

Nina Vuorikoski

Oulun Golfkerho Ry:n naisten toiveet ja tarpeet

Oulun Golfkerho Ry:n naisten toiveet ja tarpeet

Nina Vuorikoski
Opinnäytetyö
Kevät 2017
Liiketalouden koulutusohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Liiketalous, Markkinointi

Tekijä(t): Nina Vuorikoski

Opinnäytetyön nimi: Oulun Golfkerho Ry:n naisten toiveet ja tarpeet

Työn ohjaaja: Päivi Aro

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2017

Sivumäärä: sivut + liitteet
(45 + 9)

Golf on parin vuosisadan ajan ollut myös naisten suosiossa ja golf kasvattaakin suosiotaan vuosi vuodelta lisää. Opinnäytetyöni tavoitteena on selvittää Oulun Golfkerhon naisjäsenten tyytyväisyyttä seuran toimintaan sekä kartoittaa jäsenten toiveita ja tarpeita. Samalainen opinnäytetyö on toteutettu OGK:lle noin kolme vuotta sitten ja nyt saman tapainen kysely uusittiin. Suomen Golfliitto asetti tavoitteekseen nostaa seuraavan viiden vuoden aikana naisten jäsenmäärää 25% joka seurassa ja naisgolfin suosion kasvattaminen on yksi tärkeimmistä tavoitteista seuraavan parin vuoden aikana koko Suomessa. Opinnäytetyöni aihe tuli Oulun Golfkerho Ry:ltä.

Opinnäytetyö muodostui teoriaosuudesta ja tutkimuksellisesta osasta. Teoreettisessa osuudessa on käyty lyhyesti läpi golfin historiaa, naisgolfin historiaa, Oulun Golfkerhon historiaa, palvelujen markkinointia ja tilastollista tutkimusta, jonka pohjalta voitiin tutkia tutkimuksen tuloksia. Palvelujen markkinoinnissa käytiin läpi miksi mm. asiakastyytyväisyys ja asiakasymmärrys ovat tärkeitä asioita yritykselle ja miten niiden kautta voidaan kehittää toimintaa vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeita. Opinnäytetyön nimeksi tuli: Oulun golfkerhon naisten toiveet ja tarpeet.

Tutkimuksellinen osa toteutettiin Webropol-kyselynä internetissä. Kyselyn tavoitteena oli kartoittaa, mihin asioihin naiset ovat erityisesti tyytyväisiä ja mitä kehityskohteita Oulun Golfkerhon toiminnasta löytyy ja mitä kaivataan lisää. Kysely toteutettiin maaliskuussa 2017. Kyselyn linkki lähetettiin 242 naisjäsenelle sähköpostiin ja 90 naisjäsentä vastasi kyselyyn, jolloin vastausprosentiksi muodostui 37,2%.

Kyselystä saaduista tuloksista käy hyvin ilmi, että pääsääntöisesti naisjäsenet ovat tyytyväisiä Golfkerhon toimintaan ja Sankivaaran kenttiin. Eniten kiitosta saivat kaksi erilaista par 18-kenttää sekä rento meininki Sankivaarassa. Suurimpana puutteena kerrottiin olevan liian hitaat pelikierrokset ja valvonnan puuttuminen, myös kentän yleisestä siisteydestä tuli mainintoja. Naistoimikuntaan oltiin tyytyväisiä, mutta hieman epäselvää oli, ketä kuuluu naistoimikuntaan. Samalainen kysely kannattaa uusia taas muutaman vuoden kuluttua.

Asiasanat: Golf, asiakastyytyväisyys, palvelu, laatu

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme, option

Author(s): Nina Vuorikoski

Title of thesis: Oulun Golfkerho Ry:n naisten toiveet ja tarpeet

Supervisor(s): Päivi Aro

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2017 Number of pages: 45+9

Golf has been popular among women for a few centuries and golf is still rising in popularity each year. The goal for my thesis is to find out how satisfied woman members of Oulu Golfkerho are and what wishes and needs members have. Similiar thesis has been conducted for OGK around three years ago and is now organized again. Suomen Golfliitto set a goal to raise its women memberships by 25% in the next 5 years within all of their clubs. Raising the popularity of womens golf is one the prime objectives everywhere in Finland. The topic for my thesis came from Oulun Golfkerho Ry.

Thesis is split into theory and research parts. Theory section briefly goes over history of golf, history of womens golf, history of Oulu Golfkerho, service marketing and statistical research, which could be used to study the results of research. Service marketing explains why things such as customer satisfaction and understanding customers are important things to a corporation and through them you can improve actions to better suit the needs of customers. The name of my thesis is: Oulun golfkerhon naisten toiveet ja tarpeet.

Research part was implemented as a Webropol-inquiry in the internet. The goal for the inquiry was to map out what things women are exceptionally happy about and what improvement Oulu Golfkerhos actions have. Inquiry was held in March of 2017. Inquiry link was sent to 242 female members email addresses and 90 members responded. Response rate was 37.2%.

Inquiry points out clearly that women are mainly happy about Golfkerho and Sankivaara fields. Most praised was the two different par 18-fields and the casual atmosphere in Sankivaara. Biggest shortages were told to be too slow game turns and lack of supervision. Fields overall cleanliness was also mentioned. Womens committee was recongnized but not its members. Similar inquiry should be organized again in a few years.

Keywords: Golf, customer safisfaction, services, quality

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	GOLF	8
2.1	Golfin historiaa	8
2.2	Naisten mukaantulo golfin pariin	9
2.3	Oulun Golfkerho	10
3	TILASTOLLINEN TUTKIMUS	11
3.1	Kvantitatiivinen tutkimus	11
4	PALVELUJEN MARKKINOINTI	15
4.1	Palvelu	15
4.2	Asiakastyytyväisyys.....	18
4.3	Asiakaslähtöisyys	19
5	BENCHMARKING	21
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	25
7	TUTKIMUKSEN TULOKSET	26
7.1	Perustiedot.....	26
7.2	Yleistä	29
7.3	Kilpailut.....	30
7.4	Naistoimikunta.....	33
7.5	Asiakastyytyväisyys.....	35
7.6	Avoimet kysymykset.....	39
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	43
9	POHDINTA	45
	LÄHTEET	46
	LIITTEET	47

1 JOHDANTO

Golfin suosio ja jäsenmäärät ovat olleet jatkuvassa kasvussa koko Suomen alueella kuin Oulun Golfkerholla. Suomen golfliitto on asettanut seuraavan viiden vuoden aikana tavoitteekseen saada joka seuraan 25% lisää naisjäseniä ja valtakunnallisesti parantaa naisgolfin asemaa. Tämä luo haasteita palvelujen ja toiminnan suhteen, koska uusia jäseniä tulee kerholle ja heidän tarpeitaan ei tiedetä tarkalleen, eikä sitä miten nykyisten asiakkaiden kohdalla tyytyväisyys kerhon toimintaa kohtaan on kehittynyt. On erityisen tärkeää, että jäseniä kuunnellaan ja heidän tyytyväisyyttään mitataan säännöllisin väliajoin.

Opinnäytetyöni aiheena on kartoittaa Oulun golfkerhon (myöhemmin OGK) naisjäsenien tyytyväisyyttä ja heidän toiveitaan ja tarpeitaan. Aihe tuli toimeksiantona Oulun Golfkerho Ry:ltä. Toimeksiantajalle on tehty edellinen naisjäsenien asiakastyytyväisyyskysely opinnäytetyönä syksyllä 2013 ja nyt samantapainen kysely uusittiin, jotta saataisiin tarkempaa tietoa mm. miten edellisen asiakastyytyväisyyskyselyn jälkeen perustetun naistoimikunnan toiminta on onnistunut ja mitä uutta OGK:n toimintaan mahdollisesti haluttaisiin.

Opinnäytetyötä aloittaessani oli selvää, että tutkimusmenetelmänä tulen käyttämään laadullista (kvantitatiivista) tutkimusmenetelmää, kuten aiemmassakin opinnäytetyönä teetetyssä naisjäsenien asiakastyytyväisyyskyselyssä, jotta tästäkin työstä tulevat vastaukset olisivat mahdollisimman hyvin vertailukelpoisia edelliseen työhön verrattuna. Tutkimusmenetelmä oli sinänsä helppo valinta, koska näin pystyttiin lähettämään kyselyn linkki sähköpostiin jokaiselle OGK:n naisjäsenelle ja varmistua siitä, ettei kukaan vastaa useampaa kertaa kyselyyn. Kysely tehtiin Webropolin kautta internetissä.

Lisäksi tietoperustassa käyn läpi yleisesti golfin historiaa, miten golf on saanut alkunsa, naisten golfhistoriaa yleisesti ja Oulun golfkerhon syntyhistoriaa lyhyesti. Tietoperustassa on myös käyty läpi asiakastyytyväisyyttä ja asiakaslähtöisyyttä, jotka ovat tärkeimpiä asioita yrityksen toiminnan kehittämisen kannalta. Näiden kahden asian pohjalta lähdin myös rakentamaan kyselylomaketta. Myös työssäni tein benchmarkingia, eli vertailin Oulun golfkerhoa muutamaan kilpailijaan ja Ruotsin suurimpiin kenttiin. Lähteinä työssäni käytin pääsääntöisesti suomenkielisiä kirjallisia lähteitä, mutta myös muutama sähköinen lähde oli käytössä työtä tehdessä.

Opinnäytetyöni tietoperusta rakentuu golfin historiasta, Oulun golfkerhon historiasta, palvelujen laadusta, asiakastyytyväisyydestä, asiakasymmärryksestä ja benchmarkingista sekä tilastollisesta tutkimuksesta. Historiaosuuksissa on lyhyesti kerrottuna golfin syntyhistoriaa, naisgolfin historiaa yleisesti ja toimeksiantajasta lyhyt historiakatsaus. Palvelun laatu, asiakastyytyväisyys ja asiakasymmärrys kohdissa on selvitetty yleisesti mitä kyseiset asiat ovat ja miksi ne ovat tärkeitä yritykselle ottaa huomioon jokapäiväisessä työssä. Benchmarkingissa on vertailtu kilpailijakenttiä sekä Ruotsin suurimpia kenttiä. Tilastollisessa tutkimuksessa käydään lyhyesti läpi kvantitatiivisen tutkimuksen olennaispiirteitä, kyselylomakkeen laatimista, tulosten analysointia ja millä menetelmin vastauksia voi kuvata. Tutkimuksen toteutuksessa on kerrottu, miksi ja miten tutkimus (tyytyväisyyskysely) tehdään. Opinnäytetyön lopussa on tutkimustulokset, johtopäätökset ja pohdinta, joissa käsitellään tutkimustuloksia ja kartoitetaan, mitä tulokset tarkoittavat ja pohditaan mahdollisia kehitysideoita sekä työn onnistumista.

2 GOLF

Golfkentällä on 18 erilaista ja eripituista peliväylää (yhteensä 5,5-6,5km) ja jokaisen päässä on viheriö, lyhyeksi leikattu ruohoalue, ja pelaajan lopullinen kohde, halkaisijaltaan 10,7cm:n reikä. (Ahokas & Taimio 1995, 13). Golfkentän reiät, joita kutsutaan toisinaan myös väyliksi, ovat erimitaisia, ja jokaiselle niistä on määritelty niin sanottu par-luku. Reiän par tarkoittaa kyseisen reiän ihannelyöntimäärää.

Golfissa peli käynnistyy avauslyöntipaikalta, tiiltä. Seuraavilla lyönneillä palloa pelataan väylältä tai karheikosta viheriölle, jossa on reikä. Pelin tarkoituksena on pelata pallo reikään mahdollisimman vähillä lyönneillä. Täysi pelikierros sisältää 18 pelattua väylää. (Golf.fi, viitattu. 22.01.2017).

2.1 Golfin historiaa

Golfin varhaishistoria on lähes tuntematon. Ensimmäinen kirjallinen merkintä golfista ("gouff") on vuodelta 1457 Skotlannin parlamentin antamassa asetuksessa, missä kiellettiin golfin pelaaminen täysin. Syynä tähän oli, että golfin koettiin haittaavan sotilaallista mieskuntoisuutta, varsinkin jousiammunnan harrastusta. (Ahokas & Taimio 1995, 28.)

Vuoden 1457 kielto kesti liki 50 vuotta ja golfia onkin saanut pelata laillisesti vuodesta 1502 lähtien, kun Englannin kuningas Jaakko IV antoi luvan pelaamiseen. Merkittävämpiä asioita golfin historiassa on, että St.Andrewsin arkkipiispa antoi luvan pelata golfia oikeilla links-niityillä.

Golf muotoutui nykyisen golfin kaltaiseksi peliksi hiljalleen. Ensimmäiset golfklubit syntyivät vasta 1700-luvulla ja 1800-luvulle saakka jokaisella golfklubilla oli omat säännöt. (Ahokas & Taimio, 29.) Säännöttömyyteen tuli muutos, kun 1744 perustettiin ensimmäinen golfklubi, the Honourable Company of Edinburgh. Jäsenet klubilla järjestivät omia kilpailujaan ja reilua peliä kunnioittaen laativat 13 sääntöä. (Morrison, 9.) Skotlannista peli levisi Englantiin ja muihin maihin St.Andrewsin yliopisto-opiskelijoiden mukana. Yhdysvalloissa golf alkoi saavuuttamaan suosiotaan 1870-luvulta lähtien ja ensimmäinen US Open pelattiin vuonna 1895, joka on nykyään maailman suosituin golfturnaus. (Wikipedia, viitattu 22.01.2017.)

2.2 Naisten mukaantulo golfin pariin

Golfin kehittyessä 1800-luku merkitsi myös naisten tuloa golfin pariin. Ensimmäinen viesti naisten golfiin tulosta on Musselburghin kentältä paikallisesta golfkilpailusta, joka oli vain naisille tarkoitettu. (Ahokas & Taimio 1995, 94.)

Tavaksi oli tullut, että klubien vanhimmat jäsenet päättivät keskenään klubinsa suhtautumisen naisiin. Monen olemassaolevan klubin kirjoittamattomana sääntönä oli, ettei naisilla ollut niihin asiaa, naiset saivat ensi alkuun oman klubinsa. Ensimmäinen naisten klubi oli syyskuussa 1867 avattu St. Andrews Ladies' Golf Club. Tällaisissa tilanteissa monet suurimmista klubeista keksivät ratkaista ongelman rakentamalla naisille oman kentän miesten kentän naapuriin. Syntyi joukko pieniä golfkenttiä, joista naisten oli mahdollista selvitä liikoja rehkimättä ja halutessaan pelkkää putteria käyttäen. Pisimmät reiät olivat sadan metrin, lyhyimmät puttausmatkan mittaisia. Tällaisia pikkukenttiä oli mm. St. Andrews ja Westward Ho!'n naisten kentät.

Issette Pearson perusti 1890-luvulla Wimbledonin naisten golfklubin ja naisten oman golfliiton. Lisäksi Pearson vaati sääntöihin nykyisinkin käytössä olevan tasoitusjärjestelmän vuonna 1895. Oleellinen muutos aiempiin sekaviin sääntöihin oli, että parhaimpia pelaajia pidettiin scratch-pelaajina, joihin verrattuna huonoimmat ja juuri aloittaneet saivat 36 tasoituslyöntiä. Myös jokaisen klubin tuli tallettaa tasoituskortit, joiden pohjalta kunkin pelaajan tasoitus muodostuisi. Ensin tämä järjestelmä otettiin käyttöön eri klubien naisille suunnatuissa avoimissa kilpailuissa. Myöhemmin siitä tuli koko maailmalle omaksuma tasoitusjärjestelmä (Ahokas & Taimio 1995, 64,102.)

Kun Iso-Britannian golfliitto järjesti vuonna 1893 ensimmäisen naisille suunnatun mestaruuskilpailun, Ladies' Championshipin, Lythami and St. Anesin kentällä Lancashriessa, kilpailuun osallistui vain 38 naista. Tästä eteenpäin naisille järjestettiin vuosittain mestaruuskilpailuja ja syntyi "golfkiertueita", nykyään merkittäviä kilpailukiertueita ovat mm. European tour ja Yhdysvalloissa oleva LPGA-kiertue, joille pääsystä naiset käyvät erinäisiä karsintakilpailuja tai pääsevät mukaan rankingin perusteella.

2.3 Oulun Golfkerho

Ensimmäiset merkit Oulun Golfkerhosta on jo keväältä 1964 vuodelta Oritkarista, missä 4 kaveria Jimi Tammelin, Pentti Aittokoski, Kalevi Alatalo ja Seppo Alatalo kokeilivat golfmailojaan. Syksyyn tultaessa innokkaita harrastajia oli useampi kymmen ja näin päätettiin perustaa Ouluun oma golfseura, Oulun Golfkerho. (Oulugolf.fi, viitattu 24.04.2017.)

Ensimmäinen 9-reikäinen kenttä suunniteltiin Oritkarin pienlentokenttäalueelle. Oritkarissa pelattiin neljä vuotta ja näiden vuosien aikana jäsenmäärä oli kasvanut jo yli sataan. Tämän kentän kuitenkin tiedettiin olevan väliaikainen ratkaisu ja uusi kenttä päätettiin rakentaa Kaukovainiolle, jossa otettiin 1968 vuonna käyttöön 9 väylää. (Oulugolf.fi, viitattu 24.04.2017.)

1980-luvulla golf alkoi laajentua niin ulkomailla kuin meillä Suomessakin. 80-luvulla Oulun Golfkerhon jäsenmäärä liki kymmenkertastui ja vuosikymmenen lopussa oli melkein tuhat jäsentä. Yhdeksän reikäinen kenttä todettiin liian pieneksi ja jälleen kerran päätettiin rakentaa uusi kenttä, tällä kertaa Sankivaaraan. Sankivaaraan mennessä Oulun Golfkerhon toimintoja kehitettiin ja jäsenille tuli tarjolle mm. pro'n palvelut, kahvio ja golfmyymälä avattiin. Myös Golfkerho sai oman lipun vuonna 1989. (Oulugolf.fi, viitattu 24.04.2017.)

Ronald Freamin suunnittelema Sankivaaran 27-reikäinen kenttä valmistui kesällä 1992 pelaajien käyttöön. Pelaajamäärät nousivat yli 50 prosentilla ensimmäisen kesän jälkeen ja 90-luvun lopussa suunniteltiin yhdeksän lisäväylää Sankivaaraan. Uudet väylät valmistuivat 2004 ja pelaamaan päästiin 2005 kesällä. Näin syntyi kaksi 18-väylän kokonaisuutta, Sanki ja Vaara. (Oulugolf.fi, viitattu 24.04.2017.)

3 TILASTOLLINEN TUTKIMUS

Tilastollinen tutkimus on yksinkertaistettuna ja ulkoisesti tarkasteltuna lähinnä numerojen hyödyntämistä. Siinä tutkimusaineistoa käsitellään numeroin erilaisten matemaattisten toimenpiteiden avulla. Ennen tilasto-ohjelmien ja tietotekniikan kehittymistä tilastollinen tutkimus olikin suurelta osin laskemista. Nykyisin tutkijan tehtävänä on ymmärtää matemaattisten toimenpiteiden jälkeen saatuja tuloksia ja selostaa ne lukijalle. (Heikkilä 1998, 15.)

Kaikki tutkimukset voidaan jakaa kahteen ryhmään: teoreettiseen eli analyyttiseen tutkimukseen tai empiiriseen tutkimukseen. Analyyttisessä tutkimuksessa pyritään johtamaan deduktiivisten päättelyn avulla yksittäisiä tietoja ja väitteitä yleisten lainalaisuuksien ja perusolettamusten pohjalta. Empiirisessä tutkimuksessa puolestaan pyritään löytämään yleisiä lainalaisuuksia, säännönmukaisuuksia. (Valli 2015, 15-17.)

3.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusta voidaan nimittää myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Sen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä. Se edellyttää riittävän suurta ja edustavaa otosta. Aineiston keruussa käytetään yleensä standardoituja tutkimuslomakkeita valmiine vastausvaihtoehtoineen. Asioita kuvataan numeeristen suureiden avulla ja tuloksia voidaan havainnollistaa taulukoin ja kuvioin. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla saadaan yleensä kartoitettua olemassa oleva tilanne. (Heikkilä 1998, 16-18.)

Hirsjärvi ym. mukaan perinteisen kvantitatiivisen tutkimuksen kulkukaavion voisi tiivistää seuraavaan muotoon:

1. Tutkimusongelman määrittäminen
2. Suunnitteluvaihe
3. Kenttätyövaihe
4. Tietojen esikäsittely
5. Tietojen analysointi
6. Tutkimuksen raportointi

(Empiirisen tutkimuksen kulkukaavio, Hirsjärvi ym. 2009, 65.)

KVANTITATIIVINEN TUTKIMUSMENETELMÄ

Itse kerättävissä olevasta aineistosta täytyy tutkimusongelman perusteella päättää, mikä on kohderyhmä ja mitä tiedonkeruu menetelmää käytetään. Koska verkkokyselyjen suosio (www-kysely) on viime vuosina noussut, olen valinnut Webropolilla toteutettavan kyselyn opinnäytetyöni tutkimusmenetelmäksi. Kaikille kyselyyn osallistuville lähetetään sähköpostitse linkki, josta pääsevät vastaamaan kyselyyn. WWW-kysely on nopea tapa saada kohdejoukko vastaamaan kyselyyn ja kyselystä on mahdollista rakentaa monipuolisempi kuin paperilomakekyselystä. Kyselystä saatavat vastaukset ovat heti vastausajan päätyttyä kyselyn tekijän käytettävissä. Myöskään kyselyn toteuttamiselle ei ole maantieteellisiä rajoja, koska siihen on mahdollista vastata älypuhelimella, tabletilla kuin tietokoneellakin. (Valli 2015, 47-48.)

KYSELYLOMAKKEEN LAATIMINEN

Tutkimukselle asetetut tutkimuskysymykset ja -ongelmat muodostavat koko tutkimuksen perusytimen. Tärkeintä on, että kysymykset muodostavat ehjän ja kattavan kokonaisuuden siitä, mistä tutkimuksessa todella ollaan kiinnostuneita. Kyselylomakkeen alkuun on hyvä laittaa nopeasti vastattavia kysymyksiä, joiden avulla vastaajan mielenkiinto herää ja näin ollen jaksaa vastata kyselyn loppuun saakka. Hyvällä ja selkeällä kyselylomakkeella on tunnuspiirteinä, että se on houkuttelevan näköinen vastaamaan, kysymykset ovat muotoiltu ymmärrettävästi, kysytään vain yhtä asiaa kerrallaan ja samaa aihetta koskevat kysymykset ovat ryhmitelty yhdeksi kokonaisuudeksi omien otsikkojensa alle. (Heikkilä 1998, 47-60.)

Kysymystyyppejä valittaessa otettava huomioon minkälaisia vastauksia tahdotaan asioihin saada. Avoimet kysymykset, joihin vastaaja saa itse kirjoittaa vastauksen ilman vastausvaihtoehtoja, tuo monesti uusia ja ennalta arvaamattomia asioita ilmi. Avointen kysymysten huonoina puolina on tilastollisessa tutkimuksessa niiden työläs käsittely, koska jokainen vastaus on omansa. Suljetuissa kysymyksissä taas on valmiina vastausvaihtoehdot, joista valitaan se sopivin. On mahdollista tehdä kysymyksiä, joihin voi valita vain yhden vastausvaihtoehdon per kysymys tai ns. monivalintakysy-

myksiä, joihin vastaajan on mahdollista valita useampi vaihtoehto per kysymys. Näissä kysymystyypeissä vastaaminen on nopeaa, mutta toisaalta vaihtoehdot ja kysymysten järjestys saattavat johdatella vastaajan vastauksia.

Mielipideväittämissä on suljettujen kysymysten muodossa väittämiä, joihin vastaaja ottaa kantaa asteikkotyypisellä vastausvaihtoehdoilla. Likertin asteikko on tavanomaisesti 4- tai 5-portainen järjestysasteikko, jossa toistensa ääripäinä ovat täysin samaa mieltä ja täysin eri mieltä -vaihtoehdot. Viisiportaisessa asteikossa vastausvaihtoehtoina ovat:

1. Täysin eri mieltä
2. Jokseenkin eri mieltä
3. EOS, en osaa sanoa
4. Jokseenkin samaa mieltä
5. Täysin samaa mieltä.

(Tilastollinen tutkimus, Heikkilä, 1998.)

Kun kyselylomake on laadittu, on se syytä testata pienellä kohdejoukolla, jotka pyrkivät selvittämään kysymysten selkeyden ja yksiselitteisyyden, lomakkeen toimivuuden ja jääkö jotain olennaista kysymättä lomakkeella ja mahdollisia virheitä lomakkeen käytössä korjattua.

TULOSTEN ANALYSOINTI

Empiirisen tutkimuksen analysoinnissa tutkitaan samanaikaisesti useampia muuttujia. On mahdollista käyttää erilaisia analysointimenetelmiä. Ensimmäinen edellytys luotettavuudelle on, että tutkimus on tehty tieteelliselle tutkimukselle asetettujen kriteerien mukaan. Luotettavuutta kuvataan kahdella käsitteellä: validiteetti ja reliabiliteetti. Validiteetti kuvaa, onko tutkimuksessa onnistuttu mittaamaan sitä mitä oli tarkoitus, kun taas reliabiliteetti ilmaisee sen, miten luotettavasti ja toistettavasti käytetty mittaus- tai tutkimusmenetelmä mittaa haluttua ilmiötä, toisin sanoen sisäinen reliabiliteetti voidaan todeta mittaamalla sama tilastoyksikkö useampaan kertaan ja ulkoinen reliabiliteetti tarkoittaa, että mittauksen tulokset voidaan toistaa myös muissa tutkimuksissa. (Heikkilä 1998, 184-186.)

On myös tärkeää, että tutkimuksen otos on tarpeeksi edustava ja suuri, jotta vastausprosentti on korkea ja tutkimuksessa esitettävissä kysymyksissä kysytään tutkimusongelman kannalta merkittäviä asioita.

TUTKIMUSAINESTON VASTAUSTEN KUVAAMINEN

Varsinaisten vastausten analysoiminen kannattaa aloittaa tarkastelemalla keskeisimpiä muuttujia käyttäen frekvenssi- ja keskiarvojen tunnuslukuja. Tätä varten yleensä tilastointiohjelmissä käytetään vastausten kuvailemiseen monia graafisia esityksiä. Vastauksista saatava aineisto on mahdollista esittää taulukkona, graafisena esityksenä tai tunnuslukuina. On hyvä miettiä kuitenkin, mihin tarkoitukseen saatuja tuloksia käytetään. (Tähtinen, Laakkonen & Broberg 2011, 59-60.)

Taulukko on yksinkertaisin tapa esittää monia lukuja pienessä tilassa. Selkeässä taulukossa otsikko sijaitsee taulukon yläpuolella ja sisältää kysymykset ”mitä, missä, milloin” ja taulukon tarkoitus onkin kertoa paljonko kyseisiä asioita ja kutakin ryhmää määritellyssä havaintoaineistossa esiintyy. Tavallisimpia taulukoinnin aiheita ovat prosenttien ilmoittaminen ja kumulatiivinen jakautuminen. (Heikkilä 1998, 74.)

Graafisia esityksiä voivat olla mm. pylväs- tai piirakkakuviota. Tavoitteena on pyrkiä havainnollistamaan asiaa, ei niinkään jakamaan tarkkaa informaatiota kuin taas taulukoinnissa on tarkoituksena. Käyttämällä erilaisia asteikkoja graafisissa esityksissä on tuloksista mahdollista manipuloida esimerkiksi merkittävämpiä, mitä ne todellisuudessa ovat. Pylväsdiagrammissa asteikko on aina tasavälinen ja siinä kuvataan tutkimustulosten frekvenssijakaumaa (eli kuinka monta muuttujaa kuhunkin luokkaan tulee). Yleisin tapa pylväsdiagrammissa on esittää jakaumaa prosenttiosuuksina. Piirakkakuviossa taas kuvataan kokonaisuuden jakautumista osiin ja se sopii prosenttilukujen kuvaamiseen. Piirakkakuviossa ympyrä jaetaan sektoreihin ja sektoreiden pinta-alat ovat suoraan verrannollisia kuvattaviin arvoihin. Piirakkakuvioiden tietojen välittyminen on huomattavasti epätarvempaa kuin esimerkiksi pylväskuvioissa. (Heikkilä 1998, 161-163.)

4 PALVELUJEN MARKKINOINTI

4.1 Palvelu

Palvelu käsitteenä on hyvin hankala määrittää, koska sitä voidaan käyttää laajasti. Yleisesti voidaan ajatella, että palveluun sisältyy jonkinlaista vuorovaikutusta palveluntarjoajan kanssa, eli palveluntarjoaja tuottaa palvelun ja asiakas saa siitä helpotusta itselleen. Grönroos (2003, 79.) on esittänyt näkemyksen palveluista:

”Palvelu on ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuinasiakkaan ongelmiin ja toimitetaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien tai tuotteiden ja/tai palveluntarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa”

Grönroos toteaa Palveluiden johtaminen ja markkinointi (2003, 81.) kirjassaan, että useimmin palveluilla on kolme yhteistä piirrettä:

1. Palvelut ovat prosesseja, jotka koostuvat toiminnoista tai toimintojen sarjoista
2. Palvelut tuotetaan ja kulutetaan jossain määrin samanaikaisesti
3. Asiakas osallistuu palvelun tuotantoprosessiin

On tärkeä siis huomata, että palvelu on prosessi, joka tuotetaan ja jota kukaan ei voi omistaa, eikä sitä voida tallentaa mihinkään. Toisin sanoen palvelu koetaan joka kerta omana prosessinaan, eikä kahta samalaista kokemusta ole, koska asiakkaan oma kokemus vaikuttaa aina prosessin kulkuun. (Grönroos 2003, 86-89.)

PALVELUJEN LAATU

Yleisesti ottaen palvelujen laatu tarkoittaa, miten hyvin tuote (tavara tai palvelu) vastaa asiakkaan odotuksia ja vaatimuksia, eli toisin sanoen miten hyvin yritys pystyy täyttämään asiakkaan tarpeet ja toiveet. On kuitenkin huomattava, että jokainen asiakas itse päättää laadusta ja laatukriteereistä. Asiakkaan odotuksiin vaikuttaa asiakkaan omat tarpeet ja muiden asiakkaiden jakamat tiedot ja kokemukset yrityksestä. Toiminnallinen laatu muodostuu henkilökunnan käyttäytymisestä, palvelualltiudesta, ilmapiiristä ja asenteista asiakkaita kohtaan. Fyysistä laatua ovat yrityksen asiakastilat, koneet ja laitteet. (Ylikoski 1999, 134-135.)

On hyvä ymmärtää, mitä asiakkaat odottavat ja miten he arvioivat pohtiessaan palvelun laatua. Kun yritys ymmärtää miten asiakkaat arvioivat palvelun laatua, voi yritys näin ollen hallita ja ohjaila laatua haluamaansa suuntaan. Kun asiakas pyytää palvelua, palvelun prosessointi alkaa ja lopulta päättyy, jolloin asiakkaalle jää lopputulos. (Grönroos 2003, 99-101.)

Oikeastaan asiakkaan kokemalla palvelun laadulla on kaksi ulottuvuutta. Asiakkaalle on tärkeää, mitä tekninen laatu on, eli mitä asiakkaalle jää, kun koko tuotantoprosessi ja vuorovaikutus myyjän kanssa ovat ohi. Lisäksi asiakkaaseen vaikuttaa miten hän saa palvelun ja millaiseksi hän kokee prosessin. Koska useasti asiakas voi nähdä ja kokea yrityksen resurssit ja toimintatavat, on näin ollen yrityksen imago tärkeä osa laadun kokemisessa. Mitä myönteisempi kuva asiakkaalla on, sitä helpommin antaa anteeksi pienet virheet, kun taas negatiivinen imago vaikuttaa palvelun laatuun merkittävästi. (Grönroos 2003, 99-102.)

Grönroos on Palvelujen johtaminen ja markkinointi – kirjassaan (2003, 100-102.) listannut tekijöitä, jotka vaikuttavat asiakkaan kokemukseen. Ensimmäisenä listalla on yrityksen työntekijän ammattitaito. Mikäli asiakas kokee, että työntekijä on ammattilainen ja osaa asiansa, syntyy asiakkaalle mielikuva asiantuntevasta yrityksestä. Jos asiakas ei koe työntekijää asiantuntevana, ei hän myöskään koe palvelua hyvänä. Kun asiakas ei koe työntekijää asiantuntevana, on hänen myös vaikea luottaa myyjää. Luotettavuus ja uskottavuus ovat myös Grönroosin listalla. Asiakkaan täytyy luottaa siihen, mitä työntekijä heille lupaa, kun asiakas ei koe myyjää luotettavana, ei hän myöskään koe palvelua laadukkaana. Myöskin asiakkaan täytyy kokea, että hänestä pidetään huolta ja yrityksen työntekijät haluavat palvella häntä. On tärkeää, että mahdolliset ongelmat ratkaistaan nopeasti ja avuliaasti. (Grönroos 2003, 101.)

Tärkeitä ovat myös lähestyttävyyt ja joustavuus laadun kokemisen kannalta, koska asiakkaan on hyvä kokea, että yrityksen toiminta on suunniteltu asiakasta varten. Esimerkiksi yrityksen sijainti ja aukiolo sekä palvelu on laadittu vastaamaan asiakkaan tarpeita. Jos taas yrityksen aukioloajat ovat asiakkaan kannalta hankalat, kokee asiakas yrityksen asiakaspalvelun laadun huonompana. (Grönroos 2003, 101-102.)

Lisäksi asiakas voi kokea haluavansa joustoa yritykseltä. Onkin tärkeää, että yritys pyrkii mahdollisuuksiensa mukaan joustamaan tilanteissa asiakasta varten, koska näin yritys pystyy tuottamaan asiakkaalle positiivisen kokemuksen, kun taas tilanteessa missä ei jousteta asiakaspalvelun laatu koetaan huonona, vaikka toisenlaisessa tilanteessa se koettaisiin normaalina.

Yksi listan kohdista on maine. Jos asiakas kuulee muilta yrityksen asiakkailta negatiivista palautetta, vaikuttaa se suoraan asiakaspalvelukokemukseen. Näin ollen asiakas saattaa myös etsiä vikoja yrityksestä kuulemansa perusteella. Lisäksi jos yritys edustaa eri arvoja kuin asiakas, koetaan palvelun laatu huonommaksi, mitä se todellisuudessa on. (Grönroos 2003, 101-102.)

PALVELUJEN LAADUN KEHITTÄMINEN

Tarve palvelujen jatkuvalla kehittämiselle lähtee asiakkaista ja asiakkaiden tarpeista. Asiakkaiden muuttuvat tarpeet, kehitys sekä kilpailun kiristyminen kiihdyttävät osaltaan palvelujen kehittymistä. Uusilla palveluilla houkutellaan uusia asiakkaita ja samalla vanhat asiakkaat pysyvät tyytyväisinä. Järjestelmällinen kehitystyö tuottaa parhaat mahdollisuudet palveluiden kehittämiselle. Palvelua voidaan kutsua uudeksi monella eri perusteella. Innovaatio tarkoittaa kokonaan uutta, kun taas palvelutuotteen uutuusaste merkitsee palveluprosessin yhtä osaa. Palveluita voidaan siis kehittää usealla eri tasolla ja tavalla. (Ylikoski 2001, 244-245.)

Uusien palvelujen kehittäminen sisältää paljon samoja piirteitä kuin tuotteiden kehittäminen. Kuitenkin palveluiden ominaisuudet, kuten aineettomuus ja heterogeenisuus vaikuttavat osaltaan kehitysprosessiin. Näiden edeltä mainittujen ominaisuuksien johdosta palveluita on helpompi ja nopeampi muokata kuin esimerkiksi konkreettisia tavaroita. Samalla kun palveluita kehitetään,

vaatii se myös henkilöstön kehittämistä, jotta palvelusta voi muodostua laadukas ja toimiva kokonaisuus. (Ylikoski 2001, 247-249.)

Palveluiden kehittämisprosessi lähtee aina ideoiden tuottamisesta. Ideoinnin pitäisikin olla suunnitelmallista, jonka avulla etsitään uusia ideoita monista eri lähteistä. Ideoinnissa voi käyttää esimerkiksi apunaan yrityksen omia asiakkaita, jotka käyttävät palveluita. Vuorovaikutus asiakkaan ja yrityksen välillä on tärkeää, jos asiakkaankin näkökulma halutaan ottaa huomioon. Kaikkia ideoita ei voi toteuttaa, joten yrityksen pitäisi pohtia, mitkä ideat ovat kannattavia ja potentiaalisia yrityksen tulevaisuuden kannalta. Kehittämisprosessissa tulee kokonaisuudessaan tarkentaa yrityksen markkinatilannetta ja testata uutta palvelua, jotta mahdolliset epäkohdat voidaan korjata. Uuden palvelun julkituomiselle kannattaa panostaa resursseja, jotta saadaan oikeat kiinnostuneet tavoitettua ja uudelle palvelulle synnytettyä kysyntää. (Ylikoski 2001, 249-254.)

4.2 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyyden määrittäminen on vaikeaa, koska asiakkaat ovat erilaisia ja kokevat erilaisia odotuksia ja tarpeita. Näin ollen eri tilanteet ja eri asiakkaat vaikuttavat, mitkä tuottavat asiakkaalle tyytyväisyyttä. Yleisesti ottaen voidaan sanoa, että asiakas kokee tyytyväisyyden tunteen, jos hän kokee positiivisen yllätyksen. Odotustenmukainen toiminta on odotustekijä, jonka oletetaan automaattisesti toteutuvan. (Lehmus & Korkala 1996, 75-76.)

Tärkeintä asiakaskokemuksen rakentamisessa on yrityksen johdon sitoutuminen ja halu kehittää yrityksen palvelukokemusta. Muutokset alkavat asiakasrajapinnasta ja siihen tulisi kiinnittää huomiota. On ensisijaisen tärkeää kuunnella työntekijöiden ja asiakkaiden kokemuksia sekä palautteita ja näin varmistaa, että yrityksen asiakaslupaus voidaan täyttää ja asiakaskokemusta parantaa. (Korkiakoski 2016, 110-111.)

Lehmus, P & Korkala, P (1996, 76.) toteavat Asiakaspalvelu ja laaduntekijät -kirjassaan, että syitä asiakastyytyväisyyteen ovat:

- Poikkeuksellisen hyvä (ja henkilökohtainen) palvelu
- Asiakkaan ongelmatilanteen nopea ratkaisu
- Asiakkaan pyytämää ratkaisua, nopeampi ja edullisempi vaihtoehto

Asiakastyytyväisyyttä kannattaa mitata monipuolisesti ja usein. Silloin yritys saa itselleen arvokasta perustietoa, joilla toimintaa on helppo lähteä kehittämään. Pelkkä asiakaspalautteen läpikäyminen ei riitä nykypäivänä, vaan säännöllisin väliajoin teetetyt asiakastyytyväisyystutkimukset, joissa kysytään ennalta suunniteltuja kysymyksiä esimerkiksi asiakaspalvelun laadusta ja toiminnasta, takaavat hyvät lähtökohdat asiakastyytyväisyyden parantamiseen.

4.3 Asiakaslähtöisyys

Asiakaslähtöinen palvelu on kirjaimellisesti lähtöisin asiakkaasta. Asiakaslähtöisyys on mahdollista, kun asiakas osallistuu itse palvelutapahtumaan, esimerkiksi kertomalla toiveet ja tarpeet. Asiakaslähtöisyys ja aito halu vastata asiakkaan tarpeisiin onkin noussut yritysten tavoite-strategiaksi. On todettu, että pelkästään tuotetut palveluprosessit ja toimintatavat eivät riitä takaamaan yksin menestystä asiakaslähtöisessä strategiassa. Erityisesti asiakaspalvelun rajapinnassa työskentelevillä tulee olla aito halu ja mielenkiinto palvella asiakasta ja tehdä kaikkensa, jotta asiakkaalle syntyisi positiivinen mielikuva palvelusta ja yrityksestä. Lisäksi yrityksen arvojen tulee osoittaa asiakaslähtöistä ajattelutapaa ja yrityksen työntekijöiden tulee omaksua arvot ja noudattaa niitä. (Mattila & Ollikainen 2008, 25.)

Asiakaslähtöisyys ohjaa yrityksen tapaa toimia, jotta yritys pääsisi sen itse asettamiin tavoitteisiin. Lähtökohdana on asiakkaan tarpeiden tyydyttäminen ja molempia osapuolia, yritystä ja asiakasta, hyödyttävän suhteen luominen. Palvelun kysyntää kasvatetaan markkinoinnin avulla, jolloin on

tärkeää osata täyttää asiakkaan toiveet ja tarpeet, tarjoamalla palvelua, joka on hinta-laatusuhteeltaan tasapainoinen ja kiinnostava asiakkaalle. (Ylikoski 2001, 34-35.)

Pysyäkseen kilpailussa mukana, yrityksen tulee suhtautua vakavasti kilpaileviin yrityksiin sekä tosiasiassa, että asiakas voi vapaasti valita ja vaihtaa yritystä, mikäli hän kokee ettei yrityksen tarjoama palvelu vastaa hänen odotuksiaan tai vastaa asiakkaan tarpeita. Asiakslähtöistä toimintatapaa noudattavan yrityksen tulisi pyrkiä kohti asettamia tavoitteita, mutta samalla varmistaa, että asiakkaille näkyy myös yrityksen asiakslähtöisyys. Asiakkaalle on siis tärkeää välittyä tunne, että hänen toiveista ja tarpeista ollaan oikeasti kiinnostuneita ja häntä halutaan palvella mahdollisimman hyvin. (Ylikoski 2001, 38-41.)

Yrityksen toimiessa asiakslähtöisesti tulee sen perehtyä asiakkaisiin ja tietää kuluttajakäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä. Palveluja markkinoissa ja kehittäessä on tärkeää ymmärtää asiakkaiden käyttäytymistä ja tekijöitä, jotka vaikuttavat ostopäätökseen. (Ylikoski 2001, 58.)

Lisäksi asiakas arvioi jatkuvasti hinnan ja palvelusta saadun lisäarvon suhdetta. Kuluttajan valinta perustuu sekä toiminnallisiin että tunnepuolen vetoaviin asioihin. Mitä tyytyväisempi asiakas on, sitä enemmän hän on valmis maksamaan palvelusta. Mitä enemmän yrityksellä on käytössään ajankohtaista tietoa asiakkaistaan ja markkinoistaan, sitä paremmin he menestyvät markkinoilla kilpailijoihin verrattuna. Erilaiset asiakkaat pakottavat yrityksen jatkuvasti kehittämään ja erilaistamaan palveluitaan, sillä sama tuote ei kelpaa kaikille asiakkaille. Apuna voi käyttää erimerkiksi asiakassegmentointia, jonka avulla palvelun ominaisuuksia voidaan muokata kullekin kohderyhmälle sopivaksi. (Wright 2006, 17-19.)

5 BENCHMARKING

Benchmarking, eli vertailuanalyysi, tarkoittaa oman toiminnan vertaamista toiseen vastaavaan toimintaan. Vertailu voi kohdistua esimerkiksi yrityksen prosessiin tai strategiaan. Yleensä vertaillaan omaa toimintaa alan parhaimpaan toimijaan.

Tarkoituksena benchmarkingissa on oppia toisilta kilpailijoilta ja kehittää siten tehokkaasti omaa toimintaa ja täyttää paremmin asiakastarpeita. Benchmarking auttaa myös tunnistamaan samalla oman toiminnan heikkouksia ja niiden pohjalta pystytään laatimaan tavoitteita ja kehitysideoita toiminnan parantamiseksi. Esimerkiksi tässä opinnäytetyössä olen hakenut vertailukohtia Suomen suosituimmilta ja menestyksellisimmiltä golfkentiltä sekä Ruotsista. Näillä golfkentillä on käytössä mm. erilaisia kilpailumuotoja verrattuna Oulun golfkerhoon.

Benchmarking on tehokas tapa kehittää yrityksen toimintaa. Benchmarkingia voi Lecklinin (2002, 182.) mukaan toteuttaa kahdella eri tavalla:

- 1) Vertailemalla tuloksia ja suoritustasoja
- 2) Vertailmealla prosessien sisältöä ja työn vaiheita

Benchmarking on siis prosessien yksityiskohtaista kuvaamista. Benchmarkingin avulla yritykset voivat saada merkittäviä parannuksia toimintaansa, koska benchmarking antaa mahdollisuuden vertailla toimialoja ja yritys voi löytää ja oppia parhaimman tavan tuottaa tavoitteensa. (Strömmer 1998, 4-5.)

Benchmarkingin avulla voidaan asettaa tavoitteita. Yrityksen todelliset tavoitteet auttavat yritystä kulkemaan yhtenäiseen suuntaan. Soveltamalla ja vertailemalla omaa yritystä muihin kilpaileviin yrityksiin, voi yritys muodostaa käsityksen omista tavoitteistaan ja selvittää ovatko ne saavutettavissa. Tiedostamalla sen, että kilpaileva yritys kykenee saavuttamaan korkeammalle asetetut tavoitteet, luo muutoshalukkuutta yrityksille. Benchmarkingin avulla yritys löytää oikean tavoitetasonsa. (Strömmer 1998, 5.)

BENCHMARKINGIN HYÖDYT

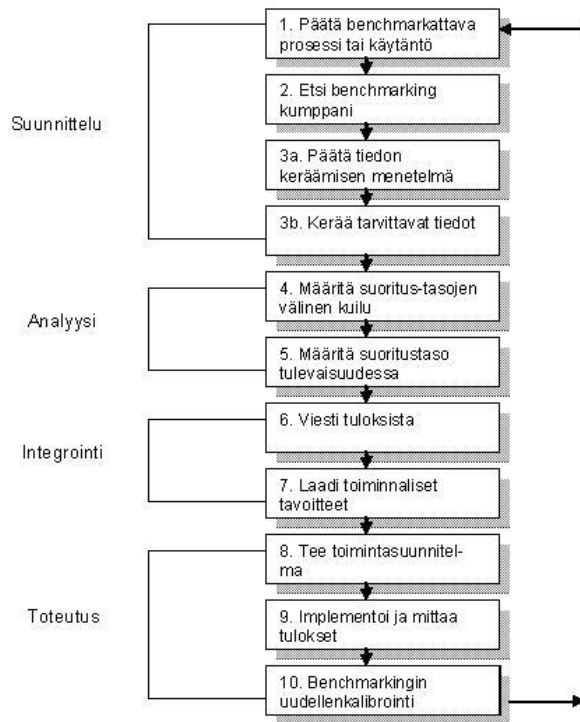
Benchmarkingissa tavoitteina ovat parempien toimintatapojen opetteleminen, oikean tavoitetason määrittäminen ja uusien menetelmien löytäminen sekä parhaimman käytännön oppiminen. Omassa yrityksessä voidaan tehdä pieniä parannuksia ilman vaikutuksia kilpailukyvyn parane-
mista, koska kilpailijat voivat samanaikaisesti kehittää toimintaansa. Muiden kehittyneiden toimintatapojen analysointi ja katseleminen luovat uskoa omankin yrityksen tehokkuuden lisäämiseen sekä asettamaan tavoitteita korkeammalle. (Lecklin 2002, 184-185.)

Benchmarking on kokonaisuudessaan prosessi, joka sisältää vertailevien prosessien tunnistami-
sen, benchmarking-ehdokkaiden etsinnän ja valinnan, mittaustietojen keräämisen ja tulosten hyödyntämisen. (Lecklin 2002, 185.)

BENCHMARKING PROSESSINA

Benchmarkingissa jokainen vaihe on yhtä tärkeä. Suunnitteluvaiheessa yrityksen pitää päättää mitkä prosesseja tai osia vertaillaan. Ensisijaisia vertailukohteita ovat yrityksen kehittämistarpeessa olevat asiat. Suunnitteluvaiheessa tärkeää on asiakkaiden tarpeet, odotukset ja vaatimukset. Lisäksi yrityksen on hyödyllistä tutustua muihin yrityksiin, joilla on vastaavanlainen prosessi toimin-
nassaan ja vertailla sitä toimintaansa ja ottaa oppia. (Lecklin 2002, 188-190.)

Kehitettävän kohteen valinnan jälkeen yrityksen pitää valita benchmarking-kumppani tai kumppanit. Benchmarking-kumppanuus samalla alalla toimivien kilpailijoiden kanssa voi olla vaikeaa, koska tiedon saaminen kilpailijoilta voi olla haastavaa samasta toimialasta johtuen. (Lecklin 2002, 189-190.)



KUVIO 1 Benchmarkingin suunnittelu ja toteutus

Benchmarking-kumppanin valinnan jälkeen yrityksen täytyy suunnitella miten keräävät tietoa. Tiedonkeruun voi aloittaa kyselylomakkeen tekemisellä. Lomakkeen suunnittelussa mietitään, mitkä asiat ovat tärkeitä kehittämisen ja vertailun kannalta. Kysymyksistä on tehtävä selkeitä luotettavan tiedon hankkimiseksi. Sen jälkeen kerätään tiedot oman yrityksen toiminnasta, jonka avulla yritys pystyy vielä kysymyslomaketta muokkaamaan ennen tutkimuksen aloitusta benchmarking-kumppanin kanssa. Oman yrityksen tiedonkeruun jälkeen kerätään tiedot kumppaniyritykseltä. (Lecklin 2002, 191-193.)

Tiedonkeruun jälkeen yrityksen täytyy omat ja benchmarking-kumppanin tiedot laitetaan taulukkomuotoon ja esittää tulokset esim. graafisesti. Laadunvalvonta toteutetaan tulosten keräily- ja analysointivaiheessa. Suorituskuilu tarkoittaa oman yrityksen ja parhaimman kilpailijan välistä eroa. Benchmarkingin avulla selvitetään kuiluja ja niiden syitä. Benchmarkingin loppuraporttiin kerätään

tulokset ja esitellään suoritustapa. Raportin perusteella tehdään johtopäätöksiä, miten yritystä lähdetään kehittämään. (Lecklin 2002,193-195.)

Tietojen analysoinnin ja raportin laadinnan jälkeen yritys selvittää sen muutosmahdollisuuksia. Tulokset ja niiden avulla tapahtuva kehittyminen täytyy yhdistää strategiseen suunnitteluun ja liiketoiminnan tavoitteisiin. Tulosten avulla yritys voi aloittaa oman kehittämisprojektin. (Lecklin 2002, 195-196.)

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Opinnäytetyöni suunnittelu alkoi syksyllä 2016. OGK:lle on tehty samalainen opinnäytetyö vuonna 2013 Jaakko Remahlin toimesta ja nyt on tarkoituksena toistaa samantapainen kysely. Opinnäytetyöni tavoitteena on saada vastauksia, mihin Oulun Golfkerhon naisjäsenet ovat tyytyväisiä ja mitä toiveita ja tarpeita heillä on. Eli lyhyesti kartoittaa mitä muutosta halutaan toimintaan ja mitkä asiat ovat hyvin.

Opinnäytetyötäni varten olen käynyt syksyn ja talven mittaan keskusteluita opinnäytetyöni ohjaajan, Päivi Aron, kanssa, jolta olen saanut paljon tietoa ja vinkkejä, mitä opinnäytetyöhöni kannattaa sisältää sekä kertaalleen olen käynyt Oulun Golfkerho Oy:n tiloissa juttelemassa toimitusjohtaja, Jukka Rissasen, kanssa. Minulle golf on tuttu harrastus lapsuusvuosista asti, mikä on osaltaan helpottanut työn tekemistä, mutta kysymyspatteriston keksiminen on ollut suuri haaste minulle ja keksiä OGK:lle soveltuvia kysymyksiä, koska itse olen pelannut Kalajoella. Kyselyn kanssa suurena apuna on ollut ohjaajani Päivi Aro, joka on neuvonut minua mitä kaikkea kannattaisi kysyä ja korjailut kyselyä moneen kertaan.

Kyselylomaketta aloittaessa kirjoitin kysymykset Microsoft Wordille aihepiireittäin ja tämän jälkeen siirtää suoraan Webproliin. Päätin toteuttaa kyselyn Webropolilla, koska silloin vastaaminen on nopeaa, vastaamiseen menee arviolta n. 5-10 minuuttia ja vastaukset tallentuvat suoraan palvelimelle, josta voin siirtää ne esimerkiksi Exceliin tarkempaa analysointia varten. Kyselylomakkeen linkki lähetettiin suoraan OGK:n naisjäsenten sähköpostiin, jonka kautta he pääsivät vastaamaan kyselyyn. Vastausaika jäsenillä oli 2 viikkoa, eli 13.06-27.03.2017. Lisäksi kaikkien vastaajien kesken arvottiin viisi (5) tuotepalkintoa.

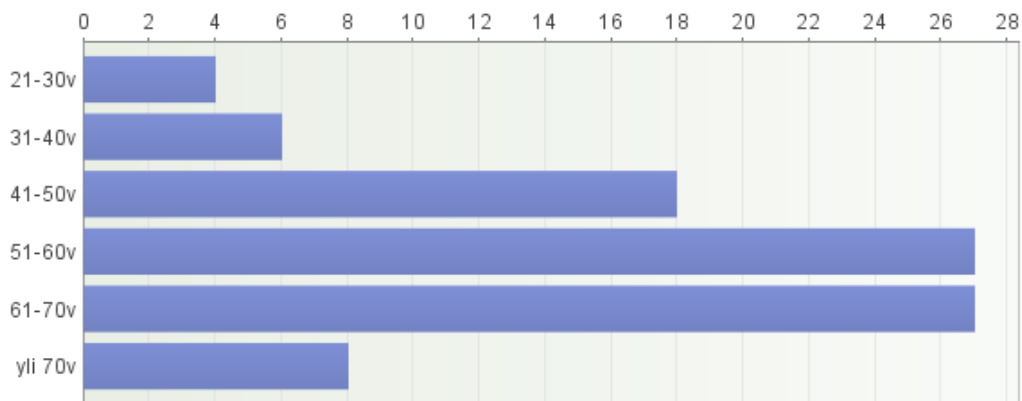
Kyselylomakkeeseen tuli yhteensä 59 kysymystä, joista 54 oli suljettua kysymystä, joihin annettiin valmiit vastausvaihtoehdot. Viisi viimeistä kysymystä oli avointa, joissa toivottiin naisten ideoivan unelmiensa golfkilpailun, kehitysehdotuksia naistoimikunnan toimintaa koskien sekä antavan risuja ja ruusuja OGK:n toiminnasta.

7 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Kysely tehtiin OGK:n naisjäsenille 13-27.03.2017. Webropolin kautta toteutettuun kyselyyn lähetettiin linkki sähköpostitse 242 naisjäsenelle ja heistä 90 vastasi, joten vastausprosentiksi muodostui 37,2%.

7.1 Perustiedot

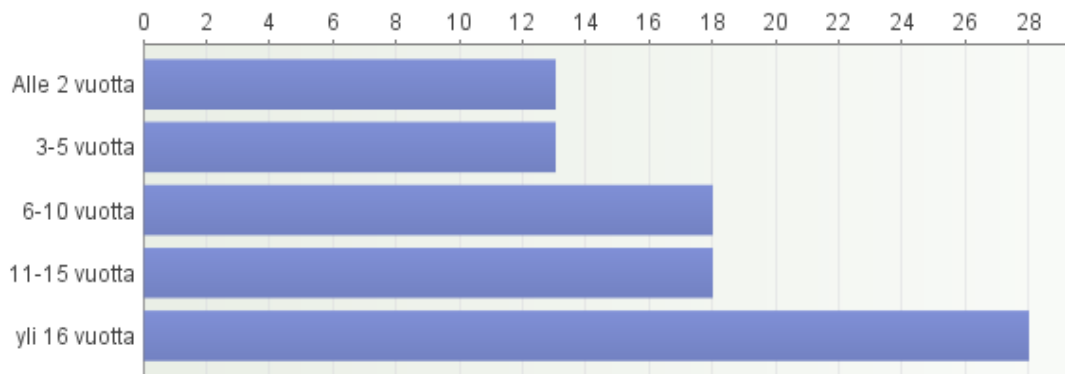
Kyselyn aluksi selvitettiin vastaajien ikää. Vastaajista n. 60% (54) kuului ikäluokkaan 51—70 vuotiaat. Vähiten vastaajia kuului ikäluokkaan 21-30 vuotiaat, n. 4% (4). Yli 70-vuotiaita vastaajia oli n. 9% (8).



KUVIO 1 Vastaajien ikä

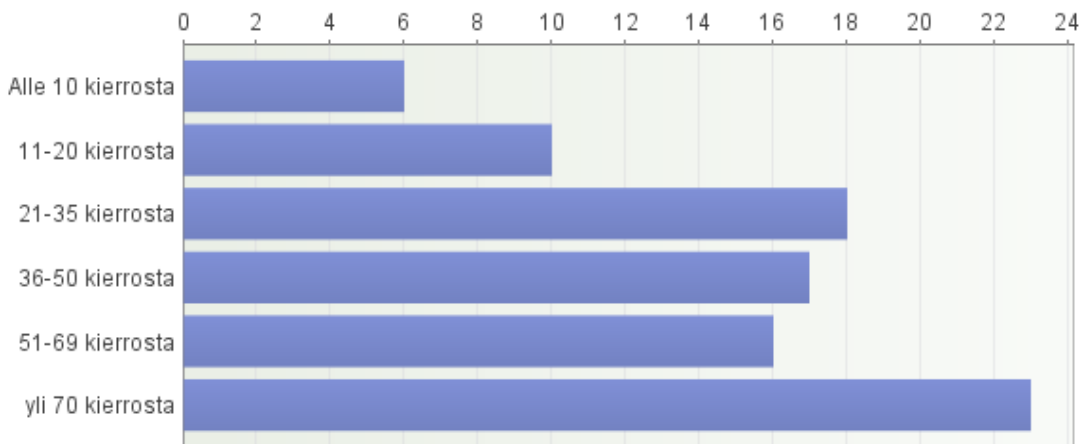
Seuraavassa kysymyksessä kartoitettiin naisten pelikokemusta vuosissa ja vastauksia tuli tasaisesti joka vastauskohtaan. Kuitenkin eniten vastaajista oli yli 16 vuotta pelanneita (n. 31%).

Alle 5 vuotta pelanneita oli vastaajista n. 26%. Eli kyselyyn on vastannut suhteessa saman verran vähän aikaa pelanneita kuin jo liki pari kymmentä vuotta pelanneita golffareita.



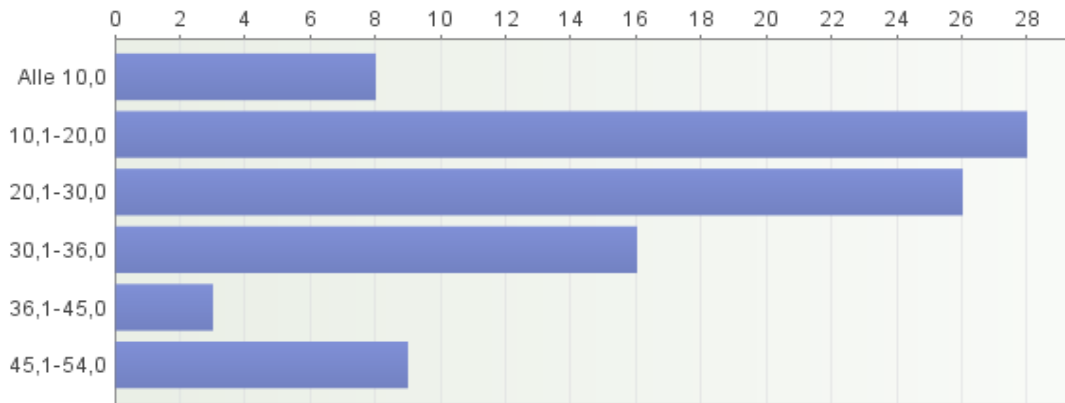
KUVIO 2 Pelikokemus vuosina

Seuraavaksi kartoitettiin kuinka monta kierrosta naisjäsenet pelaavat vuodessa. Vastauksia tuli tasaisesti joka vaihtoehtoon, eniten kuitenkin yli 70 kierrosta pelaaviin, joka on noin neljännes kaikista vastaajista. Alle kymmenen kierrosta pelaavia jäseniä oli 6.



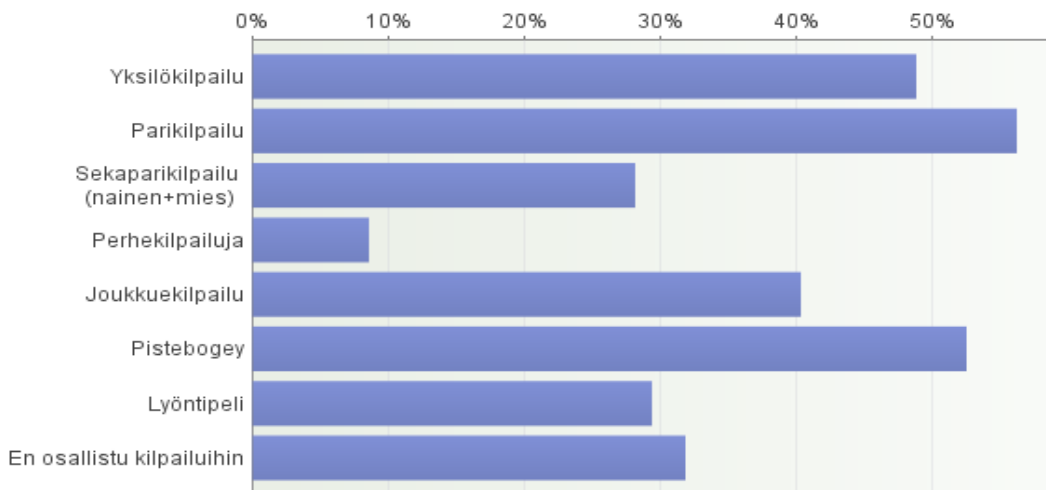
KUVIO 3. Pelikierrosten lukumäärä vuodessa

Seuraavassa kysymyksessä kysyttiin naisten tasoitusta. Vasta-aloittaneiden tasoitus on 54,0 joka on suurin mahdollinen tasoitus golfissa. Eniten vastanneista valitsi 10,1-20,0 tasoitukseen (31%) ja 20,1-30,0 tasoituksen omaavia oli n. 29% vastanneista. Tämä on hyvin odotettua, koska vastaajista n. 74% oli pelannut yli 6 vuotta golfia. Vastaajista n. 10%:lla oli yli 45,1 tasoitus.



KUVIO 4 Naisjäsenten tasoitus

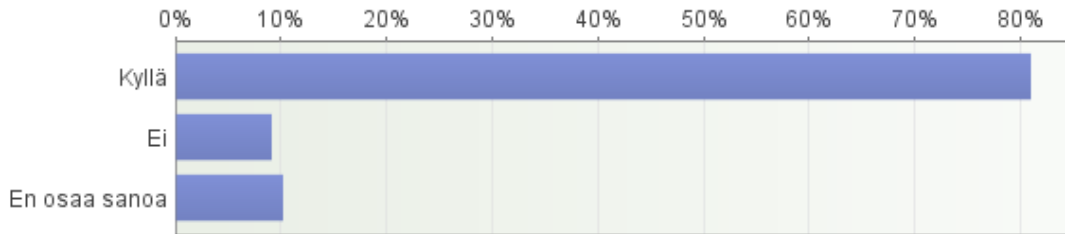
Viimeisessä kysymyksessä kysyttiin mitä pelimuotoja naiset pelaavat eniten. Kysymyksessä oli mahdollista valita useampi vaihtoehto ja suurin osa (55%) vastanneista pelaa parikilpailuita eniten. Toiseksi suosituimmat pelimuodot olivat pistebogey (52% vastanneista) ja yksilökilpailu (49%). Vähiten pelattiin perhekilpailuita (9% vastanneista) ja sekaparikilpailuita pelasi vastanneista vain 28%.



KUVIO 5 Mitä kilpailumuotoja naisjäsenet pelaavat

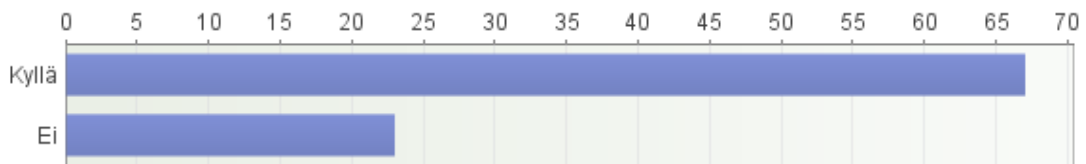
7.2 Yleistä

Yleisissä kysymyksissä haluttiin tietää ovatko naisjäsenet tyytyväisiä Oulun Golfkerhon nettisivuihin. Vastaajista yli 80% piti nettisivuja selkeänä.



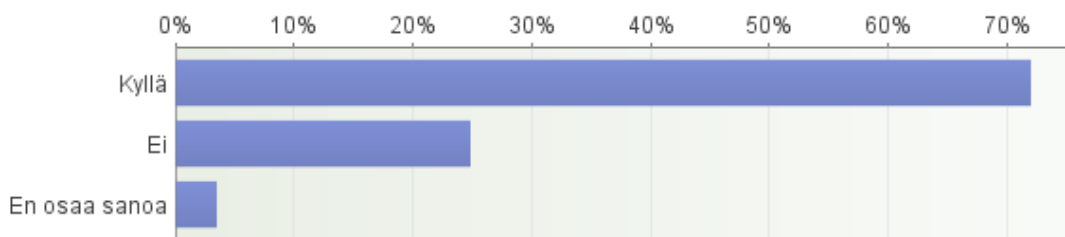
KUVIO 6 Ovatko nettisivut selkeät

Vastaajista 67 (74% vastaajista) käy säännöllisesti lukemassa Oulun golfkerhon nettisivut.



KUVIO 7 Nettisivujen säännöllinen lukeminen

Kuitenkin seuraavassa kysymyksessä vastaajilta kysyttiin löytävätkö he aina etsimänsä asian nettisivuilta ja n. 25% vastaajista oli sitä mieltä, etteivät aina löydä etsimäänsä asiaa.

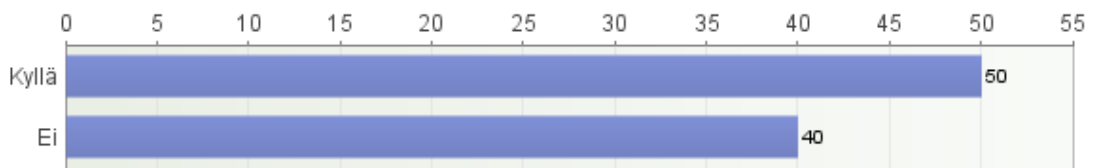


KUVIO 8 Löytyykö etsimäsi asia nettisivuilta

7.3 Kilpailut

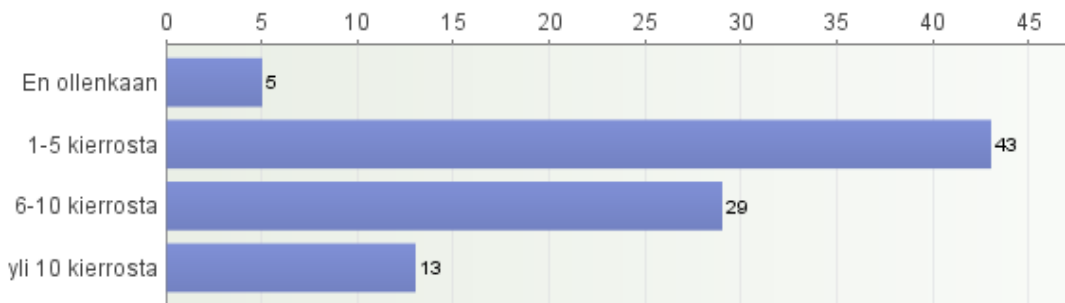
Kilpailuaiheisten kysymysten pohjalta haluttiin kartoittaa tilannetta käyvätkö naiset kilpailuissa ja pelimatkoilla Oulun ulkopuolella ja kuinka useasti he käyvät pelaamassa muilla kentillä. Sekä min-käläisiin harjoitusryhmiin ja pelimatkoille olisi kiinnostusta osallistua.

Naisista 50 ilmoitti käyvänsä kilpailuissa säännöllisesti. Kuitenkin liki puolet (40) ilmoitti, ettei kilpaile ollenkaan.



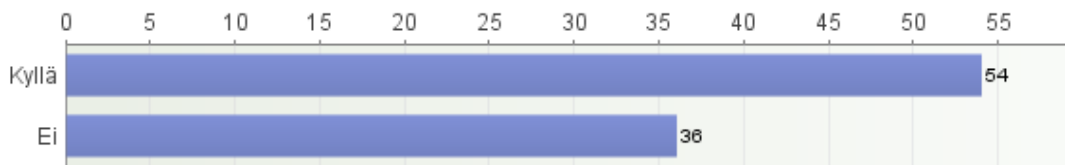
KUVIO 9 *Kilpailenko säännöllisesti*

Seuraavaksi naisjäseniltä tiedusteltiin käyvätkö he pelaamassa vieraskentillä, eli Oulun alueen ulkopuolella. Vastaajista 85 pelaa yhden tai useamman kierroksen vuodessa muuallakin kuin Oulussa. Suurin osa (43 vastaajaa) pelaa 1-5 kierrosta per vuosi muilla kentillä.

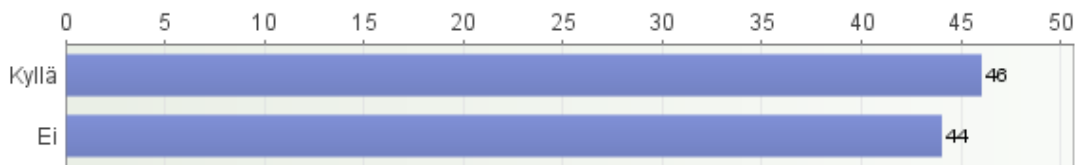


Kuvio 10 *Kuinka monta kierrosta pelaat vieraskentillä*

Golfkerhon naisjäsenistä vain 33 on osallistunut pelimatkoille. Ja yli päivän kestäville pelimatkoille on osallistunut vain 27% jäsenistä. On kuitenkin hämmästyttävää huomata, että ulkomailla käy joka talvi pelaamassa 54 naisjäsentä, mikä on merkittävä määrä, kun kuitenkin vain joka kolmas osallistuu Suomen pelireissuille. Jäsenistä liki puolet olisivat myös kiinnostuneita osallistumaan seuran järjestämään viikon mittaiselle ulkomaan reissulle.

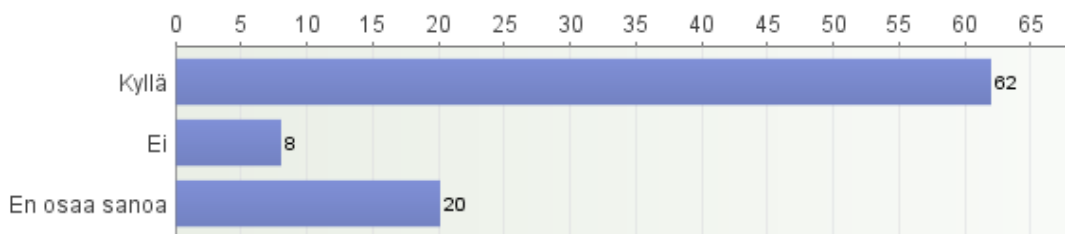


KUVIO 10 Käytkö pelaamassa ulkomailla



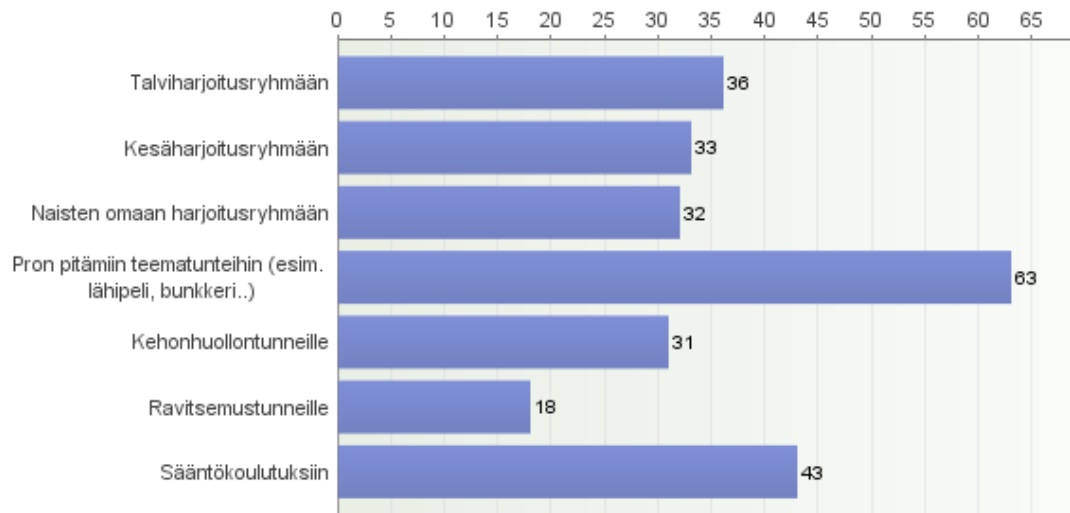
KUVIO 11 Olisitko kiinnostunut osallistumaan viikon kestäväälle pelireissulle ulkomaille

Naisilta tiedusteltiin olisiko heillä tuttua/tuttuja, jotka olisivat kiinnostuneita golfin aloittamisesta ja 46 naista ilmoitti heillä olevan tuttu/tuttuja, jotka voisivat aloittaa golfin. Kysyttäessä olisiko kiinnostusta tuoda ystävää kentälle tapahtumaan, joka olisi ilmainen, ilmoitti 62 vastaajaa heidän osallistuvan kyseiseen tapahtumaan, mikäli sellainen järjestettäisiin.



KUVIO 12 Olisitko kiinnostunut osallistumaan tapahtumaan kesällä, mihin saisi tuoda ilmaiseksi kaverin

Lopuksi tiedusteltiin olisiko naisilla kiinnostusta osallistua erilaisiin harjoitusryhmiin. 63 naisjäsentä olisi kiinnostunut osallistumaan vuoden aikana Pron pitämiin teematunteihin, joissa olisi vaihtuva aihe per tunti. Toiseksi eniten toivottiin sääntökoulutuksia eri pelimuodoista ja golfiin liittyvistä säännöistä. Vähiten tarvetta koettiin ravitsemustunneille.

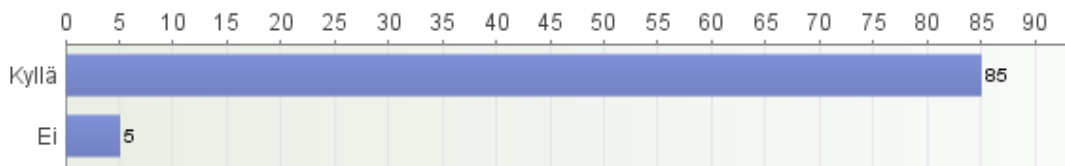


KUVIO 13 Mihin harjoitusryhmiin olisit kiinnostunut osallistumaan

7.4 Naistoimikunta

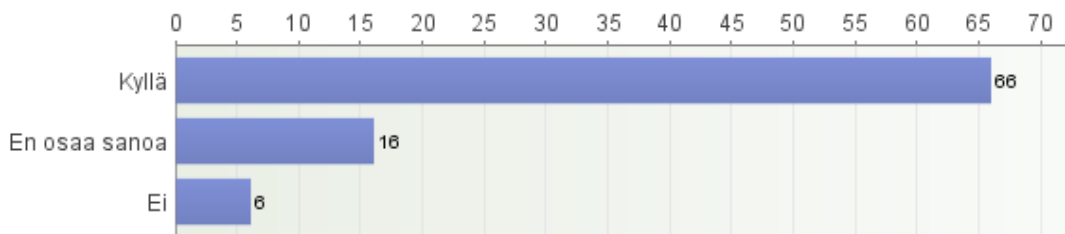
Oulun Golfkerhon naistoimikunta on perustettu uudelleen edellisen opinnäytetyön jälkeen marras-kuussa 2013. Tämän jälkeen toiminta on ollut säännöllistä ja sitä on kehitetty vuosi vuodelta eteenpäin. Naistoimikuntaan liittyvissä kysymyksissä haluttiinkin saada selville vastaako toiminta naisjäsenten toiveita ja tarpeita ja mitä kehittämiskohteita on.

Vastaajista 85 tiesi Oulun Golfkerholla olevan oma naistoimikunta.



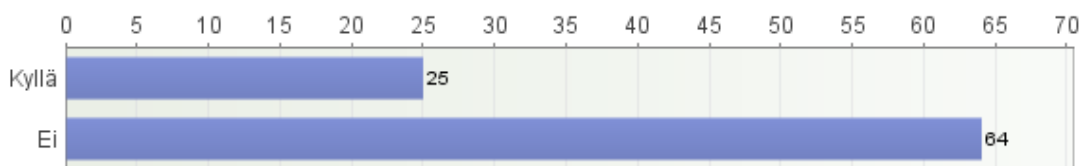
KUVIO 14 Tiestikö OGG:lla olevan oma naistoimikunta

Liki puolet vastaajista (48%) piti naistoimikuntaa aktiivisena ja kysyttäessä saavatko jäsenet tarpeeksi informaatiota naistoimikunnan järjestämistä tapahtumista/matkoista/kilpailuista 66 naisjäsentä vastasi saavansa tarpeeksi informaatiota naistoimikunnan järjestämistä tilaisuuksista.



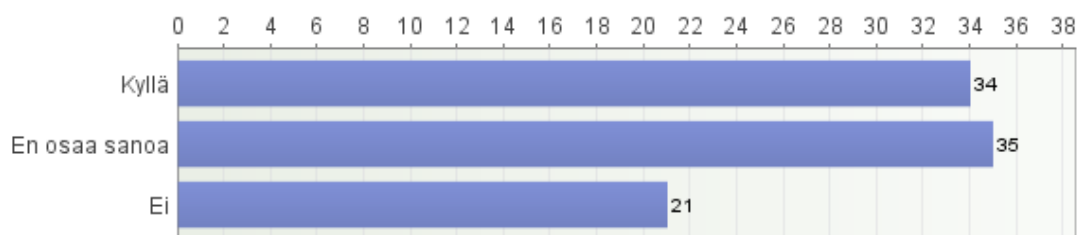
KUVIO 15 Saatko tarpeeksi informaatiota naistoimikunnan järjestämistä tapahtumista

Naistoimikunnan facebook-sivut ovat olleet käytössä muutaman vuoden, mutta säännöllisesti niitä käy kyselyn mukaan lukemassa vain joka neljännes. Tämä selittyy osittain myös sillä, että vastaajista yli 60% on yli 50 vuotta täyttäneitä.



KUVIO 16 Luetko säännöllisesti naistoimikunnan facebook-sivut

Lisäksi kysyttiin kuinka moni naisista toivoisi enemmän peli-iltoja, joissa tutustuttaisiin toisiin naisjäseniin. 34 naista koki tällaisen tarpeelliseksi ja 35 naista taas ei osannut ilmaista mielipidettä kyseiseen asiaan.



KUVIO 17 *Toivoisitko enemmän yhteisiä naisten peli-iltoja*

7.5 Asiakastyytyväisyys

Seuraavissa kysymyksissä esitettiin väittämiä ja kysymyksiä Sankivaaran liittyen yleisesti sekä kenttään, eri palveluihin, pro-tunteihin, pelikavereihin että kilpailuihin. Vastaukset oli annettava asteikolla 1-5, jolloin 1=Täysin samaa mieltä, 2= jokseenkin samaa mieltä, 3= ei samaa, eikä eri mieltä, 4= jokseenkin eri mieltä ja 5= täysin eri mieltä.

SANKIVAARA	1	2	3	4	5	En osaa sanoa	Yhteensä	Keskiarvo
Käytin viime kesänä Proshopin palveluita	39	14	7	12	14	4	90	2,4
Mielestäni Proshopissa on hyvä valikoima naisten tuotteita	4	21	33	15	3	13	89	2,89
Mielestäni Proshopin hintalaatu-suhde on kohdillaan	3	18	32	20	5	12	90	3,08
Olen aina löytänyt Proshopista sen tuotteen mitä olen etsinyt	4	15	24	22	8	17	90	3,21
Käytän säännöllisesti Spin-ravintolan palveluita	27	35	7	9	9	3	90	2,29
Mielestäni ravintolan hintalaatu-suhde on kohdillaan	7	28	28	16	5	6	90	2,81
Mielestäni ravintolan valikoima kattava	9	25	27	17	5	7	90	2,81
Mielestäni ravintolassa on otettu huomioon kasvisruokavalio	1	7	19	9	2	51	89	3,11
Toivoisin lisää valikoimaa erikoisruokavalioidiin	3	4	21	5	10	47	90	3,35
Mielestäni väyläkioskin valikoima on kattava	11	31	19	15	4	9	89	2,63
Mielestäni väyläkioskissa on otettu huomioon erikoisruokavaliot	3	9	19	4	4	51	90	2,92
Toivoisin väyläkioskiin laajempaa valikoimaa	6	8	30	16	7	21	88	3,15

KUVIO 18 Sankivaara

Seuraavissa kysymyksissä selvitettiin naisten tyytyväisyyttä kentän palveluihin ja käyttävätkö he palveluita. Proshopin palveluita oli viime kesän aikana käyttänyt 90 vastaajasta 53, mutta kysyttäessä onko valikoima hyvä ja löytävätkö he aina etsimänsä, niin naisten mielipide jakautui ”jokseenkin samaa mieltä” ja ”jokseenkin eri mieltä” välillä, suurin osa ei sanonut mielipidettään asiaan, mikä voi selittyä sillä, etteivät kaikki käytä proshopin palveluita.

Sankivaarassa oleva Spin-ravintolan palveluita käyttää vastaajista n. 69%, joten vastaajien on helppo muodostaa mielipide valikoimasta ja hintalaatu-suhteesta. Ravintolan hintalaatu-suhteesta ja valikoiman kattavuus Spin-ravintolassa oli liki puolien mielestä sopiva ja n. 50% vastaajista toivoi

muutosta tilanteeseen. Erikoisruokavalikoimaan ja kasvisruokavalioihin ei osattu sanoa mielipidettä. Kuitenkin avoimissa kysymyksissä tuli ilmi, että ravintolan ruuan rasvaisuuteen ja hintaan ollaan tyytymättömiä.

Väyläkioskin toimintaan ollaan hyvin tyytyväisiä, mutta kuitenkin liki 20 vastaajaa toivoi hieman laajempaa valikoimaa. Avoimissa kysymyksissä yli puolet vastaajista kertoivat, että toivoisivat valikoimaan kevyempiä eväitä ja vaihtuvuutta mm. pullavaihtoehtoihin.

SANKIVAARA	1	2	3	4	5	En osaa sanoa	Yhteensä	Keskiarvo
Väylien varsilla on tarpeeksi WC-tiloja	19	32	9	17	9	3	89	2,59
Väylä WC:t ovat siistejä	14	34	22	11	5	4	90	2,52
Väylien varsilla on tarpeeksi istumapaikkoja/levähdyspaikkoja	18	29	19	14	7	2	89	2,57
Pallojen pesupaikkoja on tarpeeksi	22	22	18	16	5	6	89	2,52
Toivon väylille lisää valvontaa	18	17	22	15	10	8	90	2,78
Mielestäni Sankivaarassa suhtaudutaan aloitteleviin pelaajiin hyvin	15	28	25	10	1	10	89	2,42
Mielestäni kaikissa pelaamissani peliryhmissä, kaikki ovat tasa-arvoisia	17	38	14	14	2	4	89	2,36

KUVIO 19 Sankivaara

Sankivaaran WC-tiloihin ja väylillä oleviin levähdyspaikkoihin ollaan hyvin tyytyväisiä ja naisten mielestä WC-tiloja on myöskin tarpeeksi. Pallon pesupaikkojen määrää toivottiin avoimissa kysymyksissä lisää, erityisesti ensimmäisen väylän alkuun ja lähemmäs naisten tiipaikkoja.

Tasa-arvo-kysymyksissä naiset vastasivat kohtelun olevan melko tasa-arvoista kaikkien pelaajien kesken. Väylillä olevaa valvontaa toivoo yli puolet vastaajista lisää ja varsinkin avoimissa kysymyksissä kysymykseen ”Mikä mielestäsi Sankivaarassa on huonosti?” tuli yli 90% vastauksista koskien väylävalvontaa ja sen vähyyttä.

PELIKAVERIT	1	2	3	4	5	En osaa sanoa	Yhteensä	Keskiarvo
Pelaan mieluiten aina tuttujen pelikavereiden kanssa	16	29	24	16	3	2	90	2,56
Pelaan mieluummin miesten kuin naisten kanssa	6	10	36	22	15	1	90	3,34
Olen kokenut miespelaajien käytöksen vähätteenä	4	11	14	27	30	3	89	3,79
Voisin pelata golfkierroksen täysin tuntemattoman pelikaverin kanssa	59	17	4	3	7	0	90	1,69
Osallistuisin kisaan, jossa arvottaisiin pelikaveri/-kaverit	28	10	14	5	15	17	89	2,57
Pelikaverini tasoituksella on merkitystä minulle	11	18	17	19	24	0	89	3,3
Mielestäni golfkentällä on vaikea löytää uusia pelikavereita	6	18	20	20	20	6	90	3,36
Olisin kiinnostunut tutustumaan uusiin pelikavereihin	26	26	24	8	3	2	89	2,26
Olisin kiinnostunut kummipelaaja-toiminnasta (=kummipelaaja on pelaaja klubilta, jonka voi pyytää pelikaveriksi, milloin vain)	14	9	17	8	18	23	89	3,11

KUVIO 20 Pelikaverit

Pelikavereista kysyttäessä yli puolet vastaajista pelaa mieluiten tuttujen pelikavereiden kanssa. Pelikaverin tai -kaverien sukupuolella ei ole merkitystä, kuten aiemmissakin vastauksissa on tullut ilmi. Suurin osa vastaajista myös voisi kuvitella pelaavansa täysin tuntemattoman pelikaverin kanssa kierroksen, joten kisa, jossa pelikaveri arvottaisiin ei olisi poissuljettu vaihtoehto.

Pelikaverin tasoituksella on merkitystä noin puolelle vastaajista, joka voi selittyä osittain sillä, että vastaajista 24 on pelannut alle 4 vuotta golfia. Puolet vastaajista vastasivat pelikaverin olevan vaikea löytää ja olivat kiinnostuneita löytämään uusia pelikavereita. Kummipelaajatoiminnasta oli myöskin mielipiteensä muodostaneista vastaajista puolet kiinnostuneita. Tähän varmasti vaikuttaa pelivuosien määrä.

KILPAILUT	1	2	3	4	5	En osaa sanoa	Yhteensä	Keskiarvo
Olen kiinnostunut seurailloista	9	24	30	7	10	10	90	2,81
Osallistun mieluiten kilpailuihin, joissa on vain naiskilpailijoita	3	14	21	17	23	12	90	3,55
Osallistun mielelläni teemailtoihin, jossa pelattaisiin esim. 9 reikää ja sen jälkeen olisi tuote-esittelyjä/kauneushoitoja	10	27	19	15	13	4	88	2,93
Toivoisin aloitteleville naisille omia kilpailuja? (alle 2v pelanneet)	13	12	17	2	9	37	90	2,66
Osallistuisin mielelläni "kilpailusarjaan", jota pelattaisiin kesä-elokuun aikana? (esim. lyöntipeli+pis-tobogey)	15	17	18	6	16	17	89	2,88
Olisin kiinnostunut osallistumaan juhannuksena kahden päivän kisaan?	7	6	14	12	35	16	90	3,84
Mielestäni väylillä pelattavat "erikoiskilpailut" tuovat lisää kiinnostusta kilpailuun? (mm. lähimmäksi lippua, pisin avaus, lähimmäksi keskiviivaa)	38	18	15	4	6	9	90	2,04

KUVIO 21 Kilpailut

Kilpailut-otsikon alla olleiden kysymykset olivat benchmarkingin tulosta Suomen suosituimpien kenttien ja Ruotsista poimittujen kilpailumuotojen ehdotelmia. Keskiarvosta päätellen naiset eivät erityisesti halua kilpailuita, joissa olisi vain naiskilpailijoita, myöskin juhannukselle ei toivota kaksipäiväistä kisaan. Kun taas aloittelijoille toivotaan omia kilpailijoita, mikä tuli ilmi myös avoimissa kysymyksissä.

Kilpailusarja sai hyvin ristiriitaisen vastaanoton ja siinä vastaukset jakautuivat tasaisesti joka vaihtoehdon kesken. Seurailloista on kiinnostunut yli puolet vastaajista ja 30 vastaajasta ei ollut mielenkiinnosta asiaan. Eniten samaa mieltä oltiin väylillä kilpailtavista "erikoiskilpailuista", joiden koettiin tuovan lisämielenkiintoa itse kisaan.

7.6 Avoimet kysymykset

Avoimia kysymyksiä oli 5 kappaletta, joihin naisjäsenet saivat omin sanoin vastata, mitä mieltä ovat asioista. Alaotsikot ovat siinä muodossa mitä kyselylomakkeessa.

MITÄ KEHITTÄMISIDEOITA ANNAT NAISTOIMIKUNNALLE?

Naistoimikunta on edellisen opinnäytetyön jälkeen perustettu uudelleen ja nyt tavoitteena oli selvittää, onko naistoimikunnan toiminnassa onnistuttu. Kysymykseen vastasi 51 naisjäsentä 90 mahdollisesta vastaajasta.

Suurimmalta osalta naisjäsenet olivat tyytyväisiä naistoimikunnan toimintaan. Yleisimpänä kehitys-ideana naiset toivoivat omaa säännöllistä vakiovuoroa viikoittain. Lisäksi toivottiin omia naisten kilpailuja sekä kilpailujen alkuun sääntöjen kertausta, jotta myös aloittelijat ja vähän pelanneet tietäisivät mitä ko. kilpailumuoto tarkoittaa ja pääsisivät paremmin toimintaan mukaan. Ideana heitettiin myös, että viikoittain olisi tietty aika, jolloin uusia (alle 2v-pelanneita) jäseniä voisi tulla pelaamaan naistoimikuntaan kuuluvan jäsenen kanssa. Tällöin voisi kierroksen aikana kysyä neuvoa ja vinkkejä väylillä naistoimikunnan jäseneltä/kauemmin pelanneelta. Myöskin kilpailuihin liittyen toivottiin, ettei kaikkia aloittelijoita laitettaisiin samaan ryhmään, vaan 1-2 per ryhmä, jolloin kierrokset eivät venyisi liian pitkiksi.

Ongelmana oli myös epäsäännöllinen tiedottaminen ja se, ettei tiedetty tarkkaan ketä naistoimikuntaan kuuluu. Ja aikataulun laatiminen niin, että harjoitusajat, kilpailut ja kokoukset olisivat aikoihin, jolloin työssäkäyvät ja perheelliset pääsisivät paremmin mukaan.

MIKÄ ON MIELESTÄSI PARASTA SANKIVAARASSA?

Kysymykseen tuli 66 vastausta ja kaikki vastaajat olivat tyytyväisiä Sankivaaran rentoon ja ystävälliseen ilmapiiriin. Vastaajat kertoivat, että Sankivaarassa on osaava ja palvelualtis henkilökunta sekä ammattitaitoinen pro. Eniten kiitosta sai kaksi täysimittaista erilaista kenttää, Sanki ja Vaara, jotka ovat hyvin hoidettuja ja sopivan vaihtelevia, jotka sopivat monen tasoiselle pelaajalle. Lisäksi kentille on saatavilla hyvin peliaikoja ruuhkaisina kesäaikoinakin. Myös muiden pelaajien koettiin olevan ystävällisiä ja helposti lähestyttäviä.

Yleisesti oltiin tyytyväisiä yleisiin tiloihin (ravintola, pukutilat, varastot), jotka ovat siistejä ja niitä on tarpeeksi saatavilla. Kiitosta tuli myös tilavista parkkipaikoista.

MIKÄ SINUA ERITYISESTI ÄRSYTTÄÄ SANKIVAARASSA?

Tämän kysymyksen avulla toimintaa pystytään ehkä parhaiten kehittämään ja saamaan kiinni niistä ongelmakohdista ja tähän tulikin 63 vastausta.

Lähes tulkoon jokainen kysymykseen vastannut naisjäsen piti suurimpana ongelmana Sankivaaran kentillä olematonta tai puuttuvaa valvontaa väylillä. Pelaajat pitävät pelikierroksia liian pitkinä (3-5 tuntia), jolloin takaa tulevat pelaajaryhmät kirivät kannoille, eikä ehdi rauhassa pelata omaa pelikierrosta. Myös koettiin, että miespelaajat eivät tottele väistämispöytä ja tämä taas johtaa epäasialliseen käytökseen miespelaajien puolelta (huutelua ja suunsoittoa). Miespelaajien koettiin myös juopottelevan ja tupakoivan kentällä, joka osaltaan hidastaa pelikierrosten mittaa ja aiheuttavan epämiellyttäviä tilanteita.

Yleisesti moni totesi Sankivaaran väylien ja yleisilmeen olevan huolittelematon. Kerrottiin usean paikan olevan ”vähän sinnepäin”, eikä kaikkea ole saatettu valmiiksi asti. Toivottiin lisää istutuksia väylien varsille ja vessojen kunnostusta/somistusta. Vessoihin toivottiin uusia paperitelineitä, koska nykyiset telineet ovat vastaajien mukaan aina epäkunnossa. Harjoitusalueisiin toivottiin suurempaa panostusta ja kentän hoitoa, jotta ne voisivat palvella paremmin monentasoisia pelaajia. Vastaajien

mukaan myöskään greeneillä kaikki eivät korjaa omia lyöntijälkiään. Lisäksi punaisilla tiipaikoilla ei ole pallon pesupaikkoja ja roskikset uupuvat kokonaan. Naisten tiipaikkojen koettiin olevan epäta-saisia ja huolimattomammin hoidettuja mitä miesten paikat.

Viikkotiedotteeseen oltiin hyvin tyytyväisiä, mutta sen lisäksi kaivattiin enemmän ”epävirallisempaa” tiedottamista, kuten hole-in-onesta tai kuvia kentän tapahtumista ja suuremmista kilpailuista tai yli-päättään kesällä yleisiä kuvia pelikierroksista tai harjoitusryhmistä, jolloin näkisi tarkemmin mitä kentällä tapahtuu, jos ei itse ole osallistunut mukaan. Toivottiin myös, ettei tulevaisuudessa tiedot-taminen mene facebookiin kokonaan, koska sen sanottiin olevan ”nuorten juttu”. Ongelmana koet-tiin myös epäselvä tilanne, kun peliliput loppuvat, että mitä sitten tulee tehdä tai miksi 10-lippu on voimassa vain yhden kauden ajan. Palautteen antamista sähköisesti toivottiin ja tietoa miksi San-kivaarassa ei onnistu vain puolikasta kierrosta pelata.

Ravintolan hintatasoon oltiin tyytymättömiä ja koettiin, että väyläkioskissa on liian kalliit kahvit ja vuodesta toiseen sama valikoima. Toivottiin, että olisi mahdollista saada takeaway-mahdollisuus, jolloin olisi mahdollista ottaa mukaan esim. salaattiannoksia tai keveitä hedelmäsalaatteja.

MILLAINEN ON UNELMIESI GOLFKILPAILU?

Yleisesti toivottiin rennon ja hyvän mielen golfkilpailuja, joissa kierroksen ehtisi pelaamaan n. 2,5-3 tuntiin ja peliryhmän tasoitukset olisivat suhteellisen lähellä toisiaan, jotta ei tarvitsisi yhden lyödä montaa kertaa ja näin ollen peliaika per väylä ei venyisi ylipitkiksi. Kilpailujen houkuttelevuutta kas-vattaa suurilla ja kalliilla palkinnoilla, esimerkiksi lentoja ja satojen eurojen lahjakortteja palkinnoksi tai jokin Suomen huippugolffari paikalle. Ja ehdottomasti suosituin toive oli paljon erikoiskilpailuja väylille, joista saisi pieniä palkintoja.

Toivottiin myös kilpailuja, joissa ensimmäiseksi kerrattaisiin säännöt ja sitten pelattaisiin ja pelikier-ros päätettäisiin maittavaan ja terveelliseen lounaaseen. Ehdotuksena oli myös, että olisi yksi esim. naistoimikunnan jäsen ja muutama aloitteleva pelaaja per ryhmä, jotka voisivat kysellä pelineuvoja väylillä tältä kokeneemmalta pelaajalta.

Vaihtoehtoina oli myös tasoituksettomat lyöntipelit ja senioreilta tutut yhteislähtökisat olivat toivottuja myös yleisille kisoille, jolloin kaikki kilpailijat olisivat samaan aikaan takaisin pois pelikierron silta. Tai tuplapelit kahtena päivänä, esimerkiksi ensimmäisenä päivänä pistebogey ja toisena päivänä lyöntipeli ensimmäisen pelipäivän tuloksien perusteella tehdyssä järjestyksessä.

MINKÄLAISIA PALKINTOJA TOIVOT SAAVASI KILPAILUSTA?

Kysymyksessä oli tarkoitus saada selville, mitkä olisivat naisjäsenten mielestä parhaimpia palkintoja kilpailuista. Kysymykseen vastasi 50 naisjäsentä, eli 55% vastaajista. Toiveena oli ehdottomasti ei pokaleille, joita vastaajien mielestä saa melkein joka kilpailussa. Lähes jokaisen vastaajan vastauksessa toiveena oli lahjakortti, joka voisi olla mm. ruokakauppaan, urheilukauppaan, kaudenhoitoon tai omaan proshopiin Sankivaarassa. Myös toiveina olivat pro:n oppitunteja ja golfaiheisia palkintoja, joista olisi hyötyä kesän aikana (esim. griinihaarukat, pallot, tiit ja vaatteet)

Yksi ehdotus oli myös, että jokaisessa kilpailussa ei jaettaisiin palkintoja, vaan palkintosummia "kasvatettaisiin" näin, jolloin voisi tarjota kalliimpia ja suurempia palkintoja kisoissa.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli saada selville Oulun Golfkerhon naispelaajien odotuksia ja toiveita golfiin suhteen. Opinnäytetyöni sujui hyvin ja kyselylomakkeeseen sain vastauksia 90, joka tarkoittaa kokonaisuudessaan 37% vastausprosentiksi. Samanlainen kysely on tehty opinnäytetyönä noin 3-4 vuotta sitten ja sen vuoksi oli aiheellista nyt uusaa kyselyä, koska uusia jäseniä on tullut toista sataa ja OGK saisi tarkempaa tietoa jäsentensä tarpeista ja miten aikaisemman kyselyn pohjalta tehtyihin muutoksiin ollaan pystytty vastaamaan. Huomioitavaa on, että edellisen kyselyn jälkeen on perustettu Oulun Golfkerholle oma naistoimikunta.

Pääsääntöisesti Jaakko Remahlin aiemmin tekemässä tyytyväisyyskyselyssä nousseisiin asioihin on pystytty vastaamaan jäsenien toiveiden mukaisesti, mutta edelleen naisjäsenet toivovat lisää pelkästään naisille suunnattuja kursseja ja harjoitusryhmiä, väylävessojen toimivuuden parantamista sekä Sankivaaran yleisilmeen kohottamista.

Kyselyn pohjalta voidaan heti sanoa, että naisjäsenet ovat tyytyväisiä Oulun Golfkerhon toimintaan. Suurimmat ongelmat olen koonnut alhaalle yhteenvedoksi, joiden pohjalta muutoksia tulevalle golfkesälle ehditään aloittamaan.

SUURIMMAT KEHITYSTARPEET

Suurimpana ongelmana naisjäsenet nostivat valvonnan puutteen ja venyvät pelikierrokset ja takaa tulevat pelaajat, jotka pelaavat kannoille. Tähän on tulossa muutos kesälle 2017, jolloin valvontaa lisätään seniorien toimesta. Tällä hetkellä naisille ei ole säännöllistä viikkopeliaikaa, jolloin pystyisi tutustumaan uusiin naisjäseniin ja saisi uusia pelikavereita. Myöskään tällä hetkellä perheellisten ja työssäkäyvien on hankala osallistua yhteistoimintaan, koska peliajat/kokoontumisajat ovat mahdottomia perheellisten kannalta. Olisi hyvä järjestää naisille viikosta jokin säännöllinen viikoittainen peliaika.

Ravintolan valikoimaan toivottiin saatavan kevyempiä vaihtoehtoja tai ainakin muutosta valikoimaan, joka tällä hetkellä vastaajien mukaan koostuu turhan rasvaisesta valikoimasta. Tähän on varmasti mahdollista tehdä helposti muutos keskustelemalla ravintoloitsijan kanssa.

Myöskin sääntötietoutta toivottiin lisää, niin Oulun Golfkerho voisi järjestää pari sääntökoulutusta kesän aikana ja joidenkin kilpailuiden alussa kerrata lyhyesti säännöt, jotta kenellekään ei jäisi epäselvää. Aloittelijoille toivottiin omia kisoja ja harjoitusaikoja, tähän voisi kehittää naistoimikunnan kanssa jonkin yhteisen ajan, jotta saataisiin uudet jäsenet paremmin mukaan toimintaan. Lisäksi seura ja naistoimikunta voisivat yhdessä koota ”infopaketin” teemalla ”näin aloitat golfin Sankiväärassa/tervetuloa jäseneksi”, koska tällä hetkellä aloittelevat golffarit kokivat jäävänsä yksin seuraan liittymisen jälkeen.

Olisi hyvä tehdä samalainen kysely taas muutaman vuoden päästä, jotta voitaisiin seurata miten naisten tyytyväisyys asioita kohtaan on muuttunut ja ollaanko pystytty vastaamaan toiveisiin ja tarpeisiin.

9 POHDINTA

Olen tyytyväinen opinnäytetyöprosessiin, koska on ollut mielenkiintoista tehdä työtä, joka oikeasti tulee hyötykäyttöön ja nähdä kuinka itse oma-aloitteisesti toteuttaa kysely alusta loppuun ja analysoida tuloksia. Suurimpina ongelmia minulle tuli aikataulun hallinta, koska asun eri paikkakunnalla kuin koulu ja käyn täysipäiväisesti töissä koulun ohella, joka tarkoittaa, ettei joka päivä ehtinyt työtä kirjoittamaan. Yksi syistä miksi valitsin tämän aiheen oli, että urheilu on suuri osa elämäni ja seuraan aktiivisesti useita eri lajeja ja itsekin olen harrastanut nuorempana golfia säännöllisesti, joten tästä aiemmasta taustasta oli työtä tehdessä mm. termien osalta paljon hyötyä.

Opinnäytetyön aloitin käytännössä marraskuussa 2016 ja saman vuoden joulukuussa pidin aloitusseminaarin. Tämän jälkeen työstin tietoperustaa, mikä osoittautui todella hankalaksi, koska aiheen rajaaminen tuotti suuria vaikeuksia minulle. Onneksi opinnäytetyöni ohjaajalta sain hyvin vinkkejä, mitä työhön kannattaa ottaa sisällöksi. Kyselylomakkeen tekemiseen meni enemmän aikaa, mitä olin suunnitellut ja tämän vuoksi opinnäytetyön valmistuminen venähti kuukaudella. Kysely teetettiin naisjäsenille maaliskuun lopussa ja olen todella tyytyväinen vastausprosenttiin sekä siihen kuinka paljon naiset antoivat palautetta toiminnan kehittämiseen myös sanallisesti. Esitysseminaarin pidin toukokuussa 2017, joka on liki 2 kuukautta arvioitua valmistumisaikaa myöhemmin.

Tietoperustassa kävin lävitse asiakastytyväisyyttä ja asiakaslähtöisyyttä, palvelua sekä tilastollista tutkimusta. Asiakastytyväisyys ja palvelu määritteenä oli minulle tuttua aikaisemmilta kursseilta, mutta yllättävän vaikeaa oli löytää oikeat kirjat ja kirjoista oikeat kohdat työhöni. Tietoperustan kirjoitin suurimmalta osalta valmiiksi ennen kyselyn tekemistä, mutta näin jälkeen päin joitakin kohtia olisi voinut avata laajemmin tietoperustassa.

Kyselyn toteuttaminen Webropol-kyselynä oli hyvä valinta, koska pystyin reaaliaikaisesti seuraamaan, kuinka moni naisjäsen on vastannut kyselyyn ja seuraamaan vastauksia. Yksi ongelmakohta tässä oli, että yli 200 jäsentä ei ollut antanut sähköpostiosoitetta, joten sähköisen kyselyn teettäminen heille oli täysin mahdotonta ja tämä taas pienensi heti kättelyynsä vastausprosenttia. Mielestäni tulokset ovat silti hyvin vertailukelpoisia ja luotettavia, koska n. joka neljäs OGK:n naisjäsen on vastannut kyselyyn ja tuonut oman mielipiteensä esiin. Lopullinen vastausprosentti oli ~37%, mikä on hyvä opiskelijan tekemään kyselyyn. Webropolista saatavat tulokset oli helppo yhdistää työhön ja pystyin analysoimaan monin eri keinoin naisjäsenten vastauksia.

LÄHTEET

- Ahokas, S. & Taimio, H. 1995. Golfkirja 1, Helsinki, WSOY.
- Ahokas, S. & Taimio, H. 1996. Golfkirja 4, Helsinki, WSOY
- Gerdt, B. & Korhikoski, K. Ylivoimainen asiakaskokemus – työkalupakki, 2011. Helsinki Talentum.
- Grönroos, C. 2003. Palveluiden johtaminen ja markkinointi, Helsinki, WSOY.
- Heikkilä, T. Tilastollinen tutkimus, EDITA, 1998.
- Karlöf, B. & Östblom, S. 1993. Benchmarking. Jyväskylä: Gummerus.
- Karlöf, B., Lundgren, K. & Froment, M. 2003. Ota oppia parhaista! Tehoa vertailuoppimisesta. Helsinki: Talentum.
- Lecklin, O. 2002. Laatu yrityksen menestystekijänä. Jyväskylä: Gummerus
- Lehmus, P. & Korkala, P. 1996. Asiakaspalvelu ja laaduntekijät , Helsinki: Hakapaino
- Mattila, P. & Ollikainen, A. 2008, Asiakslähtöisyys on sydämen asia, Talouselämä.
- Morrison, I., Kalliala, L., Kalliala, V. Golf, 1989, Hämeenlinna, Karisto.
- Oulun Golfkerho Ry, 2017, viitattu 24.04.2017. <http://www.oulugolf.fi/media/pdf/ogk-lyhyt-historia.pdf>
- Theseus.fi, opinnäytetyö, Viitattu, 26.01.2017. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/11265/2008-02-26-12.pdf?sequence=1>
- Tähtinen, J., Laakkonen, E. & Broberg, M. Tilastollisen aineiston käsittelyn ja tulkinnan perusteita. Painosalama Oy, 2011.
- Strömmer, P. 1998. Benchmarking käsikirja. Laatu keskus. Lahti: Esa Print
- Valli R, Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. PS-Kustannus, 2015
- Wright, R. 2006. Consumer Behaviour. Lontoo: Thomson Learning
- Ylikoski, T. Unohtuiko asiakas? – perustietoa palvelujen markkinoinnista. 1999, Keuruu, Otava.
- Ylikoski, T. Unohtuiko asiakas? – perustietoa palvelujen markkinoinnista. 2001, Keuruu, Otava.
- Wikipedia, 2017, viitattu 22.01.2017. <https://fi.wikipedia.org/wiki/Golf>

Oulun golfkerho Ry:n naisjäsenten toiveiden ja tarpeiden kartoitus

Hyvä OGK:n naisgolffari,

OGK:n naistoimikunnan tehtävänä on edistää naisten golfharrastusta ja aktivoida naisia. Minkälaisia toiveita ja tarpeita sinulla on? Mihin olet tyytyväinen? Mitä haluaisit muuttaa tai mitä kaipaat?

Jotta voimme vastata naisjästemme toiveisiin ja tarpeisiin, tarvitsemme apuasi ja toivomme, että vastaat sähköiseen kyselyyn.

Vastaamiseen menee noin 15 minuuttia. Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti, eivätkä yksittäisen vastaajan vastaukset tule ilmi. Kyselyn toteuttaa Oulun ammattikorkeakoulun tradenomiopiskelija Nina Vuorikoski opinnäytetyönään.

Lisätietoja ja kysymyksiä voit esittää suoraan Nina Vuorikoskelle: puh, [050 347 3255](tel:0503473255); sähköposti, k2vuni00@students.oamk.fi

Vastaajien kesken arvomme tuotepalkintoja.

Kehittämisterveisin,
OGK:n naistoimikunta

1. Ikä

21-30v ▾

2. Kuinka kauan olet pelannut golfia?

Alle 2 vuotta ▾

3. Paljonko tasoitukseksi on?

Alle 10,0 ▾

4. Kuinka usein pelaat golfia vuodessa?

Alle 10 kierrosta ▾

5. Kenen kanssa pelaat?

- Yksin
- Puolisoni
- Lapseni/Lapsieni
- Naispuolisten ystävieni kanssa
- Miespuolisten ystävieni kanssa
- Sukulaisteni kanssa
- Pelaan pääsääntöisesti eri ihmisten kanssa

6. Käyttö kilpailuissa?

- Kyllä
- Ei

7. Minkälaisiin kilpailuihin osallistut

- Yksilökilpailu
- Parikilpailu
- Sekaparikilpailu (nainen+mies)
- Perhekilpailuja
- Joukkuekilpailu
- Pistebogey
- Lyöntipeli
- En osallistu kilpailuihin

Seuraava -->

Oulun golfkerho Ry:n naisjäsenten toiveiden ja tarpeiden kartoitus

8. OGK:n nettisivut ovat selkeät

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

9. Löydän nettisivuilta aina etsimäni asiat

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

10. Minulla on tuttuja/ystäviä, jotka ovat ajatelleet aloittaa golfin?

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

11. Osallistuisin mielelläni tapahtumaan kesällä, mihin saisi tuoda ilmaiseksi golfista kiinnostuneen henkilön?

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa

12. Olen osallistunut pelimatkoille

- Kyllä
- Ei

13. Olen osallistunut yli päivän kestäviin pelimatkoihin

- Kyllä
- Ei

14. Käyn talvisin pelaamassa ulkomailla

- Kyllä
- Ei

15. Olen kiinnostunut osallistumaan ulkomaille tehtävään pelimatkaan (1 viikon kestävä)

- Kyllä
- Ei

16. Pelaan vuosittain Suomen vieraskentillä

- En ollenkaan
- 1-5 kierrosta
- 6-10 kierrosta
- yli 10 kierrosta

[<-- Edellinen](#) [Seuraava -->](#)



17. Tiesin, että OGK:lla on oma naistoimikunta

- Kyllä
 Ei

18. Mielestäni naistoimikunta on aktiivinen

- Kyllä
 En osaa sanoa
 Ei

19. Mielestäni saan tarpeeksi informaatiota naistoimikunnan järjestämistä kilpailuista/tapahtumista/matkoista

- Kyllä
 En osaa sanoa
 Ei

20. Käyn lukemassa säännöllisesti naistoimikunnan Facebook-sivut

- Kyllä
 Ei

21. Käyn lukemassa säännöllisesti OGK:n nettisivut

- Kyllä
 Ei

22. Haluaisin mukaan naistoimikunnan toimintaan

- Kyllä
 Ei

23. Toivoisin enemmän naisten peli-iltoja, joissa tutustuttaisiin muihin naispelaajiin

- Kyllä
 En osaa sanoa
 Ei

24. Olen kiinnostunut osallistumaan

- Talviharjoitusryhmään
 Kesäharjoitusryhmään
 Naisten omaan harjoitusryhmään
 Pron pitämiin teematunteihin (esim. lähipeli, bunkkeri..)
 Kehonhuollontunneille
 Ravitsemustunneille
 Sääntökoulutuksiin

<-- Edellinen

Seuraava -->



25. Sankivaara

Vastaa seuraaviin väittämiin asteikolla 1-5 (1= täysin samaa mieltä, 2= jokseenkin samaa mieltä, 3= ei samaa, eikä eri mieltä, 4= jokseenkin eri mieltä, 5= täysin eri mieltä)

	1	2	3	4	5	En osaa sanoa
Käytin viime kesänä Proshopin palveluita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni Proshopissa on hyvä valikoima naisten tuotteita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni Proshopin hintalaatu-suhde on kohdillaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen aina löytänyt Proshopista sen tuotteen mitä olen etsinyt	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Käytän säännöllisesti Spin-ravintolan palveluita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni ravintolan hintalaatu-suhde on kohdillaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni ravintolan valikoima kattava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni ravintolassa on otettu huomioon kasvisruokavalio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toivoisin lisää valikoimaa erikoisruokavalioihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni väyläkioskin valikoima on kattava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni väyläkioskissa on otettu huomioon erikoisruokavaliot	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toivoisin väyläkioskiin laajempaa valikoimaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Väylien varsilla on tarpeeksi WC-tiloja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Väylä WC:t ovat siistejä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Väylien varsilla on tarpeeksi istumapaikkoja/levähdyspaikkoja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pallojen pesupaikkoja on tarpeeksi	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toivon väylille lisää valvontaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni Sankivaarassa suhtaudutaan aloitteleviin pelaajiin hyvin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni kaikissa pelaamissani peliryhmissä, kaikki ovat tasa-arvoisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. Pelikaverit

Vastaa seuraaviin väittämiin asteikolla 1-5 (1= täysin samaa mieltä, 2= jokseenkin samaa mieltä, 3= ei samaa, eikä eri mieltä, 4= jokseenkin eri mieltä, 5= täysin eri mieltä)

	1	2	3	4	5	En osaa sanoa
Pelaan mieluiten aina tuttujen pelikavereiden kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pelaan mieluummin miesten kuin naisten kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olen kokenut miespelaajien käytöksen vähättelevänä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Voisin pelata golfkierroksen täysin tuntemattoman pelikaverin kanssa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osallistuisin kisaan, jossa arvottaisiin pelikaveri/-kaverit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pelikaverini tasoituksella on merkitystä minulle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni golfkentällä on vaikea löytää uusia pelikavereita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olisin kiinnostunut tutustumaan uusiin pelikavereihin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olisin kiinnostunut kummipelaaja-toiminnasta (=kummipelaaja on pelaaja klubilta, jonka voi pyytää pelikaveriksi milloin vain)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Kilpailut

Vastaa seuraaviin väittämiin asteikolla 1-5 (1= täysin samaa mieltä, 2= jokseenkin samaa mieltä, 3= ei samaa, eikä eri mieltä, 4= jokseenkin eri mieltä, 5= täysin eri mieltä)

	1	2	3	4	5	En osaa sanoa
Olen kiinnostunut seurailloista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osallistun mieluiten kilpailuihin, joissa on vain naiskilpailijoita	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osallistun mielelläni teemailtoihin, jossa pelattaisiin esim. 9 reikää ja sen jälkeen olisi tuote-esittelyjä/kauneushoitoja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toivoisin aloitteleville naisille omia kilpailuja? (alle 2v pelanneet)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Osallistuisin mielelläni "kilpailusarjaan", jota pelattaisiin kesä-elokuun aikana? (esim. lyöntipeli+pistebogey)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olisin kiinnostunut osallistumaan juhannuksena kahden päivän kisaan?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mielestäni väylillä pelattavat "erikoiskilpailut" tuovat lisää kiinnostusta kilpailuun? (mm. lähimmäksi lippua, pisin avaus, lähimmäksi keskiviivaa)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[<-- Edellinen](#) [Seuraava -->](#)

Oulun golfkerho Ry:n naisjäsenten toiveiden ja tarpeiden kartoitus

28. Mitä kehittämissideoita antaisit naistoimikunnalle?

29. Mikä on mielestäsi parasta Sankivaarassa?

30. Mikä sinua erityisesti ärsyttää Sankivaarassa?

31. Millainen on unelmiesi golfkilpailu?

32. Minkälaisia palkintoja toivot saavasi kilpailusta?

[<-- Edellinen](#) [Seuraava -->](#)



Oulun golfkerho Ry:n naisjäsenten toiveiden ja tarpeiden kartoitus

33. Jos haluat osallistua tuotepalkintojen arvontaan, täytä yhteystietosi

Nimi

Puhelin

Sähköposti

