

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

DIPLOMSKA NALOGA

ANALIZA ZADOVOLJSTVA UPORABNIKOV
SLOVENSКИH GOLFSKIH IGRIŠČ

VANJA BRANSBERGER

KOPER, 2009

UNIVERZA NA PRIMORSKEM
FAKULTETA ZA MANAGEMENT KOPER

Diplomska naloga

ANALIZA ZADOVOLJSTVA UPORABNIKOV
SLOVENSКИH GOLFSKIH IGRIŠČ

Vanja Bransberger

Koper, 2009

Mentor: viš. pred. mag. Armand Faganel

POVZETEK

Diplomsko delo zajema opredelitev golfa kot športne igre, predstavitev slovenskih golfskih igrišč in zadovoljstvo uporabnikov oz. golfistov z golfskimi igrišči v Sloveniji. Golfska igrišča v Sloveniji so izziv za marsikaterega tujega golfista, saj ponujajo različne reliefne značilnosti igrišč in s tem tudi težavnosti. Igralcem golfa je golf nujen del vsakdanjega življenja, zato tudi izbira počitniških destinacij temelji na golfski ponudbi. To je ključni dejavnik trženja golfskih igrišč in tega bi se moralo zavedati vodstvo vsakega golfskega igrišča v Sloveniji. Skupaj s kakovostno ponudbo, velikodušnostjo in dobro ceno dobimo njihovo povratno informacijo na podlagi zadovoljstva in zaupanja. V današnjih tržnih razmerah, ki so nasičene s hudo konkurenco, je težko preživeti. Posledica tega je, da moramo strankam ponuditi nekaj drugačnega in privlačnejšega v nasprotju z našo konkurenco. V ta namen je bila opravljena analiza, s pomočjo katere sem želela ugotoviti zadovoljstvo uporabnikov slovenskih golfskih igrišč.

Ključne besede: golf, golfsko igrišče, uporabniki slovenskih golfskih igrišč, kakovost, zadovoljstvo uporabnikov.

SUMMARY

Bachelor thesis work includes a definition of golf as a sports game, a presentation of Slovenian golf courses and satisfaction of users or golfers with golf courses in Slovenia. Golf courses in Slovenia present a challenge for many foreign golfers because they offer various relief characteristics and difficulties. Golf is a necessary part of everyday life for golfers and that is why a choice of holiday destinations depends on golf's offer. This represents a key factor of marketing golf courses and their management should be aware of this. On the basis of golfers' satisfaction and confidence we get their feedback accompanied by quality offer, generosity and good price. In view of present market conditions being full of keen competition it is really hard to survive. That is why we need to offer something different and attractive in contrast to our competitors. For this purpose the analysis has been done to find out about satisfaction of users of Slovenian golf courses.

Key words: golf, golf course, users of Slovenian golf courses, quality, satisfaction of users.

UDK: 658.89.796(043.2)

VSEBINA

1	Uvod	1
1.1	Opredelitev obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč	2
1.2	Namen in cilji diplomske naloge.....	2
1.3	Metode za doseganje ciljev diplomske naloge.....	3
1.4	Predpostavke in omejitve pri obravnavanju problema.....	3
2	Opredelitev golfa.....	5
2.1	Zgodovina golfa	5
2.2	Predstavitev golfa kot športne igre.....	6
2.3	Predstavitev golfskih igrišč v Sloveniji.....	7
3	Zadovoljstvo uporabnikov	11
3.1	Opredelitev zadovoljstva uporabnikov.....	11
3.1.1	Pričakovanja.....	12
3.1.2	Kakovost storitve	13
3.1.3	Merjenje zadovoljstva.....	13
3.2	Model zadovoljstva uporabnikov	14
3.3	Nezadovoljstvo uporabnikov.....	14
4	Raziskava o zadovoljstvu golfistov na slovenskih golfskih igriščih.....	15
4.1	Metodologija raziskave	15
4.1.1	Opredelitev problema in namena raziskave.....	15
4.1.2	Cilji raziskave	16
4.1.3	Postavitev raziskovalnih hipotez.....	16
4.1.4	Metoda anketiranja.....	16
4.1.5	Anketni vprašalnik.....	17
4.1.6	Izbira vzorca.....	17
4.1.7	Uporabljene statistične metode.....	28
4.2	Rezultati raziskave	29
4.2.1	Rezultati cluster analize	30
4.2.2	Interpretacija skupin.....	31
4.2.3	Preverjanje raziskovalnih hipotez	43
4.3	Ugotovitve in priporočila	47
5	Sklep.....	51
	Literatura	53
	Viri.....	54

SLIKE

Slika 3.1	Andersonov model	14
Slika 4.1	Struktura anketirancev glede na obiskano golfsko igrišče	18
Slika 4.2	Struktura tujih in domačih anketirancev glede na obiskano golfsko igrišče	19
Slika 4.3	Vreme ob izvajanju anketiranja.....	19
Slika 4.4	Delež tujih in domačih anketirancev	20
Slika 4.5	Struktura anketirancev glede na državo prebivališča.....	21
Slika 4.6	Struktura anketirancev glede na spol.....	21
Slika 4.7	Struktura anketirancev glede na starostne razrede	22
Slika 4.8	Struktura tujih in domačih anketirancev glede na starostne razrede	22
Slika 4.9	Struktura anketirancev glede na izobrazbo	23
Slika 4.10	Struktura tujih in domačih anketirancev glede na izobrazbo	24
Slika 4.11	Struktura anketirancev glede na zaposlitveni status.....	24
Slika 4.12	Struktura tujih in domačih anketirancev glede na zaposlitveni status.....	25
Slika 4.13	Struktura anketirancev glede na osebni mesečni neto dohodek.....	25
Slika 4.14	Struktura tujih in domačih anketirancev glede na osebni mesečni neto dohodek	26
Slika 4.15	Struktura anketirancev glede na pogostost počitnikovanj.....	27
Slika 4.16	Struktura tujih in domačih anketirancev glede na pogostost počitnikovanj.....	28
Slika 4.17	Povprečne ocene zadovoljstva z dejavniki tujih in domačih anketirancev ..	44
Slika 4.18	Struktura glede na namen porabe	45
Slika 4.19	Struktura tujih anketirancev glede na glavno dejavnost med bivanjem v Sloveniji - golf.....	46
Slika 4.20	Struktura anketirancev glede na pogostost igranja golfa.....	46

TABELE

Tabela 2.1 Golfska igrišča v Sloveniji s številom igralnih polj, letom odprtja in številom članov.....	7
Tabela 4.1 Rezultati cluster analize, razporejeni po skupinah	30
Tabela 4.2 Lastnosti 1. skupine	32
Tabela 4.3 Lastnosti 2. skupine	35
Tabela 4.4 Lastnosti 3. skupine	38
Tabela 4.5 Lastnosti 4. skupine	41
Tabela 4.6 Povprečna poraba na osebo pri obisku golfskega igrišča	45

KRAJŠAVE

FM	Fakulteta za management Koper
GZS	Golf zveza Slovenije
GK	golfski klub
d. o. o.	družba z omejeno odgovornostjo
oz.	oziroma
itd.	in tako dalje
STO	Slovenska turistična organizacija

1 UVOD

Živeli smo v času, ko je bil nasploh večji poudarek na zdravi prehrani in rekreaciji. Smisel tega je bil, da so ljudje iskali vse več možnih dejavnosti rekreiranja in dobrega počutja. Takšno rekreacijo je nudilo igranje golfa, h kateremu se je zatekalo vedno več ljudi, željnih izzivov. Golf je privabljal igralce vseh starostnih skupin, ki so potrebovali za občutek zadovoljstva različne pristope. Zato so morala biti golfska igrišča usmerjena k uporabnikom in se jim ustrezno prilagajati. Spoznati so morala uporabnikove navade, pričakovanja in želje. Takrat, ko se je golfsko igrišče približalo golfistu z boljšo ponudbo in izpolnjenimi pričakovanji, je bilo doseženo uporabnikovo zadovoljstvo, kar je bil ključ do uspeha.

Doseči zadovoljstvo odjemalcev je cilj vsakega podjetja, ne glede na to, ali nastopa na trgu končnih porabnikov ali na medorganizacijskem trgu. Zadovoljni odjemalci predstavljajo resnično bogastvo podjetja, kajti kupujejo več, so manj občutljivi na cene in so posledično tudi bolj zvesti (Mejak 1994, 27).

Diplomsko nalogo sem razdelila na teoretični in empirični del. V nadaljevanju teoretičnega dela prvega poglavja sem opredelila obravnavani problem in teoretična izhodišča, opisala namen in cilje diplomske naloge, izbrala metodo za doseganje ciljev diplomske naloge ter poskušala najti predpostavke in omejitve pri obravnavanju problema.

V drugem poglavju sledi opredelitev golfa, h kateremu spada zgodovina golfa, opis golfa kot športne igre ter predstavitev golfskih igrišč v Sloveniji.

Nato sem v tretjem poglavju opisala pomen zadovoljstva uporabnikov, njihova pričakovanja, kakovost storitve in merjenje zadovoljstva. Vse to sem prikazala na modelu zadovoljstva uporabnikov. Ker uporabniki niso vedno samo zadovoljni, ampak so tudi nezadovoljni, sem k temu sklopu poglavja priključila tudi opredelitev pojma nezadovoljstva uporabnikov.

Empirični del diplomske naloge zajema četrto poglavje. Tu sem predstavila raziskavo med golfisti na slovenskih golfskih igriščih, ki je bila izvedena leta 2006 na pobudo Turistične organizacije Slovenije. Najbolj sem se osredotočila na opis metodologije raziskave in njena podpoglavja, opredelila sem rezultate raziskave ter na koncu poglavja poskušala najti ustrezne ugotovitve, s pomočjo katerih sem napisala priporočila za možne izboljšave golfskih igrišč v Sloveniji. Empirični del diplomske naloge zahteva uporabo statistične metode. V tem delu četrtega poglavja sem uporabila zgoščeno hierarhično metodo oz. Wardovo metodo, katere domneve sem preverila s pomočjo računalniškega statističnega programa SPSS. Vse podatke sem prikazala grafično ali s pomočjo tabel, ki sem jih ustrezno opisala in razložila.

Sklep je konec diplomske naloge. Tu sem na kratko še enkrat preletela celotno diplomsko nalogo in poskušala najti ključne misli, ki sem jih na koncu strnila v ustrezen

zaključek.

1.1 Opredelitev obravnavanega problema in teoretičnih izhodišč

Razumljivo je, da za uveljavljanje golfskega turizma ni povsod enakih možnosti. Pri tem je pomembna splošna stopnja organiziranosti turizma v posameznih predelih. Brez dobro organizirane ponudbe in poznavanja povpraševanja se v marsičem zmanjšujejo učinki vključevanja golfa v splošne turistične tokove, zato golf sam po sebi, brez ustrezne infrastrukture in turističnih zmogljivosti, ne more ustvarjati dobička, še posebno, če govorimo o visoki kakovosti golfskih igrišč (SQW 2002, 4).

V Sloveniji se igranje golfa iz leta v leto povečuje in tudi možnost izbire med igrišči je vse večja. Torej ostanejo v igri le najboljši, tisti, ki so najbolj izvorni, kakovostni in prijazni. Golfistom so na voljo igrišča po celotni Sloveniji, vijejo se od kamnitega krasa, hribovja, pa tja do popolne ravnice. Verjetno na svetu ni nobene države, ki bi na tako majhni površini razpolagala s tako izrazito raznolikostjo same strukture igrišč. Teh prednosti bi se igrišča morala zavedati in jih spretno uporabljati v razmerju proti hudi konkurenci, ki prihaja tudi s strani sosednjih držav. Golfska igrišča nujno potrebujejo ključno znanje in zavedanje, kdo so njihovi uporabniki (v nalogi golfisti, domači ali tuji), ter jim na podlagi teh znanj ponuditi vse, kar povečuje njihovo zadovoljstvo.

1.2 Namen in cilji diplomske naloge

Namen diplomske naloge je analizirati zadovoljstvo uporabnikov golfskih igrišč (golfistov) v Sloveniji s pomočjo cluster analize.

Cilji teoretičnega dela diplomske naloge so:

- preučitev koncepta zadovoljstva,
- predstavitev modelov merjenja zadovoljstva odjemalcev storitev,
- preučitev razlogov za povečevanje zadovoljstva golfistov.

Cilji empiričnega dela diplomske naloge so:

- izvedba cluster analize med anketiranimi obiskovalci slovenskih golfskih igrišč,
- interpretacija rezultatov in razvrščanje značilnosti golfistov v značilne skupine,
- preverjanje zastavljenih hipotez.

1.3 Metode za doseganje ciljev diplomske naloge

V teoretičnem delu sem uporabila metode analize, sinteze ter kompilacije dostopnih virov in literature.

V empiričnem delu sem uporabila metodo razvrščanja v značilne skupine, in sicer metodo cluster analize. Poznamo več metod cluster analize, a sem se glede na velikost vzorca (900 golfistov) odločila za zgoščeno hierarhično cluster metodo oz. Wardovo metodo.

1.4 Predpostavke in omejitve pri obravnavanju problema

Predpostavljam, da pri pridobivanju podatkov in njihovi obdelavi ne bom imela večjih težav. Potencialno omejitev pri obravnavanju problema lahko predstavlja le manjša dostopnost specifične literature.

2 OPREDELITEV GOLFA

»Golf je igra, pri kateri moraš premajhno žogico spraviti v premajhno luknjo, in to z orodjem, ki je za to najbolj neuporabno.« (Winston Churchill)

Golf predstavlja eno izmed najbolj donosnih dejavnosti v turizmu v razvitih državah. Profitabilnost golfa ne izhaja samo iz direktnih prihodkov koriščenja igrišča, ampak tudi iz proizvodnje opreme, oblačil in obutve, turističnih golfskih aranžmajev, amaterskih in profesionalnih turnirjev itd. (Bartoluci in Čavlek 1998, 215).

2.1 Zgodovina golfa

Prve vesti o golfu segajo v leto 266 p. n. št., ko so ga menda na Kitajskem igrali že po pravilih. V času cesarja Huitsunga (12. stol.) so že poznali z zastavicami označene luknje. Odkritja profesorja Ling Honlinga, ki je v arhivih našel ilustrirane dokumente, kako so kitajski cesarji in njihovi otroci igrali golfu podobno igro že v 10. stoletju, so zagotovo pomembna. Na Staro celino pa naj bi ga zanesli pomorščaki. V Franciji so v 14. stoletju imenovali to igro »crosse«. Holanci so podobno igro imenovali »kolven«, igrali pa so jo najraje na ledu (Gojčič 2007, 9).

Golf, kakršnega poznamo danes, pa ima zagotovo svojo domovino na Škotskem. Igra je postala popularna že sredi 15. stoletja. Takratni škotski kralj Jakob II. je menil, da ogroža lokostrelstvo, ki je v takratnih časih pomenilo temelj vojaških veščin, od katerih je bila odvisna obrambna sposobnost kraljestva. Igranje golfa je leta 1457 celo prepovedal. Igra, ki so jo igrali samo na Škotskem, se je v druge predele Velike Britanije preselila šele po kronanju Jakoba VI. za kralja Anglije. Takrat je v Blackheathu, južnem delu Londona, nastalo tudi prvo igrišče zunaj Škotske, imelo pa je sedem lukenj. Golf se je širil skupaj z razvijanjem kolonialnega imperija Velike Britanije, šele proti koncu 19. stoletja pa se je začel pojavljati tudi zunaj anglosaksonskega sveta, in sicer na evropski celini (Golf na OŠ Davorina Jenka 2008).

Golf se je v Sloveniji začel dokaj pozno. Leta 1936, nekaj let pred drugo svetovno vojno, so na željo diplomatov, ki so v poletnih mesecih uradovali na Bledu, kjer je bila letna rezidenca jugoslovanskega kralja, zgradili prvo igrišče za golf v Sloveniji. V dveh letih je bilo Kraljevo igrišče končano in pripravljeno za prvo mednarodno tekmovanje, ki ga je organiziral Golf klub Bled. Druga svetovna vojna je prekinila igranje golfa na Bledu in tako je potonil v pozabo. Ne prej kot v zgodnjih sedemdesetih letih, ko je nastala ideja obnoviti nekdanje golfsko igrišče. Na igrišču so ponovno igrali leta 1973, vendar je bilo igrišče z 18 luknjami uradno odprto 4 leta kasneje. Leta 1989 je bilo urejeno in slovesno odprto drugo slovensko igrišče golfa v Lipici (Golf zveza Slovenije 2008).

Po koncu druge svetovne vojne se je golf razvil tudi v Avstraliji, Južni Afriki, Aziji in na Japonskem. V Španiji, Italiji in Avstriji pa se je golf razvil šele ob koncu osemdesetih let.

2.2 Predstavitev golfa kot športne igre

Šport in turizem sta dva funkcionalno povezana pojava, ki lahko pomembno pomagata pri mednarodni promociji Slovenije in njenem hitrejšem vključevanju v evropske turistične tokove. Naravna bogastva Slovenije, katera lahko v prenesenem pomenu poimenujemo »modra - zelena - bela«, omogočajo pospešen razvoj turizma, predvsem na področju športa. Lahko jih v polni meri koristijo tako domači kot tudi tuji gosti, ki želijo v tem delu Evrope »na sončni strani Alp« preživeti aktiven dopust (Bartoluci in Čavlek 1998, 176).

Golf je igra na prostem, katere cilj je, da s posebnimi palicami spraviš žogico v določeno jamico s čim manj udarci (Bartoluci in Čavlek 1998, 214).

Igra golfa poteka tako, da igralec z udarjaljšča z zaporednimi udarci udarja žogico v luknjo. Igralec mora igrati vse luknje po označenem vrstnem redu, od luknje, označene s številko 1, do luknje s številko 18. Cilj igre je, da v dogovorjeni rundi to stori s čim manj udarci. Vendar ne pozabimo, pri tem se šteje tudi udarec, s katerim nismo zadeli žogice (temu pravimo zračni udarec) (Golf na OŠ Davorina Jenka 2008).

Golf je šport, pri katerem poskuša igralec z udarci s palico spraviti žogico v luknjo v tleh. Je ena redkih iger z žogo, ki nima standardiziranega igrišča. Vsako igrišče za golf ima tako svojo obliko, največkrat je v njem 9 ali 18 lukenj (Wikipedia 2008).

Golf je precej zahtevna igra, saj traja približno 3 do 5 ur. Igra se v dežju, dokler igrišče dopušča, v udarnem soncu in pa tudi v močnem vetru. Igra se prekine le takrat, ko igrišče več ne dopušča več normalnih pogojev igranja, npr. ob preveliki količini vode na igrišču in seveda ob grmenju ter bliskanju.

V Sloveniji se golf igra zaradi sprostitve, rekreacije in zabave. Pri igranju golfa sodeluje spekter mnogih telesnih mišic, in sicer sodeluje kar 124 mišic od skupno 434, kolikor jih premore človeško telo. Igralec med igro 18 lukenj prehodi približno 7 do 11 km in porabi okrog 1200 do 1500 kalorij. Vse dolžine in porabljene kalorije so odvisne od razporeditve lukenj, raznolikosti reliefnih struktur posameznih golfskih igrišč in od vremenskih razmer.

Golf ni samo igra. Igranje golfa je druženje, zabava, tekmovanje in tudi priložnost za sklepanje poslov. Golf zveza Slovenije, različni sponzorji in igrišča za golf prirejajo skozi igralno sezono številne turnirje, katerih udeleženci tekmujejo za izboljšanje svojega handicapa¹ in za praktične nagrade. Teh tekmovanj se udeležuje kopica slovenskih in tujih igralcev golfa, katerih namen je krepitev tekmovalnega duha.

Po statistiki evropske golfske organizacije je bilo v Evropi leta 2007 kar 4.270.156 igralcev golfa in 6.560 igrišč (European Golf Association 2008).

¹ Handicap - je določitev povprečnega igralčevega rezultata glede na par in ocenitev težavnosti igrišča. To je število udarcev, ki jih igralec lahko odšteje od svojega doseženega rezultata (Arah 2002, 66).

Če na kratko povzamem še preostali del statistike evropske golfske organizacije, je največ igralcev golfa v Angliji, in sicer 910.900, skupno s 1.897 igrišči sledi Nemčija s 552.388 igralci in 684 igrišči, tretja je Švedska s 532.944 igralci in 462 igrišči, četrta pa je Škotska z 249.311 igralci in 575 igrišči. Slovenija ima v primerjavi z ostalimi državami 7.272 igralcev golfa in 11 golfskih igrišč. Glede na konkurenčnost sosednjih držav naj omenim, da ima Italija 91.791 igralcev in 258 igrišč, Avstrija pa kar 100.266 igralcev in 154 igrišč za golf.

Konkurenčnost sosednjih držav je velika, zato bi se golfska igrišča v Sloveniji morala zavedati, da je zadovoljstvo uporabnikov ključni del, ki te lahko ohrani vidnega kljub hudi konkurenci.

2.3 Predstavitev golfskih igrišč v Sloveniji

Tabela 2.1 Golfska igrišča v Sloveniji s številom igralnih polj, letom odprtja in številom članov.

Golf igrišče	Število igralnih polj	Leto odprtja igrišča	Število članov
"A" Olimje	9	2001	396
Arboretum	18	1998 - 9 lukenj 2002 - 18 lukenj	311
Bled	27	1937	685
Lipica	9	1989	359
Livada Moravske Toplice	18	1997/98 – 3 luknje 2005 - 18 lukenj	185
Mokrice	18	1992 – 9 lukenj 1994 – 18 lukenj	221
Otočec	18	2006 – 9 lukenj 2009 – 18 lukenj	220
Ptuj	18	1999	514
Trnovo	9	2006	30
Zlati Grič	9	1997	220

Vir: GZS

Golf igrišče "A" Olimje se nahaja v dolini blizu kraja Podčetrtek in je le nekaj kilometrov oddaljeno od Term Olimia. Igrišče ima zgrajenih 9 lukenj in je bilo odprto leta 2001. Golfisti imajo možnost članstva v GK "A", ki ima trenutno 396 članov.

Golf igrišče Arboretum Volčji Potok leži v neposredni bližini Kamnika, Domžal in Ljubljane. Igrišče se nahaja sredi borovega gozda in ima direkten pogled na Kamniške Alpe. Leta 1998 je igrišče odprlo svojih prvih 9 lukenj, ki so služile za igranje vse do

leta 2002, ko so dodatno odprli še drugih 9 lukenj. Skupno jih imajo sedaj 18. Golf igrišče Arboretum ima tudi svoj GK Arboretum, ki ima 311 članov.

Golf igrišče Bled je najstarejše igrišče v Sloveniji ter hkrati igrišče, ki sodi med najlepša golfska igrišča v Evropi. Golfsko igrišče se nahaja v bližini Blejskega jezera, na planoti, kjer ga obdajajo gozdovi in najvišje gore Slovenije. Golf igrišče Bled je tudi največje golfsko igrišče v Sloveniji, saj ima dve golfski igrišči s skupno 27 luknjami. Jezersko igrišče ima 9 lukenj, Kraljevo igrišče pa 18. Odprte so bile leta 1937 in služijo za prizorišče številnih pomembnih golfskih tekmovanj. Igrišče ima uradno dva golfska kluba, in sicer GK Bled s 562 člani in Golf & Country Club Bled s 123 člani. Skupno ima Golf igrišče Bled kar 685 članov.

Golf igrišče Lipica je drugo najstarejše igrišče v Sloveniji. Leta 1989 so odprli 9 lukenj. Igrišče leži v kraški pokrajini slovenske Primorske z blagim pridihom mediteranskega podnebja in je edino golfsko igrišče v Sloveniji, ki ima možnost igranja golfa skozi vse leto. Golf igrišče Lipica ima 359 članov, ki so včlanjeni v GK Lipica.

Golf igrišče Livada Moravske Toplice se nahaja neposredno v bližini Zdravilišča Moravske Toplice in Term 3000. Igrišče ima od maja 2005 18 lukenj in je tipičen primer prekmurske ravnice. Igrišče je svoje luknje gradilo postopoma. Najprej je v letih 1997 in 1998 začelo s 3 luknjami, nadaljevalo s 5 luknjami, nato z 12 luknjami in na koncu s skupno 18 luknjami. Golf igrišče Livada ima ustanovljen GK Moravske Toplice s 185 člani.

Golf igrišče Grad Mokrice se nahaja ob vznožju Gorjancev, tik ob gradu Mokrice. Golfsko igrišče ima precej razgibanih 18 lukenj, ki so bile odprte leta 1994 in privabljajo mnoge hrvaške igralce golfa, saj je igrišče blizu hrvaške meje ter Zagreba. Igrišče so odpirali postopoma, najprej so leta 1992 odprli prvih 9 lukenj (današnje luknje od 10 do 18), leta 1994 pa še drugih 9 lukenj (današnje luknje od 1 do 9). Golf igrišče Mokrice ima v svojem klubu GK Grad Mokrice 221 članov.

Golf igrišče Otočec leži ob reki Krki blizu gradu Otočec in je le nekaj kilometrov oddaljeno od Novega mesta. Igrišče je zasnovano pa najnovejših standardih gradnje golfskih igrišč in je eno izmed najmlajših igrišč v Sloveniji, saj je bilo odprto leta 2006. Igrišče ima zgrajenih 9 lukenj, vendar se letos pričakuje dokončanje izgradnje dodatnih 9 lukenj. Golfsko igrišče ima svoj GK Otočec z 220 člani.

Golf igrišče Ptuj se nahaja v Ptujju, najstarejšem mestu v Sloveniji, katerega značilnost je ptujski grad, ki je viden tudi z golfskega igrišča. Igrišče je bilo uradno odprto leta 1999. Ima dokaj kratke luknje, ki dobijo svojo težavnost šele na podlagi številnih vodnih ovir in ozkih čistin. Posebnost ptujskega igrišča je tudi luknja številka 14, kjer žogo s prvim udarcem udarjaš na otok. GK Ptuj ima kar 514 aktivnih članov.

Golf igrišče Trnovo leži tik zraven južne ljubljanske obvoznice in je zgrajeno na nekdanjem smetišču. Igrišče z 9 luknjami je bilo odprto leta 2007 in ima svoj GK Trnovo s 30 člani. Omenim naj, da je Golf igrišče Trnovo eno izmed redkih igrišč v

Sloveniji, ki je uradno javno golfsko igrišče.

Golf igrišče Zlati Grič se nahaja v majhnem kraju Slovenske Konjice, ki je bilo večkrat proglašeno za najlepše urejeno mesto v Sloveniji. Značilnost golfskega igrišča je, da so luknje narejene precej razgibano in se vijejo med konjiškimi vinogradi. Igrišče je odprlo svojih 9 lukenj leta 1997, kasneje, leta 2006, so jih nekoliko preoblikovali in podaljšali ter tako igrišče delno otežili. Golfsko igrišče v Slovenskih Konjicah ima tudi svoj GK Zlati Grič s skupno 220 člani.

3 ZADOVOLJSTVO UPORABNIKOV

Damjan in Možina (1999, 42) sta povedala, da zadovoljstvo ali nezadovoljstvo, karkoli že, nastane kot rezultat potrošnikove odločitve, postane sestavni del njegovih izkušenj in s tem tudi osnova za bodoče ukrepanje. V širšem pomenu besede se ta proces nikdar ne konča in veliko potrošnikov je v stanju neravnotežja. Vedno so s čim zadovoljni, z drugim ne, ali ko so zadovoljni z eno stvarjo, se pojavi nezadovoljstvo z drugo itd.

Visoka stopnja zadovoljstva potrošnikov, ki jo ugotovimo z anketiranjem, še ne pomeni nujno, da bo kupec ostal zvest določenemu podjetju, medtem ko nezadovoljstvo lahko kaj hitro prežene stranko h konkurenčnemu podjetju. Zadovoljni kupci se vračajo enako pogosto ali še raje kot prej. Poleg tega pa tudi pohvalijo podjetje znancem, kar je brezplačna in najboljša reklama, kar si je podjetje lahko želi. Nezadovoljni kupci pa, če obiskovanja že ne opustijo v celoti, zmanjšajo pogostost obiskov (Davis in Heineke 1997, 2).

3.1 Opredelitev zadovoljstva uporabnikov

Beseda zadovoljstvo izvira iz latinskega izraza »satis«, ki v slovenščini pomeni: dosti, dovolj, še dosti, in se naprej povezuje v izraz »satis-facere«, ki v slovenščini pomeni: zadostiti, zadoščenje, zadovoljiti. Če povežemo obe besedi, dobimo angleško besedo »satisfaction«, ki v slovenščini pomeni zadovoljstvo, zadoščanje, zadostitev. (Latinsko-slovenski slovar 1997, 470; Angleško-slovenski slovar 1984, 786)

Lipičnik in Možina (1993, 113) sta opredelitev pomena zadovoljstva potrošnika opisala takole:

»Zadovoljstvo potrošnika je psihološko stanje, ki izhaja iz procesa nakupnega odločanja in se dokončno oblikuje v ponakupni fazi. Zadovoljstvo ali nezadovoljstvo, ki je rezultat potrošnikove nakupne odločitve, postane sestavni del njegovih izkušenj ter s tem osnova za prihodnje ukrepanje.«

Davis in Heineke (1997, 65 in 66) s pomočjo drugih avtorjev delita zadovoljstvo na tri stopnje, glede na pričakovano, zaželeno in izvedeno storitev:

1. visoka stopnja zadovoljstva (ko je izvedena storitev boljša ali enaka zaželeni),
2. zadovoljstvo (ko je izvedena storitev slabša od zaželene, a še vedno boljša od pričakovane),
3. nezadovoljstvo (ko je izvedena storitev slabša od zaželene in od pričakovane storitve).

Kotler (1996, 40) definira zadovoljstvo kot stopnjo človekovega počutja, ki je posledica primerjave med zaznanim delovanjem izdelka ali storitev in osebnimi pričakovanji.

(ne) zadovoljstvo = zaznavanje – pričakovanje.

Golfisti so lahko precej zahtevni gostje, vendar jim zadovoljstvo predstavljajo različne malenkosti, ne le popolna ponudba. Dovolj je že to, da je golfsko igrišče izvrstno pripravljeno, osebje prijazno, golfsko igrišče drugačne konfiguracije, ali pa je samo klubska hiša lepo urejena. Možnosti je dovolj, da se ponudba lahko izpopolni na relativno preprost način. Mislim, da za dobro delovanje golfskega igrišča ni treba izumljati tople vode. Potrebni sta le dobra organizacija in iznajdljivost z idejami, ki vedno znova presenetijo uporabnika golfskega objekta. Le-ta odide zadovoljen ter prepričan, da se ponovno vrne skupaj s prijatelji ali znanci.

Golfisti kljub temu da so zahtevni gostje, zapravijo precej denarja, kar je seveda glavni cilj finančnega menedžmenta na golfskem igrišču. Zato je treba prilagoditi in pripraviti čim večjo ponudbo, da se uporabnik golfskega igrišča seznaní z njo in da ima potem možnost nakupa, ki ga kasneje ne obžaluje.

Vsako golfsko igrišče želi prihraniti čim več denarja in ga obrniti v koristnejše namene. Zato zaposlujejo ljudi na ključnih položajih brez golfskega znanja, ki lahko pokvarijo celotno podobo golfskega igrišča. Menim, da so zaposleni na golfskih igriščih ključnega pomena. S tem bi rada povedala, da bi vsak top manager golfskega igrišča moral imeti z golfskim življenjem lastne izkušnje. Tako bi presodil uspešne in neuspešne poteze golfskega igrišča in bi vedel, kaj si golfisti najbolj želijo ter s kakšno ponudbo so posebej zadovoljni. Neznanje, slaba organiziranost in stremljenje samo za denarjem lahko privedejo do popolnega propada golfskega objekta.

Zadovoljstvo uporabnika golfskega igrišča ni dolgočasno sprenevedanje, ampak je ključna strategija menedžmenta.

Damjan in Možina (1999, 144) menita, da je posledica zadovoljstva uporabnika ponavadi zvestoba uporabnika blagovni znamki. Zvestoba pa pomeni tudi osnovo za trdnost podjetja in predstavlja velikansko neoprijemljivo bogastvo.

Kotler (2003, 73) resneje opozarja, da se na žalost še vedno veliko teorij osredotoča na privabljanje novih odjemalcev in manj na ohranjanje obstoječih. Stremi se predvsem k povečanju prodaje in manj k ustvarjanju dobrih osebnih odnosov z odjemalci ter k ustvarjanju poprodajnih storitev in servisov.

3.1.1 Pričakovanja

V splošnem so pričakovanja opredeljena kot posameznikova občutja o verjetnosti nekega dogodka, ki temeljijo na preteklih izkušnjah. Pričakovanja lahko štejemo kot napovedi, ki jih oblikuje porabnik o tem, kaj je verjetno, da se bo zgodilo v postopku menjave. (Brookes 1995, 58)

Pričakovanja so zelo tesno povezana tudi z dejansko kakovostjo izdelka ali storitve. Pričakovanje naj bi bilo izpolnjeno s kakovostjo kupljene dobrine, kar pomeni, da naj bi kupec to kakovost tudi občutil. (Damjan in Možina 1999, 132)

Pričakovanja porabnikov se oblikujejo na podlagi preteklih nakupovalnih izkušenj, ugotovitev prijateljev in znancev, sporočil in obljub tržnikov ter konkurence. Stranke si na tej osnovi izberejo prodajalca izdelkov in po opravljenem nakupu primerjajo svoje zaznavanje le-teh s pričakovano kakovostjo kupljenega izdelka. (Kotler 1998, 47)

3.1.2 Kakovost storitve

Damjan in Možina (1995, 135 in 136) sta povedala, da različni avtorji različno opredeljujejo kakovost:

- Philip Crosby jo definira kot delovanje v skladu s specifikacijami;
- Christian Gronoos razlikuje med »tehnično kakovostjo, kaj je izročeno, in »funkcionalno kakovostjo«, kako je izročeno;
- Montgomery opredeljuje kakovost kot stopnjo, do katere izdelek / storitev zadovoljuje zahteve odjemalcev. Pri tem loči dva tipa kakovosti: kakovost oblikovanja, ki se nanaša na to, v kolikšni meri ima izdelek ali storitev želene lastnosti, ter kakovost prilagajanja.

Dubrovski (1997, 38) meni, da kakovost predstavlja takšne značilnosti storitev, ki so prilagojene zahtevam ter željam porabnikov in katerih smoter oz. namen je čim popolnejše zadovoljevanje porabnikovih potreb. Kakovost sicer iste storitve ima lahko za različne uporabnike različen pomen oziroma težo. To pa je odvisno predvsem od tega, kateri značilnosti storitve bo dal porabnik prednost in kako bo zaznal ustreznost te značilnosti glede na njegove potrebe.

3.1.3 Merjenje zadovoljstva

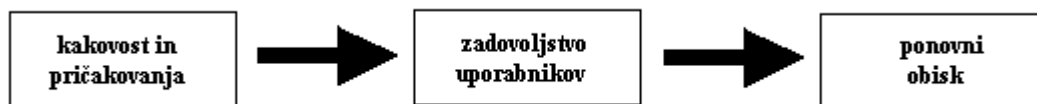
Raziskave oz. meritve zadovoljstva odjemalcev so potrebne predvsem iz dveh razlogov. Prvi razlog je v dejstvu, da meritve zadovoljstva odjemalcev podjetje oskrbijo z dragocenimi informacijami, ki omogočijo primerjave med podružnicami določenega podjetja v določenem časovnem obdobju in na določeni lokaciji. Po drugi strani pa so lahko informacije iz raziskav zadovoljstva odjemalcev pomemben vir nadaljnjih izboljšav kakovosti izdelkov ali storitev (Brookes 1995, 78).

Kotler (2003, 64) je omenil, da mnoga podjetja za merjenje zadovoljstva odjemalcev uporabljajo klasične metode merjenja zadovoljstva odjemalcev, kot so analiza notranjih dejavnikov (število izgubljenih odjemalcev, število garancijskih zahtevkov, število reklamacij itd.) in še ostale metode v trženju, kot so ankete o zadovoljstvu odjemalcev, spremljanje predlogov in pritožb odjemalcev, namišljeno nakupovanje ter skupinski in globinski intervjuji.

V svoji diplomski nalogi sem uporabila klasično metodo merjenja zadovoljstva uporabnikov, in sicer metodo ankete o zadovoljstvu uporabnikov golfskih igrišč v Sloveniji.

3.2 Model zadovoljstva uporabnikov

Slika 3.1 Andersonov model



Vir: Anderson in Fornell 1994, 247

Anderson in Fornell sta oblikovala zgoraj prikazano shemo z namenom, da bi lahko na preprost način prikazala razlago zadovoljstva uporabnikov kot osnovo za doseganje primarnega cilja poslovanja vsakega podjetja. Iz te sheme lahko razberemo, da so poleg zadovoljstva pomembni tudi drugi dejavniki, ki morajo biti med sabo tesno povezani, da lahko funkcionirajo kot celota, ki je usmerjena k istemu cilju - ustvarjanju dobička.

3.3 Nezadovoljstvo uporabnikov

Damjan in Možina (1999, 132) sta povedala, da nezadovoljstvo nastane tedaj, ko je uporabnikovo pričakovanje večje od doseženega pričakovanja. V kolikor je uporabnikovo pričakovanje nižje, je za tem slaba ali neustrezna promocija, ki se lahko kot posledica kaže v izgubi uporabnikov. Negativna stran vsega pa je, da bo nezadovoljni uporabnik svojo slabo izkušnjo verjetno povedal drugim.

Myers (1999, 166) resno meni, da se je treba zavedati, da lahko nezadovoljen odjemalec za podjetje predstavlja veliko nevarnost, zato se mora podjetje takšnemu odjemalcu še posebej posvetiti in ga sprejeti kot izziv. Težavo mora rešiti tako, da bo kar najboljše ugodeno obema stranema.

4 RAZISKAVA O ZADOVOLJSTVU GOLFISTOV NA SLOVENSКИH GOLFSKIH IGRIŠČIH

4.1 Metodologija raziskave

Metoda, s pomočjo katere so pridobljeni podatki, je terensko anketiranje. Anketiranje je potekalo od 2. julija do 7. septembra 2006, izvedeno je bilo na devetih različnih golfskih igriščih v Sloveniji. Glede na velikost golfskega igrišča se je določilo število opravljenih anket posameznega golfskega igrišča. Vzorčni okvir je na koncu skupaj zajemal 900 (n=900) naključno izbranih tujih in domačih anketirancev, ki so končali z igro golfa.

4.1.1 Opredelitev problema in namena raziskave

Golf je v svetu viden kot ključni element turistične storitve. Njegova moč je vidna iz mnogih zornih kotov, kot npr.: z izgradnjo novih golfskih igrišč raste tudi povpraševanje po hotelskih storitvah, ki so nato odvisne le od zadovoljstva golfistov.

Turizem je pomemben del svetovnega gospodarstva in od njega živi marsikatera država. Med ključne dele turizma spada tudi turizem golfa, ki se iz leta v leto bolj razvija in privablja ogromno turistov iz vsega sveta. Golfski kompleksi rastejo »kot gobe po dežju«, kljub temu da vlagatelji porabijo ogromno denarja samo za izgradnjo. Ti kompleksi bodo nudili odlično ponudbo golfistom kot tudi negolfistom. Poskušali bodo nemogoče samo zato, da zadovoljijo svoje goste.

Tudi v Sloveniji se bo vse skupaj začelo razvijati v smer golfskih kompleksov. Ker v Sloveniji množičnost še ne funkcionira, v smeri takih objektov še ne razmišljamo, vendar bo tudi za to prišel čas in biti moramo pripravljeni, da takrat poberemo »smetano«. Zdaj se moramo truditi v smeri, da ohranimo obstoječe uporabnike in se dobro pripravimo na prihod novih.

Sedaj pridemo do ključnega problema diplomske naloge, ki ga bom poskušala rešiti s pomočjo izvedene raziskave. Ugotoviti namreč želim, ali so uporabniki slovenskih golfskih igrišč zadovoljni ali nezadovoljni. Golfska igrišča v Sloveniji take ali podobne raziskave še niso naredila in v tem vidim napako. Dobro poznavanje svojih uporabnikov in posledično njihovo zadovoljstvo je voda na mlin vsakega menedžmenta golfskega igrišča.

Tako bo namen diplomske naloge, da s pomočjo teoretičnih spoznanj in raziskave o zadovoljstvu uporabnikov golfskih igrišč v Sloveniji ugotovim dejansko zadovoljstvo uporabnikov golfskih igrišč v Sloveniji.

4.1.2 Cilji raziskave

Golfski turizem je trenutno najhitreje rastoča turistična dejavnost v svetu in tudi v Sloveniji je izgradnja golfskih igrišč zelo popularna. S tem ko se gradijo nova igrišča se povečuje tudi konkurenca, ki je v Sloveniji zelo izrazita. Za golfska igrišča, ki so nasičena s konkurenco, je pomembno, da so seznanjena s stopnjo zadovoljstva svojih uporabnikov. Raziskava zadovoljstva uporabnikov golfskih igrišč v Sloveniji jim bo pomagala ustrezno ukrepati in najti ključne konkurenčne prednosti, ki bodo privabile številne nove golfiste, s tem pa se bodo povečali tudi prihodki.

Glavni cilj moje raziskave je preučitev koncepta zadovoljstva uporabnikov golfskih igrišč v Sloveniji, kakšna je povezanost med pričakovanji, kakovostjo in zadovoljstvom ter kakšen vpliv imajo ti dejavniki na uporabnika, da se ta odloči za ponovni obisk golfskega igrišča.

4.1.3 Postavitev raziskovalnih hipotez

Raziskovalne hipoteze sem postavila s pomočjo lastnih izkušenj ter s kompilacijo dostopnih virov in literature, kar sem preverila s pomočjo anketnega vprašalnika in cluster analize.

Hipoteza 1: Golfisti so se v analizi razporedili v več skupin.

Hipoteza 2: Tuji uporabniki slovenskih golfskih igrišč so bolj zadovoljni s storitvami slovenskih golfskih igrišč kot slovenski uporabniki.

Hipoteza 3: Tuji uporabniki slovenskih golfskih igrišč v povprečju porabijo več denarja ob obisku slovenskih golfskih igrišč kot slovenski uporabniki.

Hipoteza 4: Tujim uporabnikom slovenskih golfskih igrišč je golf glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji.

Hipoteza 5: Uporabniki slovenskih golfskih igrišč igrajo golf večkrat na teden.

4.1.4 Metoda anketiranja

Podatki so bili zbrani z metodo terenskega anketiranja med 2. in 7. julijem 2006 s končnim vzorcem 900 anket.

Vsaka metoda je vnaprej skrbno načrtovana, vendar ima kljub temu vsaka tako prednosti kot slabosti.

Prednosti: kontrola anketarja, anonimnost anketirancev, ki se na podlagi tega lažje odzovejo, enostavna primerjava ter analiza ankete.

Slabosti: stroški, anonimnost (v tem primeru gre za slabost anketarja), nejasna vprašanja, katerim posledično sledijo nenatančni podatki in pristranski odgovori ter neiskrenost in nezainteresiranost anketirancev.

4.1.5 Anketni vprašalnik

Vprašalnik je sestavljen iz petih sklopov vprašanj, ki prinašajo različne informacije, in je priložen v prilogi številka 1. Celoten vprašalnik je sestavljen iz zaprtih vprašanj, ki zahtevajo od anketiranih, da se odločijo za odgovor s seznama podanih možnosti. Te podatke je potem lažje analizirati, primerjati in urejati v tabele.

Prvi sklop vprašanj so sociodemografske značilnosti golfistov, kot so spol, starost, država prebivališča, izobrazba, zaposlitveni status in podatek o mesečnem dohodku.

Drugi sklop vprašanj je namenjen značilnostim obiska slovenskih golfskih igrišč, kjer se vprašanja nanašajo na pogostost obiskov, oddaljenost, vire informacij ter posameznikovo povprečno porabo na obisk golfskega igrišča.

Tretji sklop vsebuje vprašanja glede dejavnikov, ki vplivajo na obisk golfskih igrišč, vprašanja o zadovoljstvu z obiskom in nadaljnjih priporočilih so del četrtega sklopa, ter zadnji, peti, sklop, ki vsebuje značilnosti prihoda in bivanja predvsem tujih uporabnikov golfskega igrišča.

4.1.6 Izbira vzorca

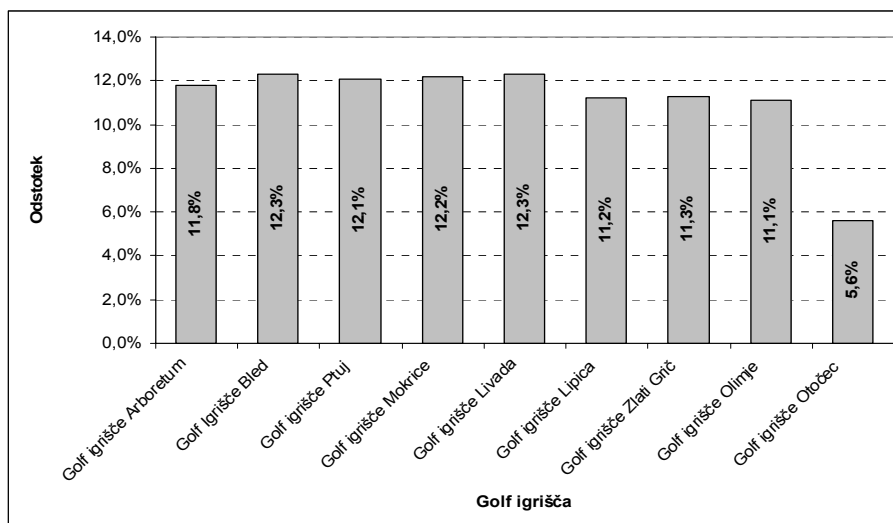
Skupno število naključno anketiranih golfistov, ki so zbrani v preučevani vzorec, je 900 ($n=900$), od tega je 72 % slovenskih golfistov in 28 % tujih golfistov, ki so z igranjem golfa zaključili.

V nadaljevanju bom podrobneje predstavila analizo udeležencev raziskave na podlagi sociodemografskih značilnosti.

Struktura vzorca na podlagi posameznega golfskega igrišča je bila že vnaprej določena. Najmanj anket je bilo opravljenih na Golf igrišču Otočec, in sicer 50, med 100 in 111 anket pa je bilo razporejenih na preostalih osmih igriščih.

S slike 4.1 vidimo, da je največ anket bilo izpolnjenih na Golf igrišču Livada in Bled (12,3 %), sledijo Golf igrišče Mokrice (12,2 %) in Golf igrišče Ptuj (12,1 %). Kot sem že prej omenila, je najmanj anket bilo izpolnjenih na Golf igrišču Otočec (5,6 %), vendar le zaradi že vnaprej določenega vzorca na omenjenem golfskem igrišču le s 50 anketami.

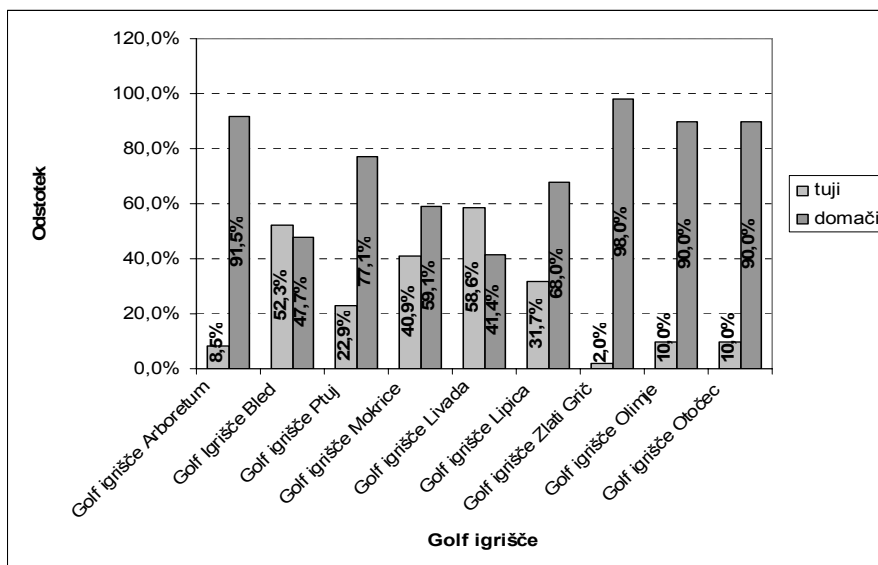
Slika 4.1 Struktura anketirancev glede na obiskano golfsko igrišče



Vir: STO 2006

V sklopu tega dela so opravili tudi razdelitev glede na strukturo tujih in domačih golfistov glede na obiskano golfsko igrišče, kar je prikazano v sliki 4.2. Največji odstotek tujih golfistov, in sicer več kot polovica, je na Golf igrišču Livada (58,6 %), sledi na splošno najbolj obiskano Golf igrišče v Sloveniji Bled z 52,3 % tujih golfistov, Golf igrišče Mokrice ima 40,9 % tujih golfistov, najmanj tujih golfistov ima Golf igrišče Zlati Grič s samo 2 %. Glede na to, da je Golf igrišče Arboretum v Sloveniji dobro znano golfsko igrišče, lahko poudarim, da sem nad izidom, da ima Golf igrišče Arboretum le 8,5 % tujih golfistov, zelo presenečena.

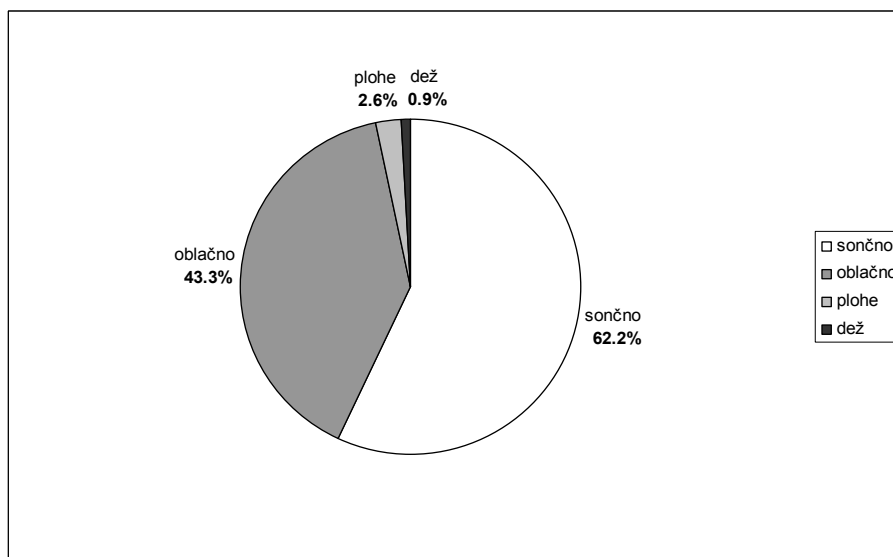
Slika 4.2 Struktura tujih in domačih anketirancev glede na obiskano golfsko igrišče



Vir: STO 2006

Tudi vreme ima vpliv na potek anketiranja, kar je prikazano na sliki 4.3. Največ anket je bilo izpolnjenih v sončnem (62,2 %) in oblačnem vremenu (43,3 %), ob slabem vremenu kot sta ploha ali dež, je bilo izpolnjenih izredno malo anket. V plohi je bilo izpolnjenih 2,6 % anket, v dežju pa le 0,9 % anket. Glede na to, da je golf igra na prostem, je ta rezultat razumljiv.

Slika 4.3 Vreme ob izvajanju anketiranja

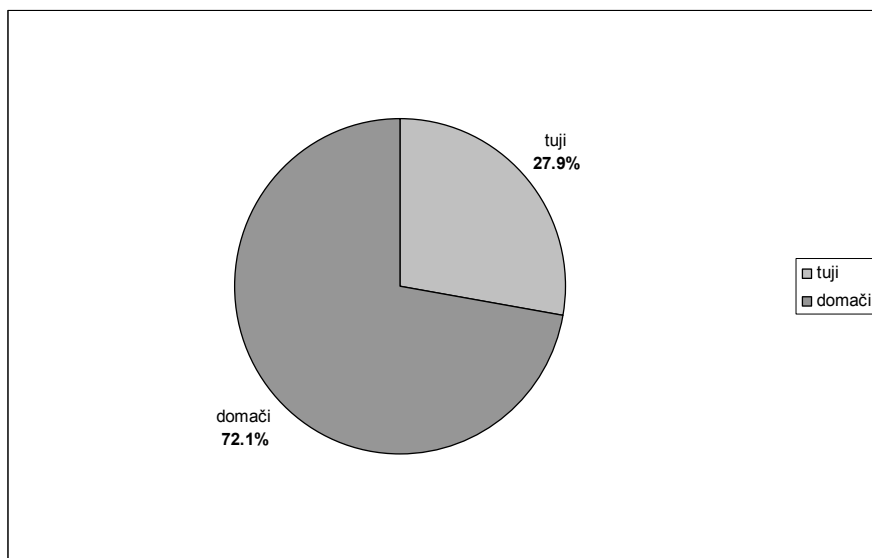


Vir: STO 2006

V nadaljevanju bom podrobneje opisala del raziskave, ki zavzema socialno demografske značilnosti anketirancev.

Kot sem že omenila, je v preučevani vzorec vključenih 72 % slovenskih golfistov ter 28 % golfistov iz tujih držav. V nadaljevanju sta ti dve skupini označeni kot »tujci« in »domači« anketiranci.

Slika 4.4 Delež tujih in domačih anketirancev

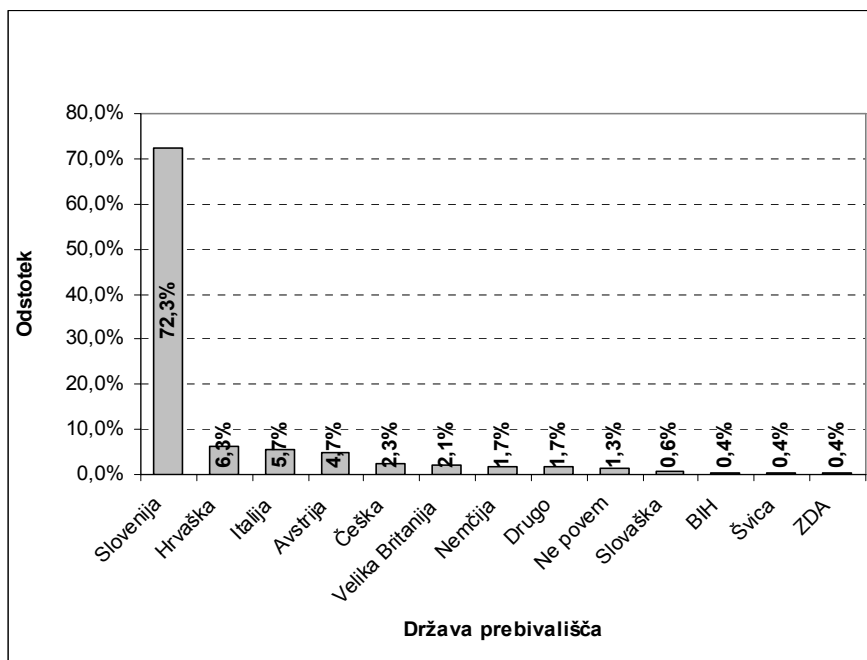


Vir: STO 2006

Tuji igralci golfa največkrat prihajajo iz sosednjih držav. Iz Hrvaške prihaja približno 6,3 % igralcev golfa, iz Italije je 5,7 % igralcev golfa ter iz Avstrije okrog 4,7 % igralcev golfa, sledijo jim še golfisti drugih evropskih držav, kot so Češka, Velika Britanija, Nemčija, Slovaška in drugi. Obe sestavi deležev, tako tujih kot domačih anketirancev ter njihovo državo prebivališča lahko razberete iz slike 4.4 in 4.5.

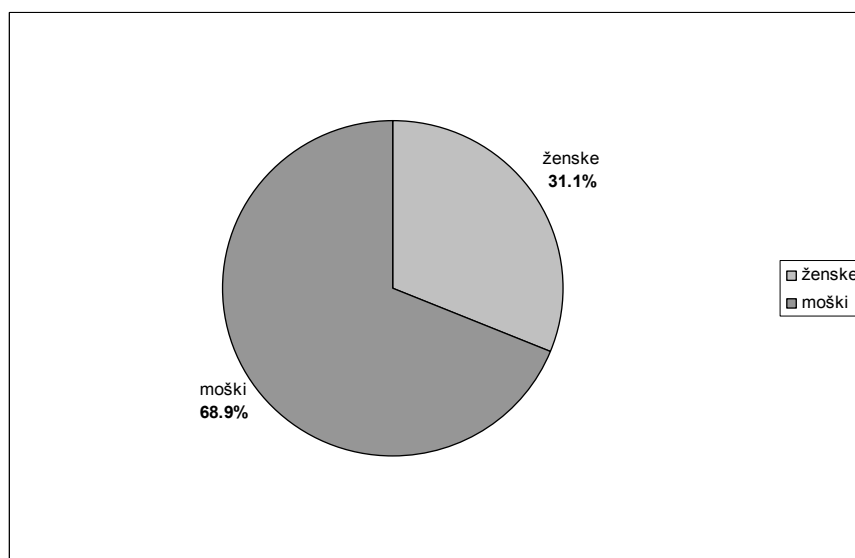
Iz slik 4.6, 4.7 in 4.8 je jasno vidno vse, kar je v nadaljevanju napisano o spolu in starosti anketiranih golfistov. Glede na to, da je bilo v Evropi leta 2007 4.270.156 igralcev golfa, od tega kar 65,16 % moških in 24,81 % žensk (EGA 2008), sem pričakovala, da bo takšna razlika vidna tudi v tej raziskavi, kjer je bilo 68,9 % igralcev moškega in 31,1 % igralcev ženskega spola. Struktura moških in žensk glede na tuje in domače igralce se ne razlikuje veliko od povprečja, ki sem ga prej omenila. Med tujci je razmerje 30,7 % ženskih in 69,3 % moških igralcev golfa ter pri domačih 31,3 % žensk in 68,7 % moških, ki igrajo golf in so bili anketirani.

Slika 4.5 Struktura anketirancev glede na državo prebivališča



Vir: STO 2006

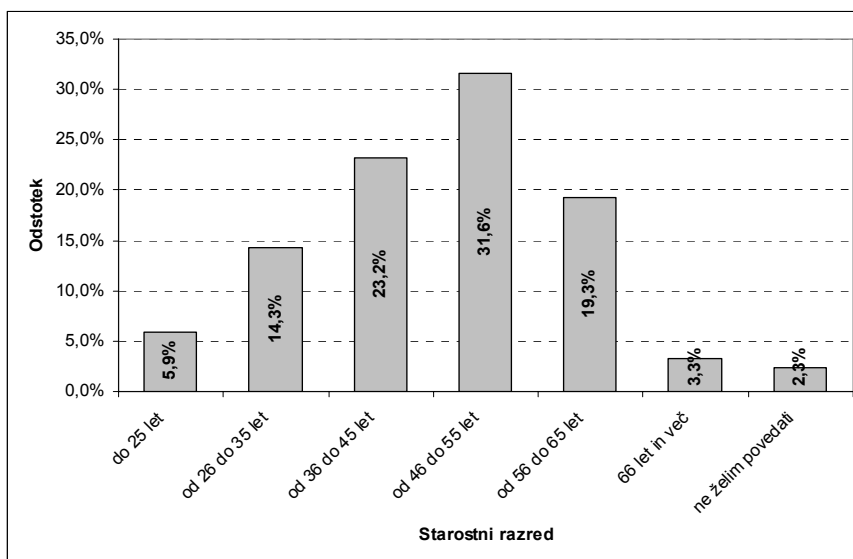
Slika 4.6 Struktura anketirancev glede na spol



Vir: STO 2006

Skupna povprečna starost golfista je 45 let, povprečna starost tujega golfista znaša dobrih 48 let. Največji delež anketiranih sodi v starostni razred od 46 do 55 let, kjer je 31,6 % anketiranih, s 23,2 % sledi starostni razred od 36 do 45 let ter z 19,3 % starostni razred od 56 do 65 let. Najnižji zajeti starostni razred je nad 66 let in več, tu se nahaja 3,3 % anketiranih igralcev golfa.

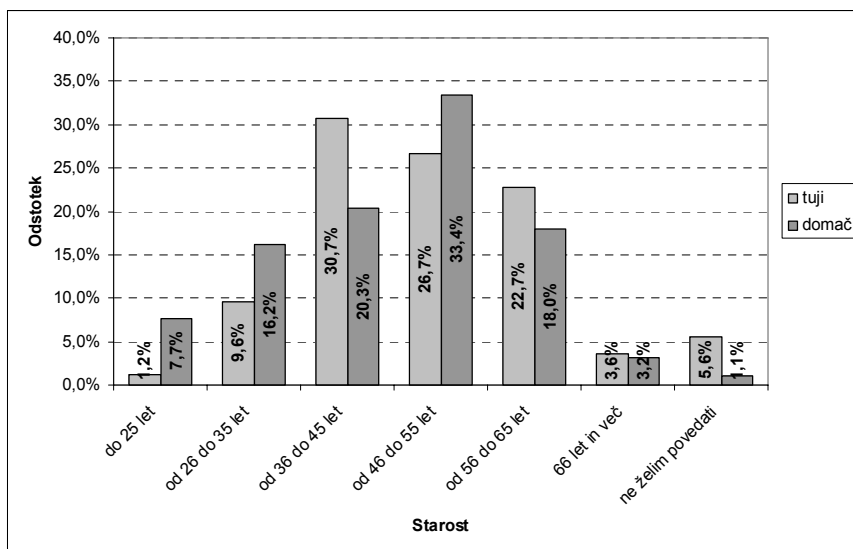
Slika 4.7 Struktura anketirancev glede na starostne razrede



Vir: STO 2006

Če primerjamo tuje in domače igralce golfa glede na starost, lahko povem, da med domačimi golfisti prevladuje starost od 46 do 55 let, med tujimi golfisti je največ tistih, ki so stari od 36 do 45 let.

Slika 4.8 Struktura tujih in domačih anketirancev glede na starostne razrede

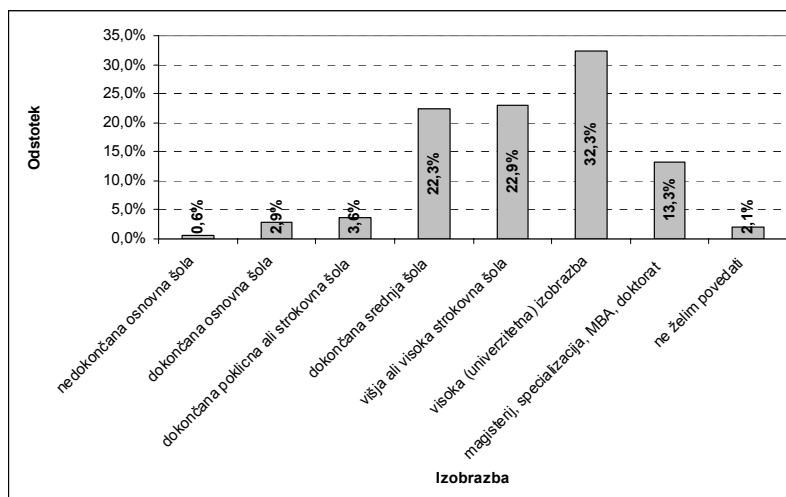


Vir: STO 2006

V tem delu bom opisala anketirane igralce golfa na podlagi njihove izobrazbe in zaposlitvenega statusa. Vse skupaj bo ponazorjeno s slikami 4.9, 4.10, 4.11, 4.12, ki sledijo.

Med golfisti je največji odstotek tistih, ki imajo visoko (univerzitetno) izobrazbo, in sicer 32,3 %, sledijo tisti z višjo ali strokovno šolo z 22,9 % ter tisti z dokončano srednjo šolo, katerih je 22,3 %. Presenetil me je tudi podatek, da je med anketiranimi golfisti tudi 0,6 % tistih z nedokončano šolo in 2,9 % z dokončano osnovno šolo.

Slika 4.9 Struktura anketirancev glede na izobrazbo

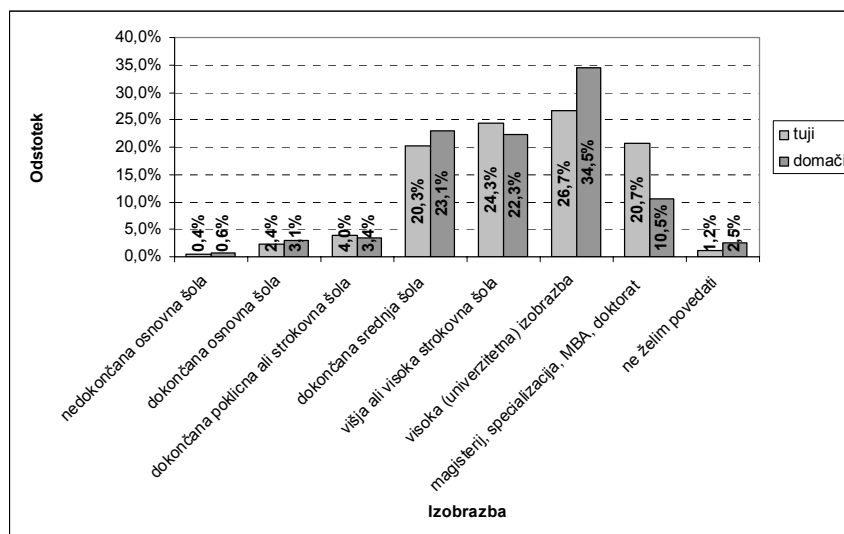


Vir: STO 2006

Pri tujih anketiranih golfistih je kar 20,7 % tistih, ki imajo magistrski, specializacijo, MBA ali doktorat, pri Slovencih je takih golfistov le 10,5 %. Med domačimi golfisti je največ tistih z visoko (univerzitetno) izobrazbo, in sicer 34,5 %, med tujimi golfisti je takih 26,7 %. Med tujimi anketiranimi je 0,4 % golfistov z nedokončano šolo in 2,4 % golfistov z dokončano osnovno šolo. Med domačimi golfisti je 0,6 % golfistov z nedokončano osnovno šolo in 3,1 % golfistov z dokončano osnovno šolo.

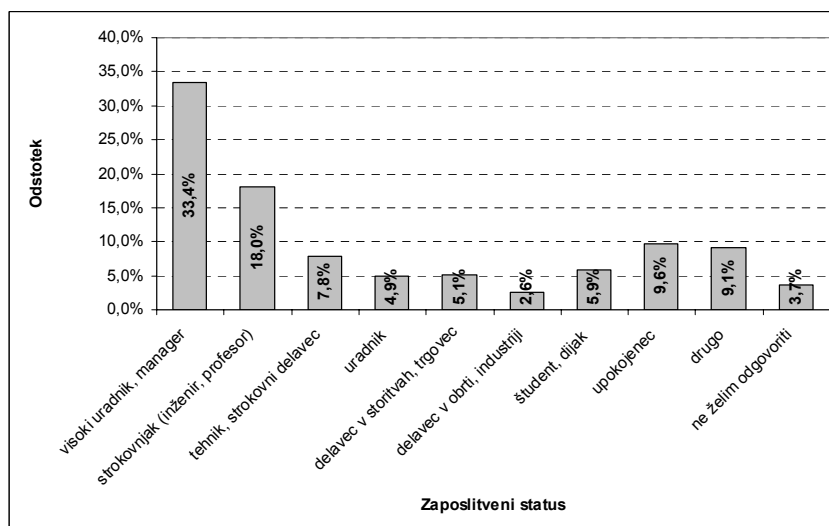
Na osnovi razporeditve anketiranih igralcev golfa glede na zaposlitveni status lahko povem, da je kar 33,4 % golfistov visokih uradnikov ali menedžerjev, 18 % golfistov je strokovnjakov (inženirjev, profesorjev), sledijo upokojeanci z 9,6 % ter tehniki in strokovni delavci s 7,8 %. Najmanj je delavcev v obrti in industriji, teh je 2,6 %.

Slika 4.10 Struktura tujih in domačih anketirancev glede na izobrazbo



Vir: STO 2006

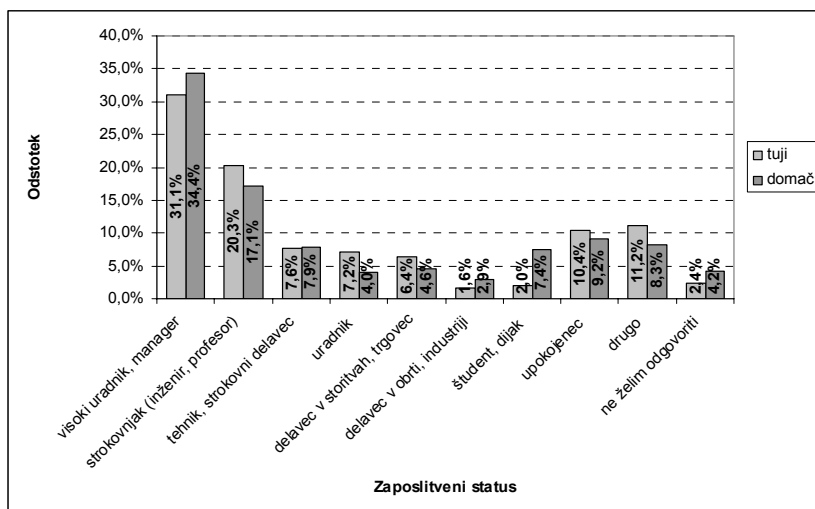
Slika 4.11 Struktura anketirancev glede na zaposlitveni status



Vir: STO 2006

Pri domačih anketiranih igralcih golfa je 34,4 % visokih uradnikov ali menedžerjev, pri tujih anketiranih igralcih golfa pa je takih 31,1 %. Struktura se malo obrne pri naslednjem statusu, kjer so strokovnjaki (inženirji, profesorji), tukaj je domačih golfistov 17,1 %, tujih pa 20,3 %. Sledijo upokojeneci, kjer je domačih golfistov 9,2 %, tujih golfistov pa 10,4 %. V panogi delavcev v obrti in industriji je najmanjši delež anketiranih, domačih je 2,9 %, tujih pa le 1,6 %.

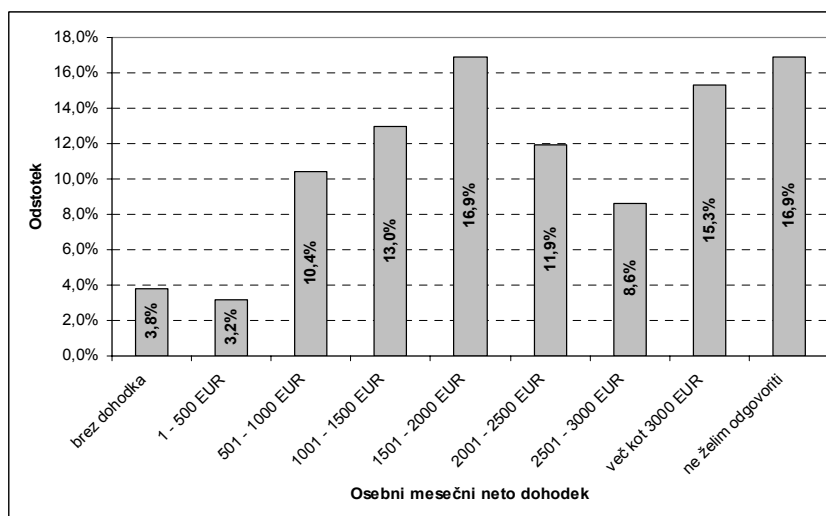
Slika 4.12 Struktura tujih in domačih anketirancev glede na zaposlitveni status



Vir: STO 2006

V nadaljevanju bom opisala strukturo anketirancev glede na njihov osebni mesečni neto dohodek. Vsi navedeni podatki so prikazani v sliki 4.13 in 4.14. Največ je tistih igralcev golfa, ki prejmejo na mesec od 1501 do 2000 evrov, teh je okrog 16,9 %, s 15,3 % sledijo tisti, ki prejmejo več kot 3000 evrov, in tisti, ki prejemaajo od 1001 do 1500 evrov, teh je 13 %. Najmanj je golfistov, ki mesečno prejmejo od 1 do 500 evrov neto plače, teh je 3,2 %. Presenetil me je podatek, da je brez dohodka 3,8 % golfistov, vendar mislim, da med te verjetno spadajo študenti in dijaki. Pričakovati je bilo, da na vprašanje o višini osebnih dohodkov verjetno ne bo želelo odgovoriti kar nekaj anketiranih igralcev golfa, takih je bilo kar 16,9 % (152 oseb od skupno 900).

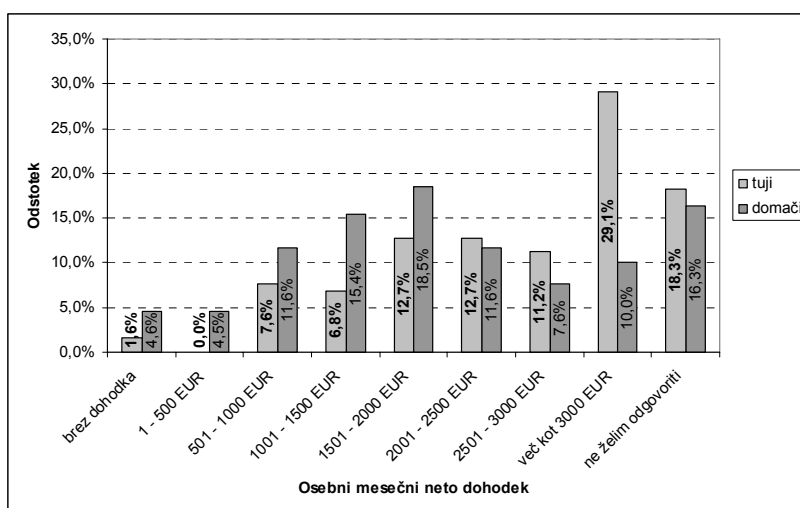
Slika 4.13 Struktura anketirancev glede na osebni mesečni neto dohodek



Vir: STO 2006

Sledi podrobnejši opis strukture anketirancev glede na osebni mesečni neto dohodek, kjer bom opisala ločeno tuje in domače anketirance. Kot je bilo pričakovati, je med tujimi golfisti z mesečno neto plačo nad 3000 evri največ anketirancev, in sicer kar 29 %, domačih golfistov s takim neto mesečnim dohodkom je 10 %. Med domačimi golfisti je največ takih, ki imajo od 1501 do 2000 evrov neto mesečnih dohodkov, teh je 18,5 %, tujih golfistov je v tem razredu 12,7 %. Med Slovenci je 4,5 % tistih z neto mesečnim dohodkom od 1 do 500 evrov, tujih golfistov v tem razredu sploh ni. Brez mesečnega dohodka je 4,6 % domačih golfistov in 1,6 % tujih golfistov. Na zastavljeno vprašanje ni želelo odgovoriti 16,3 % domačih anketiranih igralcev golfa in 18,3 % tujih anketiranih igralcev golfa.

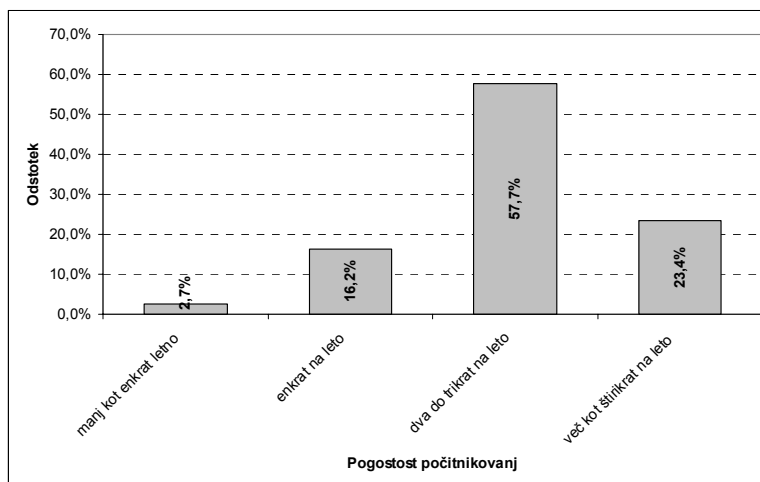
Slika 4.14 Struktura tujih in domačih anketirancev glede na osebni mesečni neto dohodek



Vir: STO 2006

Anketirani igralci golfa so v sklopu sociodemografskih značilnosti odgovorili še na zadnje vprašanje, in sicer o pogostosti počitnikovanj. 57,7 % vseh anketiranih golfistov počitnikuje dva do trikrat na leto, s 23,4 % sledijo tisti, ki počitnikujejo več kot štirikrat na leto, tistih, ki počitnikujejo enkrat na leto, je 16,2 %, najmanj pa je tistih, ki počitnikujejo manj kot enkrat letno, teh je 2,7 %. Vsi podatki so prikazani v sliki 4.15.

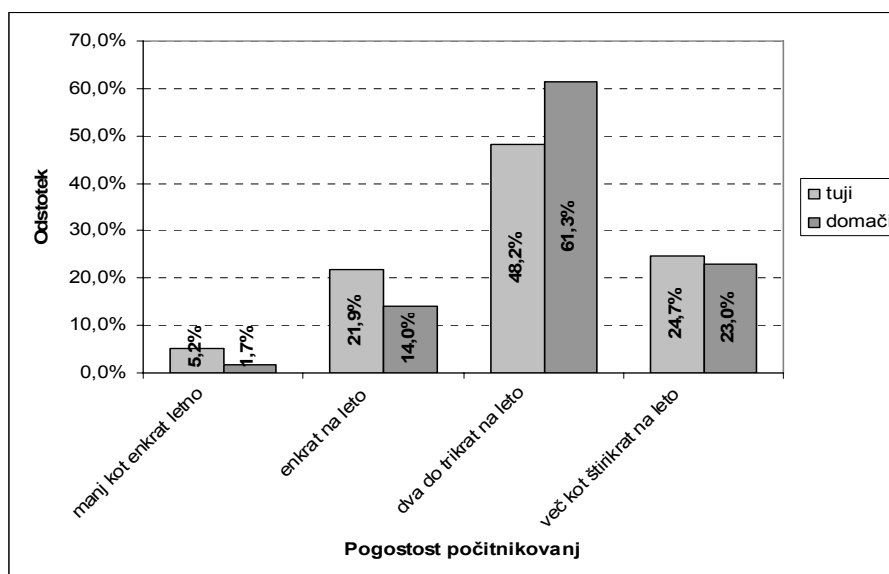
Slika 4.15 Struktura anketirancev glede na pogostost počitnikovanj



Vir: STO 2006

Tudi tukaj bom opisala strukturo glede na domače in tuje anketirane igralce golfa, struktura teh pa je prikazana v sliki 4.16. Več kot štirikrat letno počitnikuje 24,7 % tujih golfistov in 23 % domačih golfistov. Iz prejšnjega vprašanja lahko sklepam, da tujci seveda počitnikujejo večkrat, saj imajo povprečno tudi višji mesečni neto dohodek kot Slovenci. Domači golfisti največkrat počitnikujejo dva do trikrat letno, teh je 61,3 %, tujcev je tukaj 48,2 %. Enkrat letno gre počitnikovat 21,9 % tujih anketiranih igralcev golfa in 14 % domačih anketiranih igralcev golfa. Skupno najmanj anketiranih igralcev golfa gre na počitnice manj kot enkrat na leto, od tega je 5,2 % tujih in 1,7 % domačih igralcev golfa.

Slika 4.16 Struktura tujih in domačih anketirancev glede na pogostost počitnikovanj



Vir: STO 2006

4.1.7 Uporabljene statistične metode

Za statistično obdelavo podatkov je služil program SPSS 10.0 za Windows. Vsi izpolnjeni vprašalniki so bili pregledani in ustrezno vneseni v računalniški program SPSS 10.0 za Windows. Ko so bili vsi vprašalniki vneseni, je sledila analiza teh podatkov, na podlagi katerih sem potem potrdila ali zavrnila postavljene hipoteze. Podatki v nadaljevanju raziskave diplomskega dela so analizirani v programu SPSS s pomočjo cluster analize oz. natančneje s pomočjo Wardove metode, ki je omogočila segmentacijo anketirancev v štiri skupine.

Smith (v Punj in Stewart 1983, 134) je že leta 1956 govoril o pomembnosti cluster analize za marketing, saj je ta postala skupno orodje za vse marketinške raziskovalce. Tako akademski raziskovalci kot tudi marketinški raziskovalci se ravnaajo po tehniki grupiranja oseb, izdelkov, ki so lahko potem začetki za nadaljnjo analizo.

Druga in prav tako pomembna uporaba cluster analize je za namen iskanja boljšega razumevanja kupčevega vedenja z identificiranjem homogenih skupin kupcev. Tako je Bettman leta 1979 povedal, da je cluster analiza eno od sredstev za razvoj tovrstne taksonomije (v Punj in Stewart 1983, 135).

Kar nekaj avtorjev (Srivastava, Leone in Shocker 1981; Srivastava, Shocker in Day 1987 v Punj in Stewart 1983, 135) je zapisalo, da je cluster analiza zelo primerno orodje tudi v praksi, ko lahko s tako analizo podjetja hitro ugotovijo, ali je njihova ponudba edinstvena oz. enaka kot ponudba konkurenčnih podjetij.

Cluster analiza je delovala tudi v namen nekaterih raziskovalcev, ki so imeli problem pri testiranju izbranih trgov. (Punj in Stewart 1983, 136)

Na podlagi pozitivnih mnenj avtorjev in primernih smeri marketinga, kjer se je ta analiza že uporabila, sem se tudi sama odločila za uporabo te analize pri analiziranju golfistov v Sloveniji. Izbira cluster analize je utemeljena tudi tako, da je s pomočjo te analize lažje razvrščati takšno količino podatkov, pa tudi na podlagi te količine podatkov se potem dobijo natančnejši podatki. S temi podatki bi si lahko potem turistični delavci, predvsem v marketingu, pomagali pri pripravi primerne ponudbe in ciljno usmerili svoje marketinške aktivnosti na področju golfskega turizma.

4.2 Rezultati raziskave

V tem poglavju bom nadaljevala s predstavitvijo rezultatov raziskave, katere bom dogradila grafično in tabelarično skupaj z ustreznimi frekvencami. Vsako vprašanje bo posebej navedeno in predstavljeno skupaj z rezultati ter morebitnimi razlikami med tujimi in domačimi igralci golfa.

Ker sem sociodemografske značilnosti predstavila že v prejšnjem poglavju, se bom osredotočila na naslednja področja, ki bodo sledila v nadaljevanju.

4.2.1 Rezultati cluster analize

Tabela 4.1 Rezultati cluster analize, razporejeni po skupinah

		1.	2.	3.	4.
		SKUPINA	SKUPINA	SKUPINA	SKUPINA
		delež	delež	delež	delež
Ocena od 1 do 5 *	<i>Pomembnost dejavnikov pri izbiri golfskega igrišča</i>	33,70 %	28,20 %	17,80 %	20,30 %
	zanimivo igrišče	4,46	4,85	4,1	4,28
	gostinska ponudba v bližini igrišča	4,03	4,52	3,13	3,39
	urejenost igrišča	4,66	4,95	4,22	4,29
	prijazno osebje	4,55	4,85	3,93	4,24
	cena green feeja	3,98	4,5	3,43	3,86
	dobro ime / image igrišča	3,26	4,66	2,31	3,99
	znano igrišče	3,03	4,38	2,22	4,08
<i>Vpliv dejavnikov pri odločanju za obisk Slovenije</i>		1.	2.	3.	4.
		SKUPINA	SKUPINA	SKUPINA	SKUPINA
Ocena od 1 do 5 * * 1 - najmanj, 5 - največ	organizirane aktivnosti za turiste (rekreacija, zabava, kulturne prireditve)	3,75	4,04	3,41	3,72
	naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere)	4,38	4,51	3,89	4,23
	ponudba zdravilišč	3,65	3,96	2,83	3,62
	privlačne vasi in zanimivo podeželsko življenje	3,8	3,95	3,19	3,74
	stara mesta, gradovi, cerkve	3,79	3,89	3,46	3,83
	lokalna kulinarika	4,09	4,36	3,96	3,87
	gostoljubnost domačega prebivalstva	4,2	4,56	4,11	4,13
	poceni prenočišča	3,72	4,16	3,36	3,77
	obvladljiva velikost dežele	3,43	3,59	2,77	3,63
	gorski svet	3,25	3,78	3,2	3,72
	neokrnjena narava in zavarovana območja narave	4,15	4,19	3,79	4,19
	osebna varnost med bivanjem	4,42	4,64	4,32	4,26
	bližina doma	3,45	3,57	3,26	3,85
<i>Vtisi o bivanju v Sloveniji</i>					
Ocena od 1 do 5 *	organizirane aktivnosti za turiste (rekreacija, zabava, kulturne prireditve)	4,02	4,29	3,92	4,02
	naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere)	4,35	4,48	4,19	4,3
	ponudba zdravilišč	4	4,08	3,76	3,95
	privlačne vasi in zanimivo podeželsko življenje	3,98	4,06	4,04	3,87
	stara mesta, gradovi, cerkve	3,79	4,09	3,67	4,04
	lokalna kulinarika	3,89	4,25	3,56	3,91
	gostoljubnost domačega prebivalstva	4,11	4,33	4,19	4,26
	poceni prenočišča	3,91	4,08	3,61	3,87
	obvladljiva velikost dežele	3,8	4,12	4	3,95
	gorski svet	3,78	4,09	3,65	3,93
	neokrnjena narava in zavarovana območja narave	3,98	4,18	4	4,16
	osebna varnost med bivanjem	4,33	4,46	4,23	4,39
	bližina doma	3,92	3,99	4,08	4,09

<i>Pogostost igranja golfa</i>	<i>delež</i>	<i>delež</i>	<i>delež</i>	<i>delež</i>
nekajkrat na teden	40,20 %	58,10 %	42,70 %	42,90 %
nekajkrat na mesec	46,50 %	30,00 %	45,50 %	41,10 %
nekajkrat na leto	1,80 %	3,10 %	2,10 %	3,70 %
ne vem	11,40 %	8,80 %	9,80 %	12,30 %
<i>Ali je igranje golfa vaša glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji?</i>				
da	71,20 %	76,90 %	64,30 %	85,10 %
ne	28,80 %	23,10 %	35,70 %	14,90 %
<i>Poraba na osebo</i>				
v slovenskih tolarjih	22873,75	38770,39	15920,59	26619,61
v evrih	95,45	161,79	66,44	111,08
<i>Golf igrišče</i>	<i>delež</i>	<i>delež</i>	<i>delež</i>	<i>delež</i>
Golf igrišče Arboretum	16,20 %	4,80 %	14,00 %	12,90 %
Golf igrišče Bled	8,90 %	14,50 %	10,50 %	13,50 %
Golf igrišče Ptuj	13,30 %	12,30 %	11,90 %	14,70 %
Golf igrišče Mokrice	10,70 %	12,80 %	18,20 %	13,50 %
Golf igrišče Livada	8,10 %	16,30 %	9,10 %	14,70 %
Golf igrišče Lipica	11,10 %	11,00 %	10,50 %	6,70 %
Golf igrišče Zlati grič	14,80 %	5,70 %	16,10 %	8,60 %
Golf igrišče Olimje	12,20 %	13,20 %	4,90 %	9,80 %
Golf igrišče Otočec	4,80 %	9,30 %	4,90 %	5,50 %
<i>Razlog za obisk Slovenije</i>				
počitnice	25,40 %	12,00 %	17,90 %	8,30 %
obisk znamenitosti / potovanje	6,80 %	5,40 %	3,60 %	2,10 %
rekreacija / športne dejavnosti	40,70 %	53,30 %	39,30 %	56,30 %
obisk prijateljev / znancev / sorodnikov	6,80 %	6,50 %	10,70 %	0,00 %
posel (izključene so konference in kongresi)	5,10 %	0,00 %	10,70 %	4,20 %
izobraževanje	0,00 %	1,10 %	0,00 %	0,00 %
romanje	0,00 %	0,00 %	3,60 %	0,00 %
enodnevni izlet brez nočitve	1,70 %	3,30 %	0,00 %	0,00 %
drugo	5,10 %	8,70 %	3,60 %	0,00 %
golf	8,50 %	9,80 %	10,70 %	29,20 %

4.2.2 Interpretacija skupin

Skupine so si med seboj različne, vendar pa so si posamezniki znotraj skupin zelo podobni.

Skupina 1

Tabela 4.2 Lastnosti 1. skupine

		1. SKUPINA
		<i>delež</i>
<i>Ocena od 1 do 5 *</i>	<i>Pomembnost dejavnikov pri izbiri golfskega igrišča</i>	33,70 %
	zanimivo igrišče	4,46
	gostinska ponudba v bližini igrišča	4,03
	urejenost igrišča	4,66
	prijazno osebje	4,55
	cena green feeja	3,98
	dobro ime / image igrišča	3,26
	znano igrišče	3,03
<i>Vpliv dejavnikov pri odločanju za obisk Slovenije</i>		
<i>Ocena od 1 do 5 *</i> <i>* 1 - najmanj, 5 - največ</i>	organizirane aktivnosti za turiste (rekreacija, zabava, kulturne prireditve)	3,75
	naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere)	4,38
	ponudba zdravilišč	3,65
	privlačne vasi in zanimivo podeželsko življenje	3,8
	stara mesta, gradovi, cerkve	3,79
	lokalna kulinarika	4,09
	gostoljubnost domačega prebivalstva	4,2
	poceni prenočišča	3,72
	obvladljiva velikost dežele	3,43
	gorski svet	3,25
	neokrnjena narava in zavarovana območja narave	4,15
	osebna varnost med bivanjem	4,42
	bližina doma	3,45
<i>Vtisi o bivanju v Sloveniji</i>		
<i>Ocena od 1 do 5 *</i>	organizirane aktivnosti za turiste (rekreacija, zabava, kulturne prireditve)	4,02
	naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere)	4,35
	ponudba zdravilišč	4
	privlačne vasi in zanimivo podeželsko življenje	3,98
	stara mesta, gradovi, cerkve	3,79
	lokalna kulinarika	3,89
	gostoljubnost domačega prebivalstva	4,11
	poceni prenočišča	3,91
	obvladljiva velikost dežele	3,8
	gorski svet	3,78
	neokrnjena narava in zavarovana območja narave	3,98
	osebna varnost med bivanjem	4,33
	bližina doma	3,92
<i>Pogostost igranja golfa</i>		<i>delež</i>
nekajkrat na teden	40,20 %	
nekajkrat na mesec	46,50 %	
nekajkrat na leto	1,80 %	
ne vem	11,40 %	

<i>Ali je igranje golfa vaša glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji?</i>	
da	71,20 %
ne	28,80 %
<i>Poraba na osebo</i>	
v slovenskih tolarjih	22873,75
v evrih	95,45
<i>Golf igrišče</i>	<i>delež</i>
Golf igrišče Arboretum	16,20 %
Golf igrišče Bled	8,90 %
Golf igrišče Ptuj	13,30 %
Golf igrišče Mokrice	10,70 %
Golf igrišče Livada	8,10 %
Golf igrišče Lipica	11,10 %
Golf igrišče Zlati grič	14,80 %
Golf igrišče Olimje	12,20 %
Golf igrišče Otočec	4,80 %
<i>Razlog za obisk Slovenije</i>	
počitnice	25,40 %
obisk znamenitosti / potovanje	6,80 %
rekreacija / športne dejavnosti	40,70 %
obisk prijateljev / znancev / sorodnikov	6,80 %
posel (izključene so konference in kongresi)	5,10 %
izobraževanje	0,00 %
romanje	0,00 %
enodnevni izlet brez nočitve	1,70 %
drugo	5,10 %
golf	8,50 %

Anketirani golfisti iz prve skupine so na prvo vprašanje glede pomembnosti pri izbiri golfskega igrišča odgovorili, da je najpomembnejši dejavnik urejenost igrišča, saj so mu namenili indeks 4,66, sledijo prijazno osebje s 4,55, zanimivo igrišče s 4,46 ter gostinska ponudba v bližini igrišča s 4,03. Za najmanj pomemben dejavnik so označili znano igrišče, ki je dobil indeks 3,03.

V nadaljevanju so golfisti odgovarjali na vpliv dejavnikov pri odločanju za obisk Slovenije. Kot najpomembnejši dejavnik so uvrstili osebno varnost med bivanjem z indeksom 4,42, s 4,38 sledijo naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere), gostoljubnost domačega prebivalstva s 4,20 ter neokrnjena narava in zavarovana območja narave s 4,15. Najmanj pomemben dejavnik se jim zdi vpliv gorskega sveta z indeksom 3,25.

V tretjem sklopu sem golfiste uvrščala na podlagi vtisov o bivanju v Sloveniji, kjer so kot zelo dober dejavnik označili naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere) s 4,35, nato sledi osebna varnost med bivanjem s 4,33, gostoljubnost domačega prebivalstva s 4,11 ter organizirane aktivnosti za turiste s 4,02. Tudi tukaj so kot slabši dejavnik označili gorski svet z indeksom 3,78.

Razvrščala sem jih tudi na podlagi vprašanja, kako pogosto golfisti igrajo golf. Največji delež golfistov in sicer 46,5 %, igra golf nekajkrat na mesec, sledijo golfisti, ki igrajo golf nekajkrat na teden, s 40,2 %. Omenim naj, da je v 1. skupini najmanjši delež tistih golfistov, ki igrajo golf samo nekajkrat na leto, in sicer samo 1,8 % (5 golfistov od skupno 271).

Na vprašanje, ali je igranje golfa glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji, so anketirani golfisti 1. skupine odgovorili z da 71,2 % in z ne 28,8 %.

Med anketiranimi golfisti vseh štirih skupin so golfisti 1. skupine porabili 95,45 EUR oz. 22.873,75 SIT na osebo.

Nato je sledilo razvrščanje glede na golfsko igrišče. V 1. skupini je največji delež dobilo Golf igrišče Arboretum (16,2 %), sledi Golf igrišče Zlati Grič (14,8 %) ter Golf igrišče Ptuj (13,3 %). Najmanjši delež, 4,8 %, je dobilo Golf igrišče Otočec.

Zadnje vprašanje je bilo, kaj je glavni razlog golfistov za obisk Slovenije. Razlogi med skupinami so zelo podobni, vendar se kažejo le v različnih odstotkih. Anketiranci 1. skupine so s 40,7 % odgovorili, da je njihov glavni razlog za obisk Slovenije rekreacija / športne dejavnosti, s 25,4 % sledijo počitnice (na morju, v gorah, na podeželju ali v zdravilišču). Golf kot glavni razlog za obisk Slovenije so uvrstili na tretje mesto z 8,5 %. Anketirani udeleženci te skupine so namenili najmanjši delež oz. ničelni delež izobraževanju in romanju.

Anketirani golfisti 1. skupine so zadržano odgovarjali na anketna vprašanja, zato sem golfiste te skupine poimenovala previdni golfisti. Tako ime so dobili zato, ker so večkrat kot najpomembnejši dejavnik označili osebno varnost med bivanjem, porabijo dokaj malo denarja na osebo za obisk golfskega igrišča in igrajo golf le nekajkrat na mesec.

Skupina 2

Tabela 4.3 Lastnosti 2. skupine

		2. SKUPINA
		delež
Ocena od 1 do 5 *	<i>Pomembnost dejavnikov pri izbiri golfskega igrišča</i>	28,20 %
	zanimivo igrišče	4,85
	gostinska ponudba v bližini igrišča	4,52
	urejenost igrišča	4,95
	prijazno osebje	4,85
	cena green feeja	4,5
	dobro ime / image igrišča	4,66
	znano igrišče	4,38
<i>Vpliv dejavnikov pri odločanju za obisk Slovenije</i>		
Ocena od 1 do 5 * * 1 - najmanj, 5 - največ	organizirane aktivnosti za turiste (rekreacija, zabava, kulturne prireditve)	4,04
	naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere)	4,51
	ponudba zdravilišč	3,96
	privlačne vasi in zanimivo podeželsko življenje	3,95
	stara mesta, gradovi, cerkve	3,89
	lokalna kulinarika	4,36
	gostoljubnost domačega prebivalstva	4,56
	poceni prenočišča	4,16
	obvladljiva velikost dežele	3,59
	gorski svet	3,78
	neokrnjena narava in zavarovana območja narave	4,19
	osebna varnost med bivanjem	4,64
	bližina doma	3,57
<i>Vtisi o bivanju v Sloveniji</i>		
Ocena od 1 do 5 *	organizirane aktivnosti za turiste (rekreacija, zabava, kulturne prireditve)	4,29
	naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere)	4,48
	ponudba zdravilišč	4,08
	privlačne vasi in zanimivo podeželsko življenje	4,06
	stara mesta, gradovi, cerkve	4,09
	lokalna kulinarika	4,25
	gostoljubnost domačega prebivalstva	4,33
	poceni prenočišča	4,08
	obvladljiva velikost dežele	4,12
	gorski svet	4,09
	neokrnjena narava in zavarovana območja narave	4,18
	osebna varnost med bivanjem	4,46
bližina doma	3,99	
<i>Pogostost igranja golfa</i>		<i>delež</i>
	nekajkrat na teden	58,10 %
	nekajkrat na mesec	30,00 %
	nekajkrat na leto	3,10 %
	ne vem	8,80 %

<i>Ali je igranje golfa vaša glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji?</i>	
da	76,90 %
ne	23,10 %
<i>Poraba na osebo</i>	
v slovenskih tolarjih	38770,39
v evrih	161,79
<i>Golf igrišče</i>	<i>delež</i>
Golf igrišče Arboretum	4,80 %
Golf igrišče Bled	14,50 %
Golf igrišče Ptuj	12,30 %
Golf igrišče Mokrice	12,80 %
Golf igrišče Livada	16,30 %
Golf igrišče Lipica	11,00 %
Golf igrišče Zlati grič	5,70 %
Golf igrišče Olimje	13,20 %
Golf igrišče Otočec	9,30 %
<i>Razlog za obisk Slovenije</i>	
počitnice	12,00 %
obisk znamenitosti / potovanje	5,40 %
rekreacija / športne dejavnosti	53,30 %
obisk prijateljev / znancev / sorodnikov	6,50 %
posel (izključene so konference in kongresi)	0,00 %
izobraževanje	1,10 %
romanje	0,00 %
enodnevni izlet brez nočitve	3,30 %
drugo	8,70 %
golf	9,80 %

Anketirani golfisti 2. skupine so odgovarjali skoraj na vsa vprašanja z visokim indeksom pomembnosti. Vsi dejavniki so zabeleženi z indeksom nad 4,3 (1 - nepomembno, 5 - zelo pomembno). Zato sklepam, da so udeleženci 2. skupine precej resni golfisti, ker se jim podani dejavniki pri izbiri golfskega igrišča zdijo (zelo) pomembni.

Kot najpomembnejši dejavnik pri izbiri golfskega igrišča so označili urejenost igrišča s 4,95, sledi prijazno osebje ter zanimivo igrišče s 4,85. Ta skupina je kot prva poudarila pomembnost dejavnika dobrega imena / image-a igrišča, in sicer s 4,66. Tudi drugi skupini se je zdel dejavnik znano igrišče glede na ostale odgovore najmanj pomemben, saj ima indeks 4,38.

Sledijo odgovori golfistov 2. skupine glede vpliva dejavnikov pri odločanju za obisk Slovenije. Za najbolj pomemben dejavnik so označili osebno varnost med bivanjem s 4,64, nato gostoljubnost domačega prebivalstva s 4,56, tretji najpomembnejši dejavnik so naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere) z indeksom 4,51 ter kot četrti dejavnik lokalna kulinarika s 4,36. Najmanj pomemben dejavnik tukaj se jim je zdel bližina doma z indeksom 3,57.

Nato je sledilo vprašanje o vtisih o bivanju v Sloveniji. Na anketirance iz 2. skupine so naredile pozitiven vtis naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere) s 4,48, takoj za njimi so osebna varnost med bivanjem (4,46), gostoljubnost domačega prebivalstva (4,33) ter organizirane aktivnosti za turiste (4,29). Nekoliko slabše so označili bližino doma (3,99).

Kako pogosto igrate golf, je bilo naslednje zastavljeno vprašanje. Golfisti 2. skupine so odgovorili, da 58,1 % igralcev golfa igra golf nekajkrat na teden, 30 % jih igra golf nekajkrat na mesec in le 3,1 % jih igra golf nekajkrat na leto. Glede na to, da so pripadniki 2. skupine precej zagreti golfisti, lahko povem, da sem tukaj pričakovala tako visok delež tistih, ki igrajo golf nekajkrat na teden.

Anketirani so v četrtem delu odgovarjali na vprašanje ali je igranje golfa njihova glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji. Z da je pritrnilo 76,9 % anketiranih golfistov in z ne 23,1 % golfistov.

Golfisti 2. skupine porabijo največ denarja na osebo med vsemi skupinami in sicer 161,79 EUR oz. 38.770,39 SIT.

Zanimalo me je tudi razvrščanje glede na golfsko igrišče. Največji delež ima Golf igrišče Livada, in sicer 16,3 %, sledita Golf igrišče Bled s 14,5 % in Golf igrišče Olimje s 13,2 %. Najmanjši delež v tej skupini ima Golf igrišče Arboretum s 4,8 %.

Kateri je vaš glavni razlog za obisk Slovenije je bilo zadnje zastavljeno vprašanje. Udeleženci 2. skupine so odgovorili s 53,3 %, da je to rekreacija / športna dejavnost, s 12 % sledijo počitnice (na morju, v gorah, na podeželju ali v zdravilišču) in golf s 9,8 %. Ničelni delež je bil pri odgovoru posel (izključene so konference in kongresi) in pri romanju.

Anketirane golfiste 2. skupine sem poimenovala zahtevni golfisti, saj se jim vsi dejavniki zdijo precej pomembni. Iz tega sklepam, da zaradi pomembnosti dejavnikov zahtevajo in pričakujejo tudi visoko kvaliteto. Golfisti te skupine igrajo golf večkrat na teden in za obisk golfskega igrišča porabijo največ denarja na osebo med vsemi.

Skupina 3

Tabela 4.4 Lastnosti 3. skupine

		3. SKUPINA
		<i>delež</i>
<i>Ocena od 1 do 5 *</i>	<i>Pomembnost dejavnikov pri izbiri golfskega igrišča</i>	17,80 %
	zanimivo igrišče	4,1
	gostinska ponudba v bližini igrišča	3,13
	urejenost igrišča	4,22
	prijazno osebje	3,93
	cena green feeja	3,43
	dobro ime / image igrišča	2,31
	znano igrišče	2,22
<i>Vpliv dejavnikov pri odločanju za obisk Slovenije</i>		
<i>Ocena od 1 do 5 *</i> <i>* 1 - najmanj, 5 - največ</i>	organizirane aktivnosti za turiste (rekreacija, zabava, kulturne prireditve)	3,41
	naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere)	3,89
	ponudba zdravilišč	2,83
	privlačne vasi in zanimivo podeželsko življenje	3,19
	stara mesta, gradovi, cerkve	3,46
	lokalna kulinarika	3,96
	gostoljubnost domačega prebivalstva	4,11
	poceni prenočišča	3,36
	obvladljiva velikost dežele	2,77
	gorski svet	3,2
	neokrnjena narava in zavarovana območja narave	3,79
	osebna varnost med bivanjem	4,32
	bližina doma	3,26
<i>Vtisi o bivanju v Sloveniji</i>		
<i>Ocena od 1 do 5 *</i>	organizirane aktivnosti za turiste (rekreacija, zabava, kulturne prireditve)	3,92
	naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere)	4,19
	ponudba zdravilišč	3,76
	privlačne vasi in zanimivo podeželsko življenje	4,04
	stara mesta, gradovi, cerkve	3,67
	lokalna kulinarika	3,56
	gostoljubnost domačega prebivalstva	4,19
	poceni prenočišča	3,61
	obvladljiva velikost dežele	4
	gorski svet	3,65
	neokrnjena narava in zavarovana območja narave	4
	osebna varnost med bivanjem	4,23
bližina doma	4,08	
<i>Pogostost igranja golfa</i>		<i>delež</i>
nekajkrat na teden	42,70 %	
nekajkrat na mesec	45,50 %	
nekajkrat na leto	2,10 %	
ne vem	9,80 %	

<i>Ali je igranje golfa vaša glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji?</i>	
da	64,30 %
ne	35,70 %
<i>Poraba na osebo</i>	
v slovenskih tolarjih	15920,59
v evrih	66,44
<i>Golf igrišče</i>	<i>delež</i>
Golf igrišče Arboretum	14,00 %
Golf igrišče Bled	10,50 %
Golf igrišče Ptuj	11,90 %
Golf igrišče Mokrice	18,20 %
Golf igrišče Livada	9,10 %
Golf igrišče Lipica	10,50 %
Golf igrišče Zlati grič	16,10 %
Golf igrišče Olimje	4,90 %
Golf igrišče Otočec	4,90 %
<i>Razlog za obisk Slovenije</i>	
počitnice	17,90 %
obisk znamenitosti / potovanje	3,60 %
rekreacija / športne dejavnosti	39,30 %
obisk prijateljev / znancev / sorodnikov	10,70 %
posel (izključene so konference in kongresi)	10,70 %
izobraževanje	0,00 %
romanje	3,60 %
enodnevni izlet brez nočitve	0,00 %
drugo	3,60 %
golf	10,70 %

Anketirani golfisti 3. skupine so golfisti, ki so na vprašanja odgovarjali zelo kritično glede na golfiste drugih skupin, še posebej glede na golfiste 2. skupine, ki so odgovarjali z zelo pozitivnim indeksom.

V prvem razvrščanju glede na pomembnost dejavnikov pri izbiri golfskega igrišča so pripadniki 3. skupine odgovorili takole: najpomembnejši dejavnik se jim zdi urejenost igrišča z indeksom 4,22, sledi dejavnik zanimivo igrišče s 4,10, prijazno osebje s 3,93 ter cena green feeja² s 3,43. Tudi tukaj je zaznati nov dejavnik, ki izstopa v odgovoru 3. skupine, in sicer cena green feeja. S 2,22 se je tej skupini zdel nepomemben dejavnik znano igrišče.

Golfisti 3. skupine so vpliv dejavnikov pri odločanju za obisk Slovenije označili zelo podobno kot golfisti ostalih skupin, vendar mogoče v drugačnem vrstnem redu glede na dejavnik, pa tudi indeks pomembnosti se precej razlikuje. Najbolj pomemben dejavnik se jim zdi osebna varnost med bivanjem (4,32), sledi gostoljubnost domačega prebivalstva (4,11), tretja je lokalna kulinarika (3,96) ter četrta naravne danosti (lepa

² Green fee - je vrsta plačila za uporabo golfskega igrišča. Green se v tej zvezi nanaša na golfsko igrišče in ne na zelenico (Arah 2002, 62).

narava, klimatske razmere). Najmanj pomemben dejavnik je obvladljiva velikost dežele z indeksom 2,77.

Iz tega sledi vprašanje o vtisih o bivanju v Sloveniji. Tudi udeleženci 3. skupine so za precej pomemben dejavnik označili osebno varnost med bivanjem z indeksom 4,23, potem se kažeta dva dejavnika z enakim indeksom 4,19, in sicer naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere) in gostoljubnost domačega prebivalstva, kot četrti dejavnik glede na pomembnost pa označujejo bližino doma s 4,08. Najmanj pomemben dejavnik se jim zdi lokalna kulinarika, katerega indeks znaša 3,56.

Pri tretjem sklopu so igralci golfa odgovarjali na vprašanje, kako pogosto igrajo golf. Tukaj jih je 45,5 % odgovorilo nekajkrat na mesec, 42,7 % je odgovorilo nekajkrat na teden in 2,1 % nekajkrat na leto.

Nato je sledilo vprašanje, ali je golf golfistova glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji. Tako je 64,3 % golfistov odgovorilo z da in 35,7 % z ne.

Golfisti 3. skupine so najbolj skromni, saj porabijo najmanj denarja na osebo, in sicer 66,44 EUR oz. 15.920,59 SIT.

Tudi udeleženci te skupine so podali svoje stališče o golfskih igriščih. 18,2 % golfistov je odgovorilo: Golf igrišče Mokrice, 16,1 %, sledi Golf igrišče Zlati Grič, in z 14 % Golf igrišče Arboretum. Najmanjši delež, 4,9 %, je zabeležen pri Golf igrišču Olimje in Otočec.

Nazadnje so anketirani golfisti 3. skupine odgovarjali na vprašanje, kateri je njihov glavni razlog za obisk Slovenije. Omenim lahko, da so tudi golfisti 3. skupine odgovarjali podobno kot prejšnji skupini, da je njihov glavni razlog za obisk Slovenije rekreacija / športne dejavnosti, teh je 39,3 %. Na drugo mesto po deležu so počitnice (na morju, v gorah, na podeželju ali v zdravilišču) s 17,9 %, nato pa z enakim deležem 10,7 % sledijo obisk prijateljev / sorodnikov / znancev, posel (izključene so konference in kongresi) ter golf. Izobraževanje in enodnevni izleti brez nočitve sta dobila 0%.

Anketirani golfisti 3. skupine so na anketna vprašanja odgovarjali precej kritično, zato sem golfiste te skupine poimenovala preračunljivi golfisti. Preračunljivi zato, ker na osebo porabijo najmanj denarja, zelo pomembna jim je cena green feeja in golf igrajo le nekajkrat na mesec.

Skupina 4

Tabela 4.5 Lastnosti 4. skupine

		4. SKUPINA
		delež
Ocena od 1 do 5 *	<i>Pomembnost dejavnikov pri izbiri golfskega igrišča</i>	20,30 %
	zanimivo igrišče	4,28
	gostinska ponudba v bližini igrišča	3,39
	urejenost igrišča	4,29
	prijazno osebje	4,24
	cena green feeja	3,86
	dobro ime / image igrišča	3,99
	znano igrišče	4,08
<i>Vpliv dejavnikov pri odločanju za obisk Slovenije</i>		
Ocena od 1 do 5 * * 1 - najmanj, 5 - največ	organizirane aktivnosti za turiste (rekreacija, zabava, kulturne prireditve)	3,72
	naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere)	4,23
	ponudba zdravilišč	3,62
	privlačne vasi in zanimivo podeželsko življenje	3,74
	stara mesta, gradovi, cerkve	3,83
	lokalna kulinarika	3,87
	gostoljubnost domačega prebivalstva	4,13
	poceni prenočišča	3,77
	obvladljiva velikost dežele	3,63
	gorski svet	3,72
	neokrnjena narava in zavarovana območja narave	4,19
	osebna varnost med bivanjem	4,26
	bližina doma	3,85
<i>Vtisi o bivanju v Sloveniji</i>		
Ocena od 1 do 5 *	organizirane aktivnosti za turiste (rekreacija, zabava, kulturne prireditve)	4,02
	naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere)	4,30
	ponudba zdravilišč	3,95
	privlačne vasi in zanimivo podeželsko življenje	3,87
	stara mesta, gradovi, cerkve	4,04
	lokalna kulinarika	3,91
	gostoljubnost domačega prebivalstva	4,26
	poceni prenočišča	3,87
	obvladljiva velikost dežele	3,95
	gorski svet	3,93
	neokrnjena narava in zavarovana območja narave	4,16
	osebna varnost med bivanjem	4,39
	bližina doma	4,09
<i>Pogostost igranja golfa</i>		delež
nekajkrat na teden	42,90 %	
nekajkrat na mesec	41,10 %	
nekajkrat na leto	3,70 %	
ne vem	12,30 %	

<i>Ali je igranje golfa vaša glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji?</i>	
da	85,10 %
ne	14,90 %
<i>Poraba na osebo</i>	
v slovenskih tolarjih	26619,61
v evrih	111,08
<i>Golf igrišče</i>	<i>delež</i>
Golf igrišče Arboretum	12,90 %
Golf igrišče Bled	13,50 %
Golf igrišče Ptuj	14,70 %
Golf igrišče Mokrice	13,50 %
Golf igrišče Livada	14,70 %
Golf igrišče Lipica	6,70 %
Golf igrišče Zlati grič	8,60 %
Golf igrišče Olimje	9,80 %
Golf igrišče Otočec	5,50 %
<i>Razlog za obisk Slovenije</i>	
počitnice	8,30 %
obisk znamenitosti / potovanje	2,10 %
rekreacija / športne dejavnosti	56,30 %
obisk prijateljev / znancev / sorodnikov	0,00 %
posel (izključene so konference in kongresi)	4,20 %
izobraževanje	0,00 %
romanje	0,00 %
enodnevni izlet brez nočitve	0,00 %
drugo	0,00 %
golf	29,20 %

Sledi še zadnja predstavitev, kjer bom podrobneje opisala odgovore anketiranih golfistov 4. skupine.

Najprej so podali mnenje glede pomembnosti dejavnikov pri izbiri golfskega igrišča. Najbolj pomemben dejavnik se jim zdi urejenost igrišča z indeksom 4,29, sledijo zanimivo igrišče s 4,28, prijazno osebje s 4,24 ter poznano igrišče s 4,08. Omenim naj, da so preostale skupine označile dejavnik znano igrišče za najmanj pomemben dejavnik med preostalimi podanimi dejavniki, 4. skupina pa ga je uvrstila kot četrtega najpomembnejšega. Za najmanj pomemben dejavnik so označili s 3,39 gostinsko ponudbo v bližini igrišča.

Nato so odgovarjali na vprašanje o vplivu dejavnikov pri odločanju za obisk Slovenije. Z indeksom 4,26 prevladuje osebna varnost med bivanjem, s 4,23 sledijo naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere), s 4,19 neokrnjena narava in zavarovana območja narave ter s 4,13 gostoljubnost domačega prebivalstva. Tudi golfisti 4. skupine se kažejo z drugačnim mnenjem znotraj skupine, saj se jim je najmanj pomemben dejavnik zdel ponudba zdravilišč s 3,62.

Udeleženci 4. skupine so prav tako povedali svoje vtise o bivanju v Sloveniji.

Najboljši vtis je dobila osebna varnost med bivanjem, katere indeks je 4,39, za njo so naravne danosti (lepa narava, klimatske razmere) z indeksom 4,30, gostoljubnost domačega prebivalstva s 4,26 ter neokrnjena narava in zavarovana območja narave s 4,16. Najslabši vtis o bivanju v Sloveniji so namenili dejavnikom privlačne vasi in zanimivo podeželje ter poceni prenočišča, saj so dobili indeks 3,87.

Kako pogosto igrate golf je bilo naslednje zastavljeno vprašanje golfistom četrte skupine. S 42,9 % so odgovorili nekajkrat na teden, z 41,1 % nekajkrat na mesec ter s 3,7 % nekajkrat na leto.

Nato so odgovarjali na vprašanje, ali je igranje golfa njihova glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji. Golfisti 4. skupine so pritrdili z odgovorom, da kar 85,1 % in z odgovorom ne 14,9 %.

Golfisti 4. skupine porabijo drugi največ denarja na osebo med golfisti vseh štirih skupin, in sicer 111,08 EUR oz. 26.619,61 SIT.

Sledi uvrščanje golfistov 4. skupine glede na golfsko igrišče. Najvišji delež sta dobili golfski igrišči Livada in Ptuj s 14,7 %, nato pa golfski igrišči Bled in Mokrice s 13,5 %. Najmanjši delež je dobilo s 5,5 % golfsko igrišče Otočec.

In še zadnje podano mnenje golfistov 4. skupine na vprašanje, kaj je razlog za njihov obisk Slovenije. S kar 56,3 % so odgovorili, da je ta razlog rekreacija / športne dejavnosti, 29,2 % jih meni, da je to golf, ter 8,3 %, da so to počitnice (na morju, v gorah, na podeželju ali v zdravilišču). Z ničelnim deležem so označili kar 5 razlogov, in sicer obisk prijateljev / sorodnikov / znancev, izobraževanje, romanje, enodnevni izlet brez nočitve ter drugo.

Anketirani golfisti 4. skupine se imenujejo zagreti golfisti, saj so skoraj pri vseh zastavljenih vprašanjih na prvo mesto postavili golf. Podatek se kaže v tem, da so s 85,1 % odgovorili, da je golf njihova glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji, da igrajo golf nekajkrat na teden in da je drugi najpomembnejši razlog za obisk Slovenije prav golf.

4.2.3 Preverjanje raziskovalnih hipotez

Hipoteza 1: Golfisti so se v analizi razporedili v več skupin.

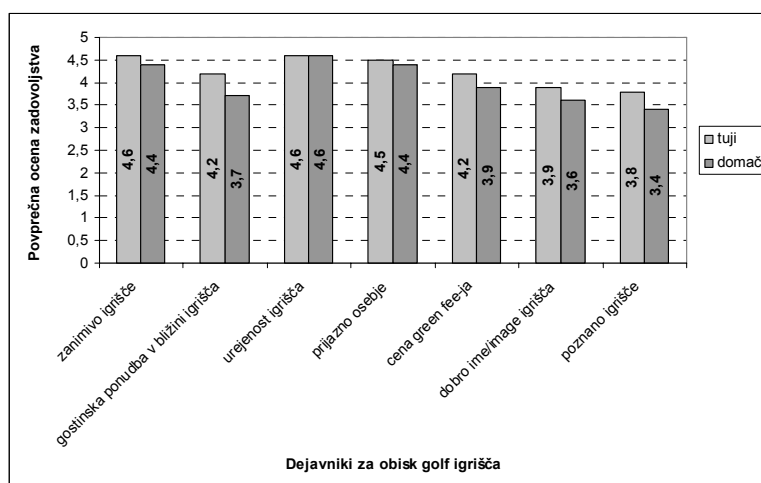
Celotna raziskava je bila izvedena z metodo terenskega anketiranja, ki je potekala od 2. julija do 7. septembra 2006, s končnim rezultatom 900 anket. Vsi izpolnjeni vprašalniki so bili pregledani in ustrezno vneseni v računalniški program SPSS 10.0 za Windows. Sledila je analiza teh podatkov s pomočjo cluster analize, oz. natančneje, s pomočjo Wardove metode, katere rezultat je bila razporeditev v 4. skupine.

Na osnovi tega rezultata segmentacije podatkov ankete v 4 skupine hipotezo 1 potrjujem.

Hipoteza 2: Tuji uporabniki slovenskih golfskih igrišč so bolj zadovoljni s storitvami slovenskih golfskih igrišč kot slovenski uporabniki.

V anketi so uporabniki slovenskih golfskih igrišč odgovarjali na različne dejavnike, na podlagi katerih sem potem dobila informacijo, kako so zadovoljni z obiskom golfskega igrišča. Temu je sledila povprečna ocena zadovoljstva z dejavniki tujih in domačih uporabnikov slovenskih golfskih igrišč. Te ocene so lepo prikazane v sliki 4.17.

Slika 4.17 Povprečne ocene zadovoljstva z dejavniki tujih in domačih anketirancev



Vir: STO 2006

Dejavnik zanimivo igrišče so tako tuji kot tudi domači golfisti ocenili z indeksom zadovoljstva 4,3, dejavnik prijazno osebje so prav tako oboji ocenili s 4,3, urejenost igrišča so tuji uporabniki ocenili s 4,1, domači uporabniki pa s 4,0. Dejavnik cena green feeja je po predvidevanju med domačimi uporabniki slabše ocenjen, in sicer s 3,9, tuji uporabniki pa so jo ocenili s 4,1, dobro ime/ image igrišča so oboji ocenili z indeksom 3,9. Znano igrišče je bolj pomemben dejavniki za domače uporabnike, saj so ga ocenili s 4,0, tuji uporabniki s 3,9, še zadnji dejavniki gostinska ponudba v bližini igrišča, so domači uporabniki ocenili z indeksom 3,7, tuji uporabniki pa s 3,8.

Ker so tuji uporabniki povprečno odgovarjali z nekoliko višjo oceno zadovoljstva kot domači uporabniki, lahko potrdim tudi drugo hipotezo.

Hipoteza 3: Tuji uporabniki slovenskih golfskih igrišč v povprečju porabijo več denarja ob obisku slovenskih golfskih igrišč kot slovenski uporabniki.

V povprečju so anketirani uporabniki slovenskih golfskih igrišč tisti dan za obisk golfskega igrišča porabili 98,75 EUR oz. 23.664 SIT. Največ denarja so porabili za hrano in pijačo, za green fee, igro oz. štartnino, za žetone ter bencin. Tuji uporabniki so povprečno porabili na osebo 127,95 EUR oz. 30.661 SIT, domači uporabniki pa so

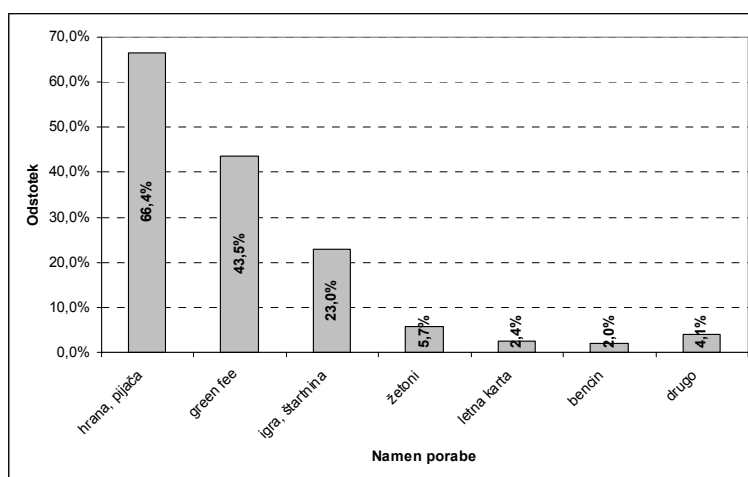
povprečno porabili na osebo 89,08 EUR oz. 21.348 SIT za obisk golfskega igrišča tisti dan. Opisani podatki so prikazani v tabeli 4.6 in grafu 4.18.

Tabela 4.6 Povprečna poraba na osebo pri obisku golfskega igrišča

Povprečna poraba na osebo	Povprečje
Tuji uporabniki	127,95 EUR oz. 30.661 SIT
Domači uporabniki	89,08 EUR oz. 21.348 SIT
Skupaj uporabniki	98,75 EUR oz. 23.664 SIT

Vir: STO 2006

Slika 4.18 Struktura glede na namen porabe



Vir: STO 2006

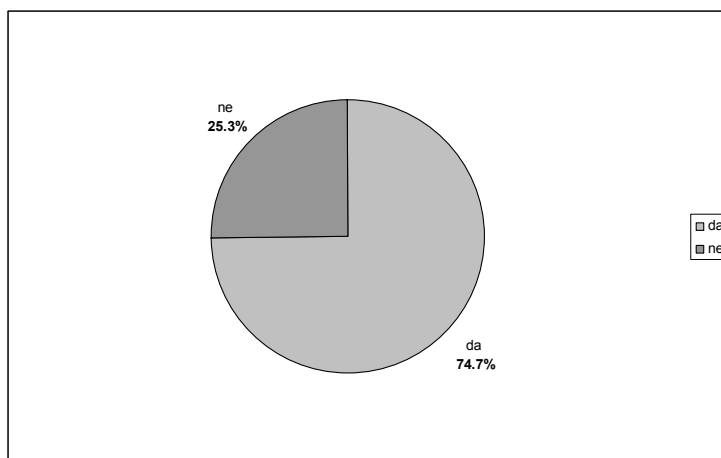
Hipotezo 3 lahko potrdim, saj tuji uporabniki slovenskih golfskih igrišč v povprečju porabijo precej več denarja na obisk golfskega igrišča kot domači uporabniki.

Hipoteza 4: Tujim uporabnikom slovenskih golfskih igrišč je golf glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji.

Tuje uporabnike, ki so igrali na slovenskih golfskih igriščih, sem ocenila, da so mogoče prišli v Slovenijo s poslovnim namenom ali namenom, da v Slovenijo pridejo na počitnice (na morje, v gore, na podeželje ali v zdravilišče).

Nato je sledilo vprašanje samo tujim uporabnikom slovenskih golfskih igrišč, ali je igranje golfa njihova glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji. 74,7 % jih je odgovorilo z da in 25,3 % jih je odgovorilo z ne, kar je vidno v sliki 4.19.

Slika 4.19 Struktura tujih anketirancev glede na glavno dejavnost med bivanjem v Sloveniji - golf



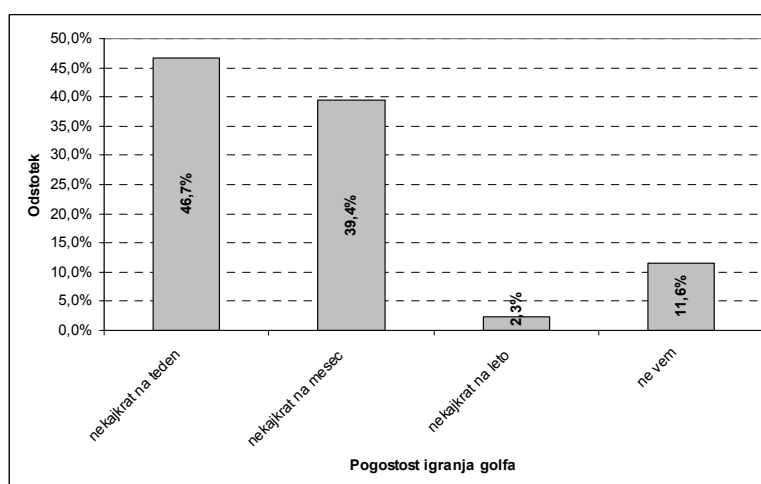
Vir: STO 2006

Na osnovi teh podatkov, ki so prikazani zgoraj v sliki, potrjujem 4. hipotezo, da je tujim uporabnikom slovenskih golfskih igrišč golf glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji.

Hipoteza 5: Uporabniki slovenskih golfskih igrišč igrajo golf večkrat na teden.

Iz raziskave o pogostosti igranja golfa lahko povem, da golf igra nekajkrat na teden 46,7 % golfistov, nekajkrat na mesec 39,4 % golfistov nekajkrat na mesec in nekajkrat na leto le 2,3 % golfistov, ostalih, ki niso vedeli odgovora na vprašanje, je bilo 11,6 %. Vsi podatki so razvidni v sliki 4.20.

Slika 4.20 Struktura anketirancev glede na pogostost igranja golfa



Vir: STO 2006

Na podlagi najvišjega odstotka (46,7 %) pri odgovoru nekajkrat na teden lahko hipotezo 5 potrdim in povem, da uporabniki slovenskih golfskih igrišč igrajo golf res večkrat na teden.

4.3 Ugotovitve in priporočila

Raziskava je bila narejena z namenom, da bodo golfska igrišča v Sloveniji imela vpogled v rezultate ugotovitev ter priporočil, s pomočjo katerih bodo lahko izboljšala svoje poslovanje, saj na tako majhnem trgu, kot je Slovenija, vlada neverjetno huda konkurenca in v njej se obdržijo le najboljši. Tisti, ki najboljše poznajo svoj širši krog uporabnikov, kako te zadovoljiti in pripraviti do ponovnega obiska ter pozitivno sprejeti njihovo mnenje. Na podlagi zbranih informacij je bila narejena anketa uporabnikov slovenskih golfskih igrišč, katerih analiza je pokazala različne stopnje zadovoljstva. Da bi nezadovoljne uporabnike obdržali pa moramo vedeti, kaj jih za obisk slovenskih golfskih igrišč najbolj motivira. Najpomembnejši dejavniki uporabnikom slovenskih golfskih igrišč se zdijo urejenost igrišča, prijazno osebje ter zanimivost igrišča. Nato se je vsaka skupina posebej odločila za dodaten dejavnik, in sicer dobro ime igrišča, znanost igrišča, gostinska ponudba in cena green feeja.

Na podlagi cluster analize so se izoblikovale 4. skupine, ki sem jih poimenovala na podlagi njihovih najbolj izstopajočih lastnosti.

1. skupina so previdni golfisti, saj so na anketna vprašanja odgovarjali precej zadržano, pogosteje so se odločali za najpomembnejši dejavnik osebno varnost med bivanjem, in pomemben dejavnik za izbiro golfskega igrišča se jim zdi gostinska ponudba. Glede na uvrščanje glede na golfsko igrišče je največji odstotek dobilo igrišče Arboretum. Na podlagi odgovora Arboretum menim, da ti previdni golfisti iščejo varno zatočišče na skoraj najbolj obiskanem igrišču v Sloveniji, kjer se dnevno srečuje precej ljudi.
2. skupina so zahtevni golfisti, ti golfisti so odgovarjali na vprašanja z nadpovprečno visokim indeksom zadovoljstva oz. pomembnostjo določenega dejavnika. V tej skupini je največji odstotek golfistov, ki igrajo golf večkrat na teden, in kot pomemben dejavnik pri izbiri golfskega igrišča se jim zdi dobro ime / image igrišča, za katerega so pripravljeni plačati tudi več. Golfisti te skupine so se odločili za golfsko igrišče Livada ter Bled. Iz teh lastnosti sklepam, da so zahtevni golfisti pripravljeni plačati več, da dobijo najbolj kvalitetno pripravljeno golfsko igrišče, in če določeno golfsko igrišče zadovolji njihov kriterij zadovoljstva, se bodo vedno znova vračali pa tudi hitro bodo širili govorice. Seveda to velja tudi v nasprotnem primeru nezadovoljstva.
3. skupina so preračunljivi golfisti, ki so na zastavljena anketna vprašanja odgovarjali zelo kritično. Ime preračunljivi golfisti so dobili iz razloga, da so kot pomemben dejavnik pri izbiri golfskega igrišča označili ceno green feeja, golf

igrajo le nekajkrat na mesec in izbirajo med bolj poceni igrišči v Sloveniji, kot so Mokrice in Zlati Grič. Na podlagi kritičnih odgovorov, porabljenega denarja in pomembnega dejavnika bližina doma sklepam, da se v tej skupini nahaja večina domačih golfistov.

4. skupina so zagreti golfisti, saj se njihovo celotno življenje v Sloveniji vrti okrog golfa. Ti golfisti igrajo golf nekajkrat na teden, pomemben razlog za obisk Slovenije je golf in tudi glavna dejavnost med bivanjem v Sloveniji je golf. Pomemben dejavnik pri izbiri golfskega igrišča se jim zdi znano igrišče. Glede na izbiro golfskih igrišč Livada, Ptuj in Bled in prejšnjega odgovora lahko povem, da se v tej skupini nahaja največ tujcev, saj imajo vsi ti golfski kompleksi v bližini terme, ki zaradi svojega oglaševanja dajejo veliko prednost tudi prepoznavnosti svojega golfskega igrišča.

Na podlagi omenjenih dejavnikov golfistov posameznih skupin bom v nadaljevanju naštel in opisal nekaj predlogov, ki se mi zdijo najbolj pomembni za zadovoljstvo uporabnikov slovenskih golfskih igrišč.

Glede na to, da so se golfisti v drugem sklopu vprašanj pogosto odločali za lokalno kulinariko, menim, da bi vsako igrišče lahko poskrbelo, da bi golfisti po končani partiji golfa imeli možnost kositi v restavraciji na igrišču ali vsaj v bližini golfskega objekta. Tukaj naj omenim, da bi cene lahko bile primerne lokalnim restavracijam, saj se pogosto domači golfisti ne odločajo za kosilo na igrišču, ker so cene pretirano visoke. Kot priporočilo bi še omenila tudi, da bi lahko vsako golfsko igrišče pripravilo golfskega pakete green fee plus kosilo, ker bi se s tem povečalo povpraševanje po restavracijah.

Golfska igrišča v Sloveniji se večinoma trudijo, da bi pridobila čim več turistov, ne pa da bi obdržala svoje domače igralce. Iz raziskave sem dobila dober podatek, da slovenski igralci golfa igrajo povprečno golf večkrat na teden, iz tega sledi podatek, da so le oni tisti, ki prihajajo skoraj vsakodnevno, in da se je tudi za njih potrebno potruditi. Tuji igralci golfa pridejo občasno in njihovo zadovoljstvo se kaže drugače. Zadovoljni so že z malimi stvarmi, kjer domači opazijo večino napak. Kot priporočilo bi tukaj omenila, da bi menedžment igrišča lahko spremenil določene stvari na boljše že s tem, če bi upošteval določene nasvete domačih golfistov, saj ti hočejo za svoje igrišče le najboljše. Upoštevati je treba tudi finančno plat, ki včasih ne dopušča bistvenih sprememb.

V Sloveniji, ki je tako majhna država, bi bilo bistvenega pomena, da bi se igrišča med sabo bolj povezovala in sodelovala. Tukaj naj omenim kot predlog, da bi na primer domači igralci ob nakupu letne karte za igranje na domačem golfskem igrišču imeli določen popust tudi pri igranju na drugih slovenskih igriščih. Tujim igralcem golfa bi se lahko ob nakupu green feeja na katerem od igrišč ponudila možnost igranja na katerem koli drugem igrišču v Sloveniji za vsaj polovično ceno.

Na začetku naloge sem omenila, da so na igriščih večinoma zaposleni ljudje, ki nimajo z igranjem golfa lastnih izkušenj. Pomembna stvar tukaj se mi zdi, da jih mora menedžment igrišča čim prej seznaniti z vsemi variantami golfistov, kako je treba z njimi komunicirati in kakšen odnos se lahko ustvari. Tukaj mislim predvsem na prijaznost osebja, da ni zadirčno in da zna pozdraviti. Vsi, ki vemo vsaj nekaj o glavni marketinški potezi, vemo, da je prvi vtis najpomembnejša stvar, in prav zaradi prvega vtisa se igralci golfa najraje vračajo.

Kot ponavadi se vse vrti okrog cen. Večina igrišč v tujini ima svojo stoletno tradicijo in temu tudi primerno ceno green feeja. A kljub temu imajo striktno določene cene za vse vrste starostnih skupin. Vsak golfist dobro ve, da je druženje najpogostejši razlog za videvanje na golfskih igriščih, kar pomeni, da noben golfist ne pride na golf sam, pridružijo se mu prijatelji ali pa vsaj družina. Zato bi morala igrišča imeti dodatne popuste za skupine, družine in mlajše igralce golfa. V tujini je velik poudarek predvsem na podmladku in ponavadi igrajo otroci do določene starosti zastonj. Pri nas pa vsa igrišča še nimajo točno dorečenega sistema za mlajše golfiste. Tako se včasih družine ne odločajo za nakup letnih kart oz. igranja, ker je vse skupaj potem precej drago. Če bi se igrišča med seboj lahko dogovorila za sodelovanje, bi se povečalo število golfistov in s tem tudi dobiček vsakega golfskega igrišča. Golf bi tako postal dostopen tudi ostalim razredom in ne bi več veljal samo za elitni šport.

Za vsako golfsko igrišče, ki želi delovati na dolgi rok in ne samo na kratkega, bi predlagala, da naj naredijo kratko anketo. S pomočjo informacij ankete bodo lahko izboljšali celotno poslovanje pa tudi uporabniki bodo zelo zadovoljni, kar je seveda cilj vsakega golfskega igrišča.

5 SKLEP

Golf je igra s tisočletno tradicijo, ki po celem svetu združuje na milijone ljudi. V Sloveniji je golf šele v razvojni fazi, zato tukaj ne morem govoriti o neki drastični številki, vendar pa lahko povem, da je golf v Sloveniji glede na tako majhno državo precej razširjen. Imamo dvanajst prečudovitih golfskih igrišč, ki vsako po svoje predstavlja različne konce Slovenije. S tem da imamo toliko golfskih igrišč, se povečuje golfski trg in pa tudi zdrava konkurenčnost. Ker je v današnjem svetu najpomembnejše, da smo uspešni, je poudarek predvsem na poznavanju uporabnikov.

Po teoretičnem delu, kjer sem preučila koncepte zadovoljstva ter predstavila modele zadovoljstva odjemalcev storitev, skupaj z razlogi za povečanje zadovoljstva, sem izvedla cluster analizo med anketiranimi uporabniki slovenskih golfskih igrišč. Izvedena analiza, ki je bila empirični del, je razvrstila golfiste v 4 skupine glede na njihove značilnosti oz. lastnosti. Ti rezultati so bili osnova za ugotavljanje zadovoljstva med uporabniki slovenskih golfskih igrišč.

Končni rezultat raziskave je pokazal precej visoko zadovoljstvo uporabnikov slovenskih golfskih igrišč, kar me je precej presenetilo, saj sem pričakovala večjo kritiko slovenskih igrišč. Razlika v zadovoljstvu se vseeno kaže med tujimi in domačimi golfisti. Zadovoljstvo tujih igralcev golfa je večje, in to se kaže tudi na večji porabi denarja na osebo glede na obisk določenega golfskega igrišča. Vendar mislim, da se količina porabe denarja lahko kaže tudi v tem, da tuji golfisti zaslužijo mnogo višji neto dohodek na mesec kot domači.

Povem lahko, da sem tudi jaz zadovoljna, da so uporabniki s slovenskimi golfskimi igrišči tako zadovoljni. Ta podatek je lahko zelo pozitiven, saj se zadovoljni golfisti enako pogosto vračajo, ali pa še raje kot prej. Zadovoljni golfist rad pohvali tako golfsko igrišče prijateljem, znancem ali sorodnikom, in to pomeni, da je naredil najboljšo brezplačno reklamo. Tu se potem menedžment golfskih igrišč mora vprašati, ali je res to tisto, kar potrebujejo, tisto, kar je dodatno in seveda brezplačno. Če bi se vsa golfska igrišča zavedala tega pomena reklame, bi verjetno svoja finančna sredstva vlagala v druge namene, npr. v urejenost igrišč, gostinsko ponudbo ter ugodno ceno green feeja, saj so te dejavnike vse skupine označile za dokaj pomembne pri vlogi osebnega zadovoljstva.

Na drugi strani so spet nezadovoljni uporabniki. Kot vsi vemo, so le-ti najslabše, kar se lahko takrat zgodi golfskemu igrišču. Nezadovoljni uporabnik lahko s svojo slabo izkušnjo predstavlja najbolj negativen dejavnik. Vendar je lahko tudi nezadovoljen uporabnik koristen, saj bo mogoče povedal svoje mnenje. Takrat mora golfsko igrišče to mnenje sprejeti, takoj ukrepati in težavo rešiti tako, da bo za obe strani koristno.

Kljub dobro izraženemu zadovoljstvu uporabnikov s slovenskimi golfskimi igrišči na tej lovoriki golfsko igrišče ne smejo »zaspati«. To samo pomeni, da so zadovoljni.

Sklep

Zakaj ne bi bili še navdušeni nad slovenskimi golfskimi igrišči in bi to navdušenje širili po celem svetu.

Tako na podlagi vseh informacij, ki sem jih zbirala skozi celotno diplomsko nalogo, pridem do zaključka, kjer lahko povem, da je ključni in edini dejavnik dobrega konkurenčnega golfskega igrišča, ki se iz leta v leto dokazuje kot urejeno, zanimivo in znano golfsko igrišče, seveda le zadovoljen uporabnik oz. golfist.

LITERATURA

- Anderson, Eugene W. in Claes Fornell. 1994. *A Customer Satisfaction Research Prospectus - Service Quality*. London: Sage.
- Komac, Daša. 1996. *Angleško-slovenski slovar*. Ljubljana: Cankarjeva založba.
- Arah, Janko. 2002. *Leksikon golfa*. Ljubljana: Arah Consulting.
- Bartoluci, Mato in Nevenka Čavlek. 2007. *Turizam i sport – razvojni aspekti = Tourism and sport – aspects of development*. Zagreb: Udžbenici Sveučilišta u Zagrebu.
- Brezovec, Aleksandra. 2000. *Marketing v turizmu: izhodišča za razmišljanje in upravljanje*. Portorož: Turistica, Visoka šola za turizem.
- Brookes, Richard. 1995. *Customer satisfaction research*. Amsterdam: Esomar.
- Damjan, Janez in Stane Možina. 2002. *Obnašanje potrošnikov*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta.
- Davis, Mark M. in Janelle Heineke. 1998. How disconfirmation perception and actual wait times impact customer satisfaction. *International Journal of Service Industry Management* 9 (1): 64-73.
- Dubrovski, Drago. 1997. Model potrošnikovega zadovoljstva. *Slovenska ekonomska revija* 48 (5): 33-42.
- Bradač, Fran. 1997. *Latinsko-slovenski slovar*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Lipičnik, Bogdan in Stane Možina. 1993. *Psihologija v podjetjih*. Ljubljana: Državna založba Slovenije.
- Mejak, Miran. 1994. Odjemalčevo zadovoljstvo, tržni delež in donosnost. *MM Zmagovalec* 14 (164): 27.
- Myers, James H. 1999. *Measuring Customer Satisfaction: Hot Buttons and other Measurement Issues*. Chicago: American Marketing Association.
- Punj, Girish in David W. Stewart. 1983. Cluster Analysis in Marketing Research: Review and Suggestions for Application. *Journal of Marketing Research*. XX (May): 134-148.
- Rovan, Jože in Tomaž Turk. 1998. *Analiza podatkov s SPSS za Windows*. Ljubljana: Univerza v Ljubljani, Ekonomska fakulteta.
- Slovenska turistična organizacija. 2006. *Raziskava med golfisti na slovenskih golf igriščih*. Ljubljana: STO poslovne publikacije.
- Šugman, Rajko. 1997. *Zgodovina svetovnega in slovenskega športa*. Ljubljana: Fakulteta za šport.
- Tavčar, Mitja I. 2002. *Strategija trženja*. Koper: Visoka šola za management.

VIRI

European Golf Association. 2008. Statistics. *Global since 1985*.

[Http://www.ega-golf.ch/050000/050200.asp](http://www.ega-golf.ch/050000/050200.asp) (25.6.2008).

Golf na OŠ Davorina Jenka. 2008. *O golfu*.

[Http://www2.arnes.si/~oskrjenko2s/OLD/golf_2006/o_golfu.htm](http://www2.arnes.si/~oskrjenko2s/OLD/golf_2006/o_golfu.htm) (25.6.2008).

Golf zveza Slovenije. 2008. *Kratka zgodovina golfa v Sloveniji*.

[Http://golfportal.info/clanek/golf_za_vse/kratka-zgodovina-golfa-v-sloveniji.html](http://golfportal.info/clanek/golf_za_vse/kratka-zgodovina-golfa-v-sloveniji.html) (22.6.2008).

Quote DB. 2009. Quotes from Sports. *Winston Churchill quotes*.

[Http://www.quotedb.com/quotes/2455](http://www.quotedb.com/quotes/2455) (30.6.2009).

Scottish Golf Tourism – SQW. 2002. Evolving the New Strategy for Scottish Golf Tourism – Establishing the business case. *Scottish Golf Tourism Executive*.

[Http://www.visitscotland.org/txtonly/establishing_the_business_case_sqw_report.pdf](http://www.visitscotland.org/txtonly/establishing_the_business_case_sqw_report.pdf) (23.6.2008).

Wikipedia. 2008. *Golf*.

[Http://sl.wikipedia.org/wiki/Golf](http://sl.wikipedia.org/wiki/Golf) (25.6.2008).

