

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

2019

Nadja Isoaho ja Joel Leppänen

MERI-TEIJO GOLFIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

Nadja Isoaho ja Joel Leppänen

MERI-TEIJO GOLFIN ASIAKASTYYTYVÄISYYS

[Click here to enter text.](#)

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia asiakkaiden tyytyväisyyttä Meri-Teijo Golfin palveluihin ja golfkenttään. Tutkimuksen päätavoitteena oli selvittää, mihin asiakkaat ovat tyytyväisiä ja missä olisi vielä kehitettävää.

Asiakastyytyväisyyden mittaaminen toteutettiin kyselytutkimuksena, jonka vastaajina toimivat Meri-Teijo Golfin oma jäsenistö sekä vieraspelaajat. Tiedonkeruumenetelmänä käytettiin Google formsia, joka lähetettiin omalle jäsenistölle sähköpostitse ja myös jaettiin jäsenille tarkoitetussa Facebook-ryhmässä. Vieraspelaajille kysely lähetettiin sähköpostitse, mutta osalle se tehtiin paikan päällä kierroksen jälkeen kasvotusten. Omasta jäsenistöstä kyselyyn vastasi 133 henkilöä 438:sta, sekä vieraspelaajista 104. Vieraspelaajille oli hieman erilainen kysely, mutta pääpiirtein samanlainen kuin omalle jäsenistölle. Kyselyn kysymykset laadittiin yhdessä toimeksiantajan kanssa.

Tämä opinnäytetyö koostuu kahdesta eri osasta. Teoriaosassa käydään läpi asiakastyytyväisyyttä yleisesti ja golfliiketoiminnassa sekä määritellään palvelua ja sen laatua. Empiirisessä osassa selostetaan tutkimuksen kulkua ja esitetään sekä analysoidaan tutkimustuloksia.

Tutkimuksesta selvinneiden tuloksien perusteella asiakastyytyväisyys on yleisesti ottaen hyvä, mutta kentän olosuhteet nostattivat eniten tyytymättömyyttä. Vastaajilta saatiin hyviä kehitysideoita kentän, kahvilan sekä ravintolan suhteen. Näiden kehityskohteiden perusteella pystyttiin laatimaan yritykselle kehitysideoita. Osa kehitysideoista onkin helposti toteutettavissa, kun taas osa vaatii enemmän suunnittelua sekä resursseja.

Tutkimuskysymyksiin saatiin tarpeeksi vastauksia sekä tarvittavat informaatiot. Tämän työn ansiosta toimeksiantajalla on mahdollisuus saada käsitys siitä, kuinka tyytyväisiä pelaajat ovat Meri-Teijo Golfissa. Kehitysideoiden ansiosta Meri-Teijo Golf pystyy nostattamaan asiakastyytyväisyyden tasoaan ja kehittämään toimintaansa entistä paremmaksi, mm. kohentamalla olosuhteita kentällä, laajentamalla kahvilan valikoimaa sekä päivittämällä klubin sisustusta.

ASIASANAT:

asiakastyytyväisyys, golf, asiakastyytyväisyystutkimus, palvelu, laatu

BACHELOR'S / MASTER'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business

2019 | number of pages 48, number of pages in appendices 11

Nadja Isoaho and Joel Leppänen

MERI-TEIJO GOLF CUSTOMER SATISFACTION

The aim of this thesis was to study customer satisfaction with Meri-Teijo Golf's services and golf course. The main goal was to find out the aspects that customers are happy about and on the other hand where there is room for improvement.

The study was implemented as a survey, where Meri-Teijo Golf's club members and guest players served as the target group. The data was collected with Google Forms survey, which was sent to Meri-Teijo's club members via email and also shared in club members' own Facebook group. To guest players the survey was also sent by email but a few guest players were interviewed face-to-face after a golf course. The survey was sent to 436 club members of which 133 players answered. From guest players there were 104 answers. To guest players the survey was somewhat different but mostly the same as for club members. The questions were prepared together with the commissioner.

This study consists of two parts. The theory section discusses customer satisfaction in general, as a survey, in golf business and it also deals with service and its quality. The Empirical part describes the research and shows results and analysis.

Based on the results the customer satisfaction was generally good, but the condition of the golf course itself was the major cause for dissatisfaction. Respondents gave good ideas to improve the golf course, café and restaurant. Based on these development targets the thesis suggests development ideas for the company. Some of the ideas are easily realizable and some of the ideas require more planning and resources.

Adequate number of responses to the research questions and needed information were obtained. According to this thesis, the client gets the idea how satisfied the customers are in Meri-Teijo Golf. Due to development ideas Meri-Teijo Golf can raise the level of customer satisfaction and to develop its business even better, for example by improving course conditions, expanding café menu and updating golf club's interior design.

KEYWORDS:

customer satisfaction, golf, survey, service, quality

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	11
2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY	13
3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS TUTKIMUKSENA	15
4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS GOLFLIIKETOIMINNASSA	17
4.1 Asiakastyytyväisyyden osatekijät	17
4.2 Kriittiset asiakastyytyväisyystekijät golfin pelaajille	19
5 PALVELUN LAATU – ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN KULMAKIVI	22
5.1 Hyvän palvelun laatuksiteerit	23
5.2 Koettu palvelun laatu	25
6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	27
6.1 Tavoite, rajaukset, tutkimusongelma- ja kysymykset	27
6.2 Tutkimusmenetelmä ja aineistonkeruu	28
7 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSEN TULOKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET	30
7.1 Vastaajien taustatiedot	30
7.2 Kenttä, pelaaminen ja kentän palvelut	32
7.3 Klubitalon palvelut	36
7.4 Sosiaalinen media ja kotisivut	39
7.5 Avoimet kysymykset	40
7.6 Yhteenveto	41
7.7 Kehittämisisideat	44
8 YHTEENVETO JA POHDINTA	46
LÄHTEET	48

LIITTEET

- Liite 1. Asiakastyytyväisyyskysely omille pelaajille.
Liite 2. Asiakastyytyväisyyskysely vieraspelaajille.

KAAVAT

Kaava 1. Kohderyhmä, omat pelaajat.	31
Kaava 2. Kohderyhmä, vieraspelaajat.	32
Kaava 3. Väylien kunto, omien pelaajien vastaukset.	33
Kaava 4. Väylien kunto, vieraspelaajien vastaukset.	34
Kaava 5. Kentän opastus, vieraspelaajien vastaukset.	35
Kaava 6. Kentän opastus, omien pelaajien vastaukset.	35
Kaava 7. Kentän mielenkiintoisuus, omien pelaajien vastaukset.	36
Kaava 8. Kentän mielenkiintoisuus, vieraspelaajien vastaukset.	36
Kaava 9. Tunnen itseni tervetulleeksi, omien pelaajien vastaukset.	37
Kaava 10. Tunsin itseni tervetulleeksi, vieraspelaajien vastauksia.	38
Kaava 11. Hintatason kohtuullisuus, vieraspelaajien vastaukset.	38
Kaava 12. Hintatason kohtuullisuus, omien pelaajien vastaukset.	39
Kaava 13. Kokonaiskokemus kentästä, vieraspelaajien vastaukset.	41
Kaava 14. Kokonaiskokemus kentästä, omien pelaajien vastaukset.	41
Kaava 15. Kokonaiskokemus klubista, vieraspelaajien vastaukset.	42
Kaava 16. Kokonaiskokemus klubista, omien pelaajien vastaukset.	42
Kaava 17. Kuinka moni suosittelisi.	43
Kaava 18. Kuinka moni suosittelisi.	43

KUVAT

Kuva 1. Hiilineutraalin golfkentän vaiheet (Suomen Golfkentät 2019).	14
--	----

KUVIOT

Kuvio 1. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat tekijät (Ylikoski 2001, 152).	18
Kuvio 2. Gofl-pelaajien tyytyväisyystekijöitä (Golf Digest 2013).	20
Kuvio 3. Palvelun laadun osatekijät (Grönroos 2001, 102).	23
Kuvio 4. Palvelun koettu kokonaislaatu (Grönroos 2001, 105).	25

KÄYTETYT LYHENTEET TAI SANASTO

Golfiin kuuluu oma sanastonsa ja esimerkiksi eli lyöntityypeille on omat käsitteensä. Golfiin pelaamiseen kuuluu myös mailojen lisäksi muita pelaamista helpottavia apuvälineitä. Myös kentällä on erilaista maastoa sekä esteitä ja näille kaikille löytyy omat terminsä. Tästä johtuen golfin sanasto on melko laaja ja olemme listanneet alle yleisimmät golfin termit.

Golf

Golfin perusidea on hyvinkin yksinkertainen: golfpallo yritetään saada aloituslyöntipaikalta noin 100-600 metrin päässä olevaan viheriöllä sijaitsevaan reikään ja mahdollisimman vähin lyönnein. Tämän saavuttamiseksi käytetään erilaisia golfmailoja ja lyöntejä.

Golfkierroksen voi pelata yksin tai ryhmissä, kuitenkin max 4 henkilöä per ryhmä. Täysmittainen kierros on 18 reikäinen ja kestää noin 3-4,5 tuntia riippuen pelinopeudesta ja ryhmän koosta. Täysmittaisen kierroksen aikana pelajaa kävelee keskimäärin 10 kilometriä ja lyö tyypillisesti 70-120 lyöntiä. (Golfpiste 2019).

Caddiemaster

Caddiemaster nimitystä käytetään golfkentän asiakaspalvelijasta, jonka vastuulle kuuluu pelaajien vastaanottaminen, ohjeistus sekä lähtöaikojen antaminen. Lähtöaikoja antaessa hän huomioi kentän kuormitusta jotta peli olisi sujuvaa. Myös harjoitusalueisiin liittyvät opastukset sekä maksujen periminen kuuluvat caddiemasterin tehtäviin. Muut tehtävät vaihtelevat kenttäkohtaisesti. Meri-Teijo Golfissa caddiemasterin tehtäviin kuuluu myös ravintola-kahvilan asiakaspalvelutyöt, anniskelu, Pro shop tuotteiden ohjeistus ja myynti. (Alastaro Golf 2019).

Golfkenttä

Golfin pelaaminen tapahtuu lajille rakennetulla suorituspaikalla, golfkentällä. Suomesta löytyy yli 140 golfkenttää, kun taas koko maailmasta 35 000.

Väylä

Golfkentällä oleva lyhyeksi leikattu pelialue. Palloa on helpompi lyödä tästä, kuin korkeammasta ruhosta.

Par

Parilla tarkoitetaan ihannelyöntimäärää. Jokaiselle kentälle sekä väylälle on määritelty oma par, riippuen haastavuudesta ja pituudesta.

Tii

Tii on apuväline, jota käytetään avauslyönneissä. Sen päälle voi asettaa pallon ja lyödä.

Tiauspaikka

Jokaiselta reiältä löytyy tiauspaikat, joista tehdään avauslyönti. Tiauspaikat ovat ainoat paikat kentällä, joissa pallon saa asettaa tiin päälle ja lyödä siitä. Tavallisesti jokaisella reiällä on neljä tiauspaikkaa. Matka reiälle on kutakin tiauspaikalta erin mittainen.

Raffi

Pidempää ruohoaluetta, joka reunustaa väylää. Raffi eli karheikko on pidemmästä ruhostaan huolimatta kentän normaalia pelialuetta, jonne pallon joutuessa lyönnit ja peli etenevät aivan normaalisti.

Griini

Kaikista lyhyimmäksi leikattu alue reiällä on griini eli viheriö. Halkaisijaltaan 10,8 cm leveä reikä sijaitsee griinillä. Reiässä on aina pystyssä lipputanko, jotta pelaajat pystyvät

huomaamaan kaukaa, missä kohtaa griiniä reikä sijaitsee. Viheriöllä lyödään ainoastaan vain maata pitkin rullaavia lyöntejä, eli putteja, niille tarkoitettulla mailalla, putterilla.

Bunkkeri

Bunkkerilla tarkoitetaan kentällä olevia hiekkaesteitä. Niitä sijoitetaan pääosin viheriöiden ympärille sekä väylien varrelle. Avaus- ja jatkolyönteihin haastavuutta tuodaan väyläbunkkereilla, jotka on sijoitettu väylien reunoille. Griinibunkkereita löytyy viheriön ympäriltä tuomaan haasteellisuutta lähipelissä ja lähestymislyönneissä. On tärkeää muistaa, ettei mailalla saa koskettaa hiekkaa ennen lyöntiä. Bunkkerissa pelaajan tulee aina haravoida omat lyöntijälkensä siistiksi.

Par 3-rata

Par3 radalla reiät ovat huomattavasti lyhyempiä, kuin täysmittaisella golfkentällä. Reikien mitat vaihtelevat 50 metrin ja 150 metrin välillä. Pelaaminen on sallittua ilman green cardia.

Range

Range on tarkoitettu pääsääntöisesti pitkien lyöntien harjoitteluun. Rangella on lyöntipaikkoja, joista lyödään eri kohdealueisiin. Kohdealueet ovat eripituisten matkojen päässä.

Green fee

Yksittäinen pelikierrosmaksu kentälle. Hinta vaihtelee golfkentän ja sesongin mukaan.

Fore

Jos pallo lähtee väärään suuntaan ja uhkaa muita pelaajia, huudetaan kansainvälinen varoitusshuuto, fore.

Bogi

Bogilla tarkoitetaan yksi yli reiän ihannetuloksen pelaamista

Birdie

Birdie on yksi alle reiän ihannetuloksen pelaamista

Greencard

Green card on golfin "ajokortti". Kun on tämän suorittanut, voi liittyä jäseneksi golfseuraan ja aloittaa golfin pelaamisen.

Lähipelialue

Lähipelialue on tarkoitettu puttaamisen ja lähipelilyöntien kuten chippien harjoitteluun.

“Oma pelaaja”

Omalla pelaajalla tarkoitetaan Meri-Teijo Golfin jäsentä.

Vieraspelaaja

Vieraspelaajalla tarkoitetaan pelaajaa, joka on jäsenenä jossain muussa seurassa kuin Meri-Teijo Golfissa.

LYÖNNIT:

Golfia pelatessa tarvitaan erilaisia lyöntejä. Hyvä pelaaja osaa muokata omia lyöntejään erilaisten tilanteiden mukaan esimerkiksi kaartamaan vasemmalle tai oikealle,

pysähtymään nopeasti tai matalasta korkeaksi. Perusteet eri lyönneistä oppii jo golfin alkeiskurssilla ja harjoittelun myötä lyöntivalikoima kehittyy.

Avauslyönti

Avauslyönnin saa lyödä millä tahansa mailalla. Usein mahdollisimman pitkälle menevä lyönti helpottaa jatkolyöntejä. Tällöin valitaan maila, jolla lyödään pisimmät lyönnit, kuten esimerkiksi draiveri.

Peliryhmissä avauslyönnit tehdään vuorotellen, katsoen edellisen reiän tai reikien tulosten mukaista järjestystä. Kauimmaiselta tiiltä lyövät kuitenkin lyövät aina ensin.

Swing, svingi

Golflyönti kokonaisuudessaan. Myös kunkin pelaajan yksilöllinen tyyli.

Pitchi

Pitchi on lähestymislyönti, joka lyödään viheriölle noin 20–80 metrin matkalta. Pitchin lentokaari on korkea ja onnistuneessa lyönnissä pallo pysähtyy viheriöllä nopeasti jyrkän alastulokulman ja voimakkaan alakierteen ansiosta.

Chippi

Chippi on pitchiä matalampi ja rullaavampi lyönti, jota käytetään tilanteissa, kun pallo on jo lähellä viheriötä. Chipissä tarkoituksena on nostaa pallo ilmaan ja pudottaa se viheriölle, jossa se rullaa mahdollisimman lähelle reikää.

Putti

Putterilla lyödään viheriöllä ja joskus viheriön reuna-alueilla. Putissa pallo ei nouse ilmaan, vaan rullaa viheriön pinnalla reikään tai sitä kohti. (Golf.fi 2019).

1 JOHDANTO

Golf on ollut jo pitkään kasvava urheilulaji Suomessa, mutta myös jakanut paljon mielipiteitä. Ennen golfia on pidetty hyvin elistisenä lajina ja myös hyvin hintavana, mutta tämä mielikuva on vähitellen hiipunut. Itse lajin harrastajat kuvailevat lajissa syntyvän todella suuria onnistumisen tunteita, mutta vastakohtana myös ikäviä pettymyksen tunteita.

Toinen tämän työn kirjoittajista on työskennellyt Meri-Teijo Golfilla jo neljä vuotta asiakaspalvelutehtävissä, sekä pari vuotta vastaavan tehtävissä. Hän pyrkii joka kausi luomaan paikkaa paremmaksi pelaajille, sen verran mitä itse voin vaikuttaa. Tänä kautena hän koki ajankohtaiseksi selvittää itse pelaajilta mustaa valkoisella, mitä he haluavat. Tämä työ osoitti, kuinka tärkeää on tehdä säännöllisesti kyselyitä, joista saa selkeän kuvan asiakastyytyväisyydestä sekä kehittämiskohteista.

Tässä opinnäytetyössä tutkitaan *Meri-Teijo Golfin asiakkaiden tyytyväisyyttä yritykseen ja sen tarjoamiin palveluihin*. Kohderyhminä ovat Meri-Teijo Golfin omat jäsenet sekä vieraspelaajat. Tutkimuksen tavoitteena on saada selville, missä asioissa Meri-Teijo Golf on onnistunut ja mihin pelaajat ovat tyytyväisiä, sekä etsiä mahdollisia kehittämisen kohteita. Päämääränä kuitenkin on, että Meri-Teijo Golf saa käsityksen suurimmista kehityskohteistaan ja niiden avulla kehittää palveluaan entistä paremmaksi. Tutkimukseen tarvittava aineisto kerätään kyselylomakkeen avulla, joka suoritetaan pääsääntöisesti sähköisesti, mutta myös paikan päällä haastatteluna.

Asiakastyytyväisyys yleisesti on jo aiemmin ollut hyvin tutkittu aihe, joten teoriaosuus on hyvinkin helposti kiedottavissa tutkimuksen ympärille. Työn teoriaosuudessa käsitellään yleisesti asiakastyytyväisyyttä ja palvelua. Työn loppupuolella esitellään saatuja tuloksia, sekä kehitysideoita yritykselle. Työ on rajattu ainoastaan Meri-Teijo Golfin asiakkaiden tyytyväisyyden tutkimiseen. Tutkimuksessa ei ole selvitetty seura- eikä kilpailutoiminnan asioita. Lähteitä käytetään monipuolisesti, kotimaisia sekä kansainvälisiä kirja- ja internetilähteitä. Tärkeimpinä lähteinä asiakastyytyväisyyden ympärillä käytetään Ylikoskea (2001) sekä palveluosiossa Grönroosia (2001). Asiakastyytyväisyydessä olevaa Ylikoskea on käytetty paljon, vaikkakin lähde on hieman vanhentunut. Tuoreemmat lähteet osin täydensivät Ylikosken tekstiä.

Tämä tutkimus on tärkeä sekä ajankohtainen, sillä Meri-Teijo Golf haluaa kehittää palveluitaan ja toimintaansa entistä paremmaksi. Salon alueella sijaitsee Meri-Teijo Golfin

lisäksi kaksi muuta golfkenttää, joten kilpailua riittää. Asiakkaiden tyytyväisyys nähdään tärkeänä asiana, ja perehtyminen heidän tyytyväisyyteen avaa lisää ovia kehitykselle.

2 TOIMEKSIANTAJAN ESITTELY

Meri-Teijo Golf on perustettu vuonna 1991. Kenttä on tunnettu pitkistä kausistaan ”kevällä ensimmäisenä auki ja loppuvuodesta myöhään kiinni”. Esimerkiksi vuonna 2019 kenttä avattiin jo maaliskuussa.

Kenttä on kokonaispituudeltaan n. 6 kilometriä ja sijaitsee puistomaisessa purolaaksoissa. Kenttä antaa monia haasteita, mutta soveltuu kuitenkin kaikenlaisille golffareille; klubipelaajista ammattipelaajiin. 18-väyläisen kentän kruunaa näkymät merelle. Väylät ovat maisemaltaan puistomaisia, joita koristaa purot sekä ympäröi Teijon kansallispuisto. Kenttä on helppokulkuinen vaihtelevineen korkeuseroineen. Siirtymät tiiltä toiselle ovat lyhyitä. Kenttä on suunniteltu tuomaan pelaajille haasteita ja elämyksiä, mutta soveltuu silti kaiken tasoille pelaajille tasoituksesta riippumatta. Kentällä on järjestetty monia SM-tason kilpailuja vuosien varrella.

Meri-Teijo Golfissa on golfin harjoittamiseen myös 6 -reikäinen par 3 rata, range joka mahdollistaa myös ruoholta lyömisen, harjoitusgreenit puttaamista ja chippailua varten sekä harjoitusbunkkerin. Muita palveluita ovat caddiemasterin palvelut, anniskeluoikeudet sisältävät kahvila-ravintola terassilla sekä Pro Shop myymälä, josta voi ostaa golf-tarvikkeita sekä tekstiilejä (Meri-Teijo Golf 2019).

Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Meri-Teijo Golf, joka on osakeyhtiö. Kaikki D-osakkeet sekä suurin äänioikeus sekä päätäntävalta on Compro-Palilla. Compro-Palin pääomistaja Tommy Skogster toimii Meri-Teijo Golf Oy:n hallituksen puheenjohtajana. Hallitukseen kuuluu tämän lisäksi viisi muuta jäsentä. Meri-Teijo Golf Oy:n palveluina ovat golfkenttä, ravintola, kahvila, kokous - ja saunatilojen vuokraus sekä yritystapahtumien järjestäminen.

Tilikaudella 2018 yrityksen liikevaihto oli 363000 euroa ja työntekijöitä oli 10. Vuonna 2019 palveluksessa työskentelee 12 työntekijää. (Nexgolf 2019)

Yksi suurimpia maailmanlaajuisia kriisejä on ilmastonmuutos. Vaikutus on negatiivinen luontoon sekä ihmisiin ympäri maailmaa. Golfkenttien hiilijalanjäljen vähentäminen on hyvin ajankohtainen asia. (WWF 2019). Siksi Meri-Teijo Golf Oy on myös käynnistänyt Hiilineutraaliprosessin vuonna 2016, jonka tarkoituksena on vähentää golfkenttien hiilijalanjälkeä sekä saada muillakin kentillä aikaan hiilijalanjäljen pienentämisen.

Suomessa on jo yli 20 kenttää sitoutunut mittaamaan ja vähentämään omaa hiilijalanjälkeään. Meri-Teijo Golf Oy:n ja Suomen Golfkentät ry:n tavoitteena on saada tänä vuonna 2019 hankkeeseen mukaan myös yksi Manner-Euroopan kenttä. (Hiltunen, Suomen Golfkentät 2019). Ks kuva 1 alla



Kuva 1. Hiilineutraalin golfkentän vaiheet (Suomen Golfkentät 2019).

3 ASIAKASTYYTYVÄISYYS TUTKIMUKSENA

Kaikilla organisaatioilla on jonkinlainen käsitys siitä, ovatko sen asiakkaat tyytyväisiä. Organisaation johdolla on oma käsityksensä sekä työntekijöillä on omansa. Asiakkailta tulleista valituksista saadaan tietoa siitä, että mistä asiakkaat ovat olleet tyytymättömiä. Suora valitus on arvokasta tietoa, mutta sekään ei kerro riittävän kattavasti itse asiakkaan mielipidettä. Tarvitaan siis asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmä. (Ylikoski 2001, 155).

Ylikosken (2001, 155-156) mukaan asiakastyytyväisyyden seurantajärjestelmä koostuu sekä tutkimuksista että suoran palautteen järjestelmästä. Erilaiset asiakastyytyväisyystutkimukset ja suora palaute tukevat toinen toisiaan. Kummastakin saatuja tietoja yhdistelemällä saadaan asiakastyytyväisyydestä monipuolisempi kokonaiskuva. Kuitenkin tutkimusten rooli asiakastyytyväisyyden seurannassa on keskeinen, sillä ne tuottavat tietoa myös palvelun laadusta. Tyytyväisyystutkimusten avulla pystytään seuraamaan tyytyväisyyttä ja nähdään miten eri toimenpiteet vaikuttavat. Asiakastyytyväisyystutkimuksilla on neljä päätavoitetta:

1. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien keskeisten tekijöiden selvittäminen.
 - Mitkä tekijät organisaation toiminnassa tuottavat asiakkaille tyytyväisyyttä.
2. Asiakastyytyväisyyden taso nykyhetkellä.
 - Miten organisaatio suoriutuu asiakastyytyväisyyden tuottamisessa.
3. Toimenpide-ehdotusten tuottaminen
 - Asiakastyytyväisyystutkimuksen jälkeen voidaan tulosten avulla nähdä, minkälaisia toimenpiteitä tyytyväisyyden kehittäminen edellyttää ja mikä on toimenpiteiden suositeltava tärkeysjärjestys.
4. Asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuranta.
 - Kyselyitä tulee suorittaa säännöllisin väliajoin, jotta nähdään, miten asiakastyytyväisyys kehittyy ja miten korjaavat toimenpiteet ovat vaikuttaneet.

Asiakastyytyväisyyttä tuottavat tekijät ovat keskeisessä asemassa kaikissa asiakastyytyväisyystutkimuksen vaiheissa. Monet asiat voivat tehdä asiakkaan joko tyytyväiseksi tai tyytymättömäksi, joten ensiksi on selvitettävä, mitkä asiat juuri kyseisen organisaati-

on kohdalla ovat asiakkaalle kaikkein tärkeimpiä tyytyväisyyden muodostumisessa. Näitä asioita kutsutaan ”kriittisiksi tekijöiksi”. Palvelun epäonnistuminen kriittisissä tekijöissä johtaa asiakkaan tyytymättömyyteen, kun taas onnistuminen kriittisissä tekijöissä johtaa tyytyväisyyteen.

Asiakastyytyväisyyskyselyn tulokset eivät itsestään muutu käytännöksi. Aluksi on analysoitava tutkimustulokset ja niiden perusteella on ratkaistava, millaisia toimenpiteitä tarvitaan ja laadittava toimenpidesuunnitelma. Mikäli asiakastyytyväisyyden taso on hyvä, tasoa tulee pitää yllä. Tutkimuksia tulee tehdä säännöllisin väliajoin, sillä asiakastyytyväisyyden taso muuttuu koko ajan.

Kun asiakastyytyväisyyttä halutaan lähteä parantamaan, se vaatii organisaatiolta panostuksia, jotka aiheuttavat kustannuksia. Organisaation tulee miettiä, että *kuinka paljon panostetaan* asiakastyytyväisyyden parantamiseen, etteivät kustannukset muutu suuremmiksi kuin tuotot. (Ylikoski 2001, 158-167).

Seuraava vaihe on *henkilöstön sitouttaminen*. Jokaisen henkilökuntaan kuuluvan tulee tietää mikä on tämän hetkinen asiakastyytyväisyyden taso. Henkilöstön panos on tärkeä, jotta tieto muuttuu käytännöksi. Omaksuttuja toimintatapoja ei ole helppo muuttaa, ja siksi henkilöstön tulisikin sitouttaa asiakastyytyväisyyden kasvattamiseen. (Ylikoski 2001, 169).

Kun asiakastyytyväisyyskyselyn tuloksista on tunnistettu selkeät kehityskohteet, voidaan perustaa *erilaisia kehittämissyömiä*. Kehittämissyömiä ovat hyvä tapa saada myös henkilöstön panos näkyviin toimenpiteiden suunnittelussa. Usein asiakastyytyväisyystutkimusten rinnalla olisi hyvä tehdä myös henkilöstön tyytyväisyyskyselyitä, sillä asiakastyytyväisyys ja henkilöstön tyytyväisyys ovat toisiaan tukevia asioita. (Ylikoski 2001, 169-170).

Ylikosken (2001, 170-172) mukaan uusia asiakastyytyväisyyskyselyitä ei kannata aloittaa tekemään ennen kuin tarvittavat korjaustoimenpiteet edellisten tutkimusten perusteella on tehty ja niiden voidaan olettaa alkaneen vaikuttaa asiakkaiden kokemuksiin. Organisaation tyyppi ja kilpailutilanne vaikuttavat mittaustarpeeseen. Uusissa organisaatioissa voidaan suorittaa useammin kyselyitä, sillä se auttaa organisaatioita löytämään omia vahvuuksiaan. Asemansa vakiinnuttaneilla organisaatioilla ei ole tarvetta suorittaa tyytyväisyyskyselyitä niin usein, elleivät kilpailuolosuhteet muutu. Palvelut, joita asiakas käyttää usein, edellyttävät jatkuvaa asiakastyytyväisyyden seuranta. Tällaisia palveluja ovat esimerkiksi ravintola- ja hotellipalvelut.

4 ASIAKASTYYTYVÄISYYS GOLFLIIKETOIMINNASSA

Luvussa käydään läpi asiakastyytyväisyyden tekijöitä ja sitä, miten asiakastyytyväisyys näiden myötä muodostuu. Näitä tekijöitä peilataan golfliiketoimintaan ja käydään läpi vielä, että mitkä erityisesti golfin pelaajille on kriittisiä asiakastyytyväisyystekijöitä.

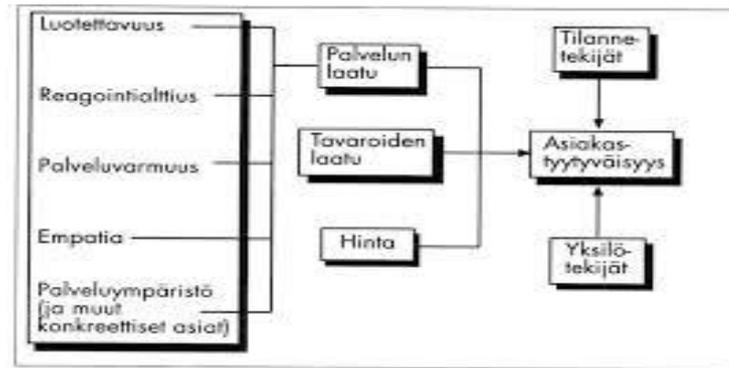
4.1 Asiakastyytyväisyyden osatekijät

Asiakastyytyväisyys osoittaa tyytyväisyyttä tuotteen tai palvelun laatuun, asiakassuhteeseen tai hinta-laatu-suhteeseen. Asiakastyytyväisyys muodostuu asiakkaan alkuperäisistä odotuksista, saadusta kokemuksesta ja kokemuksen ja odotusten vertailusta. (Viitala & Jylhä 2013, 80)

Viitala & Jylhä (2013, 79) jatkavat, että tunteilla on vahva merkitys asiakkaan toiminnassa. Tunteiden ja järjen välillä on olennainen ero, tunteet johtavat toimintaan ja järki päätelmiin. Tunteet vaikuttavat ostopäätökseen, sitoutumiseen, brändi- ja asiakasuskollisuuteen. Mikäli asiakas tunnistaa yrityksen arvoissa omia ajatuksiaan, yrityksen ja asiakkaan välille muodostuu luottamus ja myönteinen sidos.

Ylikosken (2001, 151-152) mukaan asiakkaan tyytyväisyyteen vaikuttavat monet eri tekijät. Niinpä tyytyväisyyden kokemus kuluttajan mielessä liittyy siihen, minkälaisen ”hyötykimpun hän palvelun ostaessaan saa. Esimerkiksi golfissa golfkentän kunto voi tuottaa asiakkaalle tyytyväisyyttä (konkreettinen ominaisuus) tai asiakaspalvelun laatu (abstrakti ominaisuus). Palvelun käytön seuraukset voivat olla toiminnallisia tai psykologisia. Osalle asiakkaista golfkentän keskeinen sijainti voi tuottaa tyytyväisyyttä. Keskeisen sijainnin toiminnallinen seuraus on esimerkiksi meren ja metsän läheisyys sekä helpot vattomat kulkuyhteydet kentälle. Korkeatasoisessa golfkentässä voi olla myös kuluttajalle psykologisia seurauksia, kuten esimerkiksi statuksentavoittelua.

Kun halutaan vaikuttaa suoraan asiakkaan tyytyväisyyteen, etsitään sellaisia palvelun konkreettisia ja abstrakteja ominaisuuksia, jotka tuottavat asiakkaalle tyytyväisyyden kokemuksia. Mainonnassa asiakkaalle puolestaan kerrotaan palvelun käytön toiminnallisista ja psykologisista seurauksista. Palveluorganisaatio pyrkii vaikuttamaan palvelun laatutekijöihin (laatutekijät alla olevassa kuviossa 1, koska nämä tekijät vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen. (Ylikoski 2001, 152)



Kuvio 1. Asiakastytyväisyyteen vaikuttavat tekijät (Ylikoski 2001, 152).

Palvelun lisäksi tyytyväisyyteen vaikuttavat mahdollisesti tavaroiden laatu. Markkinoinnissa tyytyväisyyttä voidaan saada aikaa jo edullisen hinnan avulla. Palveluorganisaation vaikutusmahdollisuuksien ulkopuolelle jäävät kuitenkin tilannetekijät, kuten esimerkiksi asiakkaan kiire. Lisäksi jokainen asiakas on erilainen yksilö, jolloin tyytyväisyyden muodostumiseen vaikuttavat asiakkaan yksilölliset ominaisuudet. Myös kulttuuri voi vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyden muodostumiseen. (Ylikoski 2001, 153).

Asiakassuhteessa asiakas vertailee kokemuksiansa omiin odotuksiinsa. *Asiakasarvo* liittyy tuotteen käyttöön ja siitä saatavaan hyötyyn. Tuotteen ominaisuudet eivät pelkästään tuota arvoa asiakkaalle, vaan ominaisuuksien tuottamat hyödyt, seuraukset ja vaikutukset hänen omiin tavoitteisiinsa. Omassa mielessään asiakas punnitsee kustannus-hyötyanalyysiä siitä, mitä hän saa ja mistän luopuu hankkiessaan tuotteen ja käyttäessään sitä. Asiakas tekee valintoja kilpailevien tuotteiden ja palvelujen välillä niistä saatavan hyödyn ja hinnan välisen suhteen perusteella. (Viitala & Jylhä 2013, 80).

Ylikoski (2001, 155) muistuttaa, että yksittäisten palvelutilanteiden onnistuminen vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen organisaation toimintaan kokonaisuutena. Asiakkaan tyytyväisyyttä voidaan seurata sekä yksittäisen palvelutapahtuman tasolla, että myös kokonaistyytyväisyytenä. Asiakas voi olla tyytymätön yksittäiseen palvelutapahtumaan, mutta silti tyytyväinen organisaation toimintaan kokonaisuutena tai päinvastoin.

Asiakastytyväisyys on avainasemassa, kun luodaan pitkäaikaisia asiakassuhteita. Aluksi kuluttajaa ”kositaan”, että kuluttajasta muuttuu asiakas yritykselle. Yksi hyvä asiakaskokemus ei riitä kuitenkaan säilyttämään asiakassuhdetta pitkään vaan asiakkaalle pitää antaa arvoa kerta toisensa jälkeen. Asiakkaat on pystyttävä pitämään tyytyväisinä jokaisella kerralla.

Tilastollisesti, 81% asiakkaista todennäköisimmin tekevät kauppaa uudestaan yrityksen kanssa, jos heillä on ollut positiivinen kokemus. 95% asiakkaista, jotka ovat kokeneet negatiivisen kokemuksen yrityksen kanssa, kertovat siitä eteenpäin. (Nicereply 2019).

Jatkuva asiakastyytyväisyys johtaa uskollisuuteen. Kun asiakkaat luottavat yritykseen ja ovat vakuuttuneita siitä, että yritys myös jatkossakin kohtaa odotukset, he jatkavat liiketoimintaa heidän kanssaan. Asiakasuskollisuus on tavoite, mihin jokaisen yrityksen olisi pyrittävä. Asiakastyytyväisyyttä täytyy mitata säännöllisesti, jotta sitä voidaan parantaa. On olemassa monia tapoja mitata asiakastyytyväisyyttä, mutta yleisin ja tehokkain tapa on kysyä suoraan asiakkaalta mielipidettä. (Nicereply 2019).

4.2 Kriittiset asiakastyytyväisyystekijät golfin pelaajille

Muiden yritysten tavoin myös golfkentät haluavat tyytyväisiä asiakkaita. Golf Digest suoritti Yhdysvalloissa heinäkuussa 2013 golffaajille asiakastyytyväisyyskyselyn, jossa mitattiin golffareiden tyytyväisyyttä viimeisimmällä vieraspelientällänsä. Kyselyyn vastasi 2434 pelaajaa, mediaaniprofiili oli 58-vuotias mies, joka pelaa seitsemän kierrosta kuu-kaudessa ja maksaa 62 dollaria kierroksesta. Kyselyssä pelaajia pyydettiin aluksi vastaamaan asioita, joita he pitivät tärkeinä ennen golfkierrosta, kun taas toinen osa kyselystä suoritettiin vasta pelatun kierroksen jälkeen, kuten kuvio 2 osoittaa.



Kuvio 2. Gofl-pelaajien tyytyväisyystekijöitä (Golf Digest 2013).

Kaikista kyselyyn vastanneista pelaajista 155 olivat tyytyväisiä, 1065 vastaajaa koki maksaneensa sopivan hinnan kierroksesta ja 1214 vastaa koki, että he maksoivat kierroksesta liikaa. Tyytymättömyyteen vaikuttaa jonkin verran, että vastaus annettiin juuri pelatun kierroksen jälkeen. Kuten kyselystä huomaa, niin "tulos" sijoittuu kahdeksanneksi ennen kierrosta, mutta kierroksen jälkeen se on kolmantena tekijänä.

Tyytyväisyystekijöiden järjestys vasta pelatun kierroksen jälkeen oli:

- 1) Kentän olosuhteet
- 2) Kentän suunnittelu ja muotoilu
- 3) Tulos
- 4) Green feen hinta
- 5) Ruoka & juoma
- 6) Asiakaspalvelu
- 7) Pukuhuoneet
- 8) Peliajan varauksen helppous
- 9) Golfkärryjien taso

- 10) Harjoitustilojen taso
- 11) Kauppatavara klubilla
- 12) Sää
- 13) Pelikierroksen nopeus

Kentän olosuhteet olivat merkittävin tekijä pelaajien tyytyväisyyteen. Erityisesti golffarit arvostivat greenien, väylien, tiiauspaikkojen sekä bunkkereiden olosuhteita kyseisessä järjestyksessä. (Golf Digest 2013).

Amerikkalaisten suorittaman kyselyn perusteella kaikki esitetyt kolmetoista kohtaa voidaan katsoa merkittäviksi asiakastyytyväisyyden tekijöiksi myös suomalaisten golfin pelaajien näkökulmasta. Tämän johdosta monet opinnäytetyön kyselylomakkeessa olevista kysymyksistä ovat peräisin yllä olevan kuvion eri tekijöistä (ks. kuvio 2).

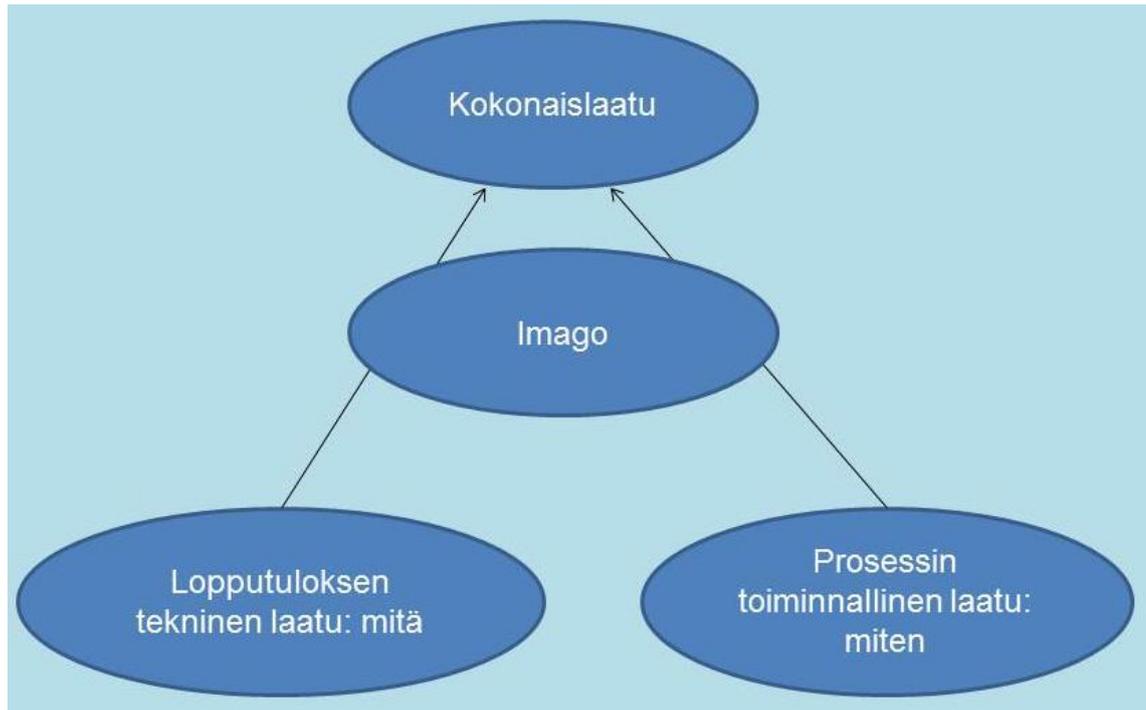
5 PALVELUN LAATU – ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN KULMAKIVI

Vuosien saatossa palvelun merkitys on kasvanut huomattavasti. Tuotteilla on

hyvin vaikea erottua kilpailijoista, jolloin palvelulla voidaan erilaistaa tarjontaa. Joskus joku organisaatio voi kehittää uuden tuotteen, mutta hyvin äkkiä muut organisaatiot seuraavat perässä kilpailevalla mallilla. Tämän vuoksi palvelun laadusta on tullut merkittävä kilpailukeino. Laadukalla palvelulla on mahdollisuus erottua kilpailijoista ja se on myös hyvä tapa houkutella uusia asiakkaita. Myös nykyisten asiakkaiden tyytyväisyyden säilyttämisessä palvelun laadulla on olennainen merkitys. (Ylikoski 2001, 117)

Ylikoski jatkaa (2001, 118-119) määrittelemällä laadun asiakkaan näkemykseksi tuotteen tai palvelun onnistuneisuudesta. Asiakas on laadun tulkitsija ja laatua olisikin aina hyvä tarkastella asiakkaan näkökulmasta. Vain asiakas pystyy vastamaan kysymyseen, että onko laatu hyvä vai huono eli vastaako laatu sitä mitä asiakas odottaa. Laatu muodostuu asiakkaan mielessä kahdesta asiasta. Siitä mitä asiakas palvelun lopputuloksena saa sekä siitä miten varsinainen palveluprosessi sujui. Näitä kahta laadun osatekijää kutsutaan tekniseksi eli lopputuloslaaduksi ja toiminnalliseksi eli prosessilaaduksi. Asiakaspalvelun laatu voikin olla asiakkaalle jopa palvelun lopputulosta tärkeämpi tekijä.

Grönroos (2001, 101) antaa myös kolmannen tekijän. Se on asiakkaan mielikuva organisaatiosta eli imago (ks. kuvio 3). Imago toimii laatukokemuksen suodattimena. Hyvä imago voi suodattaa satunnaisia pieniä ja joskus isoampiakin virheitä ilman, että palvelun laatu koettaisiin kehnoksi. Huono imago taasen toimii toisinpäin.



Kuvio 3. Palvelun laadun osatekijät (Grönroos 2001, 102).

5.1 Hyvän palvelun laatuksiteerit

Asiakkaan arvioidessa palvelun laatua hän muodostaa mielipiteensä hyvin monista palveluun liittyvistä asioista. Koska palvelun laatu syntyy odotusten ja kokemusten vertailuna, asiakkaalla on jo odotuksissaan laadun arvioinninkriteerit. (Ylikoski 2001, 126)

Palvelun laadun kriteerejä on tutkittu melko paljon. 1980-luvun puolivälissä tehdyssä tutkimuksessa löytyi kymmenen eri palvelun laatutekijää, joita tutkijat kutsuivat laadun ulottuvuuksi. Nämä laatu-ulottuvuudet on saatu selville kuluttajia haastatteleamalla. Vaikka eri palvelualoissa laatutekijöiden suhde vaihtelee, useimpien palvelujen kohdalla nämä kymmenen ulottuvuutta pitävät varsin hyvin paikkansa. (Grönroos 2001, 115-118)

Ensimmäisenä kriteerinä laadulle on luoteltu *luotettavuus*. Luotettavuus merkitsee asiakkaalle suorituksen johdonmukaisuutta ja luotettavuutta. Tämä tarkoittaa sitä, että yritys suorittaa palvelun oikein ensimmäisillä kerralla. Esimerkiksi laskutus suoritetaan oikein ja palvelu tapahtuu sovittuna aikana. (Grönroos 2001, 116). Asiakkaan arvioidessa palvelun laatua, luotettavuus on hänelle tärkein kriteeri, sillä luotettavuus muodostaa koko palvelun laadun ytimen. (Ylikoski 2001, 127).

Toisena kriteerinä on *reagointialttius*, joka tarkoittaa työntekijöiden valmiutta ja halukkuutta palvella asiakkaita. Tällöin palvelu on nopeaa sekä tehokasta ja kaikki mahdolliset asiakirjat lähetetään viivyttelöttä. Kolmantena kriteerinä on *pätevyys*. Pätevyydellä tarkoitetaan esimerkiksi, että caddiemasterilla on tarvittavat tiedot ja taidot. (Grönroos 2001, 116).

Neljäs kriteeri on *saavutettavuus*, joka tarkoittaa yhteydenoton helpoutta. Esimerkkinä golfklubille saadaan helposti yhteys vaikka puhelimitse. Asiakasta ei saa jättää liian kauan odottamaan. Sopivat aukioloajat sekä sijainti ovat asiakkaalle hyvin tärkeitä. (Ylikoski 2001, 127).

Kohteliaisuus on viides kriteeri. Henkilökunnan tulee olla huomaavaisia ja kunnioittavia asiakkaita kohtaan. Myös henkilökunnan siisteys ja moitteettomuus viestivät kuluttajalle asiakkaiden arvostamisesta. *Viestintä* toimiikin kuudentena kriteerinä. Ulkoisen olemuksen lisäksi, viestintä tarkoittaa, että asiakkaalle puhutaan selkokielellä sekä asiakasta kuunnellaan. Selkeässä viestinnässä asiakkaalle selostetaan palvelun sisältö sekä hinta. Hyvän viestinnän avulla asiakas vakuuttuu siitä, että hänen asiansa tulee hoidetuksi.

Seitsemäntenä kriteerinä on *uskottavuus*. Uskottavuus viestii asiakkaalle, että hän pystyy luottamaan yrityksen rehellisyyteen, sekä yrityksen aikomukseen ajaa asiakkaan etua. Uskottavuuteen vaikuttavat yrityksen nimi, maine, henkilökunnan persoonallisuus sekä tapa, jolla palveluja myydään asiakkaille.

Kahdeksantena kriteerinä toimivat *turvallisuus ja luottamuksellisuus*. Turvallisuus tarkoittaa sitä, että palveluun ei liity fyysisiä tai taloudellisia riskejä. Luottamus luo turvallisuuden tunnetta. Asiakas tarvitsee erityisesti luottamuksellisuuden tunnetta palveluissa, joihin liittyy korkea riski.

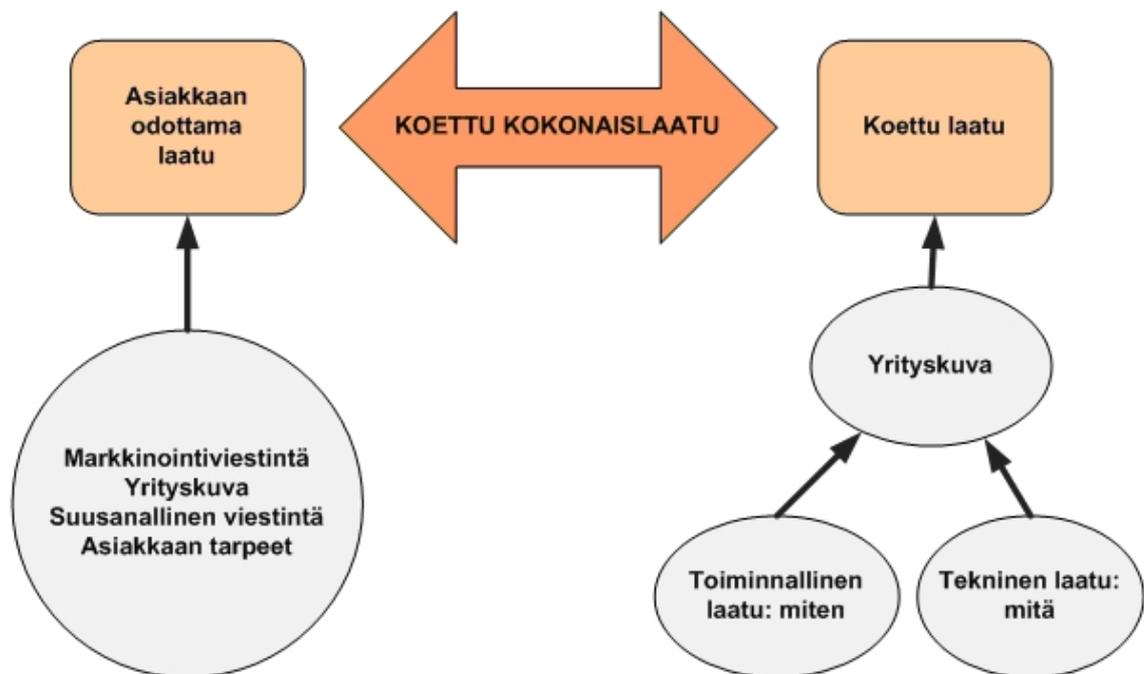
Asiakkaan ymmärtäminen ja tunteminen on yhdeksäs kriteeri. Se tarkoittaa vilpittömää pyrkimystä ymmärtää asiakkaiden tarpeita. Tähän kuuluu asiakkaan erityisvaatimusten selvittäminen, asiakkaiden huomioiminen yksilöinä sekä vakioasiakkaiden tunteminen. Kymmenentenä kriteerinä on fyysinen ympäristö, joka pitää sisällään fyysiset tilat, henkilöstön olemuksen, palvelussa käytettävät apuvälineet tai koneet, palveluun liittyvät fyysiset merkit sekä muut palvelutilassa olevat asiakkaat. Grönroos (2001, 116). Meri-Teijo Golfissa näitä tekijöitä ovat mm. klubitila, golfkenttä, golfautot, caddiemasterin olemus sekä muut golfin pelaajat klubilla ja kentällä.

Grönroos on listannut nämä kymmenen kriteeriä selkeästi teoksessaan, joita myös Ylikoski kirjassaan käyttää. Yritimme löytää palvelun laadun kriteerejä myös tuoreemmista lähteistä ja joitain palvelun laadun kriteerejä löytyi lähinnä internetlähteistä, mutta nämä olivat lähinnä ”tee se näin” -periaatteella. Tämän takia Grönroosia on käytetty kriteereissä enimmäkseen.

5.2 Koettu palvelun laatu

Asiakkaiden muodostama käsitys palvelun laadusta, hyvästä tai huonosta ei pelkästään ole riippuvainen laatu-ulottuvuuksista saatuihin kokemuksiin. (Grönroos 2001, 114-115). Esimerkiksi palvelun laatu voidaan kokea positiiviseksi, jos asiakkaalla on matalat ennako-odotukset palvelun suhteen. Asiakkaalla voi olla myös epärealistiset odotukset palvelun suhteen, jolloin hyvinkin palvelu voidaan kokea negatiivisesti. (Tirkkonen 2014.)

Asiakas aina odottaa palvelun laadulta jotain, mikä riippuu monista tekijöistä kuten, markkinointiviestinnästä, suusanallisesta viestinnästä, yrityksen tai osan sen imagosta ja asiakkaan tarpeista. Koettu kokonaislaatu ei tule pelkästään laadun teknisestä ja toiminnallisesta ulottuvuudesta, vaan paremminkin odotetun ja koetun laadun välisestä kii-
lusta, kuten kuviossa 4 on esitetty. (Grönroos 2001, 105-106).



Kuvio 4. Palvelun koettu kokonaislaatu (Grönroos 2001, 105).

Asiakkaiden yleisimpiin odotuksiin kuuluu, että palvelu olisi mahdollisimman henkilökohtaista ja mahdollisimman ripeää. Eri asiakkaat voivat kokea palvelun nopeuden eri lailla eri tilanteissa. Esimerkiksi kiireinen asiakas toivoo erittäin nopeaa palvelua, kun taas vapaapäivänä asiakas ei välttämättä koe palvelua yhtään sen huonommaksi pienen odotuksen takia. (Eräsalo 2011, 13).

Toisissa yrityksissä saadut palvelukokemukset voivat vaikuttaa asiakkaan odotuksiin. (Pakkanen ym. 2013, 47). Useimmilla golfin pelaajalla voi olla hyvinkin paljon kokemusta eri kenttien palveluiden laadusta, sillä golfiin kuuluu erilaisten kenttien, muiden kuin kotikentän, pelaaminen. Näin ollen asiakkaat pystyvät helposti vertailemaan eri golfkenttien palvelun laatua. Jotkut golfyritykset voivat tarjota tiettyjä lisäpalveluita, jolloin tämä voi nostaa asiakkaan odotuksia esimerkiksi Meri-Teijo Golfin suhteen.

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

6.1 Tavoite, rajaukset, tutkimusongelma- ja kysymykset

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää, kuinka tyytyväisiä Meri-Teijo Golfin jäsenet sekä vieraspelaajat ovat olleet Meri-Teijo Golfin palveluihin kaudella 2019, sekä löytää mahdolliset kehittämiskohteet asiakastyytyväisyyden kannalta. Tämän vuoksi tehtiin kaksi kyselyä, toinen omalle jäsenistölle ja toinen vieraspelaajille. Molemmissa kyselyissä oli pääosin samat kysymykset, tästä lisää luettavissa alempana. Tutkimuksen avulla pyrittiin löytämään vastaukset seuraaviin tutkimuskysymyksiin:

- Miten asiakkaat kokevat Meri-Teijo Golfin palvelun?
- Kuinka tyytyväisiä Meri-Teijo Golfin asiakkaat ovat?
- Kuinka Meri-Teijo Golf voi tulla vielä paremmaksi palveluntarjoajaksi?

Kanasen (2011, 26–30) mukaan tutkimuksen onnistumisen kannalta tärkeintä on, että:

- 1) Vastaaja ymmärtää kysymykset oikein
- 2) Vastaajalla on kysymysten edellyttämä tieto
- 3) Vastaaja haluaa antaa kysymyksiin liittyvän tiedon
- 4) Kysymykset ovat yksiselitteisiä.

Avoimet kysymykset ovat helposti laadittavia, mutta työläitä käsitellä. Toisaalta avointen kysymysten avulla voidaan saada vastauksia, joita ei ole osattu etukäteen ajatella. Esimerkiksi vastaajilta voidaan saada hyviä ideoita jonkin kohteen parantamiseksi. (Heikkilä 2014). Näistä syistä tutkimuksessa käytettiin pääosin numeerisia kysymyksiä, mutta avoimia kysymyksiä lisättiin jokaisen osion loppuun. Tällä menetelmällä pyrittiin varmistamaan, että kaikki oleellinen tieto saatiin taltioitua ja kyselyyn vastanneilla oli mahdollisuus perustella heidän vastauksiaan yksityiskohtaisemmin.

Tutkimuksessa olevat kysymykset olivat pääasiassa väittämiä, joihin vastattiin 1-6 asteikolla, kuinka samaa mieltä on. Skaala vastausasteikossa oli seuraava:

1 = täysin eri mieltä

2 = jokseenkin eri mieltä

3 = hieman eri mieltä

4 = hieman samaa mieltä

5 = jokseenkin samaa mieltä

6 = täysin samaa mieltä

Kysymyksiä oli myös avoimina kysymyksinä, joiden avulla pyrittiin saamaan mahdollisen tarkkaa palautetta. Kyselyssä omalle jäsenistölle suurin osa kysymyksistä olivat pakollisia, sillä heille kaikki kyseiset fasilitetit ovat tuttuja. Avoimet kysymykset eivät olleet pakollisia, jolla pyrittiin välttämään turhaa palautetta, jota pelaaja ei edes haluaisi antaa. Vieraspelaajille myös suurin osa kysymyksistä oli pakollisia, paitsi avoimet sekä sosiaalinen media ja verkkosivut. Vieraspelaajien vastaajat pyrittiin valittamaan niin, että vastaaja olisi käyttänyt kaikkia fasilitettejä. Täten pystyttiin eliminoida mahdollisesti vääriä tuloksia antavat vastaukset. Kyselyn lopussa kysyttiin kokonaiskokemusarvosanaa kentästä sekä kokonaiskokemusarvosanaa klubista asteikolla 1-6.

Skaala tälle asteikolle:

1 - huono

2 - välttävä

3 - kohtalainen

4 - hyvä

5 - kiitettävä

6 - erinomainen

Lopussa kysyttiin myös suosittelisiko Meri-Teijo Golfia ystävilleen kyllä tai ei vastauksena, sekä avoimena kommenttina risut tai ruusut.

6.2 Tutkimusmenetelmä ja aineistonkeruu

Tutkimusotteeksi valittiin kvantitatiivinen tutkimus, sillä ilmiö on riittävän tunnettu. (Kananen 2015, 38). Kvantitatiivinen tutkimus mahdollistaa tiedon saamisen suurelta

kohderyhmältä tehokkaasti ja tulokset pyritään yleistämään koskemaan koko perusjoukkoa. Tutkimuksessa käytettiin kahta eri kyselyä, omille jäsenille ja vieraspelaajille. Omille pelaajille toteutettu kysely oli kokonaistutkimuksena tehty, sillä kysely lähetettiin jokaiselle seuran jäsenelle. Vieraspelaajille toteutettu kysely tehtiin otannalla, eli sellaisille vieraspelaajille lähetettiin kysely tai tehtiin haastattelu, jotka olivat käyttäneet suurinta osaa Meri-Teijo Golfin fasiliteeteista. Tällöin otanta oli mahdollisimman edustava (Kananen 2015, 99-100).

Tämän tutkimuksen perusjoukon muodostivat Meri-Teijo Golfin jäsenistö, sekä kentällä pelanneet vieraspelaajat.

Perusjoukko oli helposti tutkittavissa, sillä jäsenistön sekä vieraspelaajien yhteystiedot olivat saatavilla ja näin kysely saatiin liikkeelle nopeasti sähköpostitse. Tutkimus päätettiin ajoittaa kesälle kun kausi oli suosituimmillaan, ja suunnittelun varaa jäisi tuleville kehitysideoille syksyyn, jotta mahdolliset kehittämiskohteet saataisiin valmiiksi ensi golfkaudeksi.

Tutkimusaineisto kerättiin ja analysoitiin syksyn 2019 aikana. Tutkimuksen kyselylomakkeen luominen kesti muutaman työpäivän ja testasimme sen toimivuuden. Lomakkeessa ei ilmennyt ongelmia, joten kysely oli valmis julkaistavaksi. Kysely oli auki kolme viikkoa ja puolet vastauksista saatiin jo ensimmäisten 48 tunnin aikana. Omalle jäsenistölle kysely sähköposteihin lähti Meri-Teijo Golf Ry:n puolesta ja vieraspelaajille Meri-Teijo Golf Oy:n caddiemasterin puolesta.

Tutkimukseen vastasi omasta jäsenistöstä 133 pelaajaa, vieraspelaajista 104, yhteensä 237 pelaajaa. Oman jäsenistön vastausmäärä oli odotettua suurempi, kun taas vieraspelaajien täysin odotettu. Pyrimme pitämään kyselyn selkeänä sekä mahdollisimman lyhyenä, jotta kadon määrä tulisi minimoitua.

Kuitenkaan koko oma jäsenistö ei antanut vastauksia, jäseniä ollessa 438, joten kyselyn tuloksia ei voida yleistää koskemaan koko perusjoukkoa. Vaikka kaikki eivät antaneetkaan vastaustaan, tutkimuskysymyksiin ja -ongelmaan saatiin kuitenkin tarpeeksi kattavat vastaukset. Myös toimeksiantaja oli tyytyväinen vastauksien laatuun.

7 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSEN TULOKSET JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

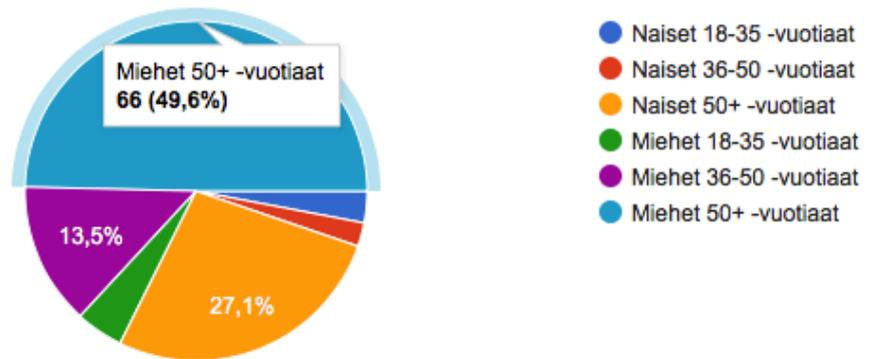
Tämän opinnäytetyön asiakastyytyväisyyskysely sisälsi yhteensä 42 eri kysymystä omalle jäsenistölle ja 42 kysymystä vieraspelaajille. Omalle jäsenistölle lähetettiin eri kysely kuin vieraspelaajille, sisältäen kuitenkin melkein samat kysymykset. Kysymyksiä oli lomakkeessa kuudesta eri kategoriasta: taustatiedot, klubitalon palvelut, kentän palvelut, kenttä ja pelaaminen, sosiaalinen media sekä yhteenveto. Yhteenvedon tarkoituksena oli mitata aikaisemmin kysytyjä asioita ja saada pelaajat miettimään kokonaisuuksia. Kyselyssä oli myös avoimia kysymyksiä, jotka oli sijoitettu jokaisen osion loppuun mahdollisesti täydentämään annettuja vastauksia. Asiakastyytyväisyyskyselyn tulosten käsittelyssä on tuotu esille asiat, jossa Meri-Teijo Golf Oy on onnistunut, sekä asiat joissa on kehitettävää.

7.1 Vastaajien taustatiedot

Kyselyn taustatiedoissa kysyttiin vastaajien sukupuolta sekä ikää. Vieraspelaajilta kysyttiin myös kotipaikkakuntaa sekä kotiseuraa. Näillä tiedoilla haluttiin selvittää vastaajien ikä- ja sukupuolijakauma. Vieraspelaajilta myös se, että mistä paikkakunnilta pelaajia on käynyt.

Mihin kohderyhmään kuulut?

133 vastausta

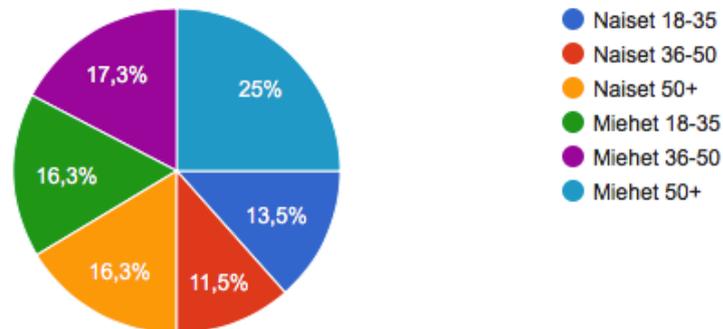


Kaava 1. Kohderyhmä, omat pelaajat.

Kyselyyn vastasi 133 omaa jäsentä. Noin puolet kyselyyn vastanneista (52 %) on yli 50-vuotiaita miehiä, mutta kaikkiin ikäryhmiin saatiin vastauksia. Alle 18 vuotiaat jätettiin kokonaan kohderyhmänä pois. Noin neljäsosa vastanneista on yli 50-vuotiaita naisia. Suurin osa vastanneista on siis yli 50-vuotiaita pelaajia. Miehiä kokonaisuudessaan vastanneista on 67,6 prosenttia ja naisia tällöin 32,4 prosenttia.

Kohderyhmä

104 vastausta



Kaava 2. Kohderyhmä, vieraspelaajat.

Kyselyyn vastasi 104 vieraspelaajaa. Heistä suurin prosentuaalinen osuus 25 prosenttia on yli 50-vuotiaita miehiä. Naisista suurin kohderyhmän vastausprosentti on 16,3 prosenttia yli 50-vuotiaita naisia. Alle 18 vuotiaat jätettiin kokonaan tästäkin kohderyhmänä pois. Yli 50-vuotiaita vastanneita on myös vieraspelaajissa eniten. Miehiä kokonaisuudessaan vastanneista on 58,6 prosenttia ja naisia tällöin 41,4 prosenttia.

Vieraspelaajille kysely toteutettiin sekä paperisena kyselynä että sähköpostitse. Tavoite oli saada 100 vastausta riittävän kattavan palautteen analysoimiseksi ja tavoitteessa onnistuttiin.

7.2 Kenttä, pelaaminen ja kentän palvelut

Kenttä, pelaaminen ja kentän palvelut-kysymyksien tarkoituksena oli selvittää tärkeimmät onnistumiset, kehittämiskohteet ja näkökulmat golfkenttään, sen palveluihin ja pelaamiseen liittyen. Onnistumiset sekä kriittisimmät asiakastyytymättömyyttä aiheuttavat tekijät löydettiin tutkimuksen avulla. Vieraspelaajat olivat huomattavasti tyytyväisempiä kenttään kokonaisuudessaan, kuin omat pelaajat. Parhaat arviot omilta pelaajilta saivat viheriöiden nopeus, kentän mielenkiintoisuus, lähtöaikojen saatavuus sekä

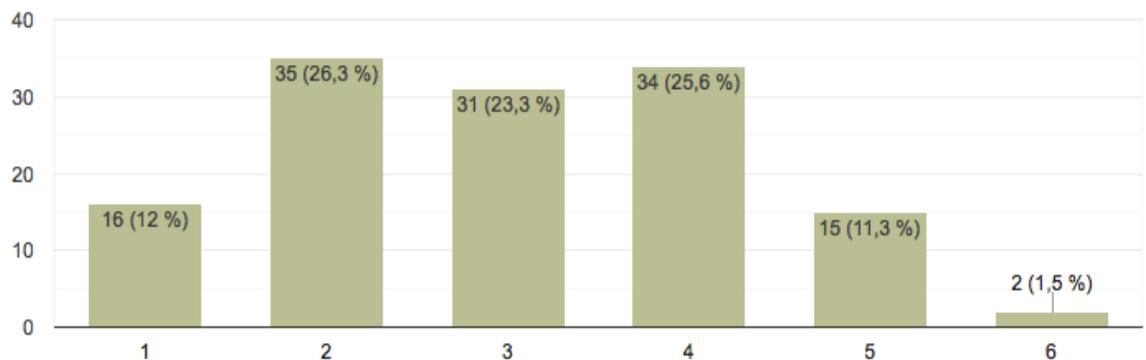
harjoitusmahdollisuudet. Vieraspelaajilta parhaat arvioit saivat väylien kunto, lähtöaikojen saatavuus, kentän mielenkiintoisuus sekä viheriöiden nopeus.

Väylien yleiskunto jakoi vieraspelaajien ja omien pelaajien kesken lähes vastakohtaiset mielipiteet. Omat pelaajat käyttivät kenttää usein, ja ovat siksi kriittisempiä asiaa kohden kun voivat verrata mitä väylät ovat parhaimmillaan olleet. Kysely toteutettiin omalle jäsenistölle siihen suurien helteiden aikaan, ja kenttä oli osittain auringonkuivattama. Viheriöiden nopeus arvosteltiin molempien pääkohderyhmien kesken hyväksi, bunkkerien kunnan vieraspelaajaat arvioivat hyväksi, kun taas omat pelaajat hieman huonommaksi. Tii-
auspaikkojen kunto vieraspelaajien kesken sai yhteensä 77 prosenttia joko hieman samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä tai täysin samaa mieltä, kun taas omista pelaajista noin 53 prosenttia.

Väylämme ovat hyvässä kunnossa



133 vastausta

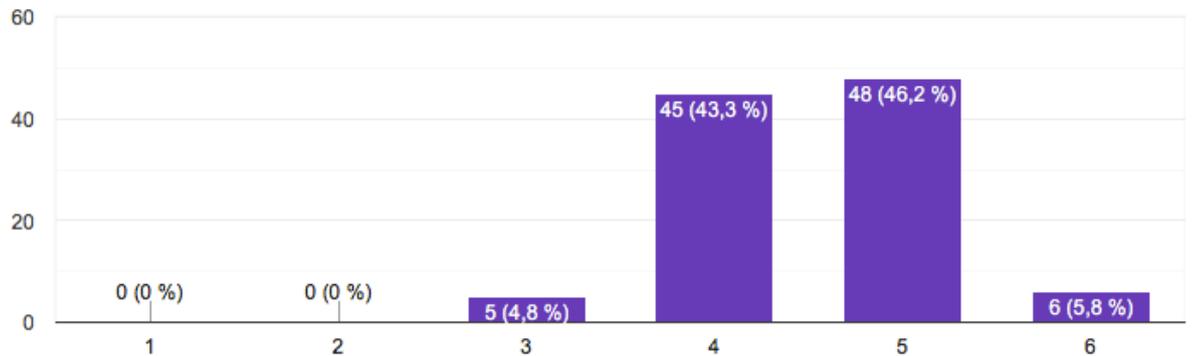


Kaava 3. Väylien kunto, omien pelaajien vastaukset.

Väylämme ovat hyvässä kunnossa



104 vastausta



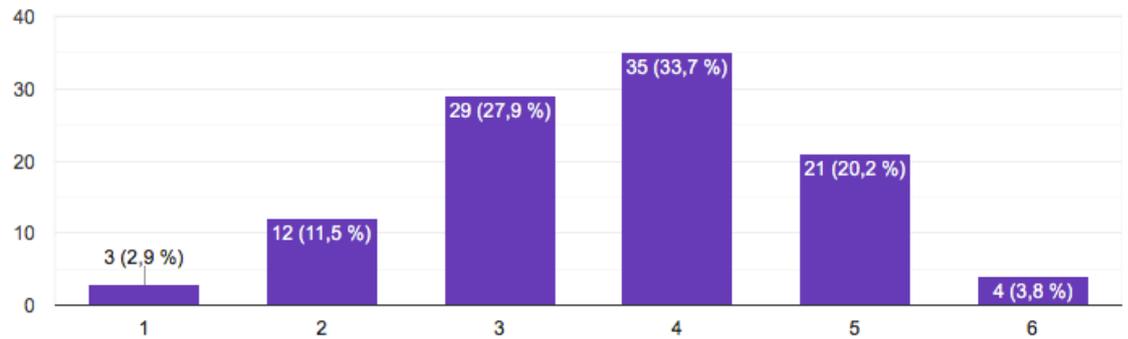
Kaava 4. Väylien kunto, vieraspelaajien vastaukset.

Harjoitusmahdollisuudet vieraspelaajat kokivat omiin tarpeisiinsa riittävilä. Omasta jäsenistöstä taas koki, että harjoitusmahdollisuudet eivät riittäisi heidän tarpeisiinsa. Näistä toivottiin myös avointa vastausta avoin kenttä -osion kysymyksissä, jotta saataisiin tarkkaa informaatiota siitä, mitä tarvittaisiin lisää tai mitä pitäisi kunnostaa. Vain 14 prosenttia omasta jäsenistöstä oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa, että rangella olosuhteet on hyvät, ja 36 prosenttia oli jokseenkin samaa mieltä. Vieraspelaajista ainoastaan 7,7 prosenttia koki että rangella olosuhteet ovat hyvät, ja 57,7 prosenttia oli hieman samaa mieltä. Omat pelaajat suurimmalta osin kokivat kentällä olevan opastuksen kunnossa, kun taas vieraspelaajat eivät niinkään. Vieraspelaajat antoivat paljon palautetta siitä, että kentällä pitäisi laittaa opastus kuntoon. Omasta jäsenistöstä noin 64 prosenttia oli täysin samaa mieltä siitä, että lähtöaikoja oli hyvin saatavilla, kun taas vieraspelaajista 50 prosenttia oli täysin samaa mieltä.

Kentällä opastus on kunnossa



104 vastausta

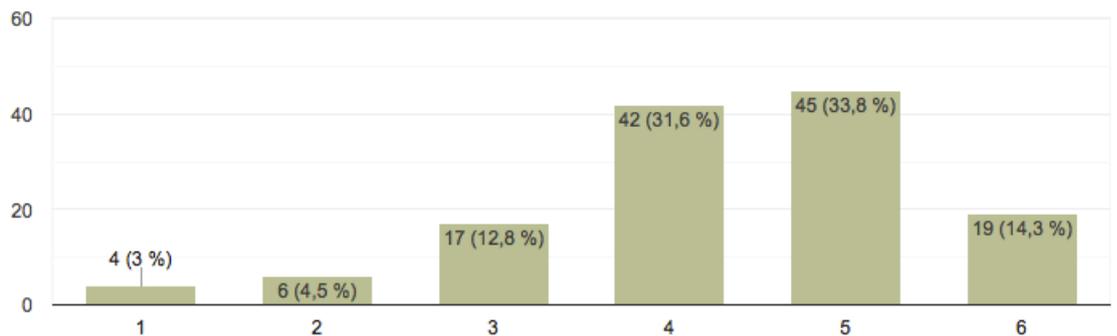


Kaava 5. Kentän opastus, vieraspelaajien vastaukset.

Kentällä opastus on kunnossa



133 vastausta



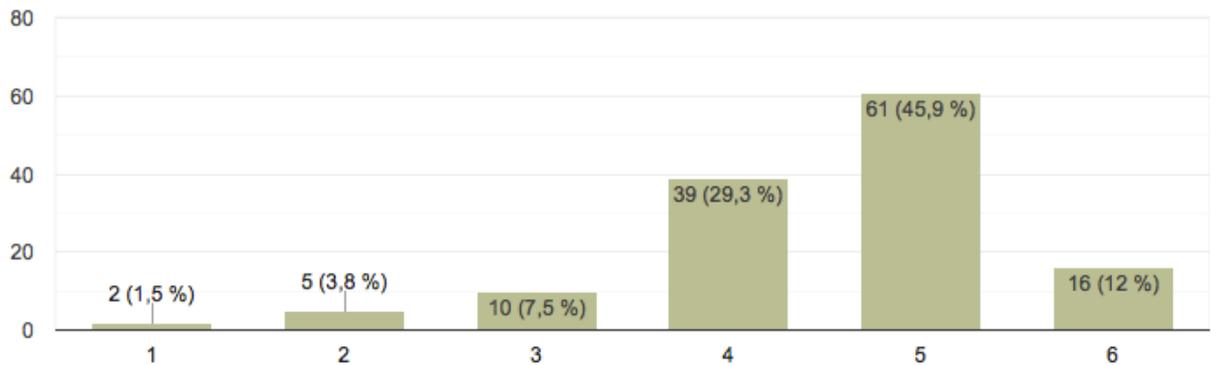
Kaava 6. Kentän opastus, omien pelaajien vastaukset.

Vain 4 vieraspelaajaa koki kentällä opastuksen olevan täysin kunnossa. Omista pelaajista 19 pelaajaa koki olevansa täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Yksi avoin kysymys oli mitä kehittäisit kentässä ja vieraspelaajilta yksi kolmasosa avoimista kommentista koskikin kentän opastusta; ” Olin hieman eksynyt kentällä, opasteita paremmaksi” ,”18 tulo epäselvä, 2 reittiä sinne mutta vain toisessa opastus” ,”Opastus kuntoon!”.

Kenttä on mielenkiintoinen



133 vastausta

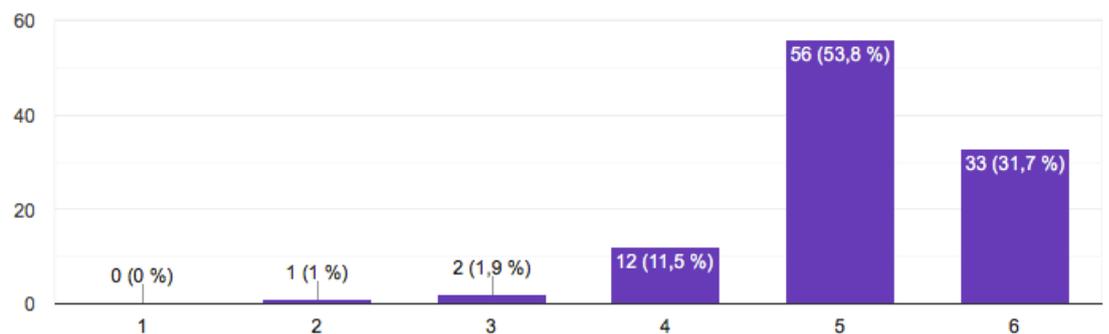


Kaava 7. Kentän mielenkiintoisuus, omien pelaajien vastaukset.

Kenttä on mielenkiintoinen



104 vastausta



Kaava 8. Kentän mielenkiintoisuus, vieraspelaajien vastaukset.

Suurin osa kyselyyn vastanneista koki Meri-Teijo Golfin kentän mielenkiintoiseksi kentäksi.

7.3 Klubitalon palvelut

Klubitalon palveluita hoitaa yleensä yksi caddiemaster, kilpailupäivinä välillä kaksi. Palveluihin kuuluu pelaajien varaus, pelaajien vastaanottaminen, kahvila palvelut sekä

proshop myymälä. Tutkimuksessa tämän osion tarkoituksena oli saada käsitys Meri-Teijo Golfin palvelun laadusta ja tarjonnasta.

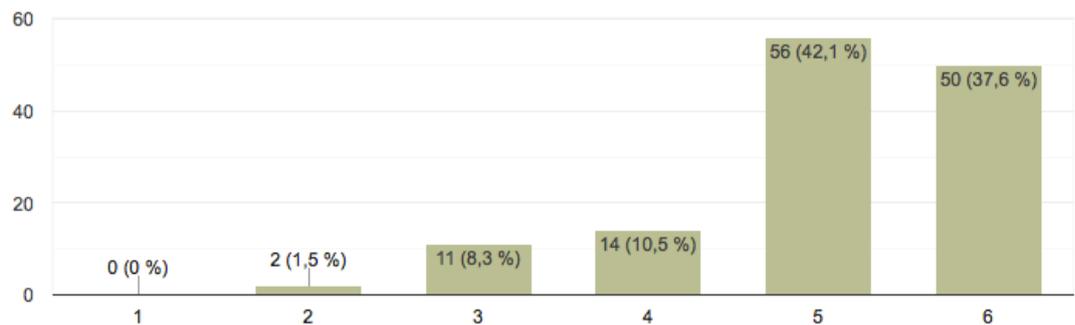
Oma jäsenistö oli arvoinut klubitalojen palveluista parhaiksi asiakaspalvelun, klubin yleisisteyden sekä caddiemasterin tavoitettavuuden. Vieraspelaajilla paras kolmikko koostui myös näistä samoista asioista. Heikoimmille arvioinneille omilta pelaajilta osoittautui ruokailumahdollisuudet, kahvilan valikoima sekä parveke ja terassitilojen viihtyvyys. Vieraspelaajilla huonoimmat arvoinnit olivat saaneet suihku ja saunatilojen viihtyvyys, ruokailumahdollisuudet sekä kahvilan tarjonta.

Meri-Teijo Golfin asiakaspalvelu on koettu mielekkääksi, eikä kenelläkään ollut avoimissa kommentteissa siitä risuja sanottavana. Päinvastoin, caddiemasterit saivat avoimissa kommentteissa paljon kehuja niin yleisellä tasolla kuin henkilökohtaisestikin suunnattuina.

Suurin osa vieraspelaajista kokivat kahvilan tuotteiden hintatason enemmän kohtuulliseksi, kuin ei kohtuulliseksi. Omien pelaajien vastanneista 6 oli täysin eri mieltä väittämän kanssa, että hintataso olisi kohtuullinen

Tunnen itseni tervetulleeksi

133 vastausta

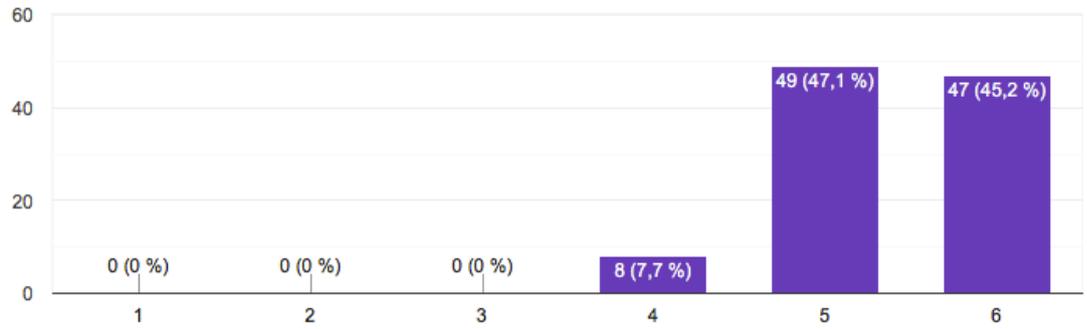


Kaava 9. Tunnen itseni tervetulleeksi, omien pelaajien vastaukset.

Tunsin itseni tervetulleeksi



104 vastausta

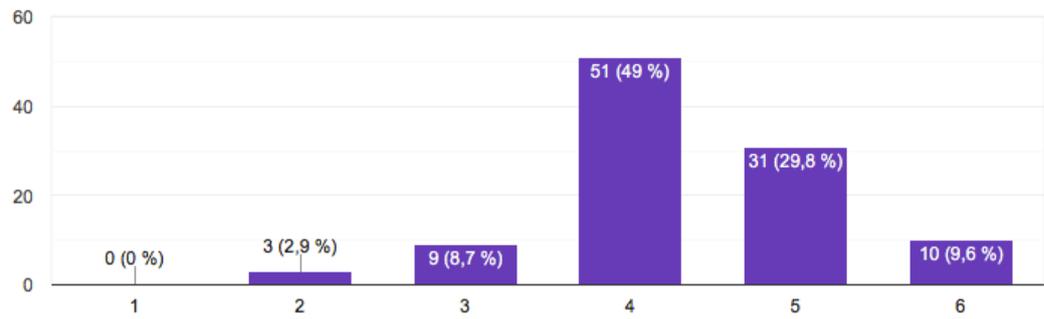


Kaava 10. Tunsin itseni tervetulleeksi, vieraspelaajien vastauksia.

Hintataso on kohtuullinen



104 vastausta

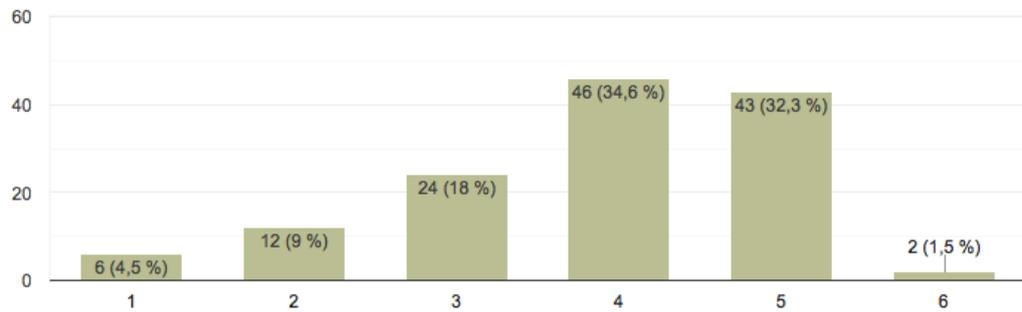


Kaava 11. Hintatason kohtuullisuus, vieraspelaajien vastaukset.

Hintataso on kohtuullinen



133 vastausta



Kaava 12. Hintatason kohtuullisuus, omien pelaajien vastaukset

Juomavalikoimaan oltiin pitkälti tyytyväisiä, ja avoimissa kommentteissa vieraspelaajat olivat erittäin tyytyväisiä siitä, että valikoima sisälsi myös paikallisia tuotteita. Kahvilan tuotteisiin muun muassa leipiin omat pelaajat toivoivat pientä päivitystä täytevalikoimaan. Myös suolaisten valikoimaa moni vastannut oli toivonut laajemmaksi, sekä lounasmahdollisuuksia enemmän. Salaatteja toivottiin syötäväksi, kuin myös hedelmävalikoimaa laajemmaksi ja muutenkin enemmän terveellisempää syötävää.

Oma jäsenistö oli myös toivonut, että tiloja remontoitaisiin. Moni vastannut halusi erityisesti naisten pukuhuonetilojen nykyiseen kuntoon sekä terassin olosuhteisiin nykyaikaisempaa päivitystä. Vieraspelaajilta positiivista kommenttia tuli paljon klubin ulkoasusta, ja mahtavista kukka-asetelmista.

7.4 Sosiaalinen media ja kotisivut

Meri-Teijo Golfilla on sosiaalisessa mediassa oma Facebook-sivusto sekä Instagram-tili. Instagram-tili päätettiin jättää kyselystä pois, ja keskittyä vain Facebookiin, syystä että sillä palvelimella enemmän seuraajia. Myös Meri-Teijo Golfin verkkosivut olivat mukana kyselyssä.

Oma jäsenistö sekä myös vieraspelaajat olivat arvioineet parhaiten kotisivuilla olevan tarvittavat tiedot, kun taas heikoiden hyviä arvosteluja oli saanut Facebook-tilin aktiivisuus. Yleisessä avoimessa kommentissa moni vieraspelaaja oli kommentoinut kotisivujen olevan epäselkeät, tietoa siis on mutta se on vastaajien mielestä vaikeasti löydettävissä. Omat pelaajat olivat jättäneet kommenttia myös epäselkeydestä, muun muassa ”

Tuloskorttien / tasoitusten päivittämissuhteita en onnistunut löytämään. Eli ohjeet/linkki Nexgolf-sivustolle olisi hyvä lisä”.

7.5 Avoimet kysymykset

Kyselyssä vastaajia pyydettiin ilmaisemaan ne asiat, joihin on tyytyväisiä sekä tyytymättömiä koskien kenttää sekä kentän palveluita, klubitaloa, verkkosivuja sekä sosiaalista mediaa ja risut/ruusut yleisesti. Omilta pelaajilta kysyttiin lisäksi, mitä toivoisi myyntiin klubin kahvilaan. Vieraspelaajilta kysyttiin kotiseuraa, kotipaikkakuntaa ja miksi valitsit Meri-Teijo Golfiin.

Näiden avointen kysymysten vastauksista saatiin paljon konkreettisia kehittämissuhteita. Omien pelaajien joukossa eniten tyytymättömyyttä herättivät väylien kunto, kentän kasvelujärjestelmä, naisten pukuhuoneen yleiskunto sekä lounasmahdollisuudet. Eniten tyytyväisiä oltiin kentän vaativuuteen, merenläheisyyteen, puistomaisuuteen, yhteisöllisyyteen ja iloiseen henkilökuntaan. Sosiaaliseen mediaan omat pelaajat toivoivat lisää aktiivisuutta sekä vieraspelaajat toivoivat enemmän selkeyttä Meri-Teijo Golfin verkkosivuille. Useassa vastauksessa todettiin myös, että tapahtumista tiedottaminen tapahtuu välillä liian viime tippaan ja toivottiin siihen muutosta. Juomavalikoima osoittautui vastauksien perusteella kattavaksi, kun taas kahvilavalikoimaan toivottiin lisää vaihtoehtoja suolaisille välipaloille sekä vegaanisia vaihtoehtoja.

”Ihan kaikkein paras asia on loistava golfyhteisö ja hyvä henki jäsenistössä, uudet pääsee hyvin mukaan, jos haluavat, porukka järkkää omia kisoja. ”

”On niiiin kiva tulla clubille kun on mukavat caddiemasterit👍🏆”

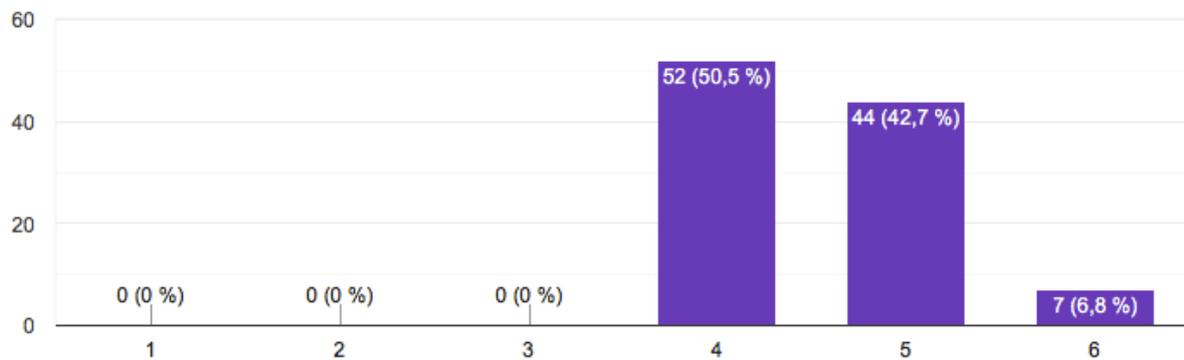
”Kotoisa meininki, ei turhaa nipottamista!”

7.6 Yhteenveto

Yhteenvedon selkeyttämiseksi kyselyssä selvitettiin myös miten asiakkaat kokevat Meri-Teijo Golfin kokonaisuutena. Arviointiskaalana toimi 1-6, joista 1 erittäin huono ja 6 vastaavasti toinen ääripää, erinomainen.

KOKONAISKOKEMUS: KENTTÄ

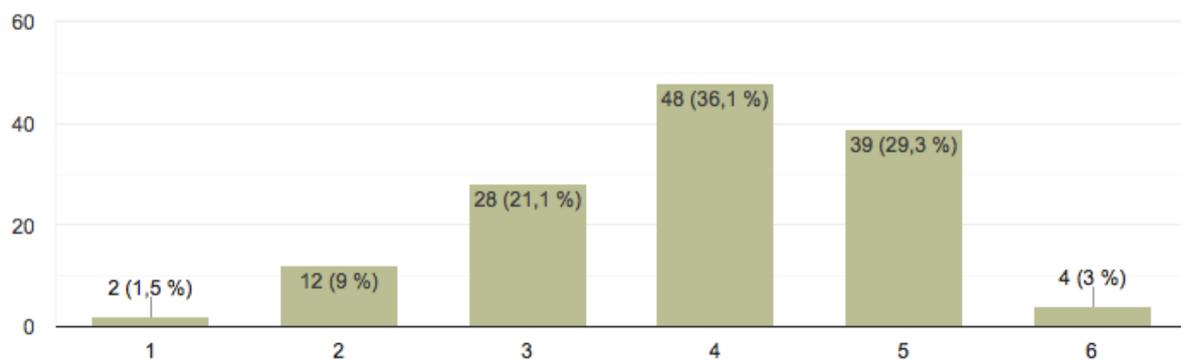
103 vastausta



Kaava 13. Kokonaiskokemus kentästä, vieraspelaajien vastaukset.

KOKONAISKOKEMUS: Arvosana kentästä

133 vastausta



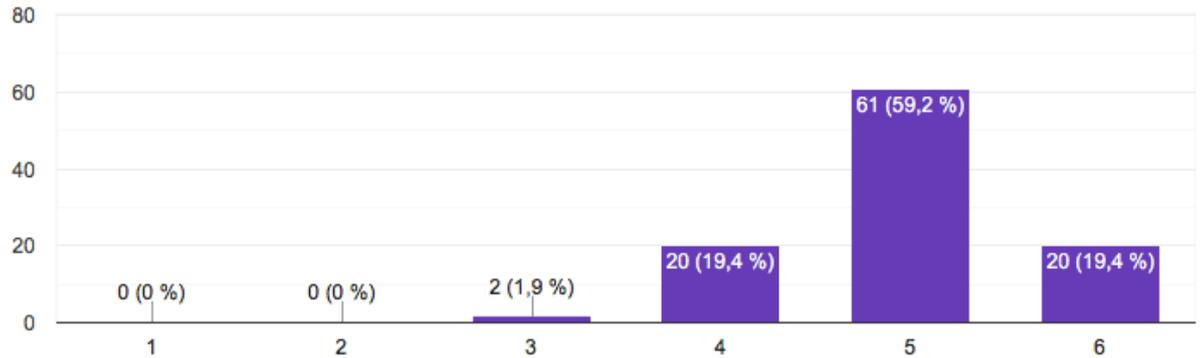
Kaava 14. Kokonaiskokemus kentästä, omien pelaajien vastaukset.

Vieraspelaajien arvioinnissa kenttä kokonaisuudessaan sai paljon positiivisia arvosanoja. Omalta jäsenistöltä tuli sen sijaan myös huonojakin kokonaisarvosanoja. Klubitilaa koskeva arviointi oli jakautunut myös samalla tavalla.

KOKONAISKOKEMUS: KLUBI



103 vastausta

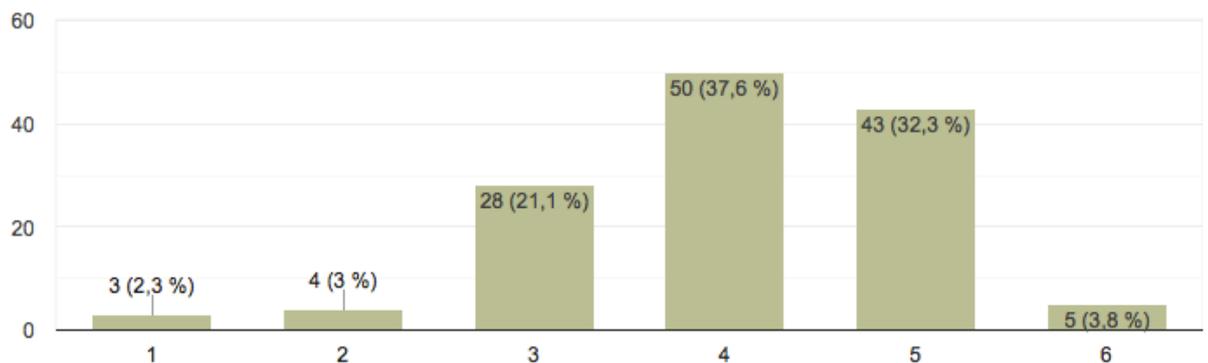


Kaava 15. Kokonaiskokemus klubista, vieraspelaajien vastaukset.

KOKONAISKOKEMUS: Arvosana klubitilasta



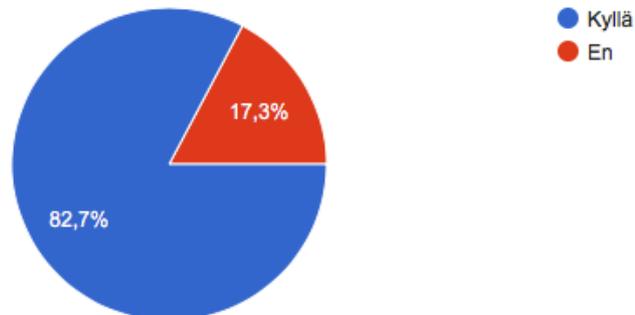
133 vastausta



Kaava 16. Kokonaiskokemus klubista, omien pelaajien vastaukset.

Suosittelisitko Meri-Teijo Golfia ystävillesi?

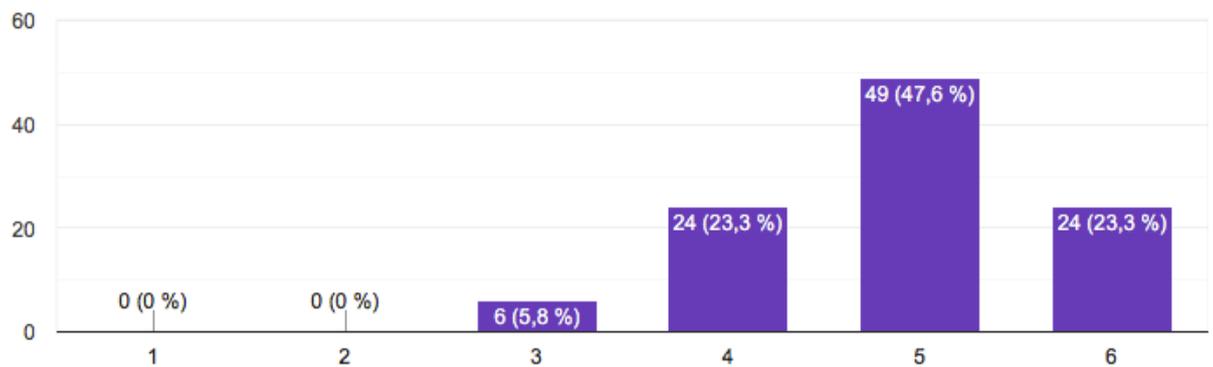
133 vastausta



Kaava 17. Kuinka moni suosittelisi.

Kuinka todennäköisesti suosittelisit Meri-Teijo Golfia ystävillesi?

103 vastausta



Kaava 18. Kuinka moni suosittelisi.

Myös kohta joka koski Meri-Teijo Golfin suosittelua ystäville, sai huomattavasti enemmän positiivista arvostelua kuin negatiivista.

7.7 Kehittämisideat

Tutkimuksen avulla saatiin selville paljon kehitysideoita, joista osa on mahdollista kehittää nykyisillä reissuriseilla ja myös kannattavia kehittää. Alla tekemämme listaus kehitysideoista tutkimuksen perusteella seuraavia kausia varten.

1. Kentän opastus paremmaksi, enemmän opasteita

Moni vieraspelaaja koki olevansa hieman eksyksissä kentällä puutteellisten opasteiden vuoksi, joten olisi hyvä lisätä opasteiden määrää.

2. Naisten pukuhuonetilojen uudelleensisustus

Varsinkin omien pelaajien keskuudessa nousi esille naisten pukuhuoneen kulu-
nut ja vanhanaikainen sisustus. Pukuhuonetilojen ulkoasu kaipaa päivitystä, ja jo pelkällä sisustamisella tilat saataisiin uuteen uskoon.

3. Lounasmahdollisuuksien parantaminen

Meri-Teijo Golfin ravintola ei ole juurikaan tarjonnut pelaajille lounasmahdollisuuksia kauden aikana. Tämän tutkimuksen perusteella lounasta todella kaivattiin, joten se olisi erinomainen lisä palveluun.

4. Terassikaluston uusiminen

Terassikaluston kuluneisuus osoittautui myös yhdeksi tyytymättömyyden tekijäksi klubilla monen pelaajan mielestä. Kalusto on kutakuinkin parhaat päivänsä nähnyt, joten se olisi hyvä päivittää uudempaan ja ehjempään.

5. Kahvilan suolaisen välipalan valikoima monipuolisemmaksi

Suolaisen välipalan monipuolisuus osoittautui hieman suppeaksi osalle pelaajista ja myös toivottiin, että myös leipiin tulevat täytteet vaihtelisivat joskus. Toiveena olisi siis hedelmävalikoiman laajentaminen, kasvisvaihtoehtoja enemmän suolaisiin, terveellisempää välipalaa sekä leipien täytteet monipuolisemmaksi.

6. Verkkosivut selkeimmiksi

Verkkosivuilla on paljon oleellista tietoa, mutta sen löytäminen osoittautui haasteelliseksi. Yläotsikot eivät välttämättä tue alta pohjautuvaa tekstiä tai infoa, joka hankaloittaa tiedon etsintää. Nämä tulisi tarkastaa läpi ja selkeyttää, jotta tie

haluttuun tietoon olisi mahdollisimman yksinkertainen. Myös väyläkuvat olisi erinomainen lisä kenttä-osioon pelaajien toivomuksesta.

7. Rikkakasvien torjunta bunkkereista

Rikkakasvit eivät kuuluisi olla osa hiekkabunkkeria, joten kasvillisuus olisi hyvä torjua esteettisen ilmeen ja pelattavuuden parantamiseksi. Myös ylläpito helpottuisi, kun kasvillisuus olisi torjuttu, esimerkiksi asentamalla suojakankaan hiekaesteen pohjalle ja/tai käyttämällä torjunta-aineita.

8. Väylien kunnostus

Kentän väylillä kasvaa osittain rikkaruohoja tai sinne muita kuulumattomia ruoholajikkeita, jotka ovat korvanneet alkuperäistä väyläruoholajiketta. Rikkakasvit olisi hyvä torjua ja/tai lisäkylvää väylälle tarkoitettua väyläruohoa, jotta pelattavuutta saataisiin parannettua.

8 YHTEENVETO JA POHDINTA

Yleisesti ottaen tutkimuksesta saadut tulokset vastasivat hyvin tutkimuksen tavoitteisiin, jotka olivat selvittää asiakastytyvyyden tila Meri-Teijo Golfissa ja tuoda esille mahdolliset tärkeimmät kehittämisen kohteet. Avoimet kysymykset olivat erittäin hyödyllisiä, sillä niistä saatiin tarkkoja vastauksia.

Opinnäytetyön idea lähti toimeksiantajan tarpeesta saada selvä kuva asiakastytyvyydestä yrityksessä. Työn tutkimustuloksien pohjalta toimeksiantaja pystyy hahmottamaan suurimmat onnistumiset sekä kehitystä kaipaavat asiat. Näin yritys pystyy tulevaisuudessa vastaamaan asiakkaidensa tarpeisiin entistä paremmin

Opinnäytetyön suunnittelu aloitettiin keväällä 2019 ja kesällä 2019 laitettiin kyselyt eteenpäin. Teoriaosuutta työstettiin kesällä sekä syksyllä 2019. Tuloksien käsittely tapahtui syksyllä 2019 ja työ valmistui joulukuussa 2019. Haastavinta prosessissa oli yhdistää opinnäytetyö, työ sekä muut opinnot keskenään, mutta omasta mielestämme pystyimme toimimaan varsin tehokkaasti ja pysyimme lähes aina suunnitellussa aikataulussa.

Kysely aukeni pelaajille kesällä juuri siihen aikaan, kun oli kaikista kuuminta ja kuivinta. Sääolosuhteet eivät siis suosineet kenttää ja sen kuntoa, verrattuna siihen mitä kunto on esimerkiksi syksyllä. Täten vastauksista kenttää kohden ilmeni myös luultavasti tavallista enemmän kritiikkiä, joka oli odotettavissa. Kysely ei sisältänyt lainkaan "en osaa sanoa"-vastausvaihtoehtoja, mikä saattoi heikentää todenmukaisia vastauksia. Kuitenkin pyrittiin valitsemaan ne vieraspelaajat jotka olivat käyttäneet kaikkia fasiliteettejä. Kaikki osuudet eivät olleet pakollisia vastata, kuten sosiaalinen media ja verkkosivut.

Haastavaksi osuudeksi ilmeni tulosten analysointi. Vastaukset olivat hyvinkin yksinkertaisia, mutta niiden rajaaminen ja prosenttuaalinen määrä osoittautui haastavammaksi osioksi koko työssä. Google Formsin avulla kuitenkin saatiin hyvin taulukoissa tietoja, mutta työ vaati myös omaa soveltamista näiden suhteen. Myös hyvien lähteiden löytäminen osottautui työläämmäksi, mitä luulimme. Aihealueesta löytyy hyvinkin paljon lähtemateriaalia, mutta niistä hyvien löytäminen onkin oma seikkansa. Kirjalähteistä olimme kaivanneet tuoreempaa materiaalia, sillä sitä löytyi heikosti.

Opinnäytetyössä käytetyn teorian tulisi tukea tutkimusta ja sen tuloksia. Tässä opinnäytetyössä käsiteltiin teoriaosuudessa asiakastytyvyyttä, palvelua ja sen laatua. Lisäksi pohdittiin asiakastytyvyyttä tutkimuksena ja asiakastytyvyyttä

golfliiketoiminnassa. Mielestämme nämä käsitteet ja aihepiirit ovat tärkeitä kyselytutkimuksen tulosten ymmärtämisenkin kannalta. Näin ollen teoria linkittyi hyvin työn tutkimusosaan.

Kilpailut ovat yksi iso osa golfsesonkia Meri-Teijo Golfissa. Tästä aihealueesta olisi voitu kysellä yhtenä kokonaisuutena jotain, jotta oltaisiin voitu selvittää myös kilpailuihin liittyvät onnistumiset ja kehittämisen kohteet. Mielestämme seuraavaa tyytyväisyyskyselyä pelaajille mieltien, tulisi lisätä myös kilpailuihin liittyvä osio.

Myös seuran järjestämät palvelut, aktiviteetit ja kilpailut ovat suuri osa Meri-Teijo Golfia. Seuran osalta olisi myös tärkeää lähteä työstämään palautteen keruuta, mikä onkin jo lähtenyt hyvin liikkeelle yleisellä tasolla sekä naistoimikunnassa. Seura on jo luonut kyselyn jäsenistölle sisältäen myös heidän palvelunsa. Myös naistoimikunta on luonut palautekyselyn naispuolisille jäsenille naistoimikunnan aktiviteeteistä, ja toivottavasti tämän lisäksi saadaan kehitettyä myös koko seuran jäsenistöä koskevaa palautteen keruuta.

Tekijät ovat omasta mielestään saavuttaneet tavoitteet mitata Meri-Teijo Golfin asiakas-tyytyväisyyttä, sekä onnistuneen luomaan toimivan työkalun sen mittaamiselle, kuitenkin yllämainittuja seikkoja jatkossa käyttäen. Vaikka työntekijät ovatkin ammattilaisia ja alansa asiantuntijoita yrityksessä, heillä ei välttämättä ole näkemystä ulkoapäin, vaan ainoastaan sisältä päin. On siis tärkeää saada näkemys itse asiakkailta, jotka itse kokevat yrityksen palvelun. Toimeksiantajalle tuli kyselyn avulla hyviä kehittämissuhteita, joista moni on toteutuskelpoisia. Kehittämissuhteita jää tämän työn ulkopuolelle, mutta on silti erittäin tärkeä osa kokonaisuutta katsoen.

Kyselyyn on hyvä tehdä jatkotutkimus parin vuoden sisällä, josta huomataan onko kehittämistä vaille olleet asiat parantuneet verrattaessa tuloksia aikaisempiin tuloksiin.

LÄHTEET

- Alastaro Golf. Artikkelin Caddiemasterin tehtävistä. Viitattu 23.9.2019 <https://alastarogolf.fi/palvelut/caddiemaster>
- Eräsalo, U. 2011. Palvelu ammattina. Restamark Oy.
- Golf.fi. Artikkelin Aloita Golf. Viitattu 22.9.2019 <https://golf.fi/aloita-golf/golfin-perusteet/>
- Golf Digest. Artikkelin asiakastyytyväisyystutkimuksen tuloksista. Viitattu 25.9.2019 <http://www.golfdigest.com/magazine/2013-08/golfer-satisfaction-survey>.
- Golfpiste. Artikkelin: Mitä on golf? Viitattu 23.9.2019 <https://golfpiste.com/aloita-golf/mita-on-golf/>
- Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. WS Bookwell Oy.
- Heikkilä T. Kvantitatiivinen tutkimus. 2014. Viitattu 10.11.2019 <http://www.tilastollinentutkimus.fi/1.TUTKIMUSTUKI/KvantitatiivinenTutkimus.pdf>
- Kananen J. 2011. Kvantti – kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kananen J. 2015. Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Meri-Teijo Golf. Artikkelin: Kenttä. Viitattu 19.9.2019 <https://meriteijogolf.com/pelaa-meilla/kentta/>
- My Accounting Course. Artikkelin asiakastyytyväisyydestä. Viitattu 20.9.2019 <https://www.myaccountingcourse.com/accounting-dictionary/customer-satisfaction>
- Nexgolf. Meri-Teijo Golfin hallintasivusto. Viitattu 19.9.2019 www.nexgolf.fi/mtg
- Nicereply. Artikkelin asiakastyytyväisyyden tärkeydestä. Viitattu 25.9.2019 <https://www.nicereply.com/blog/importance-of-customer-satisfaction/>
- Pakkanen, R. Korkeamäki, A. Kiiras, H. 2013. Palvelun taitajaksi. Sanoma Pro Oy.
- Suomen Golfkentät. Artikkelin hiilineutraalista golfkentästä. Viitattu 25.9.2019 <https://www.suomengolfkentat.fi/palvelut-ja-tuotteet/hiilineutraali-golfkentta-hanke.html>
- Suomen Golfkentät. Uutiskirje: Ilmastoseminaari 21.8.2019 Meri-Teijo Golfissa, Salossa. Viitattu 25.9.2019 <http://uutiskirje.suomengolfkentat.fi/a/s/61469988-8ac1d0d175139f81f4d44c55df57fde6/3371249?video=true#5d4abfa50185e>
- Tirkkonen, T. Artikkelin: Palvelun laatu – määritelmä, mittaaminen ja kehittäminen. Viitattu 9.11.2019 <https://terhotirkkonen.com/2014/04/29/palvelun-laatu-maaritelma-mittaaminen-ja-kehittaminen/>
- Viitala, R & Jylhä, E. 2013. Liiketoimintaosaaminen: Menestyvän yritystoiminnan perusta. Edita. Helsinki
- WWF. Artikkelin ilmastonmuutoksesta. Viitattu 24.9.2019 <https://wwf.fi/uhat/ilmastonmuutos/>
- Ylikoski, T. P. 2001. Unohtuiko asiakas? 2. uud. p. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Liite 1. Asiakastyytyväisyyskysely omille pelaajille.

Jäsenkysely

Kyselyn tarkoituksena on tutkia mitä golfarit arvostavat osana pelikokemusta Meri-Teijo Golfissa. Kysely tapahtuu nimettömänä ja on osa opinnäytetyötäni Turun Ammattikorkeakoulussa.

Kysely sisältää väittämiä. Kuhunkin väittämään vastataan numerolla.

Skaala:

- 1 = täysin eri mieltä
- 2 = jokseenkin eri mieltä
- 3 = hieman eri mieltä
- 4 = hieman samaa mieltä
- 5 = jotenkin samaa mieltä
- 6 = täysin samaa mieltä

*Pakollinen

1. Mihin kohderyhmään kuulut? *

Merkitse vain yksi soikio.

- Naiset 18-35 -vuotiaat
- Naiset 36-50 -vuotiaat
- Naiset 50+ -vuotiaat
- Miehet 18-35 -vuotiaat
- Miehet 36-50 -vuotiaat
- Miehet 50+ -vuotiaat

2. Väylämme ovat hyvässä kunnossa *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

3. Viheriöillä on sopiva nopeus *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

4. Bunkkerimme ovat hyvässä kunnossa *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

5. Tiiuspaikat ovat hyviä *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

6. Kenttä on mielenkiintoinen *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

7. Kenttä on hyvin hoidettu **Merkitse vain yksi soikio.*

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

8. Harjoitusmahdollisuudet riittävät omiin tarpeisiini (range, par3 rata, puttausviheriö...)**Merkitse vain yksi soikio.*

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

9. Olosuhteet rangella ovat hyvät **Merkitse vain yksi soikio.*

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

10. Kentän wc olosuhteet ovat hyvät (wc paikkojen sijainti, määrä, kunto...)**Merkitse vain yksi soikio.*

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

11. Kentällä opastus on kunnossa **Merkitse vain yksi soikio.*

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

12. Lähtöaikoja on hyvin saatavilla yleensä **Merkitse vain yksi soikio.*

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

13. Kentässä erityisen hyvää on (ei pakollinen):

14. Kentässä kehittäisin (ei pakollinen):

15. Kentän palveluissa kehittäisin (range, opasteet yms.) (ei pakollinen):

16. Klubi on viihtyisä *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

17. Klubin yleissiisteys on hyvä *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

18. Asiakaspalvelu on miellyttävää *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

19. Tunnen itseni tervetulleeksi *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

20. Caddiemaster on tavoitettavissa aina kun tarvitsen *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

21. Suihku ja saunatilat ovat viihtyisät *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

22. Terassi- ja parvekealueet ovat viihtyisät *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

23. Klubilla on laaja juomavalikoima **Merkitse vain yksi soikio.*

1	2	3	4	5	6	
						Täysin samaa mieltä
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. Kahvilassa on monipuolinen tarjonta (kyse pelkästään kahvilasta, eli kahvi, pulla, leipä yms, ei lounasmahdollisuuksista) **Merkitse vain yksi soikio.*

1	2	3	4	5	6	
						Täysin samaa mieltä
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Ruokailumahdollisuudet ovat hyvät **Merkitse vain yksi soikio.*

1	2	3	4	5	6	
						Täysin samaa mieltä
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

26. Hintataso on kohtuullinen **Merkitse vain yksi soikio.*

1	2	3	4	5	6	
						Täysin samaa mieltä
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

27. Esillepano on siisti ja selkeä **Merkitse vain yksi soikio.*

1	2	3	4	5	6	
						Täysin samaa mieltä
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

28. Klubin aukioloajat ovat sopivat **Merkitse vain yksi soikio.*

1	2	3	4	5	6	
						Täysin samaa mieltä
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

29. Klubilla erityisen hyvää on (ei pakollinen):

30. Klubilla kehittäisin (ei pakollinen):

31. Onko jotain, mitä kaipaisit kahvilaan myyntiin? Mitä?

32. Kotisivut sisältävät tarvittavat tiedot (jos et katso nettisivujamme / facebookkiamme, voit jättää vastaamatta seuraaviin 6 kysymykseen)

Merkitse vain yksi soikio.

1 2 3 4 5 6

Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

33. Kotisivut ovat selkeät ja yksinkertaiset

Merkitse vain yksi soikio.

1 2 3 4 5 6

Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

34. Kotisivuilla tiedot ovat ajantasalla

Merkitse vain yksi soikio.

1 2 3 4 5 6

Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

35. Kotisivuilla on hyvin tietoa tulevista tapahtumista

Merkitse vain yksi soikio.

1 2 3 4 5 6

Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

36. Facebook-tilimme on tarpeeksi aktiivinen

Merkitse vain yksi soikio.

1 2 3 4 5 6

Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

37. Facebook-tilillä on hyvin infoa tulevista tapahtumista

Merkitse vain yksi soikio.

1 2 3 4 5 6

Täysin eri mieltä Täysin samaa mieltä

38. Vapaa kommentti verkkosivuista / sosiaalisesta mediasta (ei pakollinen):

39. **KOKONAISKOKEMUS: Arvosana kentästä ***

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Erittäin huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

40. **KOKONAISKOKEMUS: Arvosana klubitalosta ***

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Erittäin huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

41. **Suosittelisitko Meri-Teijo Golfia ystävillesi? ***

Merkitse vain yksi soikio.

- Kyllä
 En

42. **VAPAA KOMMENTTI: Risut / Ruusut (ei pakollinen)**

Liite 2. Asiakastyytyväisyyskysely vieraspelaajille

Vieraspelaajien tyytyväisyyskysely

Kyselyn tarkoituksena on tutkia mitä golfarit arvostavat osana pelikokemusta Meri-Teijo Golfissa. Kysely tapahtuu nimettömänä ja on osa opinnäytetyötä Turun Ammattikorkeakoulussa.

Kysely sisältää väittämiä. Kuhunkin väittämään vastataan numerolla.

Skaala:

- 1 = täysin eri mieltä
- 2 = jokseenkin eri mieltä
- 3 = hieman eri mieltä
- 4 = hieman samaa mieltä
- 5 = jotenkin samaa mieltä
- 6 = täysin samaa mieltä

*Pakollinen

1. Kohderyhmä

Merkitse vain yksi soikio.

- Naiset 18-35
- Naiset 36-50
- Naiset 50+
- Miehet 18-35
- Miehet 36-50
- Miehet 50+

2. Väylämme ovat hyvässä kunnossa *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

3. Viheriöllä on sopiva nopeus *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

4. Bunkerimme ovat hyvässä kunnossa *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

5. Tiiauspaikat ovat hyviä *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

6. Kenttä on mielenkiintoinen *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

7. Kenttä on hyvin hoidettu *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

8. Harjoitusmahdollisuudet riittävät omiin tarpeisiini (range, par3rata, puttausalue...)*
 Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

9. Olosuhteet rangella ovat hyvät*
 Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

10. Kentän wc olosuhteet ovat hyvät (sijainti, määrä, kunto...)*
 Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

11. Kentällä opastus on kunnossa*
 Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

12. Lähtöaikoja oli hyvin saatavilla*
 Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

13. Kentässä erityisen hyvää oli:

14. Kentässä kehittäisin:

15. Kentän palveluissa kehittäisin (range, puttaus, opasteet, wc...):

16. Klubi on viihtyisä*
 Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

17. Klubin yleissiisteys on hyvä *

Merkitse vain yksi soikio.

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

18. Asiakaspalvelu on miellyttävää *

Merkitse vain yksi soikio.

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

19. Tunsin itseni tervetulleeksi *

Merkitse vain yksi soikio.

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

20. Caddiemaster oli aina tavoitettavissa kun tarvitsin *

Merkitse vain yksi soikio.

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

21. Suihku ja saunatilat ovat viihtyisät *

Merkitse vain yksi soikio.

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

22. Terassi ja parvekealue ovat viihtyisät *

Merkitse vain yksi soikio.

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

23. Klubilla on laaja juomavalikoima *

Merkitse vain yksi soikio.

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

24. Kahvilassa monipuolinen tarjonta (huom. pelkkä kahvila; kahvit, suolaiset välipalat, makeat, ei lounaspuolta) *

Merkitse vain yksi soikio.

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

25. Ruokailumahdollisuudet ovat hyvät *

Merkitse vain yksi soikio.

1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

26. **Hintataso on kohtuullinen ****Merkitse vain yksi soikio.*

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

27. **Esillepano on siisti ja selkeä ****Merkitse vain yksi soikio.*

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

28. **Klubilla erityisen hyvää oli:**

29. **Klubilla kehittäisin:**

30. **Kotisivut sisältävät tarvittavat tiedot (jos et ole tutustunut kotisivuihimme tai facebookkiimme, voit jättää vastaamatta niihin liittyviin kysymyksiin)***Merkitse vain yksi soikio.*

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

31. **Kotisivut ovat selkeät ja yksinkertaiset***Merkitse vain yksi soikio.*

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

32. **Tiedot ovat ajantasalla***Merkitse vain yksi soikio.*

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

33. **Kotisivuilla hyvin infoa tulevista tapahtumista***Merkitse vain yksi soikio.*

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

34. **Facebook tili on tarpeeksi aktiivinen***Merkitse vain yksi soikio.*

	1	2	3	4	5	6	
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

35. Facebook tilillä hyvin tietoa tulevista tapahtumista
Merkitse vain yksi soikio.

1	2	3	4	5	6		
Täysin eri mieltä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Täysin samaa mieltä

36. KOKONAISKOKEMUS: KENTTÄ *
Merkitse vain yksi soikio.

1	2	3	4	5	6		
erittäin huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	erinomainen

37. KOKONAISKOKEMUS: KLUBI *
Merkitse vain yksi soikio.

1	2	3	4	5	6		
erittäin huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	erinomainen

38. Kuinka todennäköisesti suosittelisit Meri-Teijo Golfia ystävillesi? *
Merkitse vain yksi soikio.

1	2	3	4	5	6		
En ollenkaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Aivan varmasti

39. Kotiseura

40. Kotipaikkakunta *

41. Miksi valitsit Meri-Teijo Golfin?

42. Ruusut / Risut
