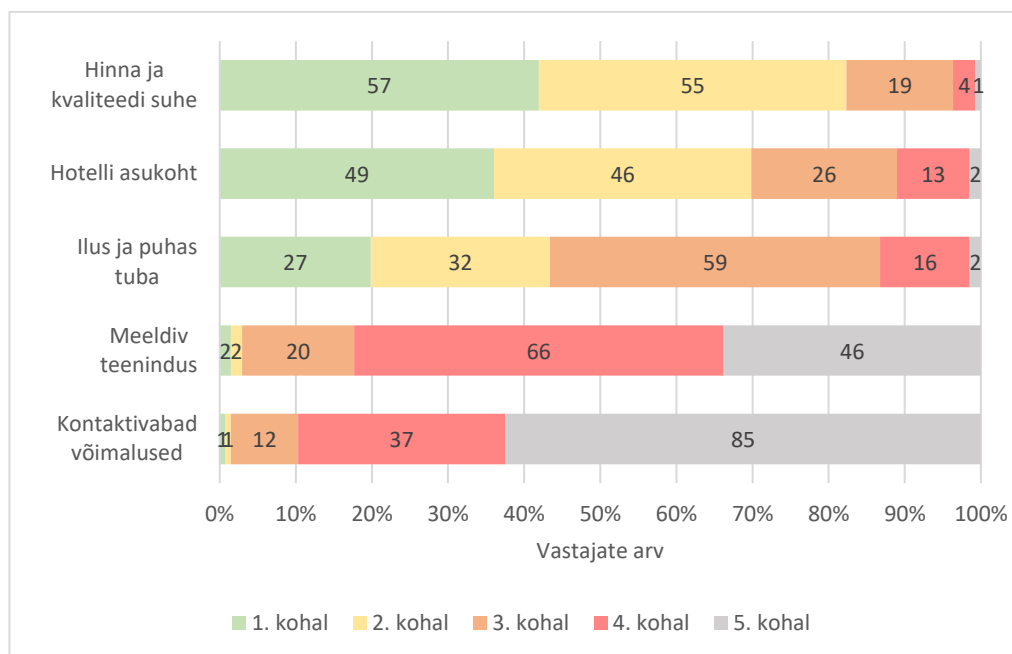
Igapäevaselt kasutab 100% vastajatest nutitelefon. Arvutit kasutab igapäevaselt 76% vastajatest ning 14% kasutab arvutit vaid paar korda nädalas. Siri häälassistenti kasutab igapäevaselt vaid üks vastaja ning mõned korrad nädalas kasutab Sirit vaid 2% vastajatest. 82% vastajatest ei kasuta häälassistenti üldse. Alexa nutiassistenti kasutab igapäevaselt samuti vaid üks vastaja ning 97% vastajatest ei kasuta Alexat üldse. Vastajatel oli ka võimalus jätta kommentaar kui nad kasutavad mõnda tehnoloogiat, mida valikus ei olnud. Kaks vastajat tõid välja, et nad kasutavad igapäevaselt nutikella ning üks vastaja kasutab tahvelarvutit.

Järgmises küsimuses paluti vastajatel hinnata kui valmis oleksid nad hotellis uusi tehnoloogiaid kasutama. Audiovisuaalseid süsteeme kasutaks 65% meeleldi ning 26% neid ei pelga. Sama kehtib ka tehisintellekti kohta, mida kasutaks meeleldi 65% vastajatest ning 26% neid pigem ei pelga. Roboteid kasutaks hea meelega 44% vastajatest ning 36% pigem ei pelga roboteid. Enim peljatakse uutest tehnoloogiatest häälkäskluseid, kus 19% vastajatest olid märkinud, et nad pigem pelgavad või pelgavad väga (vt joonis 5). Noorem ja vanem vanusegrupp võrreldes ei esinenud suuri erinevusi seoses robotite, tehisintellektide ja audiovisuaalsete süsteemide kasutamisel, kuid häälkäskluste kasutamist pelgab noorem vanusegrupp rohkem. Vanuserühmas 22–29-aastased oli 19 vastajat, kellest üks vastaja pelgas väga häälkäskluseid ning neli vastajat pigem pelgas. Vanuserühmas 60+ oli vastajaid 11 ning nende seas ei peljanud ükski häälkäskluseid ning ainult üks vastaja pigem pelgas. Võrreldes ka seda, kuidas erineb varasemalt ööbinud vastajate valmisolek nende omast, kes ei ole varem kontaktivabas hotellis ööbinud, siis selgus, et varasem kogemus ei mängi rolli tehnoloogiate kasutamise valmisolekul. 12st vastajast, kes ei olnud varem kontaktivabas hotellis ööbinud, olid kõik positiivselt meelestatud ning ei peljanud ühtegi tehnoloogilist lahendust. Vastustest selgus, et vastajad on uute tehnoloogiliste lahenduste suhtes positiivselt meelestatud ning nad ei pelga uusi tehnoloogiaid ja on valmis neid ka hotellides kasutama. Vastajatel oli võimalus jätta kommentaar selle kohta, miks nad mõnda tehnoloogiat pelgavad või ei pelga. 20-st vastusest kuues oli väljatoodud, et häälkäsklused ei toimi keelebarjääri ja häälduses esinevate erinevuste tõttu, mis võib tekitada olukorra, kus käsku võidakse mõista valesti. Neli vastajat tõid välja, et uued tehnoloogiad on alles arengujärgus, mistõttu ei pruugi nad olla just kõige usaldusväärsemad.



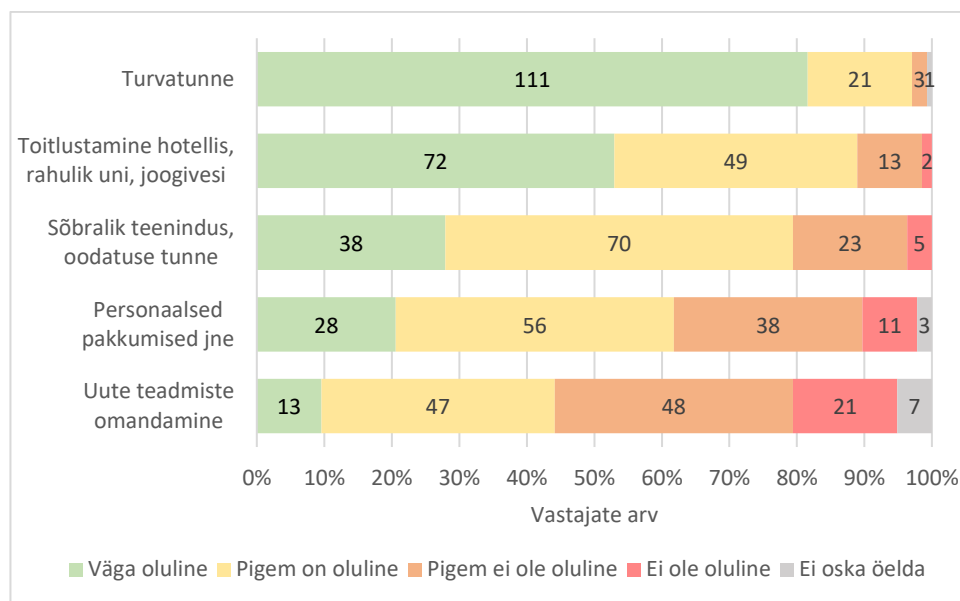
Joonis 5. Valmisolek kasutamaks kontaktivabaid tehnoloogiaid

Järgmiseks paluti vastajatel reastada olulisuse järjekorras hotelli valikut mõjutavad aspektid. Hotelli valikul osutus 42% vastajatest kõige olulisemaks hotellitoa hinna ja kvaliteedi suhe, hotelli asukoht oli oluline 36% ning ilus ja puhas tuba 20%. Vaid üks vastaja pidas kõige olulisemaks kontaktivabade teenuste olemasolu. Teisena pidas 40% vastajatest kõige olulisemaks hinna ja kvaliteedi suhet, 34% hotelli asukohta ning 24% ilusat ja puhast tuba. Kolmandana peetakse kõige olulisemaks ilusat ja puhast tuba, mille oli valinud 43% vastajatest, 19% vastajate jaoks on oluline hotelli asukoht ja 15% jaoks meeldiv teenindus. Neljandal kohal on 49% jaoks kõige olulisem meeldiv teenindus ja 27% jaoks kontaktivabad võimalused. Viimase aspektina peetakse oluliseks kontaktivabaid võimalusi, mille valis 64% vastajatest ning meeldiv teenindust, mis on oluline 34% jaoks (vt joonis 6).



Joonis 6. Hotelli valikut mõjutavad aspektid

Järgmisena paluti vastajatel hinnata kui olulised on väljatoodud vajadused kontaktivabas hotellis. Kõige olulisemaks pidas 81% vastajatest hotellis turvatunnet. Olulisuselt teisel kohal on füsioloogilised vajadused nagu toit, uni ja joogivesi. Seda pidas väga oluliseks 53% vastajatest. Kõige ebaolulisemaks pidas 15% vastajatest kontaktivabas hotellis uute oskuste omandamist (vt joonis 7). Vastajatel oli võimalus jätta ka lisakommentaari, et välja tuua vajadusi, mida vastusevariantides polnud. Kommentaari jättis kuus vastajat, kellest viis pidasid vajaduseks seda, et informatsioon (parkimiskorraldus, uksekood, sisseregistreerimis juhend) oleks lihtsasti arusaadav ning väga täpselt edastatud.



Joonis 7. Vajaduste olulisus kontaktivabas hotellis

Klientide ootuste suhtes enne kontaktivaba hotelli saabumist peeti kõige olulisemaks võimalust broneerida tuba internetist, kus 89% vastajatest pidas seda väga oluliseks ja 10% vastajatest pidas seda pigem oluliseks. Teiseks peeti väga oluliseks majutushinda, kus 70% vastajatest pidas seda väga oluliseks ning 29% vastajatest pidas seda pigem oluliseks. Kõige vähem olulisemaks peetakse AR tehnoloogiate olemasolu, kus ainult 9% vastajatest pidas seda väga oluliseks ning 39% vastajatest pigem oluliseks.

Teiseks puutepunktiks on hotelli saabumine. Esimesena sooviti teada, kas vastajate jaoks on oluline personali kohalolek. Selles etapis peeti kõige olulisemaks uksekoodiga sisenemist, kus 47% vastajatest pidas seda väga oluliseks ning 42% vastajatest pigem oluliseks. Järgmisena peeti oluliseks iseteeninduskioskit, kus 23% vastajate jaoks oli see väga oluline ja 38% vastajate jaoks pigem oluline. Kolmandaks ning vähem oluliseks peeti personali kohalolekut, kus 44% vastajate jaoks ei olnud see üldse oluline ning 48% vastajate jaoks ei olnud personali kohalolek pigem oluline. 4% vastajate jaoks oli personali kohalolek pigem oluline ja 4% vastajate jaoks väga oluline. Viimasena peeti kõige vähem oluliseks robotite olemasolu, kus 29% vastajate jaoks ei olnud see pigem oluline ning 60% jaoks ei olnud üldse oluline. Robotid olid väga olulised vaid 2% vastajatest ning pigem olulised 3% vastajatest. Vastajatel oli võimalus jätta ka küsimuse alla kommentaar ning kaheksast kommentaarist viis mainis seda, et oluline on selge ja

lihtsasti arusaadav informatsioon selle kohta, kuidas saadakse ligipääs uksekoodile ning kuidas see toimib. Kaks vastajat pidasid oluliseks ka seda, et oleks olemas kontakt, mis oleks alati saadaval, juhuks kui tekib mõni probleem.

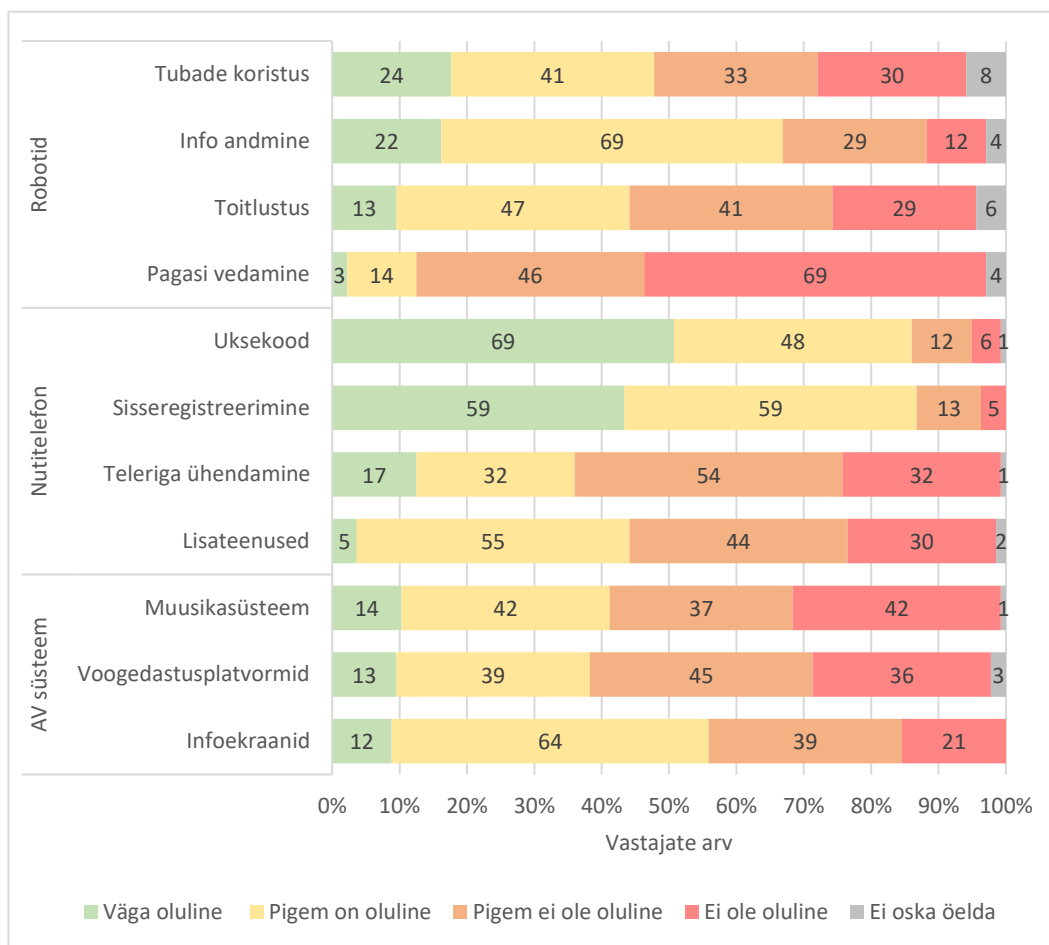
Vastajate ootustes kontaktivaba hotelli tubades peeti kõige olulisemaks audiovisuaalseid süsteeme, kus 8% vastajatest pidas seda väga oluliseks ja 30% vastajatest pigem oluliseks. 33% vastajate jaoks ei olnud see pigem oluline ning 26% vastajate jaoks üldse oluline. Järgmisena peeti oluliseks nutitelefoniga kasutamist nt toatemperatuuri seadistamiseks, kus ainult üks vastaja pidas seda väga oluliseks ning 21% vastajatest pigem oluliseks. Kolmanda võimalusena toodi välja robotid, kus 9% vastajatest pidas seda pigem oluliseks. Viimaseks oluliseks kontaktivabaks võimaluseks toas on häälkäsklused, kus 1% vastajatest pidasid seda väga oluliseks ning 4% vastajatest pigem oluliseks.

Hotelli avalikes ruumides oli vastajate jaoks oli kõige olulisem audiovisuaalsete süsteemide olemasolu, kus 7% vastajatest pidas seda väga oluliseks ning 44% vastajatest pigem oluliseks. Tähtsusetel teistel kohal oli robotite ja tehisintellektide olemasolu, kus 1% vastajate jaoks oli see väga oluline ja 38% vastajate jaoks pigem oluline. Kolmandal kohal oli füüsilisest kontaktist hoidumine, kus 4% jaoks oli see väga oluline ja 18% vastajate jaoks pigem oluline. Viimasel kohal oli häälkäsklustel toimiv lift, kus vaid 1% pidas seda väga oluliseks ja 4% vastajatest pigem oluliseks.

Teise küsimuste ploki viimases küsimuses sooviti teada vastajate ootuseid hotellist lahkudes. Vastajate jaoks oli olulisem kontaktivaba maksmise võimalus, mida pidas väga oluliseks 35% vastajatest ja pigem oluliseks 46% vastajatest. Iseteeninduskioskit väljaregistreerimiseks pidas väga oluliseks 19% vastajatest ja pigem oluliseks 38%.

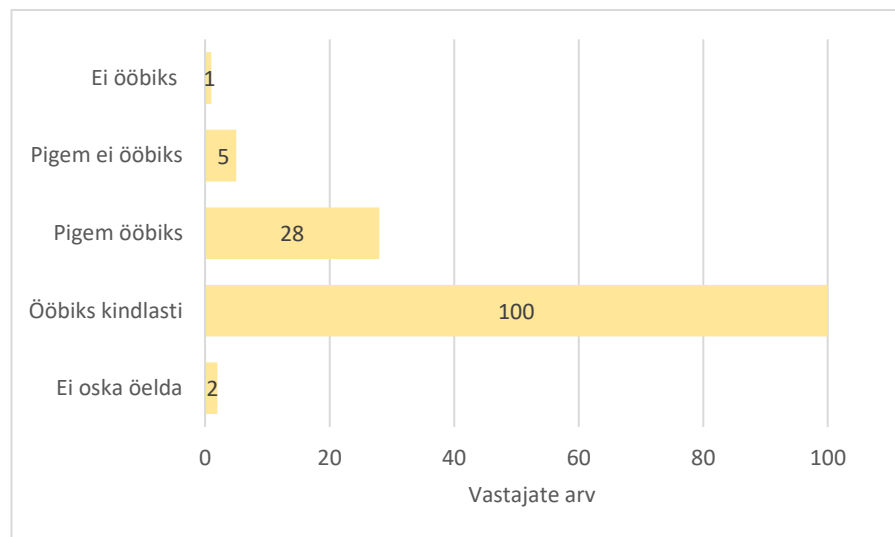
Viimases küsimuste ploki uuriti vastajate ootuseid seoses ülesannetega, mida uued tehnoloogiad on võimelised tegema. Robotite puhul pidasid vastajad kõige olulisemaks info andmist, kus 16% vastajatest pidas seda väga oluliseks ja 51% pigem oluliseks. Tubade koristamine oli väga oluline 18% vastajate jaoks ja pigem oluline 30% vastajate jaoks. Toitlustuse pakkumise juures jagunesid arvamused suhteliselt kaheks. 51% vastajate jaoks ei olnud see oluline või pigem ei olnud oluline. 45% vastaja jaoks oli see pigem oluline või väga oluline. Pagasi vedamist pidasid vastajad kõige vähem olulisemaks, kus 51% vastajate jaoks ei olnud see oluline ja 33% jaoks pigem ei olnud

oluline. Järgmise küsimusega sooviti teada vastajate ootuseid seoses nutitelefoniga poolt tehtavate ülesannetega. Võimalust kasutada nutitelefoniga hotellituppa sisenemisel pidas väga oluliseks 51% vastajatest ja pigem oluliseks 35%. Sisseregistreerimine oli vastajate jaoks tähtsusest teisel kohal, kus 43% vastajate jaoks oli see väga oluline ja 43% jaoks pigem oluline. Võimalust ühendada oma nutitelefoni televiisoriga pidas väga oluliseks 13% vastajatest ja pigem oluliseks 24%. Lisateenuste tellimist läbi oma isikliku nutiseadme pidas väga oluliseks 4% vastajatest ja pigem oluliseks 40% vastajatest. Viimasena sooviti teada saada vastajate ootuseid seoses audiovisuaalsete süsteemidega. Kõige olulisemaks osutus informatiivsete ekraanide olemasolu koridorides, mida pidas väga oluliseks 9% vastajatest ja pigem oluliseks 47%. Muusikasüsteemide olemasolu toas pidas väga oluliseks 10% ja pigem oluliseks 31% vastajatest. Isiklike voogedastusplatvormide kasutust hotellides pidas väga oluliseks 10% vastajatest ja pigem oluliseks 29% (vt joonis 8).



Joonis 8. Ootused seoses kontaktivabade lahendustega

Viimase küsimusena sooviti teada, kas vastajad oleksid ka tulevikus valmis kontaktivabas hotellis ööbima. 74% vastajat oleks kindlasti valmis ka tulevikus ööbima, 21% vastajatest pigem ööbiks, 4% vastajatest pigem ei ööbiks ja üks vastaja ei ööbiks kindlasti. Kaks vastajat ei osanud öelda, kas nad oleksid valmis kontaktivabas hotellis ööbima või mitte (vt joonis 9).



Joonis 9. Valmisolek ööbida tulevikus kontaktivabas hotellis

Uuringu tulemused näitasid, et enamus vastajatest on vähemalt korra kontaktivabas hotellis ööbinud. Vastustest selgus, et inimesed on uute tehnoloogiate osas positiivselt meelestatud ning valmis neid ka realselt kasutama.

2.3. Järeldused ja ettepanekud

Lõputöö eesmärgiks oli esitada ettepanekud kontaktivaba majutusteenust pakkuvatele hotellidele kontaktivaba reisija ootustele ja vajadustele tuginevate majutusteenuste arendamiseks. Eesmärgi saavutamiseks viidi läbi ankeetküsitlus ning uuringust saadud tulemustele ja teooriale tuginedes esitati Dönhoff Residence'ile ettepanekud.

Uuringus sooviti esimesena teada saada inimeste igapäevaseid tehnoloogiliste vahendite tarbimisharjumusi ning valmisolekut kasutamaks uusi tehnoloogiaid hotellides. Uuringust selgus, et iga vastaja kasutab igapäevaselt nutitelefoni ning suurem osa vastajatest kasutab ka arvutit. Häälassistente ja nutiassistente kasutab väga väike osa vastajatest. Uurides inimeste valmisolekut kasutamaks hotellis roboteid, tehisintellekte,

AV süsteeme ja häälkäsklustel põhinevaid tehnoloogiaid, siis oli suurem osa vastajatest nende suhtes pigem positiivselt meelestatud. Häälkäskluste puhul oli näha, et inimesed pelgavad neid enim. Mitmed vastajad tõid välja, et häälkäsklused ei pruugi meie keeleruumis korrapäraselt toimida, mistõttu võib esineda kasutamisel tõrkeid. Buhalis ja Moldavska (2021, lk 392–393) poolt läbi viidud uuringust selgus, et inimesed, kes kasutavad ka kodustes tingimustes häälkäsklustel põhinevaid seadmeid, kasutakse sellist võimalust hea meelega ka hotellides. Antud lõputöö uuringus ei olnud võimalik sellele kinnitust saada, sest valdav osa vastajatest ei kasuta sellised tehnoloogiaid üldse, kuid nad on valmis häälkäsklustel põhinevaid võimalusi kasutama. Põhjus võib olla ka selles, et Eestis ei ole võimalik Sirit ja Alexat veel eesti keeles kasutada, mistõttu inimestel puudub igapäevane kogemus antud seadmetega.

COVID-19 pandeemia on mõjutanud klientide hotelli valiku aspekte, sest kliendid soovivad ööbida turvalises keskkonnas. Kui varem olid olulisel kohal hotelli hind, asukoht ja ilus tuba, siis pandeemiast tingituna on olulisemaks muutunud turvatunne viiruse osas. Kliendid soovivad, et hotellides oleksid tagatud desinfitseerimisvahendid ning riiklikult kehtestatud seadustest kinni pidamine. (Cheung *et. al.*, 2022, lk 136) Uuringust aga selgus, et inimesed peavad ikkagi olulisemaks hinda ja asukohta ning kontaktivabasid võimalusi, mis aitaksid viirusest hoiduda, peeti kõige vähem oluliseks. Seega ei ole kontaktivabade võimaluste olemasolu hotelli valikul määrav tegur, kuid nende olemasolul kasutatakse neid meeleldi.

Maslow (1954, lk 35–46) on jaganud inimeste põhivajadused viite kategooriasse, kus kõige olulisemad on füsioloogilised vajadused ning kõige viimasel kohal eneseteostus. Maslow on öelnud, et kui inimese madalama taseme vajadus saab rahuldatud, siis saab eesmärgiks rahuldada kõrgema taseme vajadus. Uuringust selgus aga see, et inimeste jaoks on kõige olulisem vajadus hotellis hoopis turvatunne, millele alles järgnevad füsioloogilised vajadused. Kuuluvus- ja armastusvajadus, tunnustamise vajadus ja vajadus eneseteostamiseks olid vastajate jaoks samasuguses järjestuses nagu Maslow' teoorias.

Kontaktivabade tehnoloogiate olemasolu kõigis hotelli puutepunktides on klientidele muutunud olulisemaks, sest aitab muuta hotellikogemust turvalisemaks ning sujuvamaks (Bhinder, 2022, lk 18–20). Vastajate jaoks olid kõige olulisemad võimalus broneerida

tuba internetist ning uksekoodiga tuppa sisenemine. Kontaktivabadest võimalustest tubades pidasid vastajad kõige olulisemaks AV süsteeme ning kõige vähem olulisemaks häälkäskluseid. Avalikes ruumides oli vastajate jaoks oluline samuti AV süsteemide olemasolu ning viimasel kohal häälkäsklustel toimiv lift. Hotellist lahkudes on aga vastajate arust oluline see, et maksta saaks kontaktivabalt. Seega on inimeste jaoks olulised võimalused, mis on meie ümber olnud juba pikemat aega ning uuemad lahendused nagu robotid ja tehisintellektid ei ole veel inimeste jaoks niivõrd oluliseks saanud.

Robotid, mida hetkel hotellides kasutatakse on veel suhteliselt algelised ning ei ole võimalised sooritama keerukaid ülesandeid. Roboteid tuleb hetkel vaadata kui töötaja abilist, kes aitab teha lihtsamaid ülesandeid eesmärgiga vähendada töötajate koormust. (Ivanov & Webster, 2017a, lk 2–3) Uuringus osalejad pidasid kõige olulisemaks seda, et robotid jagaksid informatsiooni, koristaksid tube ning pakusid toitu. Vastajate jaoks oli kõige vähem oluline see, et robot aitaks pagasit vedada. Seega võib roboteid hotellis kasutada, et pakkuda teenuseid, mida muidu ei võimalik kontaktivabas hotellis pakkuda, sest puuduvad töötajad, kes neid teeks.

Nutitelefoni on võimalik kasutada väga mitmetes hotelli protsessides, kuid siinkohal on oluline tagada see, et kõikidel klientidel on olemas sobiv seade (Huseynov, 2023). Nooremate põlvkondade jaoks on nutitelefoni kasutamine kõikides olukordades juba iseenesest-mõistetav, mistõttu on taoliste võimaluste kasutuselevõtt oluline, et laiendada klientuuri ka nooremate inimeste seas (Ramgade & Kumar, 2021a, lk 113). Uuringust selgus, et kõik vastajad kasutavad igapäevaselt nutitelefoni, mistõttu saab paljusid tegevusi teha läbi oma isikliku seadme. Vastajad pidasid kõige olulisemaks uksekoodiga tuppa sisenemist ja sisseregistreerimist. Veidi vähem olulised olid lisateenuste tellimine ja televiisoriga ühendamine. Kuna Dönhoff Residence kasutab juba iseseisvat sisseregistreerimist ja uksekoodiga sisenemist, siis ühe ettepanekuna saaks lisada hotelli võimaluse, et kliendid saaksid ühendada isikliku nutiseadme teleriga, et vaadata isiklikelt voogedastusplatvormidelt meelepärase sisu. Lisateenuste tellimine ei ole Dönhoffis võimalik, sest puudub personal, kes tellimusi kohapeal täidaks.

AV süsteemid on külastuskogemuse kujundamisel olulised, sest need võimaldavad luua meeldivat õhustikku nii tubades kui ka avalikes ruumides. Samuti soovivad inimesed

tubades meelelahutust ning AV süsteemidega on seda võimalik lihtsasti tagada. (Huseynov, 2023) AV süsteemidest peeti kõige olulisemaks infoekraanide olemasolu. Muusikasüsteemid ja isiklike voogedastusplatvormide kasutamist peeti veidi vähem olulisemaks. Ettepanekuna saaks hotelli lisada AV süsteemid nii avalikesse ruumidesse kui ka hotellitubadesse, mis saaksid anda informatsiooni ning annaksid võimaluse luua meeldivat õhkkonda.

Teooriast ning uuringu tulemustest lähtuvalt teeb autor Dönhoff Residence'le ettepaneku võtta kasutusele liitreaalsus (AR tehnoloogia), audiovisuaalsed (AV) süsteemid ning robotid. AR tehnoloogiat on võimalik kasutada enne hotelli saabumise etappi, mis annab võimaluse oma isikliku nutiseadme abil tutvuda eelnevalt hotelliga ning näidata ette ka sisseregistreerimise protsess, et hiljem kohale jõudes ei tekiks sellega probleeme. AR tehnoloogiaid on kõige lihtsam kasutada läbi kliendi isikliku nutiseadme ning see oleks kättesaadav hotelli koduleheküljelt. AR tehnoloogiat on võimalik kasutada ka hotellitubades meelelahutusena, luues näiteks interaktiivseid mängu, kuid selliste lahenduste kasutusele võtmine on kulukas ning ei ole klientidele niivõrd oluline kui enne hotelli saabumist pakutav AR tehnoloogia. Avalikes ruumides peeti oluliseks interaktiivsete ekraanide olemasolu, seega saaks hotelli lisada infoekraanid, mis võimaldavad edastada informatsiooni nii hotelli kui ka ümberkaudsete vaatamisväärsuste ja söögikohtade kohta. Samuti oleks võimalik hotelli koridoridesse paigutada valgustid, mis reageeriksid liikumisele ning looksid koridoris värvide mängu abil meeldiva õhkkonna. AV süsteemina saaks tubades kasutusele võtta nutitelerid, muusikakeskused ning nutikad valgustused, mida saaks ühendada kliendi isikliku nutiseadmega ning see annaks võimaluse luua kliendile personaalse külastuskogemuse. Roboteid oleks võimalik kasutada pakirobotitena, kes tooksid koostööpartnerite juurest näiteks hommikusöögi hotelli, sest hetkel tuleb kliendil Dönhoff Residence's ise endale hommikusöök teha või lähedal asuvasse söögikohta sööma minna. Pakirobotitena saaks kasutada juba Eestis tuntud Starship roboteid, mis liiguksid vaid kindlate toidukohtade ja hotelli vahelt ning oleksid mõeldud vaid hotelliküllastajatele. Lisaks pakirobotile on võimalus kasutada ka vestlusroboteid, mis annaks võimaluse anda kliendile informatsiooni ööpäevaringselt, mistõttu ei peaks kliendid helistama hotellijuhile kui peaks tekkima mingi mure või küsimus. Mõlemad robotid võiksid olla saadaval QR-koodi abil, mis on tubadesse paigutatud. Kuna tehnoloogistesse lahendustesse investeerimine on kulukas, siis kõigi

kolme ettepaneku elluviimine ei ole realistlik, kuid ettepanekud annavad võimaluse valida oma ettevõttele sobivaim. Suuremas osas kehtivad järeldused ja ettepanekud vanusrühmadele 30–44 ja 45–59, sest selles vanuses vastajate hulk oli võrreldes teiste vanuserühmadega ülekaalukam.

Tuginedes eeltoodule tehakse teoreetiliste käsitluste ja uuringu tulemuste põhjal Dönhoff Residence'le järgmised ettepanekud:

- liitreaalsus (AR tehnoloogia), mis tutvustab hotelli ja sisseregistreerimise protsessi;
- tubadesse ja avalikesse ruumidesse lisada audiovisuaalsed süsteemid;
- robotid, kes toovad tuppa söögi või aitaksid kliente tekkivate küsimustega.

Tabelis 3 on kokkuvõtlikult välja toodud ettepanekud Dönhoff Residence'le ning võimalused, kuidas neid ettevõttes kasutusele võtta.

Tabel 3. Ettepanekud Dönhoff Residence'le ning näited kasutamise kohta

Ettepanek Dönhoff Residence'le	Näide kasutamise kohta
Liitreaalsus (<i>augmented reality</i>)	Virtuaalne hotellitoa tutvustus; sisseregistreerimise tutvustus
Audiovisuaalsed süsteemid	Värvilised liikumisanduril põhinevad valgustid; interaktiivsete ekraanide abil informatsiooni hotelli ja vaatamisväärsuste kohta; heli- ja videosüsteemid tubades meeldiva õhkkonna loomiseks, mida on võimalik kasutada läbi isikliku nutiseadme
Robotid	Pakirobot, kes toob koostööpartnerite juurest hommikusöögi hotelli; vestlusrobot, kes annab kliendile soovitud informatsiooni

Kokkuvõtvalt võib öelda, et inimesed ei pea kontaktivabasid võimalusi hotelli valikul oluliseks, kuid kui need on hotellis olemas, siis kasutaks inimesed neid meeeldi. Kuna Dönhoff Residence kasutab juba iseseisvat sisseregistreerimist ja uksekoodiga sisenemist, siis aitaksid autori poolt pakutud ettepanekud suurenda kliendile pakutavat lisandväärtust.

KOKKUVÕTE

Käesoleva lõputöö teemaks on „Kontaktivaba majutusteenuse arendamine majutusettevõtte Dönhoff Residence näitel.“ Töös keskendutakse kontaktivabades hotellides kasutusel olevatele tehnoloogiatele ning kontaktivabade teenuste arendamisele. Lõputöö eesmärgiks oli esitada ettepanekud kontaktivaba majutusteenust pakkuvatele hotellidele kontaktivaba reisija ootustele ja vajadustele tuginevate majutusteenuste arendamiseks.

Tehnoloogia areneb pidevalt ning ettevõtetel on võimalik kasutada seda enda kasuks, et muuta oma klientidele kogemus meeldejäävaks ja mugavamaks. Reisimisel on tehnoloogilisi võimalusi võimalik kasutada väga paljudes kliendi ja ettevõtte puutepunktides. Koroonapandeemiast tingituna on turismisektor pidanud kasutusele võtma erinevaid tehnoloogilisi lahendusi, et hoida oma kliente ning pakkuda neile turvalist reisikogemust. Selleks, et muuta reisimine turvalisemaks on nii hotellides kui ka lennujaamades võetud kasutusele näiteks iseteeninduskioskid, mis aitavad vähendada füüsiliste kontaktide hulka ning muuta sisseregistreerimisprotsessi sujuvamaks. Uued tehnoloogilised lahendused võimaldavad pakkuda muutunud ootuste ja vajadustega klientidele paremaid teenuseid.

Lõputöö teoreetilises osas käsitleti kontaktivaba reisimise põhimõtteid ja klientide ootuseid ja vajadusi. Kontaktivaba reisimine on vähese inimkontaktiga reisimine, kus enamus tegevusi on võimalik teha iseseivalt läbi erinevate tehnoloogiliste lahenduste. See võimaldab muuta reisimist mugavamaks, sujuvamaks ja turvalisemaks. Inimesed, kes eelistavad kontaktivabasid lahendusi ning soovivad hoiduda inimkontaktist nimetatakse kontaktivabadeks reisijateks. Kontaktivabasid teenuseid on võimalik majutusettevõtetes kasutada mitmeid ning seda kõigis kliendi puutepunktides. Peamised kontaktivabad tehnoloogiad, mida majutusettevõtetes kasutatakse on audiovisuaalsed süsteemid,

robotid, häälkäsklused ning isikliku nutiseadme kasutamine erinevate toimingute tegemiseks.

Lõputöö empiirilises osas anti ülevaade ettevõttest ning uuringu metoodikast ning tulemustest. Lõputöö eesmärgiks oli esitada ettepanekud kontaktivaba majutusteenust pakkuvatele hotellidele kontaktivaba reisija ootustele ja vajadustele tuginevate majutusteenuste arendamiseks. Eesmärgi saavutamiseks viidi läbi ankeetküsitlus, mis jagunes kolme teemakategooriasse, milleks oli varasemad kokkupuuted tehnoloogiatega ning kliendi vajadused kontaktivabas hotellis, klientide ootused kontaktivaba hotelli erinevates puutepunktides ning klientide ootused seoses kontaktivabade tehnoloogiatega. Uuring viidi läbi ajavahemikus 17.03.2023–14.04.2023 ning küsitlusele vastas 136 vastajat.

Uuringu tulemustest selgus, et kõik vastajad olid teadlikud sellest, mis on kontaktivaba hotell ning suurem osa oli ka taolises hotellis vähemalt korra ööbinud. Enamus vastajaid olid uute tehnoloogiatega osas positiivselt meelestatud ning valmis neid ka võimalusel kasutama. Vastajad eelistasid enim võimalust kasutada oma isiklikku nutiseadet hotelli sisseregistreerimiseks ja tuppa sisenemiseks. Samuti peeti oluliseks audiovisuaalsete süsteemide olemasolu nii hotellitubades kui ka avalikes ruumides.

Uuringu tulemuste ja teoreetiliste allikate põhjal esitati Dönhoff Residence'le ettepanekud, mis aitavad arendada kliendi vajadustele ja ootustele vastavaid teenuseid. Esimeseks ettepanekuks oli AR tehnoloogia kasutusele võtt, mis võimaldaks virtuaalselt tutvustada hotelli ning näidata ka sisseregistreerimisprotsessi, et sellega ei tekiks saabumisel probleeme. Teiseks ettepanekuks oli audiovisuaalsete süsteemide paigaldamine nii tubadesse kui ka avalikesse ruumidesse, et luua meeldivat õhustikku ning jagada olulist informatsiooni. Kolmandaks ettepanekuks oli robotite kasutuselevõtt, kes toodsid hotelli hommikusöögi või pakusid ööpäevaringset abi.

Käesoleva lõputöö uurimisülesanded, eesmärk ja uurimisküsimus said täidetud, töös anti ülevaade kontaktivabast reisimisest ning võimalustest kontaktivabade teenuste arendamiseks. Anti ülevaade ettevõttest Dönhoff Residence ning viidi läbi uuring, et välja selgitada kontaktivaba reisija ootused ja vajadused. Uuringu tulemustest ja teooriast lähtuvalt tehti ettevõttele ettepanekud majutusteenuse arendamiseks.

Töö piiranguna saab välja tuua valimi väiksust, mis võimaldas küll teha järeldusi kontaktivaba hotelli klientide ootuste ja vajaduste kohta, kuid põhjalikemate järelduste tegemiseks oleks vajalik järjepidev tagasiside küsimine klientidelt. Uuringus osalesid peamiselt naised ning vastajad jäid vanusevahemikku 30–59 aastat. Seetõttu ei olnud antud uuringus võimalik võrrelda erinevaid vanusegruppe ning soolisi erinevusi, mistõttu tuleks kaasata uuringusse rohkem mehi ning ka nooremaid vanusegruppe, et saada teada nende arvamust kontaktivabade teenuste kohta. Samuti on antud lõputöös käsitletud nelja peamist kontaktivaba tehnoloogiat, mida hetkel kasutatakse, kuid taolisi tehnoloogiaid on veel mitmeid nagu žestide ja käeliikumise tuvastus, liikumisandurid, näotuvastus. Kuna tehnoloogia areneb kiiresti, siis on võimalik edaspidistes uuringutes käsitleda uusi tehnoloogiaid ning leida inimeste ootuseid ja vajadusi seoses nendega.

Käesoleva lõputöö tulemused võiksid huvi pakkuda kõikidele majutusteenust pakkuvatele ettevõtetele, kes soovivad arendada kontaktivaba reisija ootustele ja vajadustele vastavat majutusteenust.

VIIDATUD ALLIKAD

- Abolina, I. (2022, mai 25). *Innovations for satisfied passengers at riga international airport*. 21st International Scientific Conference Engineering for Rural Development. <https://doi.org/10.22616/ERDev.2022.21.TF162>
- Bhavani, G., & Pawar, I. A. (2013). Customer's Expectations of Hospitality Services- A Study on Five Star Hotels in Hyderabad City. *International Journal of Management Research and Review*, 3, 3727–3736. <https://doi.org/10.26524/jms.2013.54>
- Bhinder, H. S. (2022). Emerging Technology Trends Adopted in Hotel Guest Cycle for Enhancing Guest Stay Experiences. In Patawari, S. & Bairwa, M. (Eds.), *Recent Trends in Tourism and Hospitality* (pp. 36–38). Eureka Publications. ISBN: 978-93-91260-14-9
- Bowen, J., & Morosan, C. (2018). Beware hospitality industry: The robots are coming. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(6), 726–733. <https://doi.org/10.1108/WHATT-07-2018-0045>
- Buhalis, D. (2019). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267–272. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>
- Buhalis, D., & Moldavska, I. (2021). Voice assistants in hospitality: Using artificial intelligence for customer service. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 13(3), 386–403. <https://doi.org/10.1108/JHTT-03-2021-0104>
- Cheung, C., Takashima, M., Choi, H. (Helen), Yang, H., & Tung, V. (2021). The impact of COVID-19 pandemic on the psychological needs of tourists: Implications for the travel and tourism industry. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(2), 155–166. <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1887055>
- Doerner, R., Broll, W., Jung, B., Grimm, P., Göbel, M., & Kruse, R. (2022). Introduction to Virtual and Augmented Reality. R. Doerner, W. Broll, P. Grimm, &

- B. Jung (Toim), *Virtual and Augmented Reality (VR/AR): Foundations and Methods of Extended Realities (XR)* (lk 1–37). Springer International Publishing.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-79062-2_1
- Dönhoff Residence*. (s.a.). Dönhoff. <https://www.donhoff.ee/>
- Fan, X., Jiang, X., & Deng, N. (2022). Immersive technology: A meta-analysis of augmented/virtual reality applications and their impact on tourism experience. *Tourism Management*, 91, 104534. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104534>
- Gaur, L., Afaq, A., Singh, G., & Dwivedi, Y. K. (2021). Role of artificial intelligence and robotics to foster the touchless travel during a pandemic: A review and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(11), 4079–4098. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-11-2020-1246>
- Gursoy, D. (2018). Future of hospitality marketing and management research. *Tourism Management Perspectives*, 25, 185–188. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.008>
- Gursoy, D., & Chi, C. (2020). Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: Review of the current situations and a research agenda. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29, 527–529.
<https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1788231>
- Gursoy, D., Malodia, S., & Dhir, A. (2022). The metaverse in the hospitality and tourism industry: An overview of current trends and future research directions. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 31(5), 527–534.
<https://doi.org/10.1080/19368623.2022.2072504>
- Hao, F. (2021). Acceptance of contactless technology in the hospitality industry: Extending the unified theory of acceptance and use of technology 2. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(12), 1386–1401.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2021.1984264>
- Hao, F., & Chon, K. (2021a). Are you ready for a contactless future? A multi-group analysis of experience, delight, customer equity, and trust based on the Technology Readiness Index 2.0. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(9), 900–916.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1997878>
- Hao, F., & Chon, K. K.-S. (2021b). Contactless service in hospitality: Bridging customer equity, experience, delight, satisfaction, and trust. *International Journal of*

- Contemporary Hospitality Management*, 34(1), 113–134.
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2021-0559>
- Hao, F., Qiu, R. T. R., Park, J., & Chon, K. (2022). The Myth of Contactless Hospitality Service: Customers' Willingness to Pay. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 109634802210817. <https://doi.org/10.1177/10963480221081781>
- Ho, T. H., Tojib, D., & Tsarenko, Y. (2020). Human staff vs. service robot vs. fellow customer: Does it matter who helps your customer following a service failure incident? *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102501.
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102501>
- Huseynov, A. (2023, märts 12). *Enhancing Customer Engagement with Digital Signage and Video Walls*. AVIXA Xchange. <http://xchange.avixa.org/posts/enhancing-customer-engagement-with-digital-signage-and-video-walls>
- Idema. (2022). *A seamless travel experience*.
https://www.idemia.com/insights/seamless-travel-experience?export=pdf&post_id=10350&force
- Iqbal, M. Z., & Campbell, A. G. (2021). From luxury to necessity: Progress of touchless interaction technology. *Technology in Society*, 67, 101796.
<https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2021.101796>
- Ivanov, S. H., & Webster, C. (2017a). *Adoption of Robots, Artificial Intelligence and Service Automation by Travel, Tourism and Hospitality Companies – A Cost-Benefit Analysis* (SSRN Scholarly Paper Nr 3007577).
<https://papers.ssrn.com/abstract=3007577>
- Ivanov, S. H., & Webster, C. (2017b). *Designing Robot-Friendly Hospitality Facilities* (SSRN Scholarly Paper Nr 3053206). <https://papers.ssrn.com/abstract=3053206>
- Ivanov, S. H., Webster, C., & Seyitoğlu, F. (2022). Humans and/or robots? Tourists' preferences towards the humans–robots mix in the service delivery system. *Service Business*. <https://doi.org/10.1007/s11628-022-00517-5>
- Ivanov, S. H., Webster, C., Stoilova, E., & Slobodskoy, D. (2022). Biosecurity, crisis management, automation technologies and economic performance of travel, tourism and hospitality companies – A conceptual framework. *Tourism Economics*, 28(1), 3–26. <https://doi.org/10.1177/1354816620946541>

- Ivkovic, N. (2021). *Beyond the pandemic – a new era of consumer behavior*. Economic and social development : 65th International Scientific Conference on Economic and Social Development : book of proceedings : 19 February, 2021. https://www.esd-conference.com/upload/book_of_proceedings/Book_of_Proceedings_esdFebruary2021_Online.pdf
- Jasrotia, A., & Gangotia, D. (2018). *Smart Cities To Smart Tourism Destinations: A Review Paper. 1*, 47–56.
- Jawabreh, O., Masa'deh, R., FAYOUMI, T., & BAREYA, A. (2022). Customer satisfaction towards communication skills of front office staff at the hotel (case study five stars hotels in Aqaba). *Geojournal of Tourism and Geosites*, 44, 1312–1318. <https://doi.org/10.30892/gtg.44416-948>
- Jeremen, D. E., Jędrasiak, M., & Rapacz, A. (2016). The Concept of Smart Hotels as an Innovation on the Hospitality Industry Market – Case Study of Puro Hotel in Wrocław. *Ekonomiczne Problemy Turystyki*, 36, 65–75. <https://doi.org/10.18276/ept.2016.4.36-06>
- Kaliyadan, F., & Kulkarni, V. (2019). Types of Variables, Descriptive Statistics, and Sample Size. *Indian Dermatology Online Journal*, 10(1), 82–86. https://doi.org/10.4103/idoj.IDOJ_468_18
- Kandampully, J., Zhang, T., & Jaakkola, E. (2018). Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding and research agenda. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 21–56. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0549>
- Kanyama, J., Nurittamont, W., & Siripipatthanakul, S. (2022). *Hotel Service Quality and Its Effect on Customer Loyalty: The Case of Ubon Ratchathani, Thailand during COVID-19 Pandemic* (SSRN Scholarly Paper Nr 4004388). <https://papers.ssrn.com/abstract=4004388>
- Law, R., Sun, S., & Chan, I. C. C. (2019). Hotel technology: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 286–289. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2019-0150>
- Lebedeva, L., & Sorokina, A. (2022) Touchless economy: change in consumer behavior and in business. In K. A. Zadravec, & A. Ameti (Eds). Eastern European conference of management and economics – EECME 2022. (pp. 87–88). DOI: 10.1007/978-3-319-50938-9

- Leung, R. (2019). Smart hospitality: Taiwan hotel stakeholder perspectives. *Tourism Review*, 74(1), 50–62. <https://doi.org/10.1108/TR-09-2017-0149>
- Leung, X. Y. (2019). Technology-enabled service evolution in tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 279–282. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0229>
- Lim, W. M., Teh, P.-L., Ahmed, P. K., Cheong, S.-N., Ling, H.-C., & Yap, W.-J. (2018). Going keyless for a seamless experience: Insights from a unified hotel access control system. *International Journal of Hospitality Management*, 75, 105–115. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2018.03.014>
- Liu, Y., Henseler, J., & Liu, Y. (2022). What makes tourists adopt smart hospitality? An inquiry beyond the technology acceptance model. *Digital Business*, 2(2), 100042. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2022.100042>
- MaCorr Research. (s.a.). *Sample size calculator*. <https://www.macorr.com/sample-size-calculator.htm>
- Maslow, A. H. (1954). *Motivation And Personality*. Harper & Row, Publishers, Inc. <https://www.eyco.org/nuovo/wp-content/uploads/2016/09/Motivation-and-Personality-A.H.Maslow.pdf>
- Mehta, M. P., Kumar, G., & Ramkumar, M. (2023). Customer expectations in the hotel industry during the COVID-19 pandemic: A global perspective using sentiment analysis. *Tourism Recreation Research*, 48(1), 110–127. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1894692>
- Mogelonsky, L. (2014). *Maslow's Hierarchy of Hotel Expectations*. https://www.hotelexecutive.com/feature_focus/3215/maslows-hierarchy-of-hotel-expectations
- Moore, K. A., & Lucas, J. J. (2021). COVID-19 distress and worries: The role of attitudes, social support, and positive coping during social isolation. *Psychology and Psychotherapy: Theory, Research and Practice*, 94(2), 365–370. <https://doi.org/10.1111/papt.12308>
- OECD. (2020). *Safe and seamless travel and improved traveller experience*. <https://www.oecd-ilibrary.org/content/paper/d717feea-en>
- Petrevska, B., Cingoski, V., & Gelev, S. (2016). *From Smart Rooms To Smart Hotels* (B. Krstajić, Toim). XXI International Scientific Conference “Information

- Technology – Present and Future.
<https://eprints.ugd.edu.mk/15890/1/Biljana%201.pdf>
- Puhka Eestis. (2022). *Automaathostel on tänapäeva uus reaalsus*.
<https://www.puhkaeestis.ee/et/puhka-eestis/automaathostel-tanapaeva-uus-reaalsus>
- Puttaiah, M. H., Raverkar, A. K., & Avramakis, E. (2020). All change: How COVID-19 is transforming consumer behaviour. *Swiss Re Institute*.
<https://www.swissre.com/institute/research/topics-and-risk-dialogues/health-and-longevity/covid-19-consumer-behaviour.html>
- Rahimizhian, S., & Irani, F. (2021). Contactless hospitality in a post-Covid-19 world. *International Hospitality Review*, 35(2), 293–304. <https://doi.org/10.1108/IHR-08-2020-0041>
- Ramgade, A., & Kumar, A. (2021a). *Changing Trends Of Hospitality Industry: Emergence Of Millennials And Gen Z As Future Customers And Their Influence On The Hospitality Industry*.
- Ramgade, A., & Kumar, A. (2021b). *Futuristic hotels: A study on evolution and growth of smart hotels*. 12, 117–120. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6666658>
- Regmi, P. R., Waithaka, E., Paudyal, A., Simkhada, P., & van Teijlingen, E. (2016). Guide to the design and application of online questionnaire surveys. *Nepal Journal of Epidemiology*, 6(4), 640–644. <https://doi.org/10.3126/nje.v6i4.17258>
- Song, Y., Liu, K., Guo, L., Yang, Z., & Jin, M. (2022). Does hotel customer satisfaction change during the COVID-19? A perspective from online reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 51, 132–138.
<https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.02.027>
- Sun, S., Jiang, F., Feng, G., Wang, S., & Zhang, C. (2021). The impact of COVID-19 on hotel customer satisfaction: Evidence from Beijing and Shanghai in China. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(1), 382–406.
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2021-0356>
- Škare, M., Soriano, D. R., & Porada-Rochoń, M. (2021). Impact of COVID-19 on the travel and tourism industry. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120469. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120469>

- Tripathi, K. & Tiwari, V. (2022). Recent Scenarios on Hospitality & Tourism Marketing. In Patawari, S. & Bairwa, M. (Eds.), *Recent Trends in Tourism and Hospitality* (pp. 271). Eureka Publications. ISBN: 978-93-91260-14-9
- Wachyuni, S. S., & Kusumaningrum, D. A. (2020). The Effect of COVID-19 Pandemic: How are the Future Tourist Behavior? *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 67–76. <https://doi.org/10.9734/jesbs/2020/v33i430219>
- Wang, X. V., & Wang, L. (2021). A literature survey of the robotic technologies during the COVID-19 pandemic. *Journal of Manufacturing Systems*, 60, 823–836. <https://doi.org/10.1016/j.jmsy.2021.02.005>
- Vatan, A., & Dogan, S. (2020). *What do hotel employees think about service robots? A qualitative study in Turkey | Elsevier Enhanced Reader*. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100775>
- World Travel & Tourism Council. (2019). *The Seamless Traveller Journey Emerging Models Overview & Findings Report*. <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2019/Security%20and%20Travel%20Facilitation-Seamless%20Travel%20Journey-Emerging%20Model%20Overview%20Findings%20Report-Nov%202019.pdf?ver=2021-02-25-182755-503>
- Õunapuu, L. (2014). *Kvalitatiivne Ja Kvantitatiivne Uurimisviis Sotsiaalteadustes*. Tartu Ülikool.
- Yu, J., Moon, H., Chua, B.-L., & Han, H. (2022). Hotel data privacy: Strategies to reduce customers' emotional violations, privacy concerns, and switching intention. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 39(2), 215–227. <https://doi.org/10.1080/10548408.2022.2061673>

Lisa 1. Ankeetküsitlus

1. Teie sugu? *

- ☐ Naine
- ☐ Mees
- ☐ Muu

2. Vanus? *

- ☐ <21
- ☐ 22-29
- ☐ 30-44
- ☐ 45-59
- ☐ 60+

3. Kas olete varem kontaktivabas hotellis ööbinud (hotell, kus puudub personal)? *

- ☐ Jah, üks kord
- ☐ Jah, korduvalt
- ☐ Ei ole
- ☐ Pole kontaktivabast hotellist kuulnud

4. Kui sageli kasutate alltoodud tehnoloogiaid oma igapäeva elus? *

	Ei kasuta	Pigem harva	Mõned korrad nädalas	Igapäevaselt	Ei oska öelda
Nutitelefon					
Arvuti					
Siri häälassistent					
Alexa nutiassistent					

Juhul kui kasutate mõnda muud tehnoloogiat, mida eelnevas küsimuses pole mainitud, siis kirjutage siia mida Te ise veel kasutate ning kui sageli.

Kirjutage vastus siia:

5. Kuidas hindate oma valmisolekut kasutamaks uusi tehnoloogiaid hotellides? *

	Pelgan väga	Pigem pelgan	Pigem ei pelga	Kasutan hea meelega	Ei oska öelda
Robotid					
Tehisintellektid nt iseteeninduskiosk					
Audiovisuaalsed süsteemid nt interaktiivsed ekraanid					
Häälkäsklused nt tulede ja toatemperatuuri reguleerimiseks					

Soovi korral võite jätta kommentaari, miks Te uusi tehnoloogiaid pelgate/ ei pelga.
Kirjutage vastus siia:

6. Palun reastage, millised alltoodud aspektid on Teie jaoks hotelli valikul kõige olulisemad. *

Palun nummerdage kõik kastid alustades 1-st kuni 5

Ilus ja puhas tuba	
Hotelli asukoht	
Kontaktivabad võimalused	
Meeldiv teenindus	
Hotellitoa hinna ja kvaliteedi suhe	

7. Palun hinnake kui olulised on Teile alltoodud vajadused kontaktivabas hotellis? *

	Ei ole oluline	Pigem ei ole oluline	Pigem on oluline	Väga oluline	Ei oska öelda
Toitlustamine hotellis, rahulik uni, joogivesi					
Turvatunne					
Sõbralik teenindus, oodatuse tunne					
Personaalsed pakkumised, erisoovidega arvestamine, lojaalsusprogrammid					
Uute teadmiste omandamine, põnevate kogemuste saamine					

Juhul kui Teil on mingid vajadused kontaktivabas hotellis, mida eelnevas küsimuses mainitud pole, siis saate need jätta siia.

Kirjutage vastus siia:

8. Kontaktivabas hotellis on külastajal võimalik tavapäraseid toiminguid ise teha ning hotellis kohapeal puudub personal. Palun hinnake millised ootused on Teil enne kontaktivaba hotelli saabumist. *

	Ei ole oluline	Pigem ei ole oluline	Pigem on oluline	Väga oluline	Ei oska öelda
AR tehnoloogia, mis võimaldab virtuaalselt hotelliga tutvuda					
Internetis hotellitoa broneerimise võimalus					
Majutuse hind					

Juhul kui Teil on mingid ootused, mida eelnevas küsimuses mainitud pole, siis saate need jätta siia.

Kirjutage vastus siia:

9. Kontaktivabas hotellis on külastajal võimalik tavapäraseid toiminguid ise teha ning hotellis kohapeal puudub personal. Palun hinnake millised ootused on Teil kontaktivaba hotelli saabumisel? *

	Ei ole oluline	Pigem ei ole oluline	Pigem on oluline	Väga oluline	Ei oska öelda
Personali kohalolek					
Iseteeninduskiosk sisseregistreerimiseks					
Robotid nt pagasi vedamiseks					
Uksekodeerimisega sisenemine hotellituppa					

Juhul kui Teil on mingid ootused, mida eelnevas küsimuses mainitud pole, siis saate need jätta siia.

Kirjutage vastus siia:

10. Kontaktivabas hotellis on külastajal võimalik tavapäraseid toiminguid ise teha ning hotellis kohapeal puudub personal. Palun hinnake millised ootused on Teil kontaktivaba hotelli tubades? *

	Ei ole oluline	Pigem ei ole oluline	Pigem on oluline	Väga oluline	Ei oska öelda
Häälkäsklused nt toas tulede reguleerimiseks					
Nutitelefonide kasutamine nt toatemperatuuri seadistamiseks					
Robotid, kes toovad tuppa toidu/ esmatarbekauba					
Audiovisuaalsed süsteemid nt muusika kuulamiseks					

Juhul kui Teil on mingid ootused, mida eelnevas küsimuses mainitud pole, siis saate need jätta siia.

Kirjutage vastus siia:

11. Kontaktivabas hotellis on külastajal võimalik tavapäraseid toiminguid ise teha ning hotellis kohapeal puudub personal. Palun hinnake millised ootused on Teil kontaktivaba hotelli avalikes ruumides?*

	Ei ole oluline	Pigem ei ole oluline	Pigem on oluline	Väga oluline	Ei oska öelda
Robotid, tehisintellektid nt info jagamiseks					
Füüsilise kontakti vähendamine teiste külastajatega					
Audiovisuaalsed süsteemid nt interaktiivsed ekraanid					
Häälkäsklustel toimiv lift					

Juhul kui Teil on mingid ootused, mida eelnevas küsimuses mainitud pole, siis saate need jätta siia.

Kirjutage vastus siia:

12. Kontaktivabas hotellis on külastajal võimalik tavapäraseid toiminguid ise teha ning hotellis kohapeal puudub personal. Palun hinnake millised ootused on Teil kontaktivabast hotellist lahkumisel? *

	Ei ole oluline	Pigem ei ole oluline	Pigem on oluline	Väga oluline	Ei oska öelda
Iseteeninduskiosk väljaregistreerimiseks					
Kontaktivaba maksmine					

Juhul kui Teil on mingid ootused, mida eelnevas küsimuses mainitud pole, siis saate need jätta siia.

Kirjutage vastus siia:

13. Kui kontaktivabas hotellis oleks kasutusel robotid, siis milliseid ülesandeid Te ootate, et ta täidaks? *

	Ei ole oluline	Pigem ei ole oluline	Pigem on oluline	Väga oluline	Ei oska öelda
Informatsiooni andmine					
Tubade koristamine					
Toitlustuse pakkumine					
Pagasi vedamine					

14. Kui kontaktivabas hotellis oleks võimalik kasutada hotelli toimingute jaoks oma isiklikku nutiseadet, siis millised ootused Teil sellisele võimalusele oleksid? *

	Ei ole oluline	Pigem ei ole oluline	Pigem on oluline	Väga oluline	Ei oska öelda
Isestiseregistreerimine ja väljaregistreerimine					
Teleri ühendamine nutiseadmega					
Lisateenuste tellimine					
Hotellituppa sisenemine uksekoodiga					

15. Kui kontaktivabas hotellis oleks kasutusel audiovisuaalsed süsteemid, siis millised ootused Teil sellisele võimalusele oleksid? *

	Ei ole oluline	Pigem ei ole oluline	Pigem on oluline	Väga oluline	Ei oska öelda
Muusikasüsteem toas					
Informatiivsed ekraanid koridorides					
Võimalus kasutada isiklike voogedastusplatvorme nt Netflix					

16. Kuidas hindate oma valmisolekut ööbida tulevikus kontaktivabas hotellis? *

Ei ööbiks	Pigem ei ööbiks	Pigem ööbiks	Ööbiks kindlasti	Ei oska öelda

Soovi korral võite jätta oma mõtteid/ideid seoses kontaktivaba hotelli või mõne tehnoloogia osas.

Kirjutage vastus siia:

SUMMARY

DEVELOPMENT OF CONTACTLESS ACCOMMODATION SERVICE ON THE EXAMPLE OF ACCOMMODATION COMPANY DÖNHOF RESIDENCE

Carmen Šimanis

Technology is developing at a rapid pace and in order to be successful in the tourism sector, it is necessary to keep up with the developing technology. Various technological tools, such as keyless entry, have been used in hotels for a long time, but with the start of the corona pandemic, many hotels and other companies had to adopt new solutions to offer customers a safe and convenient service.

Due to the corona pandemic, the tourism sector has had to introduce various technological solutions to keep its' customers and offer them a safe travel experience. To make traveling safer, self-service kiosks have been introduced in hotels. With the increased adoption of contactless services, a new way of traveling has emerged – contactless travel. This is a form of travelling with little to zero human contact, where most activities can be done independently through various technological solutions. It makes traveling more comfortable, smoother and safer. People who prefer contactless solutions and want to avoid human contact are known as contactless travelers. It is possible to use several contactless services in accommodation. The main contactless technologies used in accommodation companies are audiovisual systems, robots, voice commands and the use of a personal smart device to perform various actions.

The purpose of the thesis was to present proposals to hotels offering contactless accommodation services for the development of accommodation services based on the wants and needs of contactless travelers. To achieve the goal of the thesis, a research question has been set: how to develop a contactless accommodation service considering the wants and needs of the traveler?

To find an answer to the research question, the author of the paper conducted quantitative research. A questionnaire survey was conducted, which was divided into three topic categories – previous experiences with technologies and customer needs in a contactless hotel, customer expectations in various contact points of a contactless hotel and customer expectations regarding contactless technologies. The survey consisted of both closed and open questions and total of 136 respondents answered the survey.

The results of the survey revealed that all respondents were aware of what a contactless hotel is, and most of them had stayed in such a hotel at least once. The majority of respondents had a positive attitude towards new technologies and were ready to use them if possible. Respondents most preferred the option of using their personal smart device to check-in to the hotel and keyless room access. It was also considered important to have audiovisual systems in both hotel rooms and public spaces.

Based on the results of the study and theoretical sources, proposals were presented to Dönhoff Residence that help to develop services that meet the needs and wants of the customer. The first proposal was the use of AR (augmented reality) technology, which would allow a virtual presentation of the hotel and also show the check-in process, so that there would be no problems with it upon arrival. Another suggestion was to install audiovisual systems in both rooms and public spaces to create a pleasant atmosphere and share important information. The third proposal was the use of robots that would bring breakfast to the hotel or offer round-the-clock assistance.

The research tasks, purpose and research question of this thesis were fulfilled, the paper provided an overview of contactless travel and the possibilities for developing contactless services. The results of this thesis could be of interest to all accommodation companies that want to develop an accommodation service that meets the expectations and needs of contactless travelers.

Lihtlitsents lõputöö elektroonseks avaldamiseks

Mina, Carmen Šimanis,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose Kontaktivaba majutusteenuse arendamine majutusettevõtte Dönhoff Residence näitel, mille juhendaja on Margrit Kärp, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Carmen Šimanis

19.05.2023