

Anssi Heikkilä

ALKEISKURSSILTA ALOITTELIJAKSI

ALKEISKURSSILTA ALOITTELIJAKSI

Anssi Heikkilä
Opinnäytetyö
Kevät 2017
Liiketalous
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden tutkinto-ohjelma, markkinointi

Tekijä(t): Anssi Heikkilä

Opinnäytetyön nimi: Alkeiskurssilta aloittelijaksi

Työn ohjaaja: Päivi Aro

Työn valmistumislukukausi- ja vuosi: Kevät 2017

Sivumäärä: 45 + 4

Golf on erittäin suosittu laji ympäri maailman ja se kasvattaa suosiotaan vuosittain. Golfin suosio on lisääntynyt myös naisten keskuudessa ja Suomen Golfliitolla on tavoitteena kasvattaa naisjäsenten määrää ympäri Suomen. Tämän opinnäytetyön aihe tuli suoraan Oulun Golfkerholta ja työn tavoitteena oli selvittää miksi osa naisista jättää golfharrastuksen alkeiskurssin jälkeen ja mikä saa toiset jatkamaan harrastusta.

Opinnäytetyön tietoperusta muodostuu golfin historiasta niin maailmalla kuin Suomessa, naisgolfin historiasta, Oulun Golfkerhon historiasta, asiakasymmärryksestä sekä asiakaskokemuksesta. Asiakasymmärryksen kasvattaminen ja asiakaskokemuksen kehittäminen ovat työn kannalta tärkeässä osassa, koska työn avulla Oulun Golfkerho voi parantaa nimenomaan näitä kyseisiä osa-alueita.

Varsinainen tutkittava aineisto työhön kerättiin laadullisen tutkimuksen kautta haastattelemalla vuoden 2016 kesän aikana alkeiskurssin suorittaneita naisia. Haastattelurunkoa testattiin kahden nais-toimikunnan jäsenen kanssa suoritetuilla testihaastatteluilla huhtikuun 2017 puolenvälin tienoilla ja varsinaiset haastattelut toteutettiin huhtikuun 2017 lopulla. Haastatteluihin osallistui lopulta yhdeksän (9) henkilöä. Haastatteluista neljä (4) suoritettiin Oulun Golfkerhon talvitoimiston tiloissa Nallisportissa ja viisi (5) haastateltavien toiveiden vuoksi heidän työpaikoillaan.

Tuloksista kävi ilmi, että haastateltavat olivat yleisesti tyytyväisiä Oulun Golfkerhon tarjoamaan palveluun alkeiskurssiin liittyen. Hinta ja kurssin kesto koettiin kohtuullisiksi, mutta lyöntiharjoittelua toivottiin lisää. Suurimpina tekijöinä henkilöiden jatkon kannalta olivat heidän oma halukkuutensa ja innostuksensa, mutta myös lajin parissa toimineet tuttavat jotka auttoivat lajin pariin tulleita. Lajin alkeiskurssiin jättäneillä suurimpina tekijöinä nousi esille juuri tällaisten henkilöiden puuttuminen lähipiiristä sekä kurssin huono ajankohta ja halu olla sitoutumatta liikaa lajiin, jonka suhteen ei ollut vielä varma tuleeko harrastus jatkumaan pitkään.

Kehitysehdotuksina työssä nousi esille jatko-opetuksen järjestäminen, infopakettien parantaminen, yhteisöllisyyden lisääminen sekä alkuihastointien minimointi. Jatkotoimenpiteinä Oulun Golfkerho voi tehdä laajemman tilastollisen tutkimuksen tässä työssä esiin nousseista asioista ja selvittää, mikäli nämä tulokset pitävät paikkansa laajemmassa mittakaavassa.

Asiasanat: golf, golfaajat, asiakaskokemus, asiakaslähtöisyys

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme in Business Economics, marketing

Author(s): Anssi Heikkilä

Title of thesis: From beginner's class on to playing golf

Supervisor(s): Päivi Aro

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2017 Number of pages: 45 + 4

Golf is a very popular sport all over the world and its popularity is growing every year. Golf has also grown its popularity among women and Finnish Golf Union has a goal to grow the amount of women members around Finland. The topic for this thesis came from Oulu Golf club and the goal was to find out why some women will not continue playing golf after they go to a beginner's class and what makes others continue playing.

The theoretical background of the thesis consists of golf history worldwide and in Finland, women's history in golf, history of Oulu golf club as well as the theories of customer understanding and customer experience. Improving the customer understanding and developing customer experience are an important part because with this thesis Oulu golf club can improve their activities in these areas.

The actual research material for the thesis was collected by using qualitative research methods. In practise, interviews were conducted among women who had taken part in beginner's class during the summer of 2016. The themes for the interviews were tested among two Oulu Golf clubs women's committee members in the middle of April 2017, and the actual interviews were carried out at the end of April 2017. All together nine people took part in the actual interviews. Some of the interviews were conducted in Oulu Golf club's winter office in Nallisport and the rest at the interviewees' workplaces.

Based on the results, the interviewees are generally happy with the service Oulu golf club has been providing regarding the beginner's class. Price and duration was considered reasonable but interviewees did wish more swing practise. The major reasons leading people to continue golf after beginner's class was their own will and enthusiasm but also friends who already played golf had a big impact. Reasons for people not to continue were the lack of friends who played golf, bad timing of beginner's class and their own will not to commit themselves to a sport they are not sure they will continue doing.

As a result of the thesis, there came up a few development proposals for Oulu golf club such as organising follow-up training, improving their info pamphlets, adding more social events and minimizing beginners' initial investments. For further action Oulu golf club could organize a larger statistical research to test if the points raised in this thesis are to be found in a larger group of beginner players.

Keywords: golf, golfers, customer experience, client orientation

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	GOLF	8
2.1	Golfin historia	9
2.2	Golfin historia Suomessa.....	11
2.3	Naisgolfin historia	12
2.4	Oulun Golfkerho	13
2.4.1	Lähtölaukaus Oritkarista	13
2.4.2	Kaukovainiolta kasvuun	15
2.4.3	Sankivaarassa suurseuraksi	16
3	ASIAKASYMMÄRRYS.....	18
3.1	Asiakasymmärrys käsitteenä.....	19
3.2	Tiedonkeruumenetelmiä asiakasymmärryksen hankintaan	20
3.3	Kehitysvaiheet	21
4	ASIAKASKOKEMUS	24
4.1	Asiakaskokemuksen muodostuminen	26
4.2	Asiakaskokemuksen tasot.....	27
4.3	Odotusten ylittäminen.....	29
4.4	Poikkeustilanteet	29
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS.....	31
6	TULOKSET.....	34
6.1	Tausta	34
6.2	Alkeiskurssi	35
6.3	Kurssin jälkeen	36
7	JOHTOPÄÄTÖKSET	39
7.1	Jatko-opetus.....	39
7.2	Yhteisöllisyys ja kynnyksen madaltaminen.....	40
8	POHDINTA.....	42
	LÄHTEET.....	44
	LIITTEET	46

1 JOHDANTO

Golf on maailmanlaajuisesti erittäin suuressa suosioissa oleva ulkoilmapeli. Golfin suosio kasvaa jatkuvasti, niin maailmalla kuin Suomessakin. Suomen Golfliiton keskeisenä tavoitteena on kasvattaa naisjäsenten määrää seuraavan viiden vuoden aikana 25 %:lla kaikissa seuroissa ympäri Suomen ja tähän tavoitteeseen on sitoutunut myös Oulun Golfkerho ry (myöhemmin OGK). OGK:ssa on huomattu, että yli puolet alkeiskurssin suorittaneista naispelaajista ei jatka harrastusta kurssin jälkeen. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää syitä mistä kyseinen ilmiö johtuu. Tavoitteena on kasvattaa OGK:n asiakasymmärrystä, jonka avulla voidaan parantaa asiakkaille luotavaa kokemusta. Opinnäytetyö pyrkii vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

- Miksi alkeiskurssille osallistuvat naiset eivät jatka golf harrastusta?
- Mitkä ovat mahdolliset esteet aloittamiselle?
- Mikä sai alkeiskurssin käyneen naisen aloittamaan golfharrastuksen?

Oulun Golfkerho on Suomen kahdeksanneksi vanhin golfseura, joka on perustettu jo vuonna 1964. Jäsenmäärältään se on yksi Suomen suurimmista. Golfkerhon Sankivaaran golfkeskus muodostuu kahdesta 18-reikäisestä kentästä, Sangista ja Vaarasta. Kahden täysmittaisen kentän lisäksi Sankivaarassa on yksi Suomen suurimmista driving rangesta eli harjoituslyöntialueista, jolla on pituutta 333 metriä ja leveyttä 100 metriä. Harjoituslyöntialueella on mahdollista lyödä harjoituslyöntejä molemmista päistä ja sen välittömässä läheisyydessä on lisäksi kolme harjoitusviheriötä sekä kolmi-reikäinen harjoituskenttä. Golfkenttiä ylläpitää Oulun Golf Oy, jolla on 1100 pelioikeuden sisältävää osaketta, jotka jakaantuvat laajalle omistajapohjalle.

Tutkimus toteutettiin laadullisena eli kvalitatiivisena tutkimuksena ja työ on rajattu koskemaan ainoastaan naishenkilöitä, koska OGK:n havaitsema ongelma on huomattu enemmän juuri naisten keskuudessa. Tutkimuksen analysoitava aineisto on kerätty haastattelemalla kesän 2016 aikana alkeiskurssin suorittaneita naisia. Haastatteluun valittiin sekä harrastusta kurssin jälkeen jatkaneita että harrastuksen lopettaneita henkilöitä, jotta saataisiin mahdollisimman kokonaisvaltainen käsitys päätöksiin johtaneista syistä. Haastatteluissa on hyödynnetty teemahaastattelumuotoa. Haastatteluiden nauhoitteet purettiin teema-alueittain analysoimista varten.

Tietoperusta muodostuu asiakasymmärryksestä sekä asiakaskokemuksesta. Asiakasymmärrys ja asiakaskokemus ovat juuri niitä asioita, joita työllä halutaan parantaa OGK:n osalta ja juuri tästä syystä ne on valittu työn teoriapohjaksi. Selvittämällä syitä siihen miksi osa potentiaalisista harrastajista ei jatka harrastusta kurssin jälkeen, mahdollistaa OGK:n palvelun kehittämisen asiakaslähteisempään suuntaan. Asiakasymmärryksen kasvattamisen avulla voidaan asiakas laittaa palvelun suunnittelun keskiöön, jolloin asiakkaan kokema arvo on suurempi ja asiakaskokemusta saadaan parannettua.

Valitsin tämän aiheen opinnäytetyökseni, koska olen itse jo muutaman vuoden golfia harrastanut kohtalaisen aktiivisesti. Koin, että aiheen liittyminen omaan harrastukseen toisi opinnäytetyön tekemiseen huomattavasti lisää motivaatiota ja tekisi siitä samalla myös mielekkäämpää. Tutustuminen muiden golfharrastajien mielipiteisiin ja kokemuksiin oli mukava kokemus.

Seuraava kappale aloittaa tietoperustaosuuden golfin kuvauksesta lajina, jonka jälkeen seuraa historia osuus, jossa pureudutaan golfin historiaan maailmalla, Suomessa sekä naisten keskuudessa. Tämän jälkeen esitellään Oulun Golfkerho ry perustamisvuodesta nykypäivään, jonka jälkeen tulevat teoria osuudet asiakasymmärryksen ja asiakaskokemuksen osalta. Asiakasymmärrys osuudessa käydään läpi käsitteen määritelmä, tiedonkeruumenetelmät, sekä kehitysvaiheet. Asiakaskokemuksesta käydään läpi miten asiakaskokemus muodostuu, sen tasot, asiakaskokemukseen liittyvien odotusten ylittäminen, sekä poikkeustilanteiden kuvaus. Tietoperustan jälkeen esitellään tutkimuksen toteutusta, tuloksia, johtopäätöksiä sekä työn lopputuloksen ja saatujen tulosten pohdintaa.

2 GOLF

Golf on ympäri maailman pelattava erittäin suuressa suosiossa oleva ulkoilmapeli. Pelin idea on säilynyt ytimeltään hyvin samanlaisena vuosien ajan ja loppujen lopuksi se on hyvin yksinkertainen: Golfpallo pyritään saamaan golfmailoja käyttäen reikään, joka sijaitsee tyypillisesti 100–600 metrin päässä aloituspaikalta. Tähän pyritään käyttämään mahdollisimman vähän lyöntejä. Täysmittaisella golfkierroksella pelataan 18 reikää. (Golfpiste, hakupäivä 25.1.2017.)

Golfkierroksen voi pelata yksin tai maksimissaan neljä henkilöä sisältävässä ryhmässä. Yhteen täysmittaiseen golfkierrokseen kuluu aikaa noin 3,5 – 4 tuntia, hieman ryhmän koosta ja pelinopeudesta riippuen. Golfia pelataan siihen tarkoituksella rakennetulla alueella, eli golfkentällä. Maailmanlaajuisesti golfkenttiä on noin 35 000, joista lähes puolet sijaitsevat Yhdysvalloissa. Suomessa Golfliiton alaisissa jäsenseuroissa on noin 150 kenttää ympäri Suomea. (Golfpiste, hakupäivä 29.12.2016.)

Golfkenttien väylät ovat perusrakenteeltaan samantapaisia. Jokaiselta väylältä löytyy tii- paikka ja viheriö, jossa sijaitsee reikä mihin pallo pyritään saamaan. Väylät erottuvat toisistaan pituuden, muotojen ja haastavuuden mukaan. Väylät ovat yleisesti 100–600 metrin mittaisia ja jokaiselle väylälle on annettu sen haastavuuden ja pituuden mukainen ihannetulos, niin kutsuttu par-luku. Kentät jakautuvat par 3, par 4 sekä par 5 kenttiin. Näistä par 3 kentät ovat lyhimpiä, joissa ihannetulos on kolme lyöntiä. Par 5 kentät puolestaan ovat pisimpiä kenttiä, joissa ihannetulos on viisi lyöntiä. (Golfpiste, hakupäivä 29.12.2016.)

Golf on lajina äärimmäisen mielenkiintoinen. Se haastaa pelaajaa jatkuvasti ja jokainen kierros on erilainen kuin edeltävä. Lisäksi, koska golf on ulkoilmapeli ja se mielletään yleisesti seurapeliksi, pelatessaan pääsee nauttimaan samalla kauniista luonnosta, raittiista ilmasta ja seurapelin ominaisuudessa, hyvästä seurasta. Golfia voi kuitenkin halutessaan pelata myös yksin ja aina ei tarvitse lähteä kierrokselle vaan harjoitella voi myös lyöntialueella eli niin kutsutulla ”rangella”. Yksi golfin hienouksista on, että samalla kierroksella voi pelata yhdessä monta täysin eritasoista pelaajaa. Kaikilla ei tarvitse olla samanlaista peli taustaa pystyäkseen pelaamaan ja jopa kilpailemaan esimerkiksi ystäviensä kanssa. Tämän mahdollistaa golfissa käytetty tasoitusjärjestelmä, jossa pelaaja saa oman taitotasonsa mukaisesti tasoituslyöntejä. Nämä lyönnit vähennetään kokonaislyön-

timäärästä kierroksen lopuksi (Remahl 2014, 9.) Ammattikisoissa kyseistä järjestelmää ei ole käytössä vaan näissä kisoissa voittaja on yksinkertaisesti vähiten lyöntejä käyttänyt pelaaja. Kaikkien ei tarvitse pelata golfia kuitenkaan kilpailumielessä. Toiset pelaajista harrastavat lajia kilpaillakseen, toiset ainoastaan saadakseen ulkoilla ystävien kesken ja samalla nauttia golfin tuomista haasteista.

Kuten jo edellä mainittu, golf on erittäin suosittu ulkoilmapeli ympäri maailman. Golf palasi olympialajiksi 100 vuoden tauon jälkeen vuoden 2016 olympialaisiin. Suomessa golf on tänä päivänä yksi suosituimmista ulkoliikuntalajeista. Suomessa on nykyisin 132 golfseuraa, joilla on yhteensä yli 150 kenttää Hangosta Kittilään ja Ahvenanmaalta Joensuuhun sekä jäseniä noin 143 000. (Golfliitto, hakupäivä 19.5.2017.)

2.1 Golfin historia

Golfin alkuperää tai sen keksijää ei ole pystytty täysin varmasti selvittämään, joten golfin alkuperä on hieman hämärän peitossa. Eräiden tutkijoiden mukaan laji sai alkunsa keskiajalla, kun paimenet löivät sauvoillaan aikansa kuluksi kiviä laitumilla. Toinen selitys kertoo, että golf juontaa juurensa Englannissa jo 1300-luvun puolivälissä pelattuun flaamilaiseen ”choleen”. Kuitenkin golfin kaikkein todennäköisin edeltäjä on hollantilainen ”kolf”, josta löytyy mainintoja jo 1200-luvun lopulta. Tuolloin ”golfarit” löivät ulkosalla palloa kepeillään maassa olevien reikien sijaan maaleihin, yleensä talojen oviin. (Saunders 2000, 8.)

Vuodelta 1457 löytyy ensimmäinen kirjallinen maininta golfista, kun Skotlannin parlamentti päätti muutaman muun urheilulajin ohella kieltää golfin peluun. Syy tähän olivat tällöin vallinneet riitaiset ajat etelä naapurin kanssa ja tästä syystä parlamentti halusi kansalaisten ennemmin harjoittelevan jousiammuntaa. Kyseinen maininta todistaa, että jo tuolloin golf oli niin suosittu laji, että se täytyi kieltää. Vuonna 1502 päätös kumottiin, kun ajat olivat rauhoittuneet ja jo seuraavana vuonna, Skotlannin tuolloinen kuningas Jaakko IV, asiakirjojen mukaan osti itselleen golfmailoja ja palloja. (Suomen Golfhistoriallinen seura Ry, hakupäivä 25.1.2017.)

Tuohon aikaan yläluokka pelasi peliä, jota voidaan jo pitää tämän päivän golfina. Sen sijaan edellä mainittu rahvaan peli, joka laillakin kiellettiin, oli jonkinlainen joukkuepeli jossa maaleina käytettiin esimerkiksi kirkon ovia ja jota pelattiin sunnuntaisin kaupungin kujilla. Vaikka peliä pelattiin käyrillä

mailoilla ja pienellä pallolla, ei se tämän päivän golfia ollut. (Suomen Golfhistoriallinen seura Ry, hakupäivä 25.1.2017.)

Vuosisatojen saatossa golfin suosio vaihteli. 1500-luvun jälkipuolella kirkko otti maan hallintaansa ja tästä syystä aina 1600-luvulle asti sunnuntaisin pelaaminen oli kiellettyä, mikä johti rahvaan harrastaman pelin kuihtumiseen lähes olemattomiin. Ylhäisöllä oli kuitenkin aikaa pelata viikollakin ja sen he myös tekivät. Ensimmäinen kenttä Skotlannin ulkopuolelle rakennettiin Blackheatiin Lontoon lähelle. (Suomen Golfhistoriallinen seura Ry, hakupäivä 25.1.2017.)

Golfin ensimmäinen kukoistuskausi alkoi 1700-luvulle tultaessa. Tällöin elettiin rauhallisia aikoja, joten ihmisillä oli aikaa muuhunkin kuin työntekoon ja sotimiseen. Aatelisista seuraava luokka omaksui golfin ja monet tuomarit, lääkärit ja kauppiat pelasivatkin peliä innokkaasti. Skotlanti ja St Andrews'n yliopisto elivät tuolloin kukoistuksen aikaa. Opiskelijoita saapui yliopistoon ympäri maailmaa ja he oppivat oman pääaineensa lisäksi golfin. Lisäksi Skotlanti kävi aktiivisesti kauppaa ympäri maailman ja kauppiat veivätkin golfin mukanaan, ainakin Amerikkaan ja moneen paikkaan Euroopassa. Tämä on yksi pelin leviämiseen isosti vaikuttaneista tekijöistä. (Suomen Golfhistoriallinen seura Ry, hakupäivä 25.1.2017.)

Vuonna 1744 perustettiin ensimmäinen golfklubi, joka kantoi nimeä Gentleman Golfers of Leith. Muualla Skotlantia seurattiin perässä ja näin eri puolilla maata perustettiin useita golfklubeja. Golfklubit olivat kuitenkin tarkoitettuja vain yläluokkiin kuuluville ja siksi tavallinen kansa ei kuulunut näihin klubeihin. (Suomen Golfhistoriallinen seura Ry, hakupäivä 25.1.2017.)

Mikään hauska ei tunnetusti kestä loputtomiin. Golfin suosio alkoi vuosisadan loppua kohden hiipua. Kirkko ja raittiusliikkeet alkoivat paheksua golfin ja muuhun urheiluun liittyvää juopottelua ja uhkapelaamista. Tämä paheksunta levisi lopulta laajemmalle yhteiskuntaan ja myös golfareihin itseensä ja näin golfin suosio alkoi laskea. Suosion laskuun vaikutti myös Britannian teollistumisen alkaminen. Ihmiset joutuivat muuttamaan töiden perässä asutuskeskuksiin ja talvisin ei ollut enää aikaa pelata, koska työt veivät kaiken ajan. Kaupunkien laajetessa ne tarvitsivat golfin pelaamiseen käytettyjä alueita ”linksejä” teollisuuden ja asutuksen käyttöön. Tästä syystä golfklubit joutuivat etsimään uusia paikkoja pelaamiseen ja tämä lisäsi jo valmiiksi taloudellisissa vaikeuksissa olleiden golfklubien ongelmia. Osa klubeista hävisi kokonaan ja osat klubeista riutuivat noustakseen uudelleen, kun golfin seuraava kukoistuskausi koittaisi. (Suomen Golfhistoriallinen seura Ry, hakupäivä 25.1.2017.)

Samalla tavoin golf kuihtui myös niistä maista, mihin Skotlantilaiset olivat sen onnistuneet viemään. Amerikassa peli päättyi kokonaan ja jopa unohtui niin, että kun se rantautui sinne uudestaan 1800-luvun lopulla, sitä pidettiin täysin uutena lajina. Samoin kävi myös Euroopassa. Golfin lamaa kesti lopulta muutaman vuosikymmenen ajan, mutta 1840-luvun koittaessa uusi nousu oli jo alkanut. Pelin käytäntöjä muutettiin vastaamaan yhteiskunnan muutoksia ja uusia golfklubeja perustettiin jälleen. Golfklubit siirsivät myös pelipäiviään viikolta viikonloppuun, koska golfin harrastajilla saattoi olla viikolla töistä johtuvia velvollisuuksia. (Suomen Golfhistoriallinen seura Ry, hakupäivä 25.1.2017.)

Myös maailmanvalloitus sai uutta tuulta siipien alle. Siirtomaaherrat perustivat 1820-luvulla Intiaan kenttiä, ensin Bangaloreen (1820) ja Calcuttaan (1828) sekä vielä myöhemmin Bombayhin (1842). Euroopassa ensimmäinen kenttä perustettiin Etelä-Ranskaan (1856), Pau nimiseen kaupunkiin. (Suomen Golfhistoriallinen seura Ry, hakupäivä 25.1.2017.)

Merkittävin yksittäinen pelin leviämisen mahdollista muutos tapahtui välinepuolella. 1848 tapahtunut guttaperkkapallon keksiminen oli käännteentekevä seikka, joka mahdollisti golfin nousun suosituksi ajanvietteeksi. Pallon hinta oli vain noin kuudenneksen aikaisemmin käytössä olleen höyhenpallon hinnasta ja siksi se teki golfin peluusta huomattavasti edullisempää. Lisäksi pallo oli huomattavasti edeltäjänsä kestävämpi. Niinpä 1800-luvun puolivälissä alkanut golfin suosion nousu jatkui koko 1800-luvun ja itse asiassa vain kiihtyi seuraavalla vuosisadalla. Golfista oli tullut suosittu ja yleisesti harrastettu laji Brittien saarilla. Sitä seurasi pian varsinainen maailman valloitus. (Suomen Golfhistoriallinen seura Ry, hakupäivä 25.1.2017.)

2.2 Golfin historia Suomessa

Ennen kuin golf virallisesti rantautui Suomeen, olivat muutamat yläluokan jäsenet jo päässeet golfia kokeilemaan. Tsaari Nikolai II pääsi kokeilemaan golfia kesälomallaan Vironlahdella vuonna 1902, kun hänelle oli raivattu pellonpätkä lyömistä varten. Mannerheim puolestaan tutustui golfiin hänen kuntouttaessaan itseään silloiseen Saksaan kuuluneessa Karlsbadin kaupungissa, nykyisin Karlovy Vary, jossa kyseistä golfkenttää ei enää ole olemassa. (Suomen Golfhistoriallinen seura Ry, hakupäivä 30.3.2017.)

Kesällä 1930 ja 1931 golfia pelattiin Suomessa ensimmäistä kertaa julkisella paikalla. Tuolloinen Helsingin kaupunginjohtaja Erik von Freckell järjesti muutamalle ystävälleen mahdollisuuden golfin pelaamiseen Töölön palloilualueen nurmimatoilla. (Suomen Golfhistoriallinen seura Ry, hakupäivä 30.3.2017.)

Alkuvuodesta 1932 Freckell kertoi ystävilleen Helsingin kaupungin hankkineen omistukseensa maalaiskunnan puolelta muutamia kartanoita, joista erityisesti Talin kartano sopisi hänen mielestään golfareille. Freckellin mukaan kaupunki saattoi vuokrata alueen golfareille, mutta tätä varten heidän tuli perustaa seura. Vuokrasopimus alueesta tehtiin kuitenkin jo aikaisin keväällä ja vasta 2.6.1932 pidettiin Helsingin Golfklubin perustava kokous. Näin syntyi Suomen ensimmäinen golfkerho. (Suomen Golfhistoriallinen seura Ry, hakupäivä 30.3.2017.)

Seuraavat golfkerhot, jotka Suomeen syntyivät, olivat: Viipuri (1938), Pori (1939) sekä Kokkola (1957). Nämä ensimmäiset neljä golfkerhoa perustivat myös Suomen golfliiton maaliskuussa 1957. Golf pysyi suhteellisen pienenä lajina 1980-luvun alkuvuosiin saakka. Golfbuumi koitti Suomessa 1980-luvun lopun hulluina vuosina, jolloin jäsenmäärän vuotuinen kasvu lähenteli 50 prosenttia. Kasvu on jatkunut suhteellisen tasaisena tähän päivään asti. Nykyisin golfliiton jäsenmäärä on 143 005 (2016), joka on 177 jäsentä vähemmän kuin vuotta aikaisemmin. (Suomen Golfhistoriallinen seura Ry, hakupäivä 30.3.2017.)

2.3 Naisgolfin historia

Työn aihe liittyy nimenomaan naisten golfiin, joten tuntuu järkevältä käsitellä hieman myös naisten golfin historiaa. Horace Hutchinson, joka kirjoitti golfista 1800-luvun lopulla ja 1900-luvun alkupuolella, mainitsi hyvin, että golfin alkuperästä kirjoittaminen on kuin sumussa vaeltaisi. Tämä siksi, että luotettavia arkistoja golfista ei ole olemassa. Naisten golfissa tilanne on hieman parempi, koska laji on naisten keskuudessa huomattavasti ”uudempi” ja näin myös arkistointi on ollut paremmalla mallilla. (Stirk 1999, 261.)

Ensimmäiset maininnat naisgolfarista löytyy vuodelta 1513, koskien Henrik VIII:n puolisoa Katariina Aragonialaista. Hän kirjoitti tuolloin kirjeessään kiinnostuksestaan golfiin, peli-innostaan ja kiireistään lajin parissa. Kirjeessä ei suoranaisesti mainittu hänen pelanneen golfia, mutta voi hyvinkin olla, että hän sitä pelasi. (Stirk 1999, 261. Saunders 2000, 8.)

Parempi viittaus liittyy Skotlannin kuningatar Mariaan. Hän joutui oikeudessa syytteeseen maanpetoksesta, jossa häntä syytettiin muun muassa golfin pelaamisesta kaksi päivää hänen puolisonsa kuoleman jälkeen. Syytteisiin sisältyi suora viittaus hänen nimenomaan pelanneen golfia. Lopulta hän päätyikin mestauslavalle Kuningatar Elisabet I:n käskystä vuonna 1587. (Stirk 1999, 261. Saunders 2000, 8.)

Siitä milloin golfista tuli varsinaisesti ”naistenkin peli” ei ole täysin varmaa tietoa. Varmaa on kuitenkin, että 1700-luvun jälkipuoliskolla kalastajien vaimot Musselburghissa pelasivat golfia. Järjestötoiminnassaan he eivät kuitenkaan olleet vielä nykyisten naisgolfareiden tasolla, sillä arkistoja ei ole noilta ajoilta säilynyt. (Saunders 2000, 8.)

Ensimmäiset historiallisesti tunnetut naisten seurat olivat St. Andrews Ladies Golf Club, joka perustettiin vuonna 1867 ja Westward Ho! Club, joka perustettiin vuonna 1868. Ladies Golf Union sai alkunsa vuonna 1893, kun Iso-Britanniassa oli jo yli 50 naisgolfseuraa. Peli levisi lopulta nopeasti Pohjois-Amerikkaan ja Brittiläisen kansainyhteisön maihin. Ammattitason naisgolf yleistyi 1950-luvulta Pohjois-Amerikassa ja Euroopassa, Australiassa sekä Aasiassa 1970-luvulta. (Saunders 2000, 8.)

2.4 Oulun Golfkerho

Oulun Golfkerho on kahdeksanneksi vanhin Golfseura Suomessa ja jäsenmäärältään se on yksi Suomen suurimpia seuroja. Vuoden 2016 lopussa Oulun Golfkerhoon kuului 1731 jäsentä, joista naisjäseniä oli 417. Seura perustettiin vuonna 1964 ja nyt seura on siis jo 53 vuotias.

2.4.1 Lähtölaukaus Oritkarista

Oulun Golfkerhon toiminta sai alkunsa Oritkarin lentokentältä. Lentokentän ympäristö tarjosi tuohon aikaan hyvät puitteet ulkoiluun ja retkeilyyn. Kevättalvisin siellä viihtyivät myös veljekset Seppo ja

Kalevi Alatalo sekä heidän serkkunsa Pentti Aittokoski. Retkeilyreissulla mukana olivat myös miesten vaimot ja samassa naapurustossa asunut Hjalmar ”Jimi” Tammelin. Tammelin oli juurikin se herroista, joka sai kuningasidean kokeilla golfin peluuta. Idea sai kaverusten keskuudessa kannatusta ja niinpä sitä lähdettiin kokeilemaan kevättalvella 1964 Oritkarin lentokentän maastoon, Tammelinin ja Aittokosken väsäämällä mailoilla. (Niku 2004, 13–14.)

Mailat osoittautuivat kuitenkin liian raskaiksi ja ainoastaan Jimi pystyi niillä lyömään rikkomatta ran-teitaan. Niinpä ei auttanut kuin lähteä keventämään mailoja sulattamalla niistä enimpää lyijyjä pois. Alussa oli monia muitakin kimmelluksia, mutta niistä huolimatta innostus uuteen lajiin oli korkealla ja kipinä golfiin syttyi kevättalvella. Kesää alettiin odottaa viheriöt mielessä. (Niku 2004, 14.)

Kesän 1964 vihdoin koittaessa oli sana uudesta ja upeasta lajista, eli golfista kirinyt Hjalmar Tammelinin vetämän ydinryhmän ulkopuolelle. Uudesta lajista kiinnostuneita alkoi tulla kokoajan lisää. Kevättalven kokeilujen jälkeen golfiin alettiin panostaa tosimelellä. (Niku 2004, 15.)

Lajin haastavaan tekniikkaan pioneerit saivat loistavaa oppia Ouluun muuttaneelta ex-maajoukkue pelaaja Paavo Paakkarilta. Paakkari osasi oman kokemuksensa vuoksi ohjeistaa tekniikan hiomisessa ja ennen kaikkea hän pystyi itse näyttämään malliesimerkkiä golf lyönneistä. Heti alkuun tällaisen opin saaminen oli todella tärkeää ja tekniikkaa saatiinkin parannettua jatkuvasti. (Niku 2004, 15.)

Lisää oppia lajista haettiin tekemällä golf pohjainen opintomatka Kokkolaan, jossa lajia oli pelattu jo noin kahdeksan vuotta. Tällainen reissu edisti erityisesti miesten pelikäsitystä. Kokkolan matkalla miehet saivat selvän käsityksen siitä miten ja millaisilla kentillä golfia pelataan. He pääsivät tutustumaan oikean golfkentän luonteeseen, väyliin, viheriöihin ja esteisiin. Tämä opintomatka ei jäänyt ainoastaan yhteen kertaan, vaan seuraavana kesänä järjestettiin ensimmäinen Oulun ja Kokkolan välinen kaupunkiottelu. Tämä ottelu perinne jatkuu vielä tänäkin päivänä. Lajitietoutta pyrittiin kasvattamaan myös olemalla yhteydessä Helsingin Golfklubiin. Helsingin suunnalta haluttiin selvittää muun muassa ”miten aloittelijoille ja ensi kertaa kilpailuun osallistuville lasketaan tasoitukset? Onko tähän olemassa aputaulukkoita?”. Talin golfareilta saatiin lopulta paljon opastusta ja apua niin lajitietouden ja – taidon kehittämiseen kuin välineiden hankintaa. (Niku 2004, 16.)

Kesän 1964 aikana golfareiden toiminta laajeni ja monipuolistui siinä määrin, että sen pyörittäminen vapaamuotoisena harrasteluna ei enää onnistunut. Tarve rekisteröidyn seuran perustamiseen kasvoi ja niinpä päätettiin kutsua koolle perustava kokous 5. syyskuuta 1964. Kokouksessa väliaikaiseksi hallituksen puheenjohtajaksi valittiin Hjalmar Tammelin ja sihteeriksi Pentti Lahti. Lisäksi Oulun Golfkerhon järjestäytymistä ja toiminnan suunnittelua varten muodostettiin kolme toimikuntaa: Sääntö- ja jäsen toimikunta, kenttätoimikunta sekä koulutus- ja kilpailutoimikunta. (Niku 2004, 18.)

Suomessa vanhoilla lentokenttäalueilla on ollut suuri merkitys monen paikkakunnan golfin kehityksessä, näin myös Oulussa. Oritkarin nurmipintaiset kiitoradat tarjosivat hyvät puitteet alkeisharjoitteluun. Ensimmäisenä kesänä varsinaista virallista lupaa kentän käytöstä golfiin ei ollut, mutta hiljainen hyväksyminen oli sekä kaupungilta että Oritkarissa lentotoimintaa harjoittaneelta Tilauslennolta. Virallinen lupa alueen käyttämiseen golfkenttänä saatiin 27. lokakuuta 1964 ”huomioon ottaen, ettei tästä aiheudu häiriötä lentotoiminnalle”. (Niku 2004, 20.)

Samalla, kun virallinen lupa lentokentän käyttämiseen golfkenttänä saatiin, ilmoitti kaupunginhallitus, että Oritkarin lentokenttä on merkitty yleiskaavoituksessa teollisuusalueeksi. Oli siis mahdollista, että uutta ja sopivampaa paikkaa jouduttaisiin etsimään Hietasaaren eteläpäästä. Näin jo toimikunnan alkuvaiheessa oli selvää, että Oritkari tulee jäämään vain välivaiheeksi. Perustavassa kokouksessa muodostettu kenttätoimikunta saikin tehtäväkseen niin nykyisen kentän kehittämisen kuin uuden kentän suunnittelun. (Niku 2004, 20.)

2.4.2 Kaukovainiolta kasvuun

Kuten jo edellä mainittiin, oli heti alussa selvää, että Oritkari tulee jäämään ainoastaan välivaiheeksi. Parin vuoden ajan kerhon kenttätoimikunta tutki useita vaihtoehtoja uuden kentän paikaksi. Esillä olivat muun muassa Hietasaari, Korivaarantien alkupään alue, Madekoski ja Kalimeoja. Hietasaari oli alkuun eniten esillä, mutta kenttätoimikunta päätti sulkea sen pois vaihtoehdoista. Yksi suurin syy oli, että aluetta pidettiin liian tuulisena golfin pelaamiseen. Lopulta päädyttiin kaupungin omistaman Hiiosensuon alueen vuokraukseen. Keväällä 1967 allekirjoitettiin vuokrasopimus kaupungin sekä osan maa-alueesta omistaneen ENKO Oy:n kanssa. Uuden kentän rakennustyöt päästiin aloittamaan toukokuussa ja kenttä saatiin pelikuntoon kesäksi 1968. (Niku 2004, 44, 47.)

Uudelle kentälle jäsenmaksua jouduttiin nostamaan kahden ensimmäisen kauden aikana, mikä johti jäsenmäärän laskuun noin viidenneksellä. Kuitenkin 1979 jäsenmäärä lähti jälleen tasaiseen kasvuun, mikä lopulta huipentui 1980-luvun buumiin. Itse asiassa 1980-luvun lopulla jäsenmäärän kasvu oli niin rajua, että 1989 jouduttiin asettamaan 750 jäsenen katto. Jonossa odotti vielä noin 100 toiveikasta pelaajaa. Myös naisjäsenten määrä kasvoi tasaisesti. Oulun Golfkerhon alkuaikoina naisjäseniä oli noin 20, mutta Kaukovainion viimeisenä kesänä heitä oli jo 200, joista 40 tasoituksellista pelaajaa. (Niku 2004, 51, 84, 93.)

Jäsenmäärän kasvun myötä suuremman kentän tarve kasvoi ja 1980-luvun lopulla kerhon hallitus ryhtyi yhdessä kaupungin kanssa tutkimaan laajennusvaihtoehtoja. Aluksi mietittiin Kaukovainion kentän laajentamista, mutta sitä ei todettu järkeväksi. Projekti olisi ollut huomattavan kallis ja kentällä pelaaminen oltaisi jouduttu keskeyttämään kahdeksi vuodeksi laajennustöiden takia. Kaukovainion kenttä sijaitsi myös liian lähellä laajenevaa asuinalueetta. Lopulta kaupungin liikuntaviraston päällikkö ehdotti Sankivaaraa uuden kentän paikaksi. Kenttätoimikunta piti Sankivaaraa kaikista parhaimpana vaihtoehtona ja näin alkoi ratkaisut pikku hiljaa löytyä. Rakennustöihin päästiin vuonna 1990. (Niku 2004, 104–106.)

2.4.3 Sankivaarassa suurseuraksi

Sankivaaran rakennustöihin päätettiin valita ulkopuolista apua, unohtamatta tietenkään kerhon talvoimien panosta. Kentän suunnittelijaksi valittiin tunnettu amerikkalainen golfkenttäarkkitehti Ronald W. Fream. Hän oli suunnitellut lukuisia kenttiä maailmanlaajuisesti ja myös neljä kenttää aiemmin Suomessa. Urakoitsijaksi valittu Lemminkäinen Oy antoi käyttöön kokeneen kenttärakentamisorganisaationsa, joka oli jo aiemmin tehnyt yhteistyötä Freamin kanssa. Työt aloitettiin keväällä 1990. (Niku 2004, 119.)

Kun työt aloitettiin keväisessä Sankivaarassa ja katepillarit päästettiin toden teolla vauhtiin, alkoi jälkeä syntyä. Hiihtomajan laajan parkkialueen, tuleva driving range, pintakerros oli hetkessä kuorruttu rullalle. Projektin hurjan alkutahdin vuoksi kaupungin talolla alkoi puhelimet soimaan ihmisten kysellessä mistä oli kyse. Näky nimittäin saattoi olla hätkähdyttävä varsinkin sellaiselle henkilölle, joka ei tiennyt mitä oli meneillään. Lopulta kaupungintalolta tulleen käskyn myötä työt keskeytettiin.

Pääsyy keskeyttämiseen lienee huono tiedottaminen, sillä Sankivaaran alueen muut käyttäjät eivät ehkä ymmärtäneet, mitä golfkentän rakentaminen todella tarkoitti. (Niku 2004, 121–123.)

Neuvotteluiden ja kunnollisen tiedottamisen jälkeen töitä päästiin taas jatkamaan kesäkuun alussa 1990. Töitä painettiin parhaimmillaan kahdessa vuorossa 50–100 henkilön voimin ja uuden hulpean 27-reikäisen kentän avajaiset järjestettiin 18.7.1992. Alkuun uusi suurempi kenttä tuntui hie- man liiankin hulpealta, mutta jäsenmäärän kasvaessa 50 prosentilla 90-luvun loppuun mennessä, alettiin jo suunnitella kentän laajentamista edelleen yhdeksällä reiällä. (Niku 2004, 119, 121–129, 163.)

Laajennusprojektiin liittyen maakysymyksistä neuvoteltiin kolme vuotta ja varsinaiseen työhön päästiin vuonna 2001. Lopulliseen muotoonsa Sankivaara valmistui vuonna 2005 ja se käsittää kaksi 18-reikäistä golfkenttää: Sangin ja Vaaran. Sankivaarassa on lisäksi yksi Suomen suurimista driving rangeista, joka on 333 metriä pitkä ja 100 metriä leveä. (Niku 2004, 166. Wikipedia, hakupäivä 30.1.2017.)

3 ASIAKASYMMÄRRYS

Toimialasta riippumatta kaikissa palveluja kehittävässä yrityksissä asiakkaan liiketoiminnan ja arjen käytäntöjen tunteminen sekä ymmärtäminen ovat menestyvän palveluliiketoiminnan keskeisiä kulkimäviä. Nykyään asiakaslähtöisyys kuulostaa jo itsestään selvyydeltä ja onkin vaikea löytää yritystä, jonka arvot tai visio eivät sisältäisi mainintaa asiakkaasta. Asiakasliiketoiminnan kehitys on kuitenkin verrattain uusi näkökulma liikkeenjohdon ajattelussa ja käytännön välineet tämän tavoitteen saavuttamiseksi ovatkin kehittyneet paljon viime vuosina. (Arantola & Simonen 2009, 1–2.)

Asiakaslähtöisyys tuli 1980-luvulla suomalaisiin yrityksiin palvelujohtamisen ja laatuajattelun mukana. Asiakaskannattavuus näkökulma tuli esiin 1990-luvulla. Tällöin huomattiin, ettei kaikkien asiakkaiden tarpeita pystytty tyydyttämään, toiminnan kannattavuus säilyttäen. Ajoittain jopa liiallisen asiakaslähtöisyyden jälkeen palattiin takaisin etsimään tasapainoa yrityksen tuloksen ja asiakkaalle syntyvän arvon välillä. Tämä työ on edelleen käynnissä, kun yritykset kohdentavat ajatteluaan palvelun/tuotteen sijaan asiakkaaseen. Siirtyminen tuotelähtöisyydestä asiakaslähtöisyyteen vaatii ymmärrystä siitä, mitä on asiakkaan kokemaa arvoa ja mistä se syntyy. (Arantola & Simonen 2009, 2.)

Aina, kun arvoa syntyy, asiakas on mukana. Yrityksen, joka tarjoaa palvelua asiakkaalle, on tärkeää ymmärtää asiakkaan prosessia sekä asiakkaan ja yrityksen prosessin välistä yhteyttä. Kun nämä prosessit kohtaavat syntyy arvoa asiakkaalle. Käytännössä asiakkaalle syntyvää arvoa auttaa ymmärtämään asiakkaan toiminnan ymmärtäminen. Asiakaslähtöisen palveluliiketoiminnan kehittäminen edellyttää sekä asiakasymmärrystä että kykyä tämän avulla kehittää liiketoimintaa. (Arantola & Simonen 2009, 3–4.)

Työssä pyritään kasvattamaan asiakasymmärrystä Oulun Golfkerhon asiakkaista, haastattelemalla kesän 2016 aikana alkeiskurssin suorittaneita naispelaajia. Työn avulla pyritään asiakasymmärryksen kasvattamisen kautta löytämään asiakkaiden todelliset motiivit jatkopäätöksen takana. Ymmärryksen kasvattamisen avulla, Oulun Golfkerho pystyy ohjaamaan palvelun suunnittelua asiakkaan tarpeiden mukaisesti ja tätä kautta asiakkaan kokemaa arvoa saadaan kasvatettua.

3.1 Asiakasymmärrys käsitteenä

Palvelumuotoilu prosessina koostuu viidestä eri vaiheesta. Prosessi alkaa tavoitteiden määrittelystä ja sitä seuraavat tutkimus, suunnittelu, palvelutuotanto ja arviointi. Asiakasymmärrys liittyy näistä kahteen ensimmäiseen vaiheeseen eli määrittelyyn ja tutkimukseen.

Asiakasymmärryksen voidaan siis sanoa olevan palvelumuotoiluprosessin ensimmäisiä vaiheita sen keskittyen määrittely- ja tutkimusvaiheisiin. Prosessin aluksi yritys määrittelee tavoitteet, jonka jälkeen pyritään kasvattamaan asiakasymmärrystä perehtymällä kohderyhmän tavoitteisiin, odotuksiin ja tarpeisiin. Tämän jälkeen seuraa tutkimusvaihe, jossa keskitytään keräämään ja analysoimaan suunnittelua ohjaavaa tietoa. (Tuulaniemi 2011, 130–131.)

Asiakastietoa jalostamalla syntyy asiakasymmärrystä, jota voidaan hyödyntää liiketoiminnassa päätösten tukena. Syvälinen asiakasymmärrys mahdollistaa palveluliiketoiminnan kehityksen suuntaan, joka luo uusia kasvumahdollisuuksia ja kilpailuetua. Asiakasymmärrys on tutkimusta kohderyhmän odotuksista, toiveista, tarpeista ja tavoitteista. Asiakasymmärrys on yksi palvelumuotoilun kokonaisuuden kriittisimmistä vaiheista. Siinä keskitytään keräämään ja analysoimaan asiakastietoa, joka myöhemmin tulee ohjaamaan suunnittelua. Koska palvelut suunnitellaan vastaamaan käyttäjien tarpeita, on näiden selvittäminen erittäin tärkeää. Hyvin jäsenneily sekä analysoitu tieto asiakkaiden käyttäytymisestä ja heille arvoa tuottavista asioista, antaa mahdollisuuden sellaisten palvelukonseptien kehittämiseksi, joista asiakkaat ovat valmiita maksamaan ja joista voidaan suoraan arvioida tuotto-odotus palvelun tuottajalle sekä palvelun potentiaalinen arvo asiakkaalle. (Arantola & Simonen 2009, 6. Tuulaniemi 2011, 143.)

Tuulaniemen (2011, 71) mukaan asiakasymmärryksen tarkoituksena on ymmärtää se todellisuus, jossa asiakkaat elävät ja toimivat. Yritysten on tunnettava asiakkaiden todelliset motiivit, odotukset ja tarpeet sekä arvot, joihin heidän valintansa perustuvat. Asiakasymmärryksen avulla pyritään ymmärtämään asiakkaan arvonmuodostumista. Yrityksen tulee tarkastella ja pyrkiä ymmärtämään erilaisia elementtejä, joista arvo muodostuu asiakkaalle palvelussa.

Tuulaniemen (2011, 72) mukaan tällaisia elementtejä ovat muun muassa:

- Tarpeet
- Odotukset
- Tottumukset
- Tavat
- Arvot
- Muiden mielipiteet
- Palvelun hinta ja ominaisuudet
- Muiden vastaavat palvelut

Asiakaskokemuksen rakennuspalikoita voidaan alkaa järjestää vasta, kun ymmärretään asiakasta näillä eri tasoilla. Asiakasymmärryksen avulla yrityksillä on myös mahdollista kehittää uusia palvelukonsepteja ja suunnitella muista eroavia asiakaskokemuksia. Kun toiminnan keskiössä on asiakas, suunnitellaan juuri sellaisille ihmisille, jotka oikeasti tulevat palvelua käyttämään. Tämän avulla minimoidaan myös epäonnistumisen riski, koska palvelu on suunniteltu todellisten asiakkaiden todellisten tarpeiden pohjalta. Asiakasymmärryksen kasvattaminen auttaa myös havaitsemaan uusia asiakastarpeita, jotka voidaan tyydyttää uusilla palveluilla. (Tuulaniemi 2011, 72.)

3.2 Tiedonkeruumenetelmiä asiakasymmärryksen hankintaan

Yrityksillä on aina tietoa asiakkaista. Tällaisella asiakastiedolla tarkoitetaan niin sanottua ”raakatieta”, jota täytyy jalostaa ennen kuin sitä voidaan käyttää liiketoiminnan päätösten tukena. Kun tällaista tietoa jalostetaan ja käytetään liiketoiminnassa, syntyy asiakasymmärrystä. (Arantola & Simonen 2009, 21.)

Perinteisesti palveluita on mitattu määrällisillä menetelmillä. Asiakkaalta on palveluiden kuluttamisen jälkeen pyydetty arvosanaa numeroin. Ongelmana tällaisessa menetelmässä on se, että huonon palvelukokemuksen läpikäynyt asiakasta ei kiinnosta yrityksen palvelun arvioiminen ja sitä kautta sen kehittäminen. Lisäksi yleensä kysytään ainoastaan palvelun arvosana eikä parannusehdotuksia. Palvelumuotoilu, joka alkaa asiakasymmärryksestä, pyrkii ennakoiviin toimenpiteisiin. Pyritään ymmärtämään asiakkaiden todelliset sekä piilevät tarpeet. Jokaisen organisaation tulisi pyrkiä kuuntelemaan asiakasta. (Tuulaniemi 2011, 72–73.)

Asiakasymmärryksen kasvattamista varten tulee asiakkaista kerätä mahdollisimman paljon erilaista tietoa. Käyttäjätiedon keräämiseen on olemassa useita erilaisia tiedonkeruumenetelmiä. Tuulaniemi (2011, 146) mainitsi tiedonkeruumenetelmistä seuraavat:

- Valmiit lähteet eli olemassa oleva tausta-aineisto asiakkaista
- Haastattelut ja eri menetelmillä toteutettavat kyselyt
- Havainnoinnin, joka voi olla passiivista tarkkailua tai eriasteista osallistumista kohderyhmän elämään
- Kohderyhmän osallistaminen suunnitteluun
- Kulttuuriset luotaimet eli itsedokumentointimenetelmät
- Verkossa tapahtuva online etnografia ja tutkimukset

Asiakasymmärryksen kasvattaminen alkaa kaiken saatavilla olevan tiedon ja tausta aineiston analysoinnilla. Kyseinen tausta aineisto voi olla esimerkiksi, kuten edelläkin mainittu, asiakastyytyväisyys mittauksista tai markkinatutkimuksista saatua tietoa. Asiakasymmärryksen kasvattamisen kannalta parhaiten toimivat kuitenkin niin sanotut ”hiljaiset tiedot”. (Tuulaniemi 2011, 145–146.)

Yrityksen henkilöstöllä on paljon henkilökohtaista tietoa ja osaamista. Tämä tieto on kokemuspäistä tietoa ja siitä käytetään myös nimitystä ”hiljainen tieto”. Myyntiä pidetään ensisijaisena henkilöstön kautta saatava asiakastiedon lähteenä. Tämä johtuu siitä, että myyjillä on paljon kohtauksia asiakkaiden kanssa ja näistä kohtaamisista opitaan aina enemmän asiakkaan tilanteesta. (Arantola & Simonen 2009, 26.)

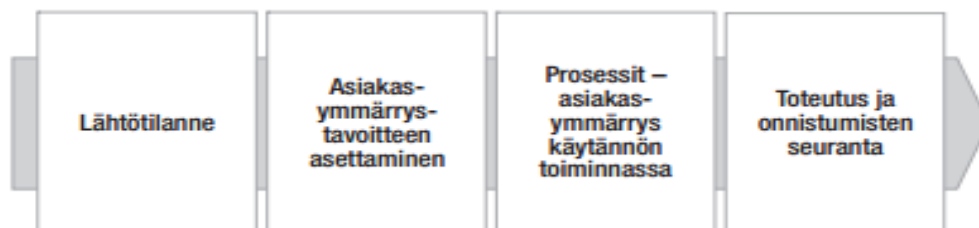
3.3 Kehitysvaiheet

Asiakasymmärryksen rakentaminen on todella laaja kokonaisuus, jossa tulee ottaa huomioon edellä mainittujen kaltaisia palveluliiketoiminnan kehittämisen tilanteita. Mikäli yritys haluaa käyttää asiakasymmärrystä systemaattisen palveluliiketoiminnan kehittämisen tukena, on tiedon oltava käytettävissä arkisissa tilanteissa sekä ymmärrystä pitää kehittää tavoitteellisesti ja systemaattisesti. (Arantola & Simonen 2009, 29.)

Arantola & Simonen (2009, 29) mukaan asiakasymmärrys voi olla palveluliiketoiminnan kehittämisen keino mikäli:

- Yrityksessä tiedetään millaista asiakasymmärrystä tarvitaan palveluliiketoiminnan kehittämiseen
- Yrityksessä tiedetään mistä tietoa saadaan
- Yrityksellä on prosessit ja käytännöt, joiden avulla tieto voidaan tallentaa, jalostaa sekä jakaa.
- Yrityksellä on saatavilla asiakastietoa yli toimintojen
- Yrityksellä on prosessit sekä käytäntö, joiden avulla tietoa voidaan hyödyntää tarkoituksen mukaisesti
- Yrityksessä asiakastiedon yhdistely ja käsittely tapahtuvat lähellä päätöksentekotilannetta.

Arantola & Simonen (2009, 29) mukaan asiakasymmärryksen kehittäminen voidaan jakaa neljään eri vaiheeseen. Seuraavassa kappaleessa kerrotaan lyhyesti asiakasymmärryksen kehittämisen kunkin vaiheen sisältö (kuvio 1).



KUVIO 1. Asiakasymmärryksen kehittämisen vaiheet

Asiakasymmärryksen kehittäminen lähtee liikkeelle ensimmäisestä vaiheesta, joka on lähtötilanne. Lähtötilanteessa kartoitetaan asiakastiedon keräämiseen tarvittavat työkalut ja keinot sekä ne toimintatavat, jotka liittyvät asiakasymmärrykseen ja asiakastietoon. Tässä vaiheessa voidaan tehdä myös raportti asiakaskannan rakenteesta. (Arantola & Simonen 2009, 29.)

Seuraava vaihe on asiakasymmärryksen tavoitteen asettaminen. Tässä vaiheessa lähtötilanteen perusteella arvioidaan ja asetetaan tavoitteet. Jotta voidaan saada aikaan jonkinlaista muutosta, edellyttää se selkeää tavoitetilan kuvausta. Samalla voidaan määritellä investointitasot, jotka kehittämistyölle voidaan asettaa. Selkeän tavoitteen asettamisen avulla kehittämismvastuu sekä asiakasymmärrysvastuu löytävät omat paikkansa organisaatiossa. (Arantola & Simonen 2009, 30–31.)

Kolmantena vaiheena ovat prosessit – asiakasymmärrys käytännön toiminnassa. Tässä vaiheessa projektille asetetaan johtamistapa sekä määritellään miten saatua tietoa hyödynnetään toiminnassa. Tässä vaiheessa määritellään myös projektin kustannukset, joita on saatettu jo alustavasti määritellä myös ensimmäisessä vaiheessa. (Arantola & Simonen 2009, 31.)

Viimeisenä vaiheena on toteutus ja seuranta. Aivan kuten kaikkia muitakin projekteja, myös asiakasymmärryksen kehittämisen käynnistämistä seurataan. Aluksi asiakasymmärryksen pohjalta voi syntyä nopeaakin oppimista sekä erilaisia oivalluksia ja näiden pohjalta voidaan tarvittaessa muokata alun perin tehtyä suunnitelmaa. Perusasioiden ollessa kunnossa voidaan rakentaa myös uusia menetelmiä ja käyttöalueita. Asiakasymmärryksestä pitäisi tulla luonteva osa yrityksen kaikkea toimintaa. Jatkuva asiakasymmärryksen kehittäminen takaa sen pysymisen ajan tasalla ja näin voidaan varmistua, että uusia keinoja otetaan aina tarkoituksenmukaisesti käyttöön. (Arantola & Simonen 2009, 31–32.)

4 ASIAKASKOKEMUS

Palvelutoiminnan keskiössä on asiakaskokemus. Asiakaskokemus kattaa yrityksen koko tarjooman eli mainonnan ja muut kontaktit ennen palvelua, asiakaspalvelun laadun, palveluominaisuudet sekä käytön helppouden ja luotettavuuden. Erinomaisia asiakaskokemuksia yritys voi suunnitella ja tarjota vasta silloin, kun ymmärretään, miten ja milloin ihmiset kohtaavat yrityksen tarjooman. (Tuulaniemi 2011, 74.)

Business experience sana yleistyi bisneskielessä 2000-luvun alussa. Aiheen pioneereina voidaan pitää vuonna 1999 julkaistun Experience Economy kirjan kirjoittajia B. Joseph Pine II sekä James H. Gilmorea. Kirjan julkaisun jälkeen aihetta on käsitelty laajalti Yhdysvalloissa, mutta hyvin vähän Suomessa. (Kortesuo & Löytänä 2011, 11.)

Kortesuo & Löytänä (2011, 11) määrittelevät asiakaskokemuksen seuraavasti:

”Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa.”

Asiakaskokemus on siis ihmisen tekemien yksittäisten tulkintojen summa. Asiakaskokemus ei ole rationaalinen päätös vaan se on nimenomaan kokemus, johon vaikuttaa myös tunteet sekä alitajuntaisesti tehdyt tulkinnat. Muun muassa näistä syistä yrityksillä ei ole täysin mahdollista vaikuttaa siihen millaisen kokemuksen asiakas muodostaa, mutta yritys voi vaikuttaa siihen millaisia kokemuksia he pyrkivät luomaan. (Kortesuo & Löytänä 2011, 11.)

Customer experience management (CEM), on bisneskielessä varsin uusi tulokas, jonka kaikki kuitenkin jo tällä hetkellä haluaisivat hallita. Customer experience management tarkoittaa asiakaskokemuksen johtamista. Se on CRM-ajattelun (customer relationship management) seuraaja, joka sisältää laajemman näkemyksen asiakkaan ja yrityksen välisiin suhteisiin. Koska yrityksen tuotto on suoraan verrannollinen yrityksen asiakkaalle tuottamaan arvoon, on asiakaskokemuksen johtamisen tavoitteena luoda asiakkaalle mahdollisimman merkityksellisiä kokemuksia. Näin lisätään asiakkaalle tuotettua arvoa ja sitä kautta voidaan kasvattaa yrityksen tuottoa. Asiakaskokemuksen

johtaminen mielletään usein ainoastaan asiakaspalvelun kehittämiseksi, mutta asiakaskokemuksen johtaminen on kuitenkin kokonaisvaltainen ajattelutapa, joka ottaa huomioon yrityksen kaikki eri osa-alueet. (Kortesuo & Löytänä 2011, 12–14.)

Kortesuo ja Löytänä (2011, 167) määrittelevät asiakaskokemuksen johtamisen portaavat seuraavasti:

- Määritteleminen – määritellään oma, differoiva ja tuottava asiakaskokemustavoite
- Kehittäminen – kehitetään asiakaskokemusstrategia, jolla luodaan tavoitteen mukaisia kokemuksia kaikissa kosketuspisteissä
- Organisoiminen – Organisoidaan henkilöstö toteuttamaan asiakaskokemusstrategiaa ja luomaan kokemuksia
- Toteuttaminen – Toteutetaan strategiaa oikeilla valinnoilla ja luodaan tavoitteen mukaisia asiakaskokemuksia
- Mittaaminen – Mitataan kuinka hyvin kokemukset vastaavat tavoitteita sekä millaisia vaikutuksia kokemuksilla on lojaliteettiin
- Uudelleenmääritteleminen – Määritellään tavoitteita jatkuvasti uudelleen

Pelkästä palveluiden tuottamisesta on nykypäivänä siirryttävä eteenpäin. Kokemusten luominen asiakkaalle edellyttää asiakkaan laittamista toiminnan keskiöön. Kun asiakkaalle luodaan kokemuksia, voidaan yrityksen toimintaa erilaistaa täysin eri tasolle. Tällöin ei yritykselle synny esimerkiksi hintakilpailua, koska kilpailijat eivät voi vastata asiakkaan saamaan kokemukseen. Kokemusten luominen eroaa moninkin eri tavoin palvelujen tuottamisesta. Suurimpana erona on, että kokemus syntyy asiakkaan tulkintana. Kun palveluiden sijaan luodaan kokemuksia, saadaan aikaan uusia mahdollisuuksia kasvattaa yrityksen tuottamaa arvoa asiakkaalle. Tätä kautta syvennetään asiakassuhteita ja niistä tehdään samalla arvokkaampia niin itse yritykselle kuin asiakkaallekin. (Kortesuo & Löytänä 2011, 19.)

Tässä opinnäytetyössä pyritään selvittämään OGK:n asiakkaiden kokemuksia. Koska asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa, saadaan haastatteleamalla alkeiskurssin suorittaneita henkilöitä arvokasta tietoa OGK:n luomasta kokemuksesta asiakkaalle. Työn avulla asiakas laitetaan OGK:n toiminnan keskiöön, mikä on edellytys kokemusten luomiselle. Työn avulla pyritään selvittämään, mitä OGK voi tehdä kokemusten luomisen suhteen paremmin sekä missä on jo onnistuttu.

4.1 Asiakaskokemuksen muodostuminen

Kortesuo & Löytänä (2011, 43–44) näkevät asiakaskokemuksen muodostumisessa neljä eri näkökulmaa:

- Tukee asiakkaan minäkuvaa
- Yllättää ja luo elämyksiä
- Jää mieleen
- Saa asiakkaan haluamaan lisää

Asiakkaan minäkuvan tukeminen on tärkeässä osassa asiakaskokemuksen muodostumisessa. Asiakaskokemuksen johtaminen on asiakkaan kasvojen säilyttämistä ja minuuden suojelemista. Huonon laadun voi aina vaihtaa, mutta kolhu asiakkaan itsetunnossa säilyy pitkään. Monet palvelujohtajat eivät todellisuudessa tiedä, miten suuren jäljen huono palvelu voi asiakkaan identiteettiin tehdä. Tästä syystä surkeat asiakaskohtaukset pitäisi analysoida todella tarkasta, jotta ne voitaisiin jatkossa välttää. Tämän lisäksi yritysten ja sen työntekijöiden tulisi ottaa aidosti vastuuta asiakaskokemuksen luomisesta. Paras asiakaskokemus vahvistaa asiakkaan minuutta, identiteettiä sekä omakuvaa. (Kortesuo & Löytänä 2011, 43–44.)

Palvelun tulee yllättää ja luoda elämyksiä. Mitä vahvempia tunteita, kohtaamisia ja mielikuvia asiakkaalle syntyy, sitä vahvempi asiakaskokemus muodostuu. Vahvaan asiakaskokemukseen tarvitaan elämyksiä eli positiivisia kokemuksia, joihin liittyy vahva tunne. Tähän liittyy myös positiivinen yllättyminen, arkinen ja tavallinen ei riitä. Tilanne ei kuitenkaan ole kaikkien asiakkaiden kohdalla aina sama, sillä se mikä toiselle on arkista ja tavallista voi toiselle olla elämys. Jokaisen yrityksen tulisi analysoida, mitkä ovat oman yrityksen mahdollisuudet tuottaa sellaisia elämyksiä, jotka yllättävät positiivisesti. Johdetussa asiakaskokemuksessa asiakas saatetaan valintaprosessinsa läpi suostutteleamalla ja vinkkaamalla. (Kortesuo & Löytänä 2011, 45–46.)

Asiakaskokemuksen tulee myös jäädä mieleen. Tavallisuus ja keskinkertainen ei jää nykypäivänä mieleen ja sellaiset kokemukset unohtuvat. Helppo ja kätevä tapa analysoida yrityksen luomaa hyvää asiakaskokemusta on mitata muistijälkiä. Muistijäljet ovat hermoverkossa olevia pysyviä reittejä, joissa säilyy elämän varrella kerättyä tietoa ja taitoa. Positiivinen muistijälki tarkoittaa positiiv-

vista kokemusta. Muistijälkiä voidaan mitata kahdella tapaa: aktiivisella ja passiivisella kysymyksenasettelulla. Aktiivisessa kysymyksen asettelussa henkilölle annetaan esimerkiksi yrityksen logo ja kysytään millaisia kokemuksia hänellä kyseisestä yrityksestä on. Passiivisessa kysymyksen asettelussa puolestaan henkilön voidaan pyytää esimerkiksi nimeämään joltain tietyltä toimialalta yrityksiä, joista hänellä on joko positiivisia tai negatiivisia kokemuksia. Jos tällaisessa tilanteessa henkilölle ei tule yritystä mieleen lainkaan, on yritys epäonnistunut asiakaskokemuksen luomisessa. Jos yritys haluaa jättää asiakkailleen positiivisia muistijälkiä, tulee asiakaskokemusta johtaa ja kehittää tietoisesti. Ne kosketuspisteet, joissa asiat on mahdollista tehdä poikkeuksellisen hyvin, tulee analysoida tarkasti. Satunnaisellakin toiminnalla voi onnistua silloin tällöin, mutta järjestelmällisellä johtamisella huomattavasti tiheämmin ja tehokkaammin. (Kortesuo & Löytänä 2011, 48.)

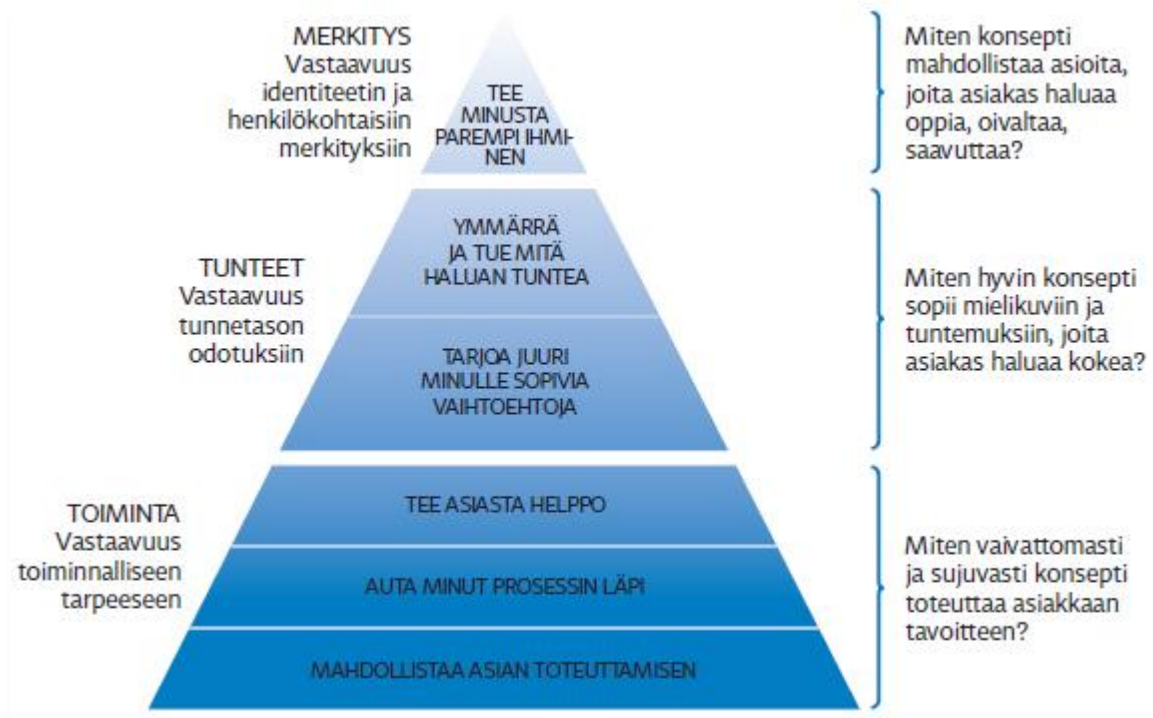
Asiakaskokemuksen muodostuminen saa asiakkaan haluamaan lisää. Ihmiset suuntautuvat aina kohti mielihyvää. Kun löytyy herkullinen ruokalaji, haluamme maistaa sitä joskus uudestaan. Tämä on yksi syy miksi asiakaskokemukseen kannattaa panostaa sillä, kun asiakas saa positiivisen kokemuksen, palaa hän joskus hakemaan lisää. Asiakaskokemuksen täytyy ilahduttaa eli tuottaa asiakkaalle mielihyvää. Parhaimmillaan sen sijaan, että itse etsitään asiakkaita, asiakkaat itse asiassa jonottavat yrityksen luo. (Kortesuo & Löytänä 2011, 49.)

4.2 Asiakaskokemuksen tasot

Tuulaniemi (2011, 74) jakaa asiakaskokemuksen muodostumisen kolmeen tasoon, joita ovat: toiminnan taso, tunnetaso sekä merkitystaso. Toiminnan tason vaatimuksien tulee täytyä, jotta palvelulla on yli päätään mahdollista olla markkinoilla. Toiminnan tasolla tarkoitetaan palvelun kykyä vastata asiakkaan funktionaaliseen tarpeeseen, prosessien sujuvuutta, palvelun hahmotettavuutta, palvelun saavutettavuutta, käytettävyyttä, tehokkuutta ja sen monipuolisuutta. Toiminnan tasosta voidaan käyttää myös nimitystä ”hygieniataso”.

Tunnetaso kuvaa asiakkaalle syntyviä välittömiä tuntemuksia ja henkilökohtaisia kokemuksia palvelusta. Tällaisia voivat olla muun muassa kokemuksen miellyttävyys, helppous, kiinnostavuus, innostavuus, tunnelma sekä tyyliä ja kykyä koskettaa aisteja. (Tuulaniemi 2011, 74.)

Merkitystaso on asiakaskokemuksen ylin taso. Merkitystaso tarkoittaa kokemukseen liittyviä mielikuvia ja merkitysulottuvuuksia, kulttuurisia koodeja, unelmia, tarinoita, lupauksia, oivalluksia, kokemuksen henkilökohtaisuutta sekä suhdetta asiakkaan elämäntapaan ja omaan identiteettiin. (Tuulaniemi 2011, 74.)



KUVIO 2. Tuulaniemen (2011, 75) asiakaskokemuksen tasot

Kortesuo ja Löytänä (2011, 50–53) jakavat asiakaskokemuksen kolmeen eri tasoon, sen perusteella kuinka johdettuja ne ovat. Tasot ovat seuraavat:

- Satunnainen kokemus – vaihtelee ajan, paikan ja etenkin henkilön mukaan. Vaihtelee ääripäästä toiseen ja siltä väliltä sen mukaan, milloin ja missä kohtaaminen tapahtuu ja ketkä siihen osallistuvat.
- Odotettavissa oleva kokemus – suunniteltu, sisältää aina tietyt elementit ja on riippumaton ajasta tai paikasta.
- Johdettu kokemus – suunniteltu, ajasta tai paikasta riippumaton, mutta erottuva ja asiakkaalle arvoa tuottava.

4.3 Odotusten ylittäminen

Kaiken perustana asiakaskokemuksen johtamisessa on ydinkokemus. Ydinkokemus on se, mistä asiakaskokemuksen kehittäminen ja johtaminen aina alkaa. Yksinkertaisimmillaan ydinkokemus on hyöty jonka asiakas palvelusta saa, sekä siitä syntyvä arvo asiakkaalle. Asiakaskokemuksen johtamisen tarkoituksena on huolehtia siitä, että missä tahansa olosuhteissa asiakkaalle pystytään tuottamaan ydinkokemus. Asiakkaan odotusten ylittäminen on aina hieno tavoite, mutta nykypäivänä monet asiakkaat ovat tyytyväisiä jo siihen jos heidän odotukset edes täytetään. Odotusten täyttymistä tulee aina seurata ja sitä kautta minimoida ne kerrat, kun asiakkaan odotukset eivät täyty. Ennen kuin voidaan tuottaa odotukset ylittäviä asiakaskokemuksia, ydinkokemuksen täytyy olla kunnossa. (Kortesuo & Löytänä 2011, 61–62.)

Seuraavana askeleena on laajennetun kokemuksen luominen. Tässä vaiheessa laajennetaan kokemusta ydinkokemuksen ulkopuolelle tuomalla siihen jotain, joka lisää tuotteen tai palvelun arvoa. Laajennettu kokemus syntyy kahdesta elementistä: edistämisestä ja mahdollistamisesta. Edistämässä tuodaan ydinkokemukseen elementtejä, jotka suoraan edistävät asiakaskokemuksen laajentumista ydinkokemuksen ulkopuolelle. Mahdollistamisessa kokemusten luomiseen tuodaan elementtejä, jotka välillisesti laajentavat ydinkokemusta. (Kortesuo & Löytänä 2011, 63–64.)

Odotukset ylittävä kokemus muodostuu vasta ydinkokemuksen laajentumisen jälkeen, kun kokemukseen lisätään odotukset ylittäviä elementtejä. Tällaisia elementtejä voi olla esimerkiksi henkilökohtaisuus, jossa otetaan huomioon asiakkaan ainutlaatuinen tilanne ja reagoidaan siihen. (Kortesuo & Löytänä 2011, 63–64.)

4.4 Poikkeustilanteet

Poikkeustilanteet ovat sellaisia tilanteita, joissa asiakkaan odotukset eivät täyty. Tilanteissa asiakas kokee siis pettymyksen. Tyypillisesti tällaisia tilanteita ovat asiakaspalvelu tilanteet, toimitusten viivästymiset tai virheet sekä tuotteiden käyttöön liittyvät tilanteet. Myös annettujen lupauksen pettäminen voi johtaa asiakkaan pettymykseen. Yrityksille poikkeustilanteet ovat suuri mahdollisuus, mutta vain harvat ymmärtävät tämän ja osaavat niitä hyödyntää. (Kortesuo & Löytänä 2011, 209, 215.)

Kortesoja ja Löytänä (2011, 209, 215) jakavat suomalaisten yritysten tyypillisimmät poikkeustilanteiden hoitotavat viiteen eri tasoon.

- Suljetaan silmät
- Vastataan, kun keretään
- Vastataan yrityksen näkökulmasta
- Vastataan asiakkaan näkökulmasta
- Käännytetään asiakas suostuttelijaksi

Kortesoja ja Löytänä (2011, 210–214) mainitsevat myös useita syitä miksi yritysten tulisi olla kiinnostuneita poikkeustilanteista.

- Poikkeustilanteiden määrä kasvaa
- Asiakkaat eivät kerro pettymyksistään
- Poikkeustilanteet lopettavat asiakassuhteita
- Poikkeustilanteet ovat mahdollisuus sitouttaa

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Opinnäytetyöni suunnittelu alkoi joulukuussa 2016. Työn tavoitteena oli selvittää syitä siihen, miksi monet naiset eivät alkeiskurssin suoritettuaan jatka harrastusta sekä myös selvittää mikä sai osan naispelaajista jatkamaan. Aihe työhön tuli OGK:n kautta heidän huomattua tarvetta tutkia kyseistä ilmiötä. Tutkimus päätettiin toteuttaa laadullisena, eli kvalitatiivisena tutkimuksena haastattelemalla alkeiskurssin käyneitä eri-ikäisiä naishenkilöitä. Haastattelut suoritettiin yksilöhaastatteluina ja menetelmänä käytettiin teemahaastattelua.

Laadullista tutkimusta eli kvalitatiivista tutkimusta käytetään ihmistieteissä määrällisen eli kvantitatiivisen tutkimuksen lisäksi. Laadullisen tutkimuksen avulla pyritään ymmärtämään tutkittavaa ilmiötä. Tällä tarkoitetaan ilmiön merkityksen tai tarkoituksen selvittämistä ja kokonaisvaltaisen sekä syvemmän käsityksen saamista kyseisestä ilmiöstä. Tästä syystä laadullisessa tutkimuksessa yleensä annetaan tilaa tutkittavien henkilöiden näkökulmille ja kokemuksille. Lisäksi perehdytään tutkittavaan ilmiöön liittyviin ajatuksiin, tunteeseen ja vaikuttimiin. (Wikipedia, hakupäivä 9.5.2017.)

Tyypillisiä ominaispiirteitä laadulliselle tutkimukselle:

- Yleensä hypoteesittomia; tutkimuksessa pyritään etenemään aineistosta käsin mahdollisimman vähin ennakko-oletuksin.
- Teoria on mukana kahdella tavalla; Teoria keinona, joka auttaa tutkimuksen tekemisessä sekä teoria päämääränä, jolloin tutkimuksella pyritään kehittämään teoriaa edelleen.
- Käytetään harkinnanvaraista otantaa; Tutkittavia yksiköitä ei valita kovinkaan paljon, mutta niitä tutkitaan perusteellisesti. Aineiston laatu on tärkeää.
- Laadulliselle analyysille tyypillistä induktiivinen päättely; Pyritään tekemään yleistyksiä ja päätelmiä aineistosta nousevien seikkojen perusteella. Tilastolliseen yleistämiseen ei kuitenkaan pyritä. (Wikipedia, hakupäivä 9.5.2017.)

Haastattelun avulla saadaan tietoa asiakkaiden elämästä ja ajatuksista sekä heidän kokemuksista niin palvelua tuottaessa kuin kuluttaessa. Haastatteluilla rakennetaan ymmärrystä asiakkaan elämästä ja arjesta. Tätä tietoa käytetään inspiroimaan ja ohjaamaan suunnittelua. Haastattelut voidaan toteuttaa etukäteen suunnitellun tiukan kaavan mukaisesti eli strukturoituna tai avoimena,

jossa tilanne muistuttaa enemmän keskustelua. Tavoitteena haastatteluissa on pureutua syväliemmin haastateltavan elämään ja löytää toiminnan todelliset motiivit. (Tuulaniemi 2011, luku 3, Haastattelut.)

Tässä työssä päädyttiin käyttämään teemahaastattelua eli puolistrukturoitua haastattelua. Teemahaastattelu on lähempänä strukturoimatonta kuin strukturoitua haastattelumuotoa. Sitä kutsutaan puolistrukturoiduksi syystä, että haastattelussa käytettävät teema-alueet ovat kaikille samat. Teemahaastattelussa ei kuitenkaan ole kysymyksille tarkkaa muotoa tai järjestystä, mutta se ei myöskään ole täysin vapaa niin kuin syvähaastattelu. (Hirsjärvi & Hurme 2001, 48.)

Haastattelurunkoa (liite 2) aloin suunnitella Microsoft Wordille teemoittain. Teemoja tuli lopulta haastatteluun kolme: ennen alkeiskurssia, alkeiskurssilla ja alkeiskurssin jälkeen. Ensimmäisessä teemassa pyrittiin selvittämään haastateltavien mahdollisia ennako käsityksiä golfista lajina, heidän aikaisempaa suhdettaan lajiin sekä yleisesti heidän lähtökohtia harrastuksen aloittamiseen. Toisessa teemassa keskityttiin alkeiskurssin käsittelyyn. Teeman tavoitteena oli selvittää mikäli vastaukset tutkimusongelmaan, löytyy alkeiskurssista. Esimerkiksi jos kurssilla käyneet eivät kokeneet saaneensa tarpeeksi hyviä lähtökohtia kurssilta harrastuksen jatkamiseen. Kolmannessa teemassa käsiteltiin tutkimusongelman kannalta tärkeimpiä asioita. Teeman avulla pyrittiin suoraan selvittämään syitä miksi osa pelaajista jatkoi harrastusta ja osa taas ei. Lisäksi haluttiin selvittää voisiko OGK seurana tehdä asialle jotain. Haastattelurunkoon laadin jokaisen teeman kohdalle pääkysymykset, joilla pyrittiin saamaan mahdollisimman laajoja vastauksia kuhunkin teemaan liittyen. Näiden pääkysymysten alla oli tarvittaessa käytettyjä apukysymyksiä, mikäli pääkysymyksellä ei saatu kaikkiin haluttuihin asioihin vastauksia. Haastattelurunkoa testattiin kahdella koehaastattelulla, joihin osallistui kaksi OGK:n naistoimikunnan henkilöä.

Haastattelupyynnön saate (liite 1) lähetettiin viikolla 15, jonka jälkeen henkilöihin otettiin yhteyttä puhelimitse. Varsinaiset haastattelut toteutettiin viikoilla 16 ja 17. Kesän 2016 aikana OGK:n järjestämille alkeiskursseille osallistui yhteensä 45 naista, joista haastatteluihin valikoitui yhteensä yhdeksän (9) henkilöä ja osallistumispalkkioksi heille annettiin kymmenen (10) euron lahjakortti Huovisen leipomoon. Haastattelujen määrä oli mielestäni riittävä tähän tutkimukseen, koska haastatteluprosessissa saavutettiin niin sanottu saturaatiopiste. Hirsjärvi ja Hurme (2001, 60) mainitsivat, että saturaation saavuttamiseksi haastatellaan niin kauan, että uudet haastateltavat eivät anna enää mitään olennaisesti uutta tietoa. Vastuu tämän tilanteen löytämisessä on tutkijalla itsellään,

koska hänen on pystyttävä päättämään missä pisteessä haastattelut voidaan lopettaa ja milloin aineistoa on tarpeeksi merkittävien tulosten saamista varten.

Haastattelujen kesto oli keskimäärin noin 25 minuuttia hieman haastateltavan puheliaisuudesta riippuen. Kaikki haastattelut nauhoitettiin tarkempaa analysointia varten. Haastattelujen jälkeen litteroin haastattelut MS Word tiedostoihin. Litteroinnin jälkeen aineisto luettiin läpi useampaan kertaan ja lisäksi luettaessa kirjasin aineistoon ylös mieleen tulleita huomioita vastauksista. Tämän jälkeen haastatteluja analysoitiin koostamalla vastaukset ensin ylös teema-alueittain, jonka jälkeen oli helppoa suorittaa vastauksien vertailua niin ryhmien sisäisesti kuin toiseenkin ryhmään verraten. Tämän avulla pyrin löytämään eroja sekä yhtäläisyyksiä vastauksista. Analysoinnin jälkeen löydetyt tulokset koottiin erilliseen tiedostoon raportin kirjoittamista varten.

6 TULOKSET

Tutkimuksen aineisto kerättiin haastattelemalla kesän 2016 aikana alkeiskurssin suorittaneita naispelaajia. Haastatteluihin pyrittiin valitsemaan viisi (5) henkilöä molempiin ryhmiin, eli harrastusta alkeiskurssin jälkeen jatkaneisiin ja ei-jatkaneisiin. Loppujen lopuksi yhden peruuntumisen vuoksi ei-jatkaneiden ryhmään tuli neljä (4) haastateltavaa. Haastatteluista neljä (4) toteutettiin Oulun Golfkerhon talvitoimistolla Nallisportissa ja loput viisi (5) haastatteluista suoritettiin haastateltavien toiveiden vuoksi heidän työpaikoillaan.

6.1 Tausta

”Ennen alkeiskurssia” oli haastattelun ensimmäinen teema. Kysymyksissä käsiteltiin minkälaisia ennakkokäsityksiä henkilöillä oli golfiin liittyen, sekä vastasiko golf näitä käsityksiä, miten he päätyivät lajia kokeilemaan ja onko heillä paljon tuttuja lajin parissa. Kyseisellä teemalla pyrittiin siis kartoittamaan henkilöiden lähtötilannetta.

Yleisesti haastateltavilla ei ollut juurikaan erityisiä ennako käsityksiä golfiin liittyen. Odotukset siitä, että golf mielletäisiin edelleen hieman elitistiseksi lajiksi, eivät tuntuneet pitävän paikkaansa. Muutamilla henkilöillä oli mielessä ennen kurssia, että golf on lajina hieman kallis. Nämä odotukset kuitenkin suurimmaksi osaksi hävisivät sitä mukaa, kun lajiin pääsi tutustumaan paremmin. Tämän jälkeen harrastuksen henkilöt kokivat lähinnä alkumaksut hieman kalliiksi, mutta muuten lajia ei pidetä juurikaan muita harrastuksia kalliimpana.

Lajin parissa kurssin jälkeen jatkaneet päätyivät lähes kaikki jonkun tutun tai lähipiiriin kuuluvan, jo entuudestaan lajin parissa toimineen, henkilön houkuttelemana. Kun taas toisen ryhmän edustajista ainoastaan yksi päätyi lajin pariin tuttavien kautta. Muilla kipinä lajin kokeilusta tuli muuta kautta, esimerkiksi hieman yllättäen tarjoutuneen mahdollisuuden tai päähän piston kautta. Potentiaalisten pelikavereiden määrässä kahden ryhmän välillä oli suuri ero. Ensimmäisen teeman muita huomioita löytyy taulukosta 1.

Taulukko 1. Teeman 1 muita huomioita

Urheilutausta?	<ul style="list-style-type: none">• Monipuolisesti sekä joukkue- että yksilöurheilutaustaa.• Edustettuna oli sekä kilpa- että harrasturheilu taustaisia henkilöitä
Odotukset harrastukselta?	<ul style="list-style-type: none">• Hyvä olo• Terveys• Irtiotto arjesta• Kunnan kohottaminen• Sosiaalisuus

6.2 Alkeiskurssi

Toisessa teemassa käsiteltiin alkeiskurssia ja pyrittiin selvittämään, mikäli kurssin sisällöstä löytyisi jotain kehitettävää minkä avulla saataisiin useampi henkilö jatkamaan harrastusta. Sisällössä olisi parannettavaa esimerkiksi tilanteessa, jossa pelaajat eivät koe saaneensa riittävän hyviä lähtökoh-
tia alkeiskurssilta harrastuksen aloittamiseen.

Harrastusta jatkaneet henkilöt olivat alkeiskurssiin suurimmaksi osaksi tyytyväisiä. Kurssin keston ja opettajaan oltiin äärimmäisen tyytyväisiä ja hinta koettiin kohtuulliseksi. Kuitenkin pelaajat toivoivat lisää nimenomaan lyöntiharjoituksia. Yleisesti pelaajat ymmärtävät, että säännöt ovat tärkeässä osassa golfia ja ne tulee tietää, jotta kentällä osaa toimia oikein. Huomiona nousi kuitenkin sääntöihin liittyen esiin se, että säännöt, oppii parhaiten pelaamalla ja kentällä kiertäessä kokeneempien pelaajien mukana. Alkeiskurssista ei kuitenkaan löytynyt syitä siihen, miksi osa pelaajista oli harrastuksen jättänyt kurssin jälkeen, sillä myös toisen ryhmän edustajat kokivat alkeiskurssin sisällön hyväksi sekä kokivat saaneensa erittäin hyvät lähtökohdat kurssilta harrastuksen jatkamiseen.

Pelaajilta kysyttäessä kokisivatko he tarvetta alkeiskurssilla jaettavalle infopakettiin, johon koottaisiin infoa pelioikeusasioista, jatko-opetus mahdollisuuksista, välinehankinnoista yms. Olivat kaikki

yhtä mieltä siitä, että tällaiselle olisi hyvinkin käyttöä. Etenkin sellaisille henkilöille, joilla ei ole tuttavuuksia kertomassa näistä asioista. Tälläkin hetkellä alkeiskurssilla jaetaan jonkinlaisia infolappuja osallistujille, mutta ongelmana on, että tällaiset irralliset laput menevät enemmän tai vähemmän pienen vilkaisun jälkeen hukkaan. Tämän vuoksi haastateltavat toivoivatkin, että infopaketti laadittaisiin yksi suuri kokonaisuus, joka olisi sitä kautta helpompi säilyttää tai mikäli infopaketti voisi rakentaa esimerkiksi sähköiseksi versioksi. Toisen teeman muita huomioita löytyy taulukosta 2.

Taulukko 2. Haastattelu teeman 2 muita huomioita

Alkeiskurssi kokemuksena?	<ul style="list-style-type: none"> • Aluksi hieman tietotulva • Lyöntejä enemmän • Opettaja todella hyvä • Opettajan kanssa yhteinen kierros toiveissa
Olisiko tarvetta naisryhmille?	<ul style="list-style-type: none"> • Haastateltavat eivät kokeneet tarvetta
Parasta golfissa?	<ul style="list-style-type: none"> • Ulkoilu • Sosiaalisuus • Lyöminen

6.3 Kurssin jälkeen

Kolmantena teemana käsiteltiin tutkimusongelmien kannalta tärkeimpiä asioita. Ensimmäisillä teemoilla pyrittiin saamaan taustatietoa henkilöistä ja mahdollisesti sitä kautta löytämään syitä ja motivaatioita jatkopäätöksen takana. Kolmannessa teemassa pyrittiin selvittämään suoraan syitä siihen miksi osa henkilöistä päätyi jatkamaan ja miksi osa jätti harrastuksen alkeiskurssiin. Teeman avulla pyrittiin myös löytämään mahdollisia tekijöitä joihin OGK voisi seurana vaikuttaa ja tätä kautta edesauttaa pelaajien jatkamista.

Jatkoon vaikuttavia syitä ilmeni useampia pelaajien kesken. Golfissa koettiin parhaiksi piirteiksi ulkoilu, sosiaalisuus ja lyöminen itsessään sekä osa koki myös mukana golfissa saadun eräänlaisen irtioton arjesta hyvin tärkeäksi piirteeksi. Haastatteluissa nousi esille jatkaneiden osalta heidän oma

motivaationsa ja niin sanottu ihastuminen golfiin jo alkeiskurssin aikana. Golfkärpänen puraisi henkilöitä jo kurssilla. Jatkon kannalta kuitenkin suurena tekijänä jokaisella haastateltavalla oli myös lajin parissa olleet tuttavat. Kuten jo edellä mainittiin, harrastusta jatkaneilla oli kontakteja lajin pariin jo entuudestaan ennen alkeiskurssille menoa. Tällä koettiin olevan suuri vaikutus lajin jatkamisen helppouden kannalta, se madaltaa jatkamisen kynnystä todella paljon. Haastatteluissa tuli esille kommentteja, että ilman tällaista lajin parissa ollutta henkilöä harrastus olisi varmasti jäänyt alkeiskurssiin.

Harrastuksen alkeiskurssiin jättäneiltä nousi haastatteluissa muutamia syitä esille, jotka vaikuttivat osittain siihen, että harrastus ei jatkunut. Tällaisia syitä olivat muun muassa kurssin suorittamisen hankala ajankohta golfkauden kokonaisuutta ajatellen. Toisin sanoen pelaajan suorittaessa kurssin loppusyksyllä, kun golfkausi alkaa jo olemaan pidemmän päälle ohitse.

Myös sitoutuminen lajiin koettiin jatkoon hieman vaikuttaneeksi tekijäksi. Golf vaatii lajina sitoutumista niin ajallisesti kuin myös taloudellisesti. Kuten jo edellä todettua golf vaatii aloitusvaiheessa hieman monia muita harrastuksia suurempia maksuja. Maksuja kertyy muun muassa jäsenmaksuista, pelioikeuksista ja välinehankinnoista. Nämä ja ajallisen sitoutumisen suhteen olevat epäilyt, kun yhdistää henkilön mahdolliseen epävarmuuteen siitä tuleeko lajista pidempi aikainen harrastus vai jääkö se vain kokeilun tasolle, on ymmärrettävää jos henkilö päättää olla kokeilematta lajia alkeiskurssin jälkeen.

Edellä mainituista syistä huolimatta haastatteluista analysoidessa ja tulkintoja tehdessä huomio kiinnittyi ennen kaikkea henkilöiden kommentteihin sekä tuntemuksiin pelikavereihin liittyen. Kuten jo aikaisemmin on todettu, ”ei-jatkaneiden” ryhmässä henkilöillä ei ollut yhtä lukuun ottamatta lähi- tai tuttavapiiriin kuuluvia henkilöitä lajin parissa. Henkilöiden mielestä tällä oli suuri merkitys siihen, miksi lajia ei jatkettu alkeiskurssin jälkeen. Golf on lajina hyvin sosiaalinen ja harvat käyvät pelaamassa kierroksia yksin. Tämän vuoksi etenkin harrastuksen alkuvaiheessa tuttavien, jotka voivat opastaa aloittelijaa lajin saloihin, merkitys korostuu. Ryhmään kuuluneet henkilöt harmittelivatkin, ettei heillä ollut mahdollisuutta lähteä tuttavien kanssa pelaamaan ja kokivat, että mikäli olisi ollut lähipiirissä henkilöitä viemässä eteenpäin, harrastus olisi hyvinkin voinut jatkua.

Alkeiskurssin jälkeen toivottiin seuralta järjestettäväksi jatko-opetusta. Tällä hetkellä koetaan, että kurssin jälkeen pelaaja jää hieman yksin taitojen kehittämisen suhteen, mikäli yksityiset protunnit eivät kiinnosta. Talviharjoittelumallin mukaisesti myös kesäharjoitteluun toivottaisiin aktiivisempaa

mahdollisuutta esimerkiksi kerran viikossa järjestettävien aloittelijoille suunnattujen opetustuntien myötä. Seuran puolelta toivottaisiin myös apuja muihin pelaajiin tutustumisessa. Kuten jo aiemmin todettua pelikavereiden puute vaikutti suuresti siihen, että osa jätti harrastuksen alkeiskurssiin. Tutustuminen kerhon muihin jäseniin sekä muihin aloittelijoihin esimerkiksi viikoittaisissa harjoittelu ryhmissä olisi askel eteenpäin, joka voisi lisätä jäsenmäärää. Asia ei tullut toiveena ainoastaan lopettaneilta vaan myös harrastusta jatkaneilta.

Positiivista oli kuitenkin huomata, että lähes kaikki haastatellut, jotka eivät tällä hetkellä golfia harrasta olivat kiinnostuneita palaamaan lajin pariin tulevaisuudessa. Oulun Golfkerho on siltä osin onnistunut palvelussaan, koska henkilöille on kuitenkin jäänyt kerhosta positiivinen kuva ja paluu lajin pariin koetaan todennäköisenä tai ainakin mahdollisena. Nyt olisikin oiva mahdollisuus tehdä tarvittavia muutoksia, jotta kerhon tarjoama palvelu olisi entistä laadukkaampaa.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tarkoituksena oli löytää vastaukset tutkimusongelmina olleisiin kysymyksiin. Työ onnistui kokonaisuudessaan kohtalaisesti ja vastauksia tutkimusongelmiin saatiin. Näiden vastausten pohjalta Oulun Golfkerholla on mahdollista tehdä, esimerkiksi laajempi tilastollinen tutkimus alkeiskurssille osallistuneille henkilöille. Tutkimukseen voitaisiin ottaa hypoteeseiksi tästä työstä löytyneitä vastauksia ja selvittää mikäli näitä asioita koetaan laajemmassa mittakaavassa. Tämän tutkimuksen perusteella tehtäviä johtopäätöksiä on koottuna alla yhteenvetona.

Tutkimuksen tuloksista käy ilmi, että syyt pelaajien jatkamiseen tai jatkamatta jättämiseen eivät löydy alkeiskurssia edeltävästä ajasta tai alkeiskurssin huonosta sisällöstä. Tästä syystä toimintaa pitäisi kehittää nimenomaan sen suhteen mitä tapahtuu alkeiskurssin jälkeen. Tällä hetkellä pelaajat kokivat jäävänsä hieman yksin taitojen hiomisessa sekä pelikavereiden löytämisessä. Molemmat näistä ovat asioita, joihin mielestäni kerholla on mahdollisuus vaikuttaa ja sitä kautta madaltaa kynnystä harrastuksen aloittamiseen.

7.1 Jatko-opetus

Jatko-opetus mahdollisuudet nousivat aktiivisesti esiin haastatteluissa ja tässä olisikin yksi hyvä kehittämisen kohde. Tällä hetkellä seuralta on tarjolla Pron tarjoamia yksityistunteja, mutta ei yleisiä aloittelijoille suunnattuja viikoittaisia opetustunteja. Tai ainakaan sellaisista eivät pelaajat ole tietoisia. Talviharjoittelussa kerholla on käytössä viikoittaiset opetustunnit ja niissä käyneet henkilöt ovat olleet todella tyytyväisiä. Tällaisista viikoittaisista kursseista voisi ottaa mallia myös kesäharjoitteluun. Huomioiden, että haastateltavat toivoivat niiden suuntaamista nimenomaan aloittelijoille, jotta päästäisiin harjoittelemaan oman tasoisten henkilöiden kanssa. Pelaajille tulisi tarjota aktiivisempaa tukea heidän polulleen hyväksi golfpelaajaksi. Tällaiset kerran viikossa järjestettävät kurssit mahdollistaisivat sen hyvin.

Kursseille on myös kysyntää kokeneempien pelaajien joukossa, mikä kävi ilmi Nina Vuorikosken (2017, 32) opinnäytetyöstä, jossa Pron pitämille teematunneille oli kiinnostusta 63 kyselyyn vastanneella naispelaajalla (osallistuneita yhteensä 90). Kurssit eivät vaatisi suurempaa sitoutumista, koska niille voisi tulla aina, kun vain paikalle pääsee ja maksu voitaisiin suorittaa paikan päällä.

Ryhmiä olisi mahdollisesti hyvä jaotella hieman lähtötason mukaisesti, jotta teemat voidaan suunnata kohderyhmälle sopivaksi ja samalla tunnit tarjoaisivat hyvän mahdollisuuden päästä tutustumaan muihin vasta-aloitaneisiin pelaajiin, joista voi mahdollisesti löytää pelikavereita.

Kuten tietoperustassa on mainittu, kun palvelut suunnitellaan vastaamaan käyttäjien tarpeita, on näiden tarpeiden selvittäminen erittäin tärkeää. Hyvin jäsenneily ja analysoitu tieto asiakkaiden käyttäytymisestä ja heille arvoa tuottavista asioista antaa mahdollisuuden sellaisten palvelukonseptien luomiselle, joista asiakkaat ovat valmiita maksamaan. Jatko-opetuksen tarve oli yksi tuloksista esille nousseista asioista ja tällaisen opetuksen järjestäminen tarjoaa OGK:lle mahdollisuuden luoda asiakkailleen uudenlaista arvoa, josta he selkeästi olisivat valmiita maksamaan. OGK:n asiakkaiden itsensä kautta on kyseinen tarve selvitetty ja nyt siihen on mahdollisuus tarttua.

7.2 Yhteisöllisyys ja kynnyksen madaltaminen

Toinen suuri kehittämisen kohde olisi avun tarjoaminen uusille potentiaalisille pelaajille pelikavereiden löytämiseen. Kuten jo tutkimuksen tuloksissa todettiin, harrastuksen alkeiskurssiin jättäneillä ei ollut potentiaalisia pelikavereita tiedossa samalla tavoin kuin harrastusta jatkaneilla. Myös jatkaneet mainitsivat pelikavereiden tärkeyden useaan otteeseen.

OGK:n puolesta ja erityisesti naistoimikunnalta tarvittaisiin aktiivisempaa toimintaa asiaan liittyen. Kerhon kautta voitaisiin järjestää yhteistoimintaa esimerkiksi tutustumisiltoja välinetestausten parissa. Tällaisissa tapahtumissa luotaisiin mahdollisuuksia aloitteleville pelaajille tutustua niin muihin aloittaneisiin kuin myös hieman kokeneempiin pelaajiin, jotka nimenomaan voisivat opastaa ja auttaa aloittelijan kehityksessä. Toimintaan vaaditaan aktiivista tiedottamista, jotta viesti saadaan pelaajille asti ja tapahtumiin saataisiin mahdollisimman paljon ihmisiä paikalle. Nina Vuorikosken (2017, 31) työstä selvisi myös, että todella monella jo lajin parissa olevalla pelaajalla on tuttavapiirissä henkilöitä, jotka olisivat kiinnostuneita aloittamaan lajin sekä useat pelaajat olisivat myös halukkaita tuomaan ystäviään ilmaisiin tapahtumiin tutustumaan lajiin. Kaikki tällaiset tapahtumat olisivat loistavia mahdollisuuksia aloitteleville pelaajille päästä tutustumaan ja luomaan verkostoja lajiin, mikä ehdottomasti madaltaa aloittamisen kynnyksiä.

Viimeisimpänä johtopäätöksenä on aloittamisen kustannusten kaventaminen. Kyseessä voi olla OGK:n puolelta mahdoton tehtävä, mutta mielestäni pienillä muutoksilla aloittamista voitaisiin jo

helpottaa suuresti. Haastattelujen perusteella pelaajille tarjotaan mahdollisuutta käydä kipinäkierros alkeiskurssin jälkeen. Kyseiselle kierrokselle voi mennä edullisesti kokeilemaan golfia ihan oikeasti kentällä, jonkun golfia pelaavan henkilön kanssa.

Tämän jälkeen pelaajan, joka liittyy OGK:n jäseneksi, on ostettava ns. 5-kortti (oikeuttaa pelaamaan viisi täyttä kierrosta). Kyseisen kortti maksaa aloittelijalle 200 €. Mielestäni olisikin aihetta miettiä, voisiko alkeiskurssin pakettiin liittää muutaman kierroksen pelioikeus? Tai aloittelijalle annettaisiin oikeus käydä pelaamassa Sankivaarassa esimerkiksi kolmesta viiteen ensimmäistä kierrosta pelkällä green fee -maksulla. Tällä tavoin aloittelevan pelaajan olisi helpompaa lähteä kokeilemaan lajia vielä alkeiskurssin jälkeen ilman turhan suuria maksuja. Kun kyseessä on henkilö, joka haluaisi kurssin jälkeen lajia vielä kokeilla, mutta ei ole täysin varma jatkuuko harrastus kokeilun jälkeen, voi tuollainen 200 euron hinta tuntua kohtuuttomalta.

Yhteisöllisyyden kasvattamisen ja alussa vaadittavien maksujen minimoimisen avulla, OGK:lla on mahdollisuus parantaa asiakkaidensa palvelusta saamaa kokemusta. Asiakaskokemus on ihmisten tekemien yksittäisten tulkintojen summa ja tästäkin syystä yrityksillä ei ole täysin mahdollista vaikuttaa millaisen kokemuksen asiakas muodostaa, mutta yritys voi vaikuttaa siihen millaisia kokemuksia he pyrkivät luomaan. Lisäämällä yhteisöllisyyden tunnetta tapahtumien luomisen avulla, voidaan asiakkaille saada luotua huomattavasti parempia kokemuksia golfista lajina kuin siinä tapauksessa, että alkeiskurssin jälkeen asiakas jää yksin harrastuksen kanssa. Maksujen minimointi liittyy samaan asiaan, koska turhan suurien maksujen vaatiminen heti alussa, ei varmasti paranna asiakkaan saamaa kokemusta harrastuksesta.

8 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli löytää syitä siihen miksi osa alkeiskurssin suorittaneista naisista ei jatka harrastusta alkeiskurssia pidemmälle. Työn avulla pyrittiin myös selvittämään mikä sai osan henkilöistä jatkamaan ja näiden asioiden kautta selvittämään olisiko Oulun Golfkerhon toiminnalla mahdollista vaikuttaa siihen, että useammat naiset jatkaisivat harrastusta. Työ toteutettiin laadullisena tutkimuksena, jossa aineiston keräämisen keinoksi valikoitui teemahaastattelu. Teemahaastattelu oli mielestäni osuva vaihtoehto tähän työhön, sillä sen avulla saatiin paljon aineistoa ja kuultiin suoraan kohderyhmään kuuluvien henkilöiden mielipiteitä sekä kokemuksia. Haastattelujen avulla pystyttiin kehittämään kerhon asiakasymmärrystä.

Opinnäytetyö pyrki vastaamaan kysymyksiin:

- Miksi alkeiskurssille osallistuvat naiset eivät jatka golf harrastusta?
- Mitkä ovat mahdolliset esteet aloittamiselle?
- Mikä sai alkeiskurssin käyneen naisen aloittamaan golfharrastuksen?

Opinnäytetyö prosessi alkoi Joulukuussa 2016 jolloin pidettiin työn aloituskeskustelu. Aloituskeskustelun jälkeen alkoi työstäminen tietoperustan parissa. Tietoperusta osoittautui suhteellisen työlääksi vaiheeksi ja vei huomattavasti enemmän aikaa kuin aluksi olin suunnitellut. Tietoperustan valmistuttua aloin suunnittelemaan haastattelurunkoa. Tähän sain paljon vinkkejä ohjaavalta opettajalta sekä Oulun Golfkerholle aiemmin tehdyistä opinnäytetöistä. Haastattelurunkoa testattiin huhtikuun puolenvälin tienoilla ja varsinaiset haastattelut olivat huhtikuun lopussa, runkoon tehtyjen viimeisten korjausten jälkeen. Esitysseminaari pidettiin toukokuussa 2017 mikä oli alusta asti suunnitelmassa, joten siltä osin aikataulussa pysyttiin.

Tuloksissa saatiin mielestäni muutamia vastauksia tutkimusongelmiin nostettua esille. Suurimmat syyt henkilöiden jatkon kannalta olivat heidän oma innostuksensa sekä tuttavapiiri golfin parissa, jotka auttoivat lajissa eteenpäin. Golfista muodostui ns. yhteinen harrastus. Jatkamatta jättämiseen saatiin myös selvitettyä muutamia syitä. Kurssin suorittaminen loppusyksystä ja sitoutuminen lajiin olivat syitä, jotka vaikuttivat henkilöiden päätökseen vaikkakin pelikavereiden puute nousi tässäkin ryhmässä vahvasti esille. Tuloksista on mielestäni kohtalaiset valmiudet Oulun Golfkerholla jatkaa eteenpäin kohti tulevaa kesää tekemällä muutamia muutoksia palveluunsa, joiden avulla voidaan

asiakkaan saamaa kokemusta parantaa huomattavasti. Esimerkiksi jatko-opetus mahdollisuudet ovat tähän oivallinen mahdollisuus. Myös jatkotutkimuksen aiheena voisi olla tilastollinen tutkimus, jossa tutkittaisiin, koetaanko tässä tutkimuksessa esille nousseita asioita laajemmassa mittakavassa.

Tutkimuksen tuloksia voidaan mielestäni pitää kohtalaisen luotettavina. Haastatteluissa saavutettiin niin sanottu saturaatiopiste eli uusimmissa haastatteluissa ei tullut esille enää olennaisesti uutta tietoa. Tällä perusteella voidaan todeta haastateltavien olleen riittävä määrä mikä lisää tulosten luotettavuutta. Samanlaisia tuloksia nousi myös esille kahdessa muussa saman kevään aikana OGK:lle tehdyissä opinnäytetöissä. Tällaiset yhtäläisyydet nostavat luotettavuutta edelleen ja tutkimusta voidaan pitää onnistuneena.

Opinnäytetyötä oli sinänsä mielenkiintoista tehdä, koska vastaavaa työtä ei ole Oulun Golfkerholle aiemmin tehty ja, koska seurassa on tällaiselle tutkimukselle havaittu tarvetta. Työ tulee siis hyvin tarpeeseen ja mielestäni työstä löytyy muutamia kehitysehdotuksia, joiden perusteella työ on hyvinkin käyttökelpoinen. Ennen isompia kehittämistoimenpiteitä Oulun Golfkerhon olisi kuitenkin hyvä tutkia esiin nousseitten asioiden paikkaansa pitävyyttä laajemman tilastollisen tutkimuksen avulla.

Opinnäytetyö prosessiin olen kokonaisuudessaan kohtalaisen tyytyväinen. Työ oli haastava ja erittäin työläs, mutta työn kautta oppi myös paljon tutkimuksen tekemisestä. Jälkeenpäin ajateltuna olisi pitänyt varata enemmän aikaa tietoperustan kirjoittamiseen. Alkuperäisessä aikataulussa aloitusseminaarista ohjausseminariin ei pysytty, koska tietoperusta vei huomattavasti oletettua enemmän aikaa. Tutkimuksen tulokset ovat mielestäni kohtuullisia, koska tutkimusongelmiin saatiin muutamia vastauksia ja työ tarjoaa mahdollisuuksia jatkotutkimuksille. Mitään sen mullistavampia tuloksia työssä ei mielestäni noussut esille.

LÄHTEET

Arantola, H. & Simonen, K. 2009. Palvelemisestä palveluliiketoimintaan – Asiakasymmärrys palveluliiketoiminnan perustana. Hakupäivä 27.2.2017. http://www.tekes.fi/Julkaisut/palvelemisesta_palveluliiketoimintaan.pdf.

Golffiitto. 2017. Golf Suomessa. Hakupäivä 19.5.2017. <https://golf.fi/golf-suomessa/>

Golffiitto. 2017. Vuosikertomus 2016. Hakupäivä 19.5.2017. <https://golf.fi/wp-content/uploads/sites/4/2017/02/vuosikertomus-2016.pdf>

Golfpiste. 2017. Aloita golf. Hakupäivä 29.12.2017. <https://golfpiste.com/kategoria/aloina-golf/golf-pelina>.

Hirsjärvi, S & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Karvonen, T. Golfhässäkä – jäsen tapahtuman suunnittelu ja toteutus. Hakupäivä 13.1.2017. <http://www.theseus.fi/handle/10024/31433>.

Löytänä, J. & Kortesoja, K. 2011. Asiakaskokemus: Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.

Niku, E. 2004. Kolme kenttää – tuhat tarinaa. Oulu: Oulun Golfkerho

Oulun Golfkerho. 2017. Oulun Golf. Hakupäivä 13.5.2017. <http://www.oulugolf.fi/oulun-golf/oulun-golfkerho.html>.

Remahl, J. 2014. Naisgolfareiden toiveiden ja tarpeiden kartoitus. Hakupäivä 29.12.2016. <http://www.theseus.fi/handle/10024/74578>.

Saunders, V. 1999. Golfin käsikirja. Kaikentasoisten pelaajien luotettava opas. Suom. L. Tilander. Helsinki: Tammi.

Saunders, V. 2000. Naisten golfin käsikirja. Perusteellinen opas oman pelin kehittämiseen. Suom. P. Rekiaro. Helsinki: Tammi.

Stirk, D. 1999. Golfin historia. Hämeenlinna: Recallmed.

Suomen Golfhistoriallinen Seura ry. 2011. Pelin Historia. Hakupäivä 25.1.2017, http://www.sghs.fi/historia_peli.html.

Suomen Golfhistoriallinen Seura ry. 2011. Suomen golfin historiaa. Hakupäivä 30.3.2017, http://www.sghs.fi/historia_suomi.html.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Helsinki: Talentum.

Tuulaniemi, J. 2011. Palvelumuotoilu. Hakupäivä 26.5.2017. <https://www-ellibslibrary-com.ezp.oamk.fi:2047/reader/9789521416880>

Voutilainen, K. 2014. Oulun Golfkerho ry:n toiminnan kehittäminen palvelumuotoilun keinoin. Hakupäivä 15.2.2017. <http://www.theseus.fi/handle/10024/73871>.

Vuorikoski, N. 2017. Oulun Golfkerho ry:n naisten toiveet ja tarpeet. Hakupäivä 20.5.2017. <https://www.theseus.fi/handle/10024/128670>

Wikipedia. 2017. Laadullinen tutkimus. Hakupäivä 30.3.2017. https://fi.wikipedia.org/wiki/Laadullinen_tutkimus.

Wikipedia. 2017. Sankivaaran golfkenttä. Hakupäivä 30.1.2017. https://fi.wikipedia.org/wiki/Sankivaaran_golfkentt%C3%A4.

Haastattelupyynnön saate

Hyvä alkeiskurssin käynyt nainen,

Hienoa, että tutustuit viime kesänä uuteen lajiin, joka toivottavasti tuo Sinulle iloa ja uuden mielekkään harrastuksen.

Vuosi 2017 on valtakunnallinen naisten golfvuosi. Oulun Golfin naistoimikunta haluaa kehittää aloittelijoiden pelaajakokemusta ja madaltaa golfin aloittamisen kynnystä. Oulun Golf tekee kyselyn kaikille alkeiskurssin viime kesänä käyneille ja näistä on poimittu kymmenen naista, joita pyydetään osallistumaan teemahaastatteluun.

Tarvitsemme arvokkaan näkemyksesi, joten pyydämme Sinua osallistumaan tutkimukseen. Tutkimus toteutetaan haastatteluna, joka kestää noin puoli tuntia. Haastattelut tekee Oulun ammattikorkeakoulun tradenomiopiskelija Anssi Heikkilä, joka on Sinuun yhteydessä lähiaikoina ja sopii haastatteluajan kanssasi. Haastattelut ovat luottamuksellisia. Kiitoksena ajastasi muistamme Sinua kahvilalahjakortilla.

Kehittämisterveisin,

Oulun Golfin naistoimikunta

(HARRASTAJAT)

Yleistä, taustaa:

- Minkälainen urheilutausta teillä on? Mitä haette harrastukseltanne?
 - Urheilutausta (Mitä harrastanut? Kuinka aktiivisesti? Mahdolliset muut harrastukset tällä hetkellä?)
 - Toiveet / odotukset harrastukselta

Teema 1. Golfiin ja alkeiskurssiin liittyviä:

- Mistä innostus golfin kokeilemiseen lähti? (Main question)
- Miten löysitte golfin ja mikä sai teidät sitä kokeilemaan? (Main question)
 - Mikä sai lähtemään alkeiskurssille?
 - Aikaisempi suhde golfiin?
 - Miksi juuri OGK?
 - Ennako odotukset/käsitykset golfista. Voisiko näitä muuttaa/vähentää?
 - Vastasiko golf omia ennako odotuksia/käsityksiä. Jos ei miksi?
 - Pelaavatko monet tuttavat?

Teema 2. Alkeiskurssilla:

- Minkälainen kokemus alkeiskurssi oli sinulle kokonaisuutena? (Main question)
- Kerro hieman alkeiskurssista ja sen sisällöstä? Millainen kokemus se oli? (Main question)
 - Yksin, kaverin vai puolison kanssa?
 - Alkeiskurssin sisältö (ohjaus, teoria). Kaipaisiko jotain lisää? Oliko jotain liikaa? Tarpeeksi yksilöllistä ohjausta?
 - Alkeiskurssin hinta
 - Alkeiskurssin kesto
 - Olisitko kaivannut jotain lisää/vähemmän? Tuliko liikaa asiaa?
 - Sankivaara yleisesti (kenttien kunto, siisteys, kenttien haastavuus, henkilökunta, ravintola yms.)

Teema 3. Alkeiskurssin jälkeen:

- Mitkä syyt saivat jatkamaan harrastusta? Ja miten harrastaminen alkeiskurssin jälkeen on sujunut? (Main question)
- Minkälaisia ajatuksia teillä on jatkoon kannalta? (Main question)
 - Tarvetta lisä golfopetukselle
 - Mikä sai jatkamaan? Konkreettiset syyt
 - Omatoiminen harjoittelu? Talvella?
 - Pelikaverit

- Oliko alkeiskurssi ryhmällä erityinen merkitys? Tutustuitko heihin, saiko heistä pelikavereita?
- Mitä mieltä henkilö olisi, jos olisi vain naisten ryhmä?
- Odotukset jatkolta
- Miten 2. kesä? Jatkatko? Onko pelioikeus hankittuna? Liittyminen seuraan?
- Mikä mietityttää & askarruttaa tässä vaiheessa, alle 100 pv kauden alkuun
- Olisiko hän kaivannut kirjallista materiaalia tms seurasta, pelioikeusasioista jne. olisiko tarvetta 'aloittelijan infopakettille'?
- Parasta golfissa

Vapaa sana:

- Kehitysehdotuksia Golfkerholle
- Onko jotakin muuta, mitä henkilö haluaisi ottaa esille?

(Ei harrastajat)

Yleistä, taustaa:

- Minkälainen urheilutausta teillä on? Mitä haette harrastukseltanne?
 - Urheilutausta (Mitä harrastanut? Kuinka aktiivisesti? Mahdolliset muut harrastukset tällä hetkellä?)
 - Toiveet / odotukset harrastukselta

Teema 1. Golfiin ja alkeiskurssiin liittyviä:

- Mistä innostus golfin kokeilemiseen lähti? (Main question)
- Miten löysitte golfin ja mikä sai teidät sitä kokeilemaan? (Main question)
 - Mikä sai lähtemään alkeiskurssille?
 - Aikaisempi suhde golfiin?
 - Miksi juuri OGK?
 - Ennakko odotukset/käsitykset golfista. Voisiko näitä vähentää/muuttaa?
 - Vastasiko golf omia ennakko odotuksia/käsityksiä? Jos ei, miksi?
 - Pelaavatko monet tuttavat?

Teema 2. Alkeiskurssilla:

- Minkälainen kokemus alkeiskurssi oli sinulle kokonaisuutena? (Main question)
- Kerro hieman alkeiskurssista, millainen kokemus se oli? (Main question)
 - Yksin, kaverin vai puolison kanssa?
 - Alkeiskurssin sisältö (ohjaus, teoria). Kaipaisiko jotain lisää? Oliko jotain liikaa? Tarpeeksi yksilöllistä ohjausta?
 - Alkeiskurssin hinta
 - Alkeiskurssin kesto
 - Olisitko kaivannut jotain lisää/vähemmän?
 - Sankivaara yleisesti (kenttien kunto, siisteys, kenttien haastavuus, henkilökunta, ravintola yms.)

Teema 3. Alkeiskurssin jälkeen:

- Mitkä syyt johtivat siihen, ettette jatkanut harrastusta enää alkeiskurssin jälkeen?
 - Olisiko aloittamista voitu helpottaa?
 - Lisäopetuksen tarve
 - Miksi et jatkanut harrastusta? Konkreettiset syyt / Mahdolliset esteet
 - Olisiko jotain voitu tehdä paremmin? Olisiko seura voinut jotakin, mikä olisi saanut aloittamaan?
 - Pelikaverit?
 - Aikooko palata lajin pariin myöhemmin, kun esim. lapset kasvaneet, taloudellinen tilanne parempi tms...

Vapaa sana:

- Kehitysehdotuksia Golfkerholle