

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Ettevõtluse osakond

Monika Riivald

KLIENDIRAHULOLU PÄRNUMAA SPORDILIIDU TALIMÄNGUDE NÄITEL

Lõputöö

Juhendaja: lektor Liina Puusepp

Pärnu 2016

Soovitan suunata kaitsmisele

(juhendaja allkiri)

Kaitsmisele lubatud "...“..... a.

TÜ Pärnu kolledži Ettevõtlusosakonna juhataja

Arvi Kuura

(osakonna juhataja nimi ja allkiri)

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

.....

(töö autori allkiri)

SISUKORD

Sissejuhatus.....	4
1. Spordisündmuste vajalikkus liikumisharrastuse edendamisel	7
1.1. Kliendirahulolu teoreetiline käsitlus ja rahulolu määravad tegurid	7
1.2. Kliendirahulolu teooriad ja mudelid	11
1.3. Avaliku sektori poolt pakutavate rahvaspordiürituste eripära, kasu ja osalejate motiivid	16
2. Pärnumaa Spordiliidu Talimängude kliendirahulolu uuring	20
2.1. Pärnumaa Spordiliidu Talimängude problemaatika	20
2.2. Talimängude kliendirahulolu uuringu meetodika ja analüüs.....	23
2.3. Kliendirahulolu uuringu järeldused ja ettepanekud	31
Kokkuvõte.....	39
Viidatud allikad	42
Lisad	48
Lisa 1. Peamised mudelid rahulolu mõõtmiseks spordivaldkonnas	48
Lisa 2. Talimängude statistika omavalitsuste osalemise ja spordialadest osavõtu kohta	49
Lisa 4. Fookusgrupi intervjuu küsimused.....	54
SUMMARY	55

SISSEJUHATUS

Spordisündmustest osavõtt pealtvaataja või osalejana, pakub rohkelt positiivseid emotsioone ning seda on hakatud aktiivse puhkuse võimalusena järjest enam hindama. Põhjuseks on asjaolu, et füüsiline aktiivsus, tervis ja elukvaliteet on omavahel tihedalt seotud ning füüsiliselt aktiivne inimene on vähem haige ja heas toonuses.

Liikumisharrastust soodustavateks teguriteks saab pidada kohalike omavalitsuste poolt sportimisvõimaluste parendamist ja arendamist ning erinevate spordisündmuste toimumist, millest saab soovi korral osa võtta ja end füüsiliselt proovile panna. Liikumisharrastuse kasvutrendi saab Eestis pidada viimastel aastatel tõusnuks, seda kinnitab spordivõistlustel ja liikumisharrastusega seotud üritustel osalejate arvu pidev kasv (Eesti kultuuritarbimise uuring, 2006). Selleks, et veelgi enam tõmmata tähelepanu liikumisharrastusele ja tõsta rahva teadlikkust liikumise tervislikkusest, kuulutati aasta 2014 Liikumisaastaks (Eesti Olümpiakomitee, 2014).

Pärnumaa Spordiliidu (edaspidi PSL) veebilehekülje (2015) andmetel on üheks organisatsiooni korraldatavaks ürituseks Pärnumaa Talimängud. Nimetatud üritus on pika ajaloo ja traditsioonidega üritus, mille peamisteks eesmärkideks on Pärnumaa elanikele võistlemisvõimaluste loomine, sportlike eluviiside propageerimine ning elanike vaba aja ja puhkuse sisustamine. Osalema on oodatud oma võistkondadega koolid, spordiklubid, ettevõtted, omavalitsused jne.

Pärnumaa Talimängud said alguse aastal 1980 ja korraldatakse igal aastal. Spordialasid, milles võisteldakse on kuni 12 – oleneb programmist ja ilmastikuoludest. Aastate lõikes on omavalitsuste osalemisaktiivsus kõikuv. Mõned osalevad igal aastal ja võtavad osa enamikest spordialadest. Samas on omavalitsusi, mis osalevad aega ajalt, ei osale üldse või võistlevad ainult teatud spordialadel. Varem ei ole Talimängusid uuritud ning siit ka

vajadus teada saada, millest käitumine on tingitud. Sellest tulenevalt on püstitatud tööle järgmine uurimisküsimus: kuidas on kliendid rahul Talimängude korraldamisega?

Töö eesmärk on selgitada Pärnumaa Spordiliidu poolt korraldavate Talimängude klientide rahuolu. Tulenevalt rahuolu tulemustest teha järeldusi ja ettepanekuid kliendirahulolu suurendamiseks.

Eesmärgi saavutamiseks on püstitatud järgmised ülesanded:

- tuua välja kliendirahulolu mõjutavad tegurid
- anda ülevaade kliendirahulolu teooriatest ja mudelitest spordivaldkonnas
- analüüsida kliendirahulolu ja avaliku sektori poolt pakutavate spordiürituste eripära
- viia läbi omavalitsuse spordiasjalistega fookusgrupi intervjuud ja ankeetküsitlus Talimängudel osalejate seas
- teostada fookusgrupi intervjuude ja ankeetküsitluse analüüs
- vastavalt intervjuude ja ankeetküsitluse analüüsile teha järeldusi ja teha ettepanekud.

Lõputöö struktuur tuleneb eesmärgi saavutamiseks püstitatud uurimisülesannetest ning koosneb kahest peatükist. Esimene peatükk on töö teoreetiline osa, milles antakse ülevaade liikumisharrastusest ning kehalise aktiivsuse kasulikkusest tervisele ja ühiskonnale tervikuna ning kliendirahulolu määravatest teguritest. Käsitletakse erinevatele autoritele ja allikatele toetudes kliendirahulolu teooriaid ja mudeleid, mida mõõtmiseks kasutatakse üldisel ja valdkonnapõhiselt. Teoreetiline osa tugineb teemakohasele teooriat kirjeldava kirjanduse käsitlemisele, erinevate autorite seisukohtade välja toomisel ja võrdlemisel.

Teine peatükk on lõputöö empiiriline osa, mis jaguneb kolmeks alapeatükiks, kus tehakse statistiline ülevaade ja Talimängude problemaatika, esitatakse uuringutulemuste analüüs ning tuginedes uuringutulemustele tehakse järeldused ja parendusettepanekud PSL-ile edaspidiseks.

Lõputöö koostamisel kasutatakse nii Eesti kui ka välisautorite teoseid (teadusartikleid ja raamatuid), mis on kättesaadavad Tartu Ülikooli raamatukogu andmebaasides EBSCO,

Emerald ja ScienceDirect. Veel on kasutatud kirjandust Tartu Ülikooli e-kataloogist ESTER ja Pärnu kolledži raamatukogust ning organisatsioonide arengukavadest.

Lõputööle lisatakse ka ingliskeelne resümee, mis annab informatsiooni töö aktuaalsusest, eesmärgist ning tulemustest. Käesolevat uurimistööd ilmestavad joonised ja tabelid. Lisadesse pannakse fookusgrupi intervjuu küsimused, ankeetküsitluse küsimustik, talimängude statistika jms.

1. SPORDISÜNDMUSTE VAJALIKKUS LIIKUMISHARRASTUSE EDENDAMISEL

1.1. Kliendirahulolu teoreetiline käsitlus ja rahulolu määravad tegurid

Järgnevas alapeatükis kirjeldatakse erinevate autorite käsitlusi kliendirahulolust ning olulisus mistahes ettevõtte või organisatsiooni seisukohalt. Keskendatakse kliendirahulolu määravatele teguritele ning tuuakse välja mõned olulisemad rahulolu määravad tegurid käesoleva lõputöö teema raames.

Enamasti seostatakse ostmist ettevõtluse ja raha vahetamisega, kuid tegelikult tuleks klienti vaadelda laiemalt – klient on see, kellega vahetatakse väärtusi ning teenuse pakkujaks võib olla avalikku sektorisse kuuluv organisatsioon ning kliendirahulolu on oluline faktor nii era- kui ka avalikus sektoris tegutsevatele organisatsioonidele. (Timm, 2005, lk 3)

Giese ja Cote (2000, lk 1) töid erinevate autorite käsitlusi kliendirahulolust uurides välja rahulolu peamised ühised aspektid: 1) reaktsioon – so summa erineva intensiivsusega tunnetest; 2) võrdlus (võrdlemine) – võrreldakse oma kogemust ootustega, teiste kogemustega või mingi standardiga; 3) aeg – rahulolu peetakse üldiselt ostujärgseks nähtuseks, kuid väidetavalt võib rahulolu ajas muutuda ning palju oleneb sellest, millal on inimesi küsitatud: enne ostu, ostu ajal, peale ostu.

Rahulolu on defineeritud mitmeti, kuid peamiselt mõistetakse rahulolu kui ostujärgset emotsiooni, mis on seotud sellega kuivõrd kliendile meeldis kogetud toode või teenus. Sama väidet kinnitab ka Zeithamal ja Bitner (2000), et kliendirahulolu on kliendi emotsionaalne reaktsioon peale teenuse kasutamist. Lisades veel, et rahulolu ei sõltu

sellest kas, ootused said täidetud või mitte. (viidatud Navickas & Navikaite kaudu, 2014, lk 129) ning rahulolu määravate tegurite puudumine ei põhjusta tingimata rahulolematust (Alegre & Garau, 2010, lk 53). Samuti rõhutasid Navickas ja Navikaite rahulolu määravate tegurite hulgas klienditagasiside olulisust ning järjepidevat kliendirahulolu monitooringut (*Ibid.* 2014, lk 131).

Ükski ettevõtte või organisatsioon ei saa olla edukas ilma rahulolevate klientideta ja kliendid on iga ettevõtmise peamine põhjus. Sarnaseid ja omavahel konkureerivaid tooteid ja teenuseid on palju ning selleks, et olla ja jääda turule, tuleb välja selgitada klientide vajadused, rahuloluseisund ning rahulolu määravad tegurid. Seega on oluline välja uurida kliendirahulolu põhjustavad tegurid. Lewis ja Soureli (2006, lk 29) leidsid, et rahulolul on mitu dimensiooni: rahulolu teenindava personaliga, konkreetse teenusega ja organisatsiooniga üldiselt. Seega rahulolu suurendavad pädev personal ja hea teenuse kvaliteet ning Cambra-Fierro ja Polo-Redondo (2008, viidatud Navickas ja Navikaite kaudu, 2014, lk 130) pakkusid omalt poolt välja järgmised rahulolu mõjufaktorid: koostöö, kommunikatsioon, usaldus ja ootuste kohanemine. Sellest võib järeldada, et rahulolu organisatsiooniga üldiselt sõltub sellest, kuidas organisatsioon suhtleb klientidega, mil määral tehakse koostööd ning usaldatakse teineteist.

Samuti on kliendirahulolu oluline võtmeküsimus iga organisatsiooni edasise arengu ja ellujäämise seisukohalt (Rampersad, 2001, lk 341). Teenuse või toote pakkujana tuleb organisatsioonil välja selgitada kliendi vajadused ja soovid, samas olema võimeline ka rahuldama kliendi soove ning säilitama suhted (Johnson & Gustafsson, 2000, lk 1)

Ka Hayes'i (1997, lk 2) väitel on kliendirahulolu välja selgitamine kesksel kohal pakkumaks paremat teenust. Kliendirahulolu ja vajaduste mõistmine võimaldab organisatsioonil vastu võtta otsuseid ning rakendada vajalikke meetmeid teenuse parendamiseks. Seega turu võim on klientide käes ja nemad otsustavad organisatsiooni edu või ebaedu üle (Tooman *et al.*, 1999, lk 220).

Kõik kliendid soovivad, et neid teenindataks hästi, kuid inimesed hindavad teenuse juures erinevatel aegadel ja kontekstis erinevaid tegureid ning kliendi rahulolu võivad mõjutada paljud muutujad (Kotler, 1999, lk 7; Gotlieb *et al.*, 1994, lk 884), kuid Taylor

ja Baker'i (1994, lk 163) väitel on parim kliendirahulolu mõõdik teenuse kvaliteedi ja ostukavatsuse suhe.

Kotleri väidet kinnitavad kaudselt ka Frank ja Takao (2009, lk 72), kes leidsid oma uuringus, et kliendirahulolu määravaks teguriks võib olla majanduslik olukord. Nad leidsid, et majandus ja rahulolu teenusega on omavahel tihedalt seotud – majanduskasvu tingimustes on kogetud teenustega rahulolu suurem ning majanduslanguse tingimustes tajutakse saadud teenust vähem väärtuslikuna. Ka Yeung jt läbi viidud uuringus (2013, lk 413) leiti majandustingimuste seos rahulolu ja tarbimise vahel – kehvemal majanduslikul järjel olevates riikides oldi enam lojaalsed neile ettevõtetele, mille teenus neid rahuldab.

Klient võib olla teenusega rahul, kuid ei pruugi olla ettevõtetele tulevikus lojaalne, kuid just lojaalsed kliendid, korduvostud ning valmidus ettevõtet või organisatsiooni teistele edasi soovitada, eristavad edukaid vähem edukatest ning on ettevõtte suurim vara (Timm, 2005, lk 15). Üha suurenevas konkurentsitingimustes on kliendi hoidmine üks suurimaid väljakutseid ja see sunnib ettevõtteid oma teenust täiustama või pakkuma lisandväärtust selleks, et konkurentidest erineda (Tsitskari *et al.*, 2006, lk 623). Üks võimalus teistest erineda ja rahulolu suurendada on tunda oma klienti ja näiteks Vihalemm (2003, lk 70) kirjeldab tänapäeva klienti kui isikut, kes hindab aja kokkuhoidu, otsib elamust, tunneb suuremat vajadust pigem teenuse, kui toote järele ning mõtleb tervisele ja tunneb vastutust keskkonna ees. Kui kliendikäitumist on võimalik suunata ja kontrollida näiteks turustuse, reklaami, teenuse või toote hinnaga, siis pakkuja poolt kontrollimatud elemendid on tarbija demograafilised tunnused (vanus, sugu, sissetulek, elustiil, sotsiaalne kiht, kultuur, isiksus) ja otsused (Vihalemm, 2003, lk 72).

Rampersad (2001) on oma artiklis soovitanud ettevõttel oma teenus võimalikult täpselt defineerida ja seejärel esitada endale küsimus: „Kes on meie kliendid?“. Alles siis on võimalik välja uurida klientide vajadused. Samuti peab ta oluliseks kliendirahulolu-uuringute järjepidevust. Kliendiuuringud on võimas tööriist ja klientide tagasiside oluline infoallikas. Seejuures on olulisteks komponentideks küsimustike juures klientide

vastused, millega saab realselt midagi ette võtta ning klientide kaasamine teenuse parendamise protsessi (*Ibid.* 2001, lk 342-347).

Kliendirahulolu-uuringud on palju ekspluateeritud valdkond, kuna see annab organisatsioonile eelise konkurentide ees rahuldades klientide vajadusi paremini. Vaba aja veetmise kultuuri kasvuga on suurenenud sporditeenuste tarbimine ja konkurents sporditeenuste pakkujate seas. Sellega seoses on organisatsioonid hakanud ka selles valdkonnas suuremat tähelepanu pöörama kliendirahulolule ja vajaduste välja uurimisele. Hulgaliselt on uuringuid kliendirahulolu kohta, mis keskenduvad spordiklubidele, avalikele sporditeenuste pakkujatele või spordiüritusest osavõtule. Samas on vähe uuritud konkreetset korduvat sündmust ja korduvosalust tulevikus ning Caro ja Garcia (2006) väitsid, et kogemus ja emotsioon on rahulolu eelduseks ja lojaalsus on tagajärg. (*Ibid.* 2006, lk 108–114)

Spordiorganisatsioonidele on oluline välja uurida need mõjufaktorid (motiivid), mille järgi otsustatakse osaleda näiteks spordiüritusel. Spordiüritusel osalemise motiivid on dünaamilised ja mitmetasemelised (*multifaceted*) ning neid tuleb vaadelda ja uurida mitmetest erinevatest teooriatest lähtuvalt nagu näiteks Maslow vajaduste hierarhia, individuaalsed psühholoogilised vajadused ja kaasatuse vajadus. (Maslow, 1954; Sloan, 1989; Funk & James, 2001; viidatud Funk *et al.*, 2009, lk 126-127 kaudu)

Eelnevat peatükki kokku võttes selgub, et kliendirahulolu on ettevõtte jaoks määrava tähtsusega ja rahulolu määravaks teguriks on teenuse kvaliteet. Kõik kliendid soovivad saada head teenust, kuid teenuse kvaliteet sõltub teenuse saaja hinnangust ehk saaja perspektiivist, on subjektiivne ega pruugi olla vastavuses teenuse pakkuja nägemusele heast teenusest. Seejuures sõltuvad rahulolu ja üritusel osalemine vanusest, kogemusest, elustiilist jne. Kindel on aga see, et positiivne kogemus ja emotsioon on kliendirahulolu kujunemise eelduseks ning suureneb osalemise tõenäosus tulevikus (korduvkülustus). Kuna kliendirahulolu mõjutavaid faktoreid on palju, tuleb läbi viia vastavad uuringud mõõtmaks teenuse kvaliteeti ja kliendirahulolu ning teha seda järjepidevalt.

1.2. Kliendirahulolu teooriad ja mudelid

Eelnevas peatükis käsitleti kliendirahulolu määravaid tegureid ja vajalikkust ettevõtte või organisatsiooni seisukohalt. Selleks, et rahulolu-uuringust saadud andmed oleksid usaldusväärsed ja uuringust saaks teha piisava küllasusega järeldusi peab organisatsioon leidma endale sobivaima meetodi, mis vastab uuringu eesmärgile. Järgnevalt käsitletakse enamlevinuid kliendirahulolu teooriaid ja mudeleid, mida rahulolu uurimiseks kasutatakse. Samuti tuuakse välja erinevate teoreetikute seisukohad, mis puudutavad rahulolu, rahulolu-uuringuid ning uuringumeetodeid ja mudeleid.

Kliendirahulolu-uuringud on kõige enamlevinud viis hindamiseks organisatsiooni teenuste/toodete tarbijate rahulolu seisundit ning meetodina kasutatakse intervjuud, ankeetküsitlust või hinnanguskaalasisid (Hirsjärvi *et al.*, 2010, lk 172).

Kliendirahulolu on olnud viimastel aastakümnetel erilise tähelepanu all. Uuringute eesmärgiks on välja selgitada, kuidas kliendirahulolu suurendada. Kirjandusest leiab küllaldaselt teadusartikleid, mis annavad ülevaate teooriatest, mida on kliendirahulolu uurimisel kasutatud. Näitena võib tuua õigluse teooria, omistamise, võrdlustaseme, väärtuste vaatenurga, normide ja tajutud tulemuslikkuse teooria ning kõige enam rahulolu uuringutes rakendust leidnud, ootuste ja tegelikkuse teooria. (Meng *et al.*, 2008, lk 44; Kim *et al.*, 2014, lk 340; Gotlieb *et al.*, 1994, lk 884). Tajutud teenuse kvaliteet mõjutab rahulolu ja rahulolust sõltub kliendi käitumine tulevikus (Gotlieb *et al.*, 1994, lk 875).

Järgnevas tabelis 1. tuuakse välja eelnevalt nimetatud teooriad, mis käsitlevad kliendirahulolu kujunemise protsessi ja kasutatakse kliendi rahulolu-uuringutes.

Tabel. 1 Peamised kliendirahulolu teooriad

Teooria	Teoreetiline taust
Ootuste-tegelikkuse teooria	Koosneb kolmest osast: ootus, tegelikkus, vahe ootuse ja tegelikkuse vahel. Kui tarbija hindab toodet enne ostu skaalal 1-10 hindegaga 5 ja peale ostu hindegaga 7, siis on tegemist positiivse lõhega ja tekib rahulolu. Negatiivne lõhe ehk rahulolematus tekib siis, kui tegelikkus on oodatust väiksem (Oliver, 1997, Kim <i>et al.</i> , 2014, lk 340 kaudu)
Võrdluse teooria	Rahulolu hinnatakse kolmel tasandil: 1) tarbija on ise toodet tarbinud, 2) enda kogemust võrreldakse teiste tarbijate kogemusega, 3) võrreldakse toote pakkuja lubadust. (Kim <i>et al.</i> , 2014, lk 340). LaTour & Peat (1979, Kim <i>et al.</i> , 2014, lk 340 kaudu) arvates on tarbija ootused liialt palju mõjutatud reklaamist ja tootja väidetest. Võrdlustaseme teooria järgi on tekib lahknevus tegelikkuse ja lubatud standardi võrdlemisel. Kui tegelikkus on suurem lubatud standardist, tekib rahulolu ning rahulolematus tekib kui tegelikkus on allpool standardist. (Latour & Peal, 1979, lk 434, Kim <i>et al.</i> , 2014 kaudu)
Õigluse teooria	Selle teooria järgi otsib tarbija alati tasakaalu kuna toote ala- või ülehindamine tekitab ebaõiglust. Tarbija hindab tulemust (väljund ehk tarbitud toode) enda panusega (nt aeg, raha, tarbimiseks tehtud pingutus, brändi maine). Rahulolu tekib siis, kui tarbija hinnangul on nii pakkuja kui tarbija mõlemad võrdselt panustanud. (Oliver & Swan, 1989, Kim <i>et al.</i> , 2014, lk 340 kaudu)
Omistamise teooria	Vastavalt omistamise teooriale tõlgendab tarbija ebaõnnestumist ja edu selliselt, et säiliks tema positiivne minapilt (Weiner 1992, Kim <i>et al.</i> , 2014, lk 341 kaudu). Tarbija seletab oma edu või ebaedu kolme tunnuse kaudu: 1) sisemine/välimine (edu/ebaedu on seotud kas tarbija enda või tootja/pakkujaga) 2) stabiilne/ebastabiilne (edu/ebaedu on seotud ajaga- edu/ebaedu on ajutine/püsiv), 3) kontrollitav/kontrollimatu (edu/ebaedu on kontrollitav st tahe on kaasatud või kontrollimatu). (Folkes, 1984, Weiner, 1992, Kim <i>et al.</i> , 2014, lk 341 kaudu)
Normide ja tajutud tegelikkuse teooria	Vastavalt ootuste ja tegelikkuse teooriale põhinevad tarbija kogemused mingi kindla toote tabimisel. Normide ja tajutud tegelikkuse teooria järgi aga kujuneb tarbija ootus erinevate brändide toodete kogemustest kokku. Näiteks kui tarbija ostab Nike jooksujalatsid, siis kuigi tal puudub selle konkreetse toote osas kogemus aga tal on enne olnud Adidase, Saucony või Mizuno jooksujalatsid siis kujundab ta oma ootuse kõigi varasemate kogemuste peale kokku. (Cadotte, Woodruff & Jenkins, 1987, Kim <i>et al.</i> , 2014, lk 341 kaudu)
Väärtuste vaatenurk	Väärtuste vaatenurga (Westbrook & Reilly, 1983, viidatud Kim <i>et al.</i> , 2014, lk 341 vahendusel) teooria on normipõhine ja eeldab, et rahulolu on emotsionaalne reageering, mis on tekkinud kognitiivse hindamisprotsessi käigus. Tarbija võrdleb toodet oma väärtushinnangute, soovide, vajaduste ja lootustega (Spreng <i>et al.</i> , 1996, viidatud Kim <i>et al.</i> , 2014 lk 341 vahendusel)

Allikas: Kim *et al.*, 2014, lk 340-341

Kim, Magnusen & Kim (2014, lk 338) arvamusel on ootuste ja tegelikkuse teooria rahulolu uuringute puhul üleekspluateeritud ning väidavad, et selle teooriaga ei ole võimalik täielikult hinnata sporditeenuste tarbija rahulolu kogu võimalikku keerukust. Nende arvates iseloomustab küsimus „mis oli“ palju paremini sporditarbija rahulolu tarbitud teenusega, kui küsimus „mis oleks võinud olla“.

Teenuse kvaliteeti on erinevalt toodete kvaliteedist keerulisem mõõta, kuna põhineb kliendi isiklikel hinnangutel. Parasuramani, Zeithamli ja Berry loodud SERVQUAL skaala on teeninduskvaliteedi kontseptsioon, mille aluseks on lõhede teooria. SERVQUAL- i abil saadakse teada, kui suur on vahe kliendi ootuste ja tegelikult saadud teenuse vahel. Klientide vastuseid mõõdetakse Likerti skaalal 7-palli süsteemis ja teenuse kvaliteedina tajutakse oodatud ja saadud teenuse vahet. (Jain & Gupta, 2004, lk 25-27) Küsimustikus on 22 küsimust, millega mõõdetakse kliendi tajutud teenuse kvaliteeti viie kriteeriumi põhjal: materiaalne keskkond, usaldusväärsus, operatiivsus, kindlus ja empaatia. SERVQUAL on laialdaselt tuntud ja tunnustatud meede teeninduskvaliteedi mõõtmiseks erasektoris ning kasutusel ka mittetulunduslikes valdkondades. (Cook *et al.*, 2002, lk 38) Mudeli populaarsusele vaatamata on seda ka samavõrra palju kritiseeritud. Kriitiseeritud on mudelit näiteks seepärast, et viis dimensiooni ei ole piisav, et teha järeldusi ega anna mõningates teenindusvaldkondades küllaldaselt informatsiooni kliendirahulolu kohta. (Yildiz & Kara, 2012, lk 690) Carman (1990, viidatud Purcărea *et al.*, 2013, lk 576 kaudu), väidab et SERVQUAL-i ei saa rakendada kogu teenindussektoris ja kui rakendatakse, tuleb arvestada teenuse spetsiifika ja kohandada vastavalt sellele.

SERVQUAL-iga samavõrra kasutatakse teeninduskvaliteedi mõõtmiseks ja kliendirahulolu teada saamiseks SERVPERF-i (Carillat *et al.*, 2007, lk 472), mille Cronin ja Taylor (1992, lk 64) välja töötasid ning on täiustatud alternatiiv SERVQUAL-ist. Nende väitel ei saa SERVQUAL- i abil piisava üldistustasemega kliendirahulolu ennustada ning jätsid kliendiootuste osa välja ja keskendusid teeninduse protsessile (*performance*) (Jain & Gupta, 2004, lk 28). SERVPERF skaala on enam protsessikeskne ning toob paremini välja teenuse kvaliteedi ning puudub vajadus lisada

kliendi ootused, kuna see ei anna kvaliteedi kohta täiendavat informatsiooni (Brady *et al.*, 2002, lk 20)

Kuigi eelmainitud skaalade, SERVQUAL ja SERVPERF, kohta on hulgaliselt kirjandust ja artikleid, siis ometi pole jõutud konsensusele, kumba neist rakendada rahulolu mõõtmiseks. Nii SERVQUAL kui ka SERVPERF tuginevad mõlemad kontseptuaalsel määratlusel, et teenuse kvaliteet on hoiak tarbitud teenuse suhtes, mis tuleneb ootuste täitumisest. (Cronin & Taylor, 1992, lk 64; Carrilat *et al.*, 2007, lk 475) Kui SERVQUAL mõõdab nii ootusi, kui seda, mil määral ootused täitusid, siis SERVPERF mõõdab ainult reaalselt teenusest saadud kogemust ning eeldab, et uurimuse tulemuslikkus ei sõltu ootustest (Carrilat *et al.*, 2007, lk 475) Vaatamata erinevatele seisukohtadele, kumb neist on asjakohasem, on mõlemad mudelid laialdaselt kasutusel ning on uurija otsustada, millist meetet kasutada (Yildiz & Kara, 2012, lk 690). Carrilat jt (2007, lk 472) leidsid, et sõltumata uuringu teostamiseks rakendatavast meetmest tuleb meetet ka vastavalt teenuse valdkonnale kohandada.

Kuigi teenuse kvaliteedi uuringuid on tehtud juba aastakümneid, siis alles hiljaaegu on koos spordi ja rekreatsiooni valdkonna suurenemisega mõistetud nende uuringute tähtsust (Tsitskari *et al.*, 2006, lk 624; Papadimitriou & Karteliotis, 2000, lk 157). Yldiz ja Kara (2012, lk 203-204; Kim *et al.*, 2014, lk 338; Tsitskari *et al.*, 2006, lk 623) väitel on spordi ja rekreatsiooni valdkonnas teenuse kvaliteedi mõõtmiseks sobivad meetmed alles arengujärgus võrreldes teiste valdkondadega ning väidavad, et igale spetsiifilisele teenindusvaldkonnale tuleks välja arendada oma meede. Näiteks sporditoodete ja –teenuste valdkonna jaoks on välja arendatud QSport-10. See on üsna hiljuti välja arendatud skaala mõõtmaks teeninduskvaliteeti spetsiaalselt sporditeenuste sektoris. Eelnimetatud skaalal on kaks mõõdet (*dimensions*) ja keskendub personalile ning spordirajatistele/sisustusele (*installation*). Samas puuduvad QSport-10- nes spordipakkuja jaoks olulised aspektid nagu klientide nõudmised, kogemused ja kliendirahulolu. Selleks, et eelmainitud puudus likvideerida arendati QSport-10 skaalat edasi ja lisati kolmas mõõde kliendirahulolu mõõtmiseks - QSport-14 skaala. Lisatud kolmas mõõde käsitleb kliendirahulolu treeningkavaga (*programmes*). (Yildiz & Kara, 2012, lk 189-195)

Kaplanidou ja Vogt (2010, lk 544-563) töötasid välja süsteemi, millega mõõta sündmusega rahulolu. Rahulolu mõõtmisel arvestatakse viie aspektiga: 1) kuidas sündmus on korraldatud, 2) keskkond (nt spordikompleksi teenindusvalmidus, heakord), 3) spordialad, 4) sotsiaalne aspekt (puhkus, sõpradega ja uute inimestega kohtumine, suhtlemine) ja 5) emotsionaalne aspekt (nt rahulolu sündmusega, kas võistlus pakkus piisavalt väljakutseid, isiklike eesmärkide täitumine, saavutused). Küsimustik koosneb 27 küsimusest, mis on üles ehitatud semantilise erinevusele (nt ilus/kole, tervislik/ebatervislik). Uuringumeetodina kasutati kvalitatiivset (fookusgrupp) ja kvantitatiivset (meili- ja veebiuuring) meetodit. Seda mõõdikut saavad rakendada sündmuste korraldajad, sihtkohaturundajad ning akadeemiliste ja turu-uuringute teostajad. Samas suhtumise mõõtmisel semantilise erinevusega (nt õnnelik/õnnetu, tervislik/ebatervislik) kaasneb vastamiskalduvus, mida nimetatakse sotsiaalse soovitatavusega arvestamiseks, mis tähendab, et inimesel on kalduvus valida nende arvates üldiselt heakskiidetud vastusevariant. (Hirsjärvi *et al.*, 2010, lk 190)

SQFS ehk Scale of Quality in Fitness Services on välja töötatud kliendirahulolu mõõtmiseks sporditeenuste valdkonnas. Mudel mõõdab üheksat dimensiooni: 1) personali professionaalsus ja suhtlemisoskus (*interpersonal interaction*), 2) korraldus (*task interaction*), 3) programm (spordialad), 4) teenus (*service climate*), 5) juhtide pühendumus teenuse kvaliteeti (*commitment to service quality*), 6) keskkond, 7) teised kliendid, 8) teenuse ebaõnnestumised/parendused, 9) saadud teenuse kvaliteet. Antud mudelit on võimalik edukat rakendada ka teistes valdkondades peale spordi ja fitnessi. (Yildiz & Kara, 2012, lk 693)

SQAS ehk Service Quality Assessment Scale on loodud teenuse kvaliteedi hindamiseks spordiklubidele ning mõõdab kuute dimensiooni milledeks on: 1) personal, 2) programm, 3) riietusruumid, 4) füüsiline keskkond (*physical facility*), 5) spordikompleks/ruumid, 6) lastehoid. (Yildiz & Kara, 2012, lk 693; Tsitskari *et al.*, 2006, lk 628)

Howat *et al.* (1996, viidatud Tsitskari *et al.*, 2006, lk 625 kaudu) arendatud teenuse kvaliteedi meetod CERM-CSQ (Centre of Environmental and Recreation Management-Customer Service Quality) mõõdab spordi ja vabaajakeskuste teenusi neljas

dimensioonis: 1) põhiteenused, 2) personal, 3) hooned ja rajatised ning 4) sekundaarsed teenused nagu näiteks toitlustamine ja lastehoid.

Eelnevat peatükki kokku võttes võib öelda, et rahulolu mõõtmiseks on välja arendatud piisavalt palju meetmeid, kuid pole jõutud kokkuleppele, milline meede kõige paremini sobib kliendi rahulolu mõõtmiseks. Käesoleva töö lisas 1 tabelis 2 on lühidalt välja toodud eelnevalt käsitletud mudelid. Ükskõik, millist mudelit uuringu tegemisel kasutatakse – kindlalt ollakse veendumusel selles, et meedet tuleb kohandada vastavalt teenindusvaldkonnale ja uuringu eesmärgist lähtuvalt – selliselt toimides saab parima võimaluse kliendirahulolu uurimiseks.

1.3. Avaliku sektori poolt pakutavate rahvaspordiürituste eripära, kasu ja osalejate motiivid

Järgnevas peatükis käsitletakse liikumisharrastuse ürituste vajalikkust ja kasu. Samuti osalejate liikumisharrastusega tegelemise motiive isiklikul ning ühiskonna tasandil. Liikumisharrastus, tervise- ja harrastussport on suunatud eelkõige tervise hoidmiseks harrastades tervislikke eluviise, kuid ka edu saavutamiseks avalikus sportlikus konkurentsisis rahvaspordiüritustel.

Fyall ja Shipway (2012, lk 1) väidavad, et sportimine ja spordisündmuste valdkond on viimastel aastakümnetel pidevalt arenenud ning kasvutrend jätkub ka spordisündmustel osalejate hulgas. Sportimine ja spordisündmustest osavõtt pakub rohkelt positiivseid emotsioone ning üha enam hinnatakse sellega kaasnevat aktiivse puhkuse veetmise võimalust. Sportimist peeti varasemalt eelkõige inimese enda isiklike vajaduste rahuldamiseks, kuid ühiskonna muutudes on aktiivne puhkuse ja aja veetmine muutunud populaarseks ja seeläbi spordivaldkond omakorda ettevõtlusvaldkonnaks (Hsu, 2004, Chan & Huang, 2011, lk 483 kaudu). Sport rahuldab mitmeid klientide vajadusi nagu näiteks tervis ja heaolutunne, puhkus, saavutusvajadus, oskuste omandamine, emotsioonide kogemine ja jagamine (Lagae, 2005, lk 22).

Masterman (2009, lk 210, lk 328) väidab, et tänapäeval on vaba aja veetmiseks ja vaba aja veetmise asendustegevusi nii palju, et üha keerulisem on pakkuda midagi sellist, millel oleks teistega samalaadsete üritustega võrreldes silma paista või pakkuda muid

väärtusi. Spordiorganisatsioonide puhul on oluline strateegiliselt tähtsate otsuste tegemisel konkreetse spordiürituse sidusrühmade väljaselgitamine, analüüs ja nende olulisus sündmuse õnnestumisel.

Sport laiemas tähenduses on igasugune füüsiliselt aktiivne tegevus, mis on suunatud tervise ja heaolu edendamisele olgu see vaba aja veetmine, sportimine isiklikel eesmärkidel või võistlussport (Lagae, 2005, lk 3) ning sport tänapäevases tähenduses hõlmab peale võistlusspordi ka tervisesporti, meelelahutuslikku ajaviidet ja teisi liikumisega seotud tegevusi (Tomik *et al.*, 2012, lk 99)

Emery (2010, lk 158) väitel loob liikumisharrastusega tegelemine ja sportimine mitmeid positiivseid efekte ühiskonnas. Positiivsete mõjudena tuuakse välja järgmist: füüsiliselt aktiivne inimene on vähem haige, on parema stressitaluvusega ning produktiivsem nii tööl kui ka eraelus. Seega on kehaline aktiivsus tervislike eluviiside alus ja kasulik kogu ühiskonnale. (Wicker *et al.*, 2013, lk 54).

Olenemata vanusest, oskustest või füüsilistest võimetest, motiveerib inimesi liikumisharrastusega tegelema nauding, mida nad tunnevad peale treeningut. Füüsilisest aktiivsusest saadav rahulolutunne on kauakestev ning väljendub ka inimese teistes eluvaldkondades. (Berg *et al.*, 2014, lk 25) Samad põhjused motiveerivad harrastajaid osalema ka spordisündmustel (Henderson, 2008, lk 57) ning Ottevanger *et al.* (2007) leidsid spordisündmuste küllastamise mõjufaktoreid uurides, et osalejate jaoks pole oluline mitte niivõrd spordisündmuse võistluslikkuse moment kuivõrd võimalus sisustada oma puhust ja vaba aega. Liikumisharrastusega tegelemise ja spordisündmustes osalemine edendab akadeemilisi saavutusi, arendab meeskonnatöö oskusi ja enesedistsipliini ning sotsiaalseid oskusi (Moore & Werch, 2005, lk 486)

Spordis osalejate hulka mõjutavate faktorite hulgas eristatakse kahte tasandit: individuaalne tasand (spordi nõudlus) ja infrastruktuuri tasand (spordi pakkumine) ning nõudluse ja pakkumise suhe võib olla väga erinev olenedes omavalitsuse suurusest (Hallmann *et al.*, 2011, lk 66).

Peale selle, et spordis osalemist mõjutavad mitmed individuaalsed tegurid nagu näiteks vanus, sugu, haridus, sissetulek jne, on veel selliseid mõjutegureid, mida on võimalik

riigi, omavalitsuste ja spordiorganisatsioonide kaudu muuta ja parendada (Hallmann *et al.*, 2011, lk 65). Selleks, et saavutada *win-win* väljund, tuleb kindlaks teha ja elimineerida eesmärgi saavutamist takistavad põhjused. Juhul, kui takistused esinevad teenuse kvaliteedis, tuleb vastata küsimusele „Mida me pakume?“ ning sooritusel „Kuidas me pakume?“. (Dodds, 2007, lk 5).

Ühiskonnas tervikuna on liikumisharrastuse edendamisel on oluline eesmärk rahvastiku parem tervis ning selleks tuleb spordis osalevate inimeste hulka suurendada ja innustada inimesi veetma puhkust füüsiliselt aktiivselt (Smith *et al.*, 2009, lk 75). Kuid Berg jt (2013, lk 20) väidavad jällegi seda, et liigne keskendumine tervislikele eluviisidele või välimusele ei aita tõsta spordis osalejate hulka. Toetudes nende tehtud uuringule, tuleks pigem rõhutada füüsilisest aktiivsusest saadavale rahulolu ja naudingu tundele ning suhtlemisvõimalusele, mis palju suurema tõenäosusega suurendab spordis osalejaid.

Spordisündmuste abil liigub informatsioon liikumisharrastuse kasulikkusest rohkemate inimesteni, osalejaid tuleb juurde ning seeläbi suurenevad ka võimalused leida uusi talente võistlusspordi (Chalip, 2011, lk 5-20). Samuti haaratakse spordiürituste kaudu kaasa rohkem harrastajaid ja nendega seotud inimesi (pereliikmed, sõbrad, tuttavad) ja seeläbi saavutada ja arendada järgmisi eesmärke (Sherry *et al.*, 2014, lk 1):

- suurendada füüsiliselt aktiivsete inimeste ja harrastajate hulka
- tervislike eluviiside propageerimine ehk rahva parem tervis
- sotsiaalne kaasatus ning ühtekuuluvustunde tekitamine ja suurendamine.

Spordisündmuse võib käsitleda võimendavaks jõuks, mis suurendab sotsiaalsete muutuste läbiviimiseks vajalikke ressursse ning spordisündmuse jätkusuutlikkuse tagamiseks vajatakse avaliku ja erasektori toetust, kuna toetatakse nendelt saadavatele ressurssidele (O'Brien & Chalip, 2014, lk 318). Iga spordiüritus on eriline ja kordumatu – kindla alguse ja lõpuga erinedes teineteisest suuruse, mahu ja ulatuse poolest ning võivad toimuda kord aastas või sagedamini. Samuti võib üritused jagada piirkondliku tähtsuse, eesmärgi või keerukuse järgi ning oluline on ürituse korraldamise seisukohast ka vajalike teadmiste valdkonnad. (Reusch & Dechange, 2013, lk 166-168)

Paljudele spordiorganisatsioonidele on suureks väljakutseks harrastajate vähenemine mõningatel spordisündmustel või spordialadel. Traditsioonilised lähenemised nagu reklaam ja ülevalt-alla (*top-down*) algatused, mis eiravad kogukonna vajadusi ei suurenda liikumisharrastajate hulka. (Vall, 2007, lk 571)

Spordiinfrastruktuuri kvaliteet ja kvantiteet mõjutavad spordis osalejate hulka. Seega omavalitsused saavad siinkohal olla abiks pakkudes elanikele võimalusi harrastada erinevaid spordialasid. (Hallmann *et al.*, 2011, lk 65) Samuti võimaldavad spordiüritused parimal võimalikul viisil ära kasutada spordihooneid ja infrastruktuuri (Gomez & Kase, 2010, lk 12)

Sport ja liikumisharrastus ühendab erinevas vanuses inimesi. Spordiüritused pole ainult vaatamängulised, vaid see tähendab kuulumist teatud kogukonda, mis jagab ühiseid väärtusi. Võime müüa neid emotsioone ja kutsuda esile emotsionaalset pühendumist spordile – need on olulised märksõnad võitmaks kogukonna toetust. (Gomez & Kase, 2010, lk 12)

Emery (2010, lk 158) järgi sõltub spordiürituste edu järgmisest kolmest asjaolust:

- sport
- meedia
- korraldajad (rahastaja).

Eelnevat kokkuvõttes võib öelda, et liikumisharrastus ja spordisündmused meelelahutusest tippspordini on ühiskonna oluline osa. Piirkonnas toimuvatel üritustel on liikumisharrastuste edendamisel tähtis roll. Samuti on oluline spordiinfrastruktuuri olemasolu ja heakord. Suure osa spordisündmusest moodustavad osalemisega seotud emotsioonid ja kui spordiüritus on hästi korraldatud, rohkelt positiivseid emotsioone loov, siis on see oluliseks eelduseks korduvale osavõtule. Seega võib öelda, et koostöö kõigi tasandite vahel on oluline edukate spordisündmuste korraldamisel ning elanikele sportimis- ja võistlemisvõimaluste loomisel. Seejuures pöörates tähelepanu sellele, et kvaliteetne väljund eeldab head planeerimist ja ressursside olemasolu. Seega on liikumisharrastuse ja spordisündmuste kasvutrend ühiskonna tasandil väga oluline.

2. PÄRNUMAA SPORDILIIDU TALIMÄNGUDE KLIENDIRAHULOLU UURING

2.1. Pärnumaa Spordiliidu Talimängude problemaatika

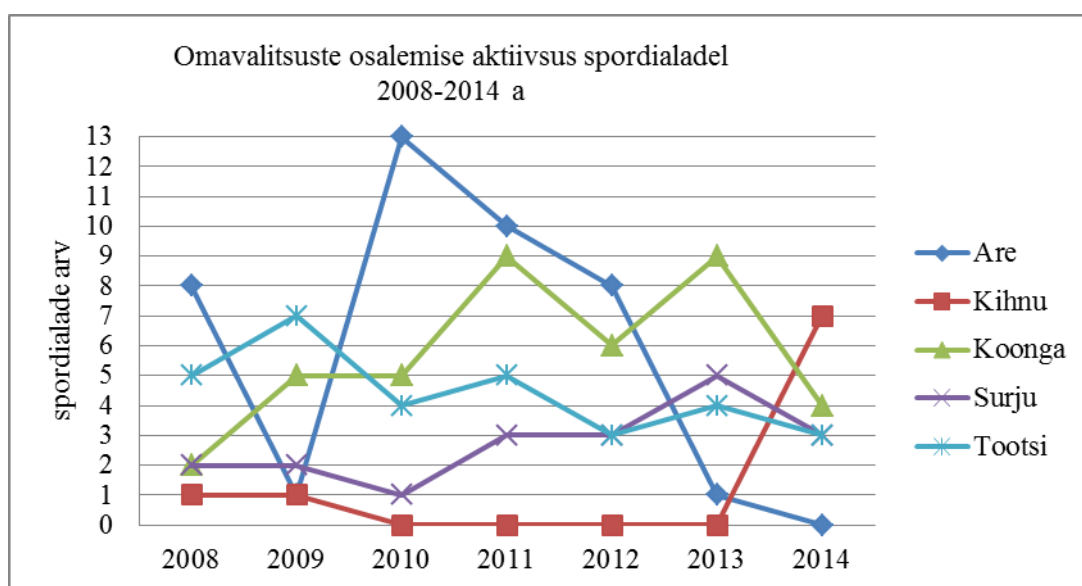
Pärnumaa Spordiliit on mittetulundusühinguna tegutsev maakondlik spordiorganisatsioon, mis ühendab maakonna spordiklubid, spordiühendused ja –selsid ühistegevuseks. Peamiste funktsioonidena võib välja tuua spordiliikumise arendamise ja koordineerimise maakonnas. Pärnumaa Spordiliit on asutatud 10.07.1991 ning on Vabatahtliku Spordiühingu „Jõud“ Pärnu Rajooninõukogu õigusjärglane. (Pärnumaa Spordiliit 2015). Põhikirjaliste eesmärkidenä on Pärnumaa Spordiliidul (edaspidi PSL) edendada, korraldada ja koordineerida noorte, täiskasvanute ja veteranide sporditegevust Pärnumaal ning on seejuures pühendunud spordisündmuste korraldamisele, spordialasele nõustamisele, projektide kirjutamisele ning liidu liikmeks olevate klubide ja teiste organisatsioonidega suhtlemisele. (*Ibid.* 2015)

Üheks PSL-i poolt korraldatavaks suurürituseks on Pärnumaa Talimängud (edaspidi Talimängud). Talimängude puhul on tegemist korduva spordisündmusega, mis toimub üks kord aastas. Esimesed võistlused toimusid aastal 1980. Talimängud on kohaliku tähtsusega spordisündmus, millel on pikk ajalugu ja traditsioonid. Spordivõistlused toimuvad kolme kuu vältel: detsembrist kuni veebruari lõpuni eri paigus hõlmates mitmeid spordialasid. Talimängude kavas on: korvpall (mehed), koroona, mälumäng, *bowling*, kabe, male, sisesõudmine, lauatennis, *curling*, sangpommi kahevõistlus, suusatamine (individuaalne ja teatesuusatamine) ning osavõtuga seotud kulud katab omavalitsus oma eelarvest.

Võistlusi valmistab ette, juhib ja koordineerib PSL ning tehnilist läbiviimist teostatakse koostöös aastate jooksul välja kujunenud koostööpartneritega. Kohaliku omavalitsuse spordiasjaliste ülesandeks on komplekteerida vastavalt Talimängude juhendile omavalitsusenimelised võistkonnad ning kogu spordisündmuse kohta käiv informatsioon tuleb samuti läbi spordiasjaliste.

Antud töös käsitletakse Talimängude problemaatikat seoses spordisündmuse korraldamisega. Käesolevaga püütakse läbi uuringu leida võimalusi, kuidas tagada spordisündmuses osalejate stabiilsem aktiivsus ning klientide rahulolu.

Talimängudest osavõtt on aastate jooksul üsnagi suurte kõikumistega nagu näitas omavalitsuste osalemisaktiivsuse statistiline analüüs. Näitena võib tuua Kihnu valla: kaks aastat järjest võistles ainult ühel spordialal, seejärel neli aastat ei osalenud üldse ja aastal 2014 võistles seitsmel spordialal (vt joonis 1). Samas on omavalitsusi, mis ei osale üldse või võtavad osa vaid mõnest võistlusest.



Joonis 1. Omavalitsuste osalemisaktiivsus spordialadel aastatel 2008–2014 (Allikas: Talimängude võistlusprotokollid, autori koostatud)

PSL tegevjuhiga läbi viidud vabast vestlusest (K. Kustasson, suuline vestlus, 12.11.2015) selgus, et kuna omavalitsuste eelarve on piiratud, siis kokku hoitakse eelkõige just spordi- ja meelelahutusürituste rahastamiselt ning kui valida on spordi- või kultuuriürituse toetamine, eelistavad omavalitsused pigem viimast. Varem pole sellist uuringut läbi viidud ja oleks vaja teada, kas osalejad ise on üritusega rahul.

Vabast vestlusest spordiasjalistega (anonüümne spordiasjaline, suuline vestlus, 18.02.2016; anonüümne spordiasjaline, suuline vestlus 03.03.2016) toodi välja ka, et raske on inimesi motiveerida võistlustel osalema. Omavalitsust esindama minnes

eeldatakse, et omavalitsus organiseerib transpordi võistlustele või kompenseerib sõidu, mis on lisakulu eelkõige just kaugemate omavalitsuste jaoks. Samuti mainiti ühena probleemidest võistkondade komplekteerimist. Väiksemates omavalitsustes on vähem elanikke, noori jääb järjest vähemaks.

Nagu mainitud, siis Talimängudest osavõtt on aastate jooksul olnud tõusude ja mõõnadega (vt lisa 2 Talimängude statistika osalemise ja spordialade kohta). Toetudes tehtud statistikale on elanikkonnale loodud piisavalt võistlemisvõimalusi erinevatel spordialadel ning iga harrastaja leiab Talimängudel programmis olevatest spordialadest sobiva väljundi – olgu siis tegemist füüsiliselt enam või vähem aktiivse, võistkondlikke või individuaalseid väljakutseid eelistava inimesega.

Samas ei toonud võistlusprotokollide ja osalemisaktiivsuse statistika välja tegelikku probleemi. Talimängudel osalemise kogu raskus ja võistkondade organiseerimine on suures osas omavalitsuste spordiasjaliste kohustus. Osalemisaktiivsus sõltub suuresti kohalikest spordiasjalistest ja nemad on teinud ära suure töö. Vestlustest spordiasjalistega (*Ibid.* 2016) selgusid järgmised asjaolud:

- võistlejad vananevad (ei taha kodust välja tulla) ja noori ei tule juurde (kohusetunde puudumine);
- pole piisavalt inimesi, et võistkonda kokku saada, eriti meeskondlikel aladel;
- inimesed on hõivatud teiste spordialade, võistluste/hobide või muude tegevustega;
- konkurentsikartus ja motivatsioonipuudus - paljud osalejad on klubide all võistlevad sportlased ja harrastajatel puudub motivatsioon osaleda võistluslikematel aladel (nt sisesõudmine, sangpommi kahevõistlus, korvpall), kui nad ette teavad, et kaotavad;
- “käsukorras“ võistleva minek on pigem nõukogudeaegne jäänuk ehk ülevalt alla organiseerimine on ajale jalgu jäänud ega tööta.

Eelnevat kokku võttes on näha, et Talimängud on pika ajalooga ning aastal 2016 toimus üritus juba 36. korda. Korraldajaks on PSL eesotsas tegevjuhi Kaiu Kustassoniga, kes on selle ürituse peamine initsiaator ja korraldaja. Talimängude programmis on 9-12

spordiala, kuid ebasoodsatel ilmastikutingimustel võib juhtuda, et mõni võistlus jääb ära. Spordialasid on nii palju erinevaid, et iga harrastaja leiab oma väljundi. Kuna omavalitsused katavad osalemisega seotud kulud ja osalejatele on see spordiüritus tasuta võib öelda, et Talimängud ei ole päris tavapärane spordiüritus. Talimängude kaudu on inimestel kohalikku omavalitsust esindades võimalus osaleda spordiüritusel tasu maksmata.

2.2. Talimängude kliendirahulolu uuringu meetodika ja analüüs

Tulenevalt käesoleva lõputöö eesmärgist on püstitatud tööle järgmine uurimisküsimus: kuidas on kliendid rahul Talimängude korraldamisega? Leidmaks vastust lõputöös püstitatud uurimisküsimusele selgitatakse välja Talimängude hetke olukord ja mängude taust. Käesoleva lõputöö empiirilise osa läbiviimiseks kombineeris autor kvantitatiivne ja kvalitatiivne uurimismeetod.

Kvalitatiivne uurimismeetod võimaldab saada uuringu andmeid, mis on kirjeldavad ja informatiivsemad ning antud lõputöö raames otsustati uuringumeetodina kasutada fookusgrupi intervjuud. Intervjuudes osalevate spetsialistide intervjuudele tehakse kvalitatiivne sisuanalüüs. Kvantitatiivne uurimismeetod võimaldab saada analüüsiks arvandmeid ja käesolevas töös kasutati selleks osalejate ankeetküsitlust.

Uuringu koostamiseks kasutas autor järgmisi uuringumeetodeid:

- ülevaade internetiallikatest (organisatsioonide kodulehed, sotsiaalmeedia jne)
- dokumendianalüüs (võistluste protokollid, juhendid jne)
- fookusgrupi intervjuud nelja spordiasjalisega
- ankeetküsitlus

Uurimisandmete kogumiseks kasutati ka statistilisi andmeid, milleks olid Talimängude dokumendid: võistluste protokollid, juhendid, Pärnumaa Spordiliidu koduleht, arengukava. Dokumentide statistiline analüüs baseerub suures osas Talimängude

võistlusprotokollidele aastatest 2008–2016, mis võimaldab saada informatsiooni osalejate aktiivsuse dünaamikast aastate lõikes. Võistlusprotokollide info kanti Exceli tabelisse, et teostada andmeanalüüs ning parema ülevaate saamiseks tehti joonised ja tabelid.

Uuringu kvalitatiivseks analüüsiks helistati esmalt kohaliku omavalitsuse (edaspidi KOV-i) spordiasjalistele. KOV-ide spordiasjalised on omavalitsustes enamasti haridus- ja kultuurinõuniku ametit pidavad inimesed, kultuurimaja või spordiklubi juhatajad, treenerid. Spordiasjalistel paluti vastata küsimusele: mitu inimest nende omavalitsusest osales sel astal Talimängudel ning paluti osalejatele saata edasi internetilink ankeetküsitlusega. Talimängudel osalejatest moodustatakse käesoleva lõputöö uuringu valim. Ankeetküsitlus vormistati UT Lime Survey keskkonnas ja KOV-ide spordiasjalistele saadeti internetilink ankeetküsitlusega e-posti teel palvega saata see Talimängudel osalenutele. Ankeetküsimustikule paluti vastata ühe tööädala jooksul.

Pärnumaal on 19 omavalitsust ja KOV-de spordiasjalised on valla poolt määratud või kui sellist inimest pole, siis on kohalik aktivist, kes täidab sporditeenistuja kohuseid vabatahtlikuna. KOV-ide spordiasjaliste küsitlemise teel saadi teada, et Talimängudel osales kokku 550 inimest seega nendest koosneb uuringu valim. Ankeetküsitlusele tuli 67 vastust, mis on 12,18 protsenti valimist.

Fookusgrupp moodustatakse neljast spordiasjalisest ja nendega viiakse läbi individuaalintervjuud. Kuna PSL jagab Talimängudel osalevad omavalitsused kahte gruppi suuruse järgi, siis fookusgrupp moodustatakse põhimõttel: kaks spordiasjalist suuremate omavalitsuste hulgast ja kaks spordiasjalist väiksemate omavalitsuste hulgast ning valik tehakse osalemisaktiivsuse järgi. Kuna intervjuueeritavad soovisid jääda anonüümseks, siis kodeeriti nad vastavalt interjueerimise järjekorras esimene, teine, kolmas ja neljas intervjuueeritav. Fookusgrupi intervjuude abil soovitakse välja selgitada, sündmusega rahulolu, võimalikud takistused ja probleemid Talimängudel osalemises ning leida probleemidele lahendused. Seda osa uuringust võib nimetada ekspertintervjuudeks.

Fookusgrupi intervjuu küsimused koostati käesolevat teemat silmas pidades ja tuginedes töö teoreetilisele osale. Fookusgrupi intervjuud otsustati läbi viia poolstruktureeritud individuaalintervjuudena. Kõigile intervjuueeritavatele esitati samad küsimused ning jälgides vestluse kulgu esitati ka lisaküsimusi. Kõigi fookusgrupis osalenute intervjuud lindistati ja transkribeeriti. Peale fookusgrupi intervjuude läbiviimist ja transkribeerimist teostati sisuanalüüs, et teha kindlaks andmed, mille põhjal saab teha järeldusi.

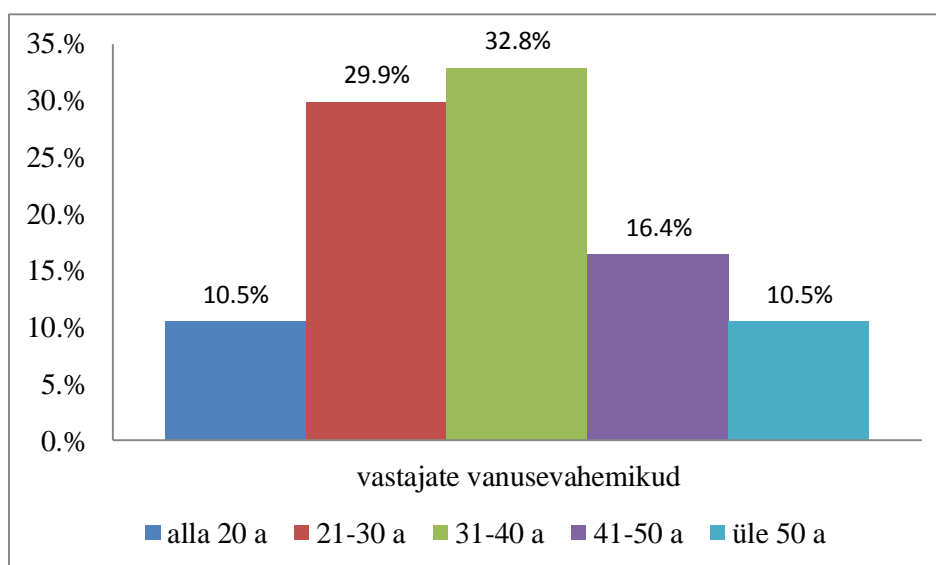
Intervjuu on ainulaadne andmekogumismeetod, kuid selle eelised võivad olla samal ajal ka puuduseks. Eeliseks on paindlikkus, mis võimaldab vastavalt olukorrale ja intervjuueeritavale reageerida ning vastuste tõlgendamisel on rohkem võimalusi – see on suur eelis võrreldes teiste andmekogumismeetoditega. Intervjuu käigus saadakse esmased andmed, mille eeliseks on, et need andmed kogutakse spetsiaalselt käesoleva uuringu tarbeks. Lisaks saavad respondendid ise rääkida võimalikest probleemidest, avaldada omi mõtteid, teha ettepanekuid. Uurimuse läbiviijal on võimalus vajadusel esitada lisaküsimusi ning saada täiendavat informatsiooni. Samas on oht, et intervjuueeritav annab sotsiaalselt soovitavaid vastuseid ja see nõrgendab intervjuu usaldusväarsust. Fikseeritud küsimustega intervjuu võib vähendada intervjuu loomulikkust ning täielikult struktureerimata intervjuu võib muutuda laialivalguvaks ja vähendada intervjuu asjakohasust. (Hirsjärvi *et al.*, 2010, lk 191-199) Käesolevas lõputöös otsustati poolstruktureeritud intervjuu kasuks

Kvantitatiivseks uurimismeetodiks oli ankeetküsitlus. Ankeetküsimustik koostati toetudes QSport-14 mudelile ja kohandati vastavalt käesoleva lõputöö teemale. Küsimustik oli jaotatud nelja ploki: demograafilised küsimused, võistluste korraldaja/personali kohta käivad küsimused, võistluspaigad/hooned/varustus ning Talimängude programmi kohta käivad küsimused. Viimases ploki anti lisaküsimusena valik soovi korral avaldada arvamust või teha ettepanekuid Talimängudega seoses. Kokku oli ankeedis küsimusi 21 – esimese ploki kuus, teises ja kolmandas ploki viis küsimust ning viimases koos lisaküsimusega samuti viis küsimust.

Kahe uurimismeetodi – kvalitatiivse ja kvantitatiivse – kombineerimine annab kliendirahulolu uurimisel parema tulemuse. Nende kahe meetodi analüüsitulemuste võrdlemisel saab teha järeldused ja ettepanekud kliendirahulolu suurendamiseks.

Fookusgrupi intervjuu tarbeks koostati spetsiaalselt käesoleva diplomitöö jaoks poolstruktureeritud küsimustik (vt lisa 4 Fookusgrupi intervjuu küsimused), mis koosnes 11 küsimusest. Küsimustik koostati tuginedes antud töö teoreetilisele osale, dokumendianalüüsi tulemustele, arvestades Pärnumaa Talimängude eripära ning vastavalt käesoleva diplomitöö eesmärgile. Omavalitsuste spordiasjaliste ehk fookusgrupi küsitlemise eesmärgiks oli saada eksperthinnang Talimängude korraldamise rahulolu kohta ning teenuse muutmise vajadus.

Järgneval joonisel 9 on välja toodud vastajate vanusevahemikud ning protsent vastanutest. Enim vastajaid oli vanusevahemikus 31–40 aastat (32,8%) ja 21–30 aastat (29,9%). Vastanute sooline osakaal jagunes peaaegu võrdselt. Naisi oli veidi rohkem (56,7%) kui mehi (43,3%), millest võib järeldada, et naised on aktiivsemad üritusel osalejad. Samas on juhendi järgi meeskonna kokku panemisel nõutud ka mehi seega on võimalik, et naised on kohusetundlikumad ja vastavad meelsamini küsimustikele.

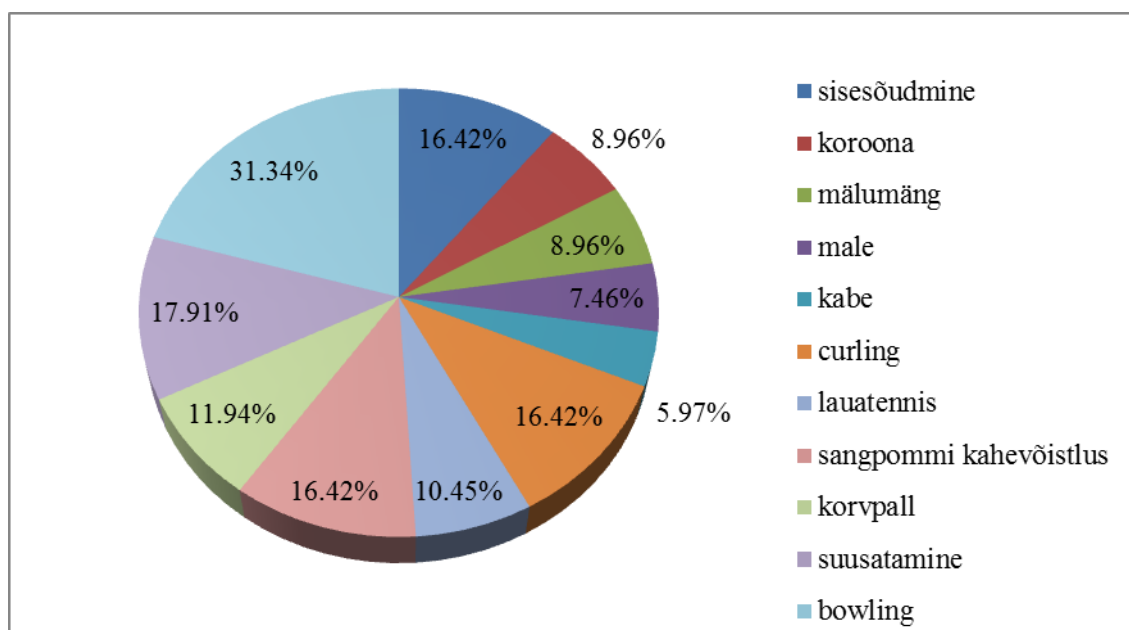


Joonis 9. Vastajate vanusevahemikud protsentidena (autori koostatud)

Vastajaist 52,2% osalesid mõne kohaliku spordiklubi liikmena ning spordiklubi liikmetest 49,3% osalesid Talimängudel järjepidevalt igal aastal. Viiendas küsimuses sooviti vastajailt teada, millisel spordialal nad on osalenud ning vastusena võis valida mitu spordiala. Paljud inimesed võistlevad mitmel spordialal, seetõttu ka selline

valikvastuste variant. Järgneval joonisel 10 on näha, et vastajate seas populaarseim oli *bowling* (31,3%), mis on läbi aastate olnud KOV-ide seas populaarseima osavõtuga spordiala, mida tõestab ka tabel 3 lk 34–35 .

Seejärel populaarsuselt järgmine spordiala oli suusatamine (17,9%) ning võrdselt 16,4% *curling*, sangpommi kahevõistlus ja sisesõudmine. Kõige vähem oli vastajate hulgas kabe- ja maleharrastajaid, vastavalt 5,9 ja 7,5 protsenti, mis aga võib tähendada seda, et ankeedile vastajate seas oli nende spordialade harrastajaid vähem.

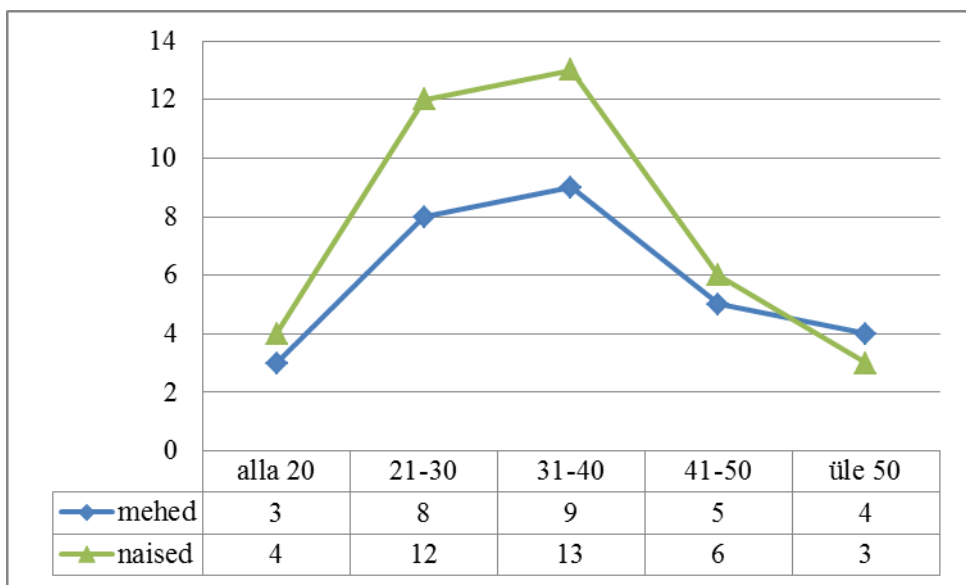


Joonis 10. Spordialadel osalejate hulk 2016 aasta Talimängudel (autori koostatud)

Talimängudel osalemise motiividena märgiti kõige rohkem meelelahutust (37,3%) ja tervislike eluviiside harrastamist (25,4%). Samas ei saa märkimata jätta, et oluline osa oli ka saavutusvajadusel (14,9%) ja oskuste arendamisel konkreetsel spordialal (13,4%). Oluline on ka see, et kõik, kelle motiiviks olid saavutusvajadus ja oskuste arendamine märkisid, et osalevad Talimängudel igal aastal. Sellest võib järeldada, et nende inimeste jaoks on need võistlused olulised ja nad leiavad selles oma väljundi.

Kui 67 vastajast 38 olid naised, siis vanuse kasvades vähenes osavõtt nii meeste kui ka naiste hulgas (vt joonis 11). Tuues võrdluseks fookusgrupi intervjuud, siis ka seal öeldi, et vanemaid inimesi ei saa kodust välja. Kuid kuna vastajaid oli valimist 12,18 protsenti

ja ankeetküsitlus oli elektrooniline, siis osaliselt võib siin olla põhjuseks ka see, kui aktiivse arvuti kasutajaga on tegemist ja kas omatakse e-posti aadressi.



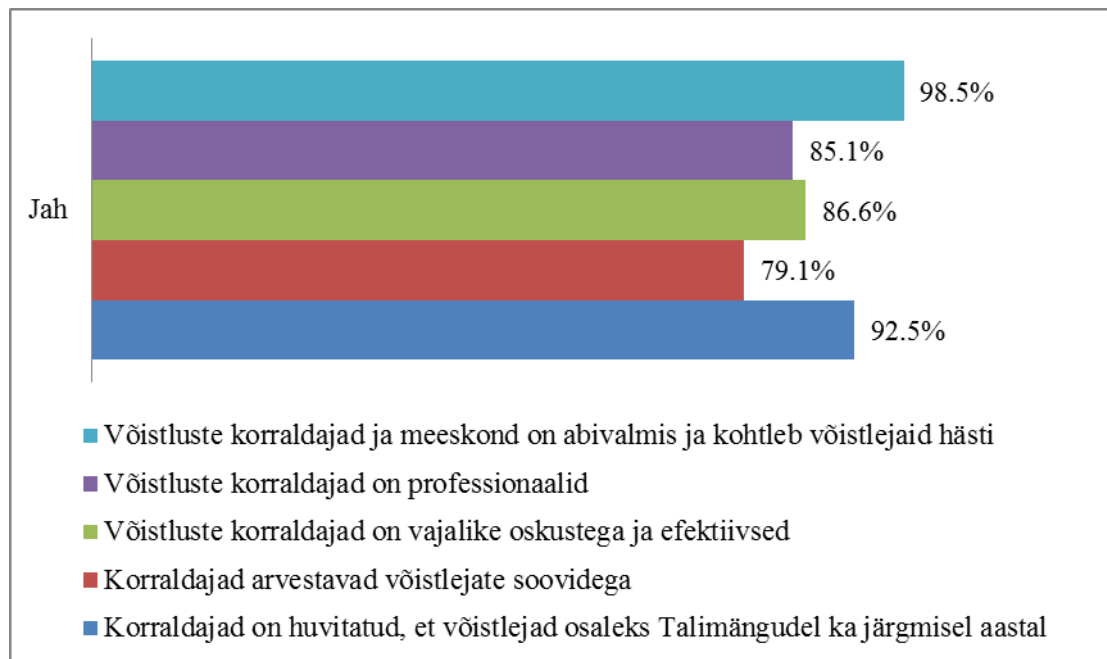
Joonis 11. Vastajate soo, vanuse ja osavõtu võrdlus (autori koostatud)

Esimese küsimuste plokki kokkuvõtteks võib öelda, et harrastajaid jagub kõigile Talimängude kavas olevatele spordialadele ning märkimisväärne osa vastajaist oli vanusevahemikus 21-40 aastat. Selles vanuses inimesi võib pidada kõige aktiivsemaks üritusel osalejateks.

Järgmine küsimusteplokk ankeetküsimustikus käsitles Talimängude korraldajaid – nende professionaalsust, efektiivsust ja oskusi, suhtumist osalejatesse ja nendega arvestamist (vt allpool olevat joonist 12). Mängude korraldajaid hinnatakse nende pikaajase kogemuse põhjal ürituste korraldamises professionaalseks (85,1%). Siiski pidas 13,4% vastajaist vajalikuks märkida, et neil puuduvad vajalikud oskused ja efektiivsus ning 20,9% vastajaist väitsid, et nende soovidega ei arvestata. Ometi on enamuse vastajaist kindel, et meeskond ja korraldajad suhtuvad neisse hästi (98,5%) ning ootab neid osalema ka järgmisel aastal (92,5%).

Siinkohal tuleb märkida, et „jah“ ja „ei“ vastusevariandid ei ole selle plokki küsimuste jaoks kõige parem variant. Korraldajate professionaalsuses oldi kindlad nii fookusgrupis

kui ka ankeetküsitlustes, kuid kuna esineb puudujääke tänapäevase juhtimise kompetentsides, siis hinnanguskaala oleks siinkohal andnud rohkem informatsiooni.

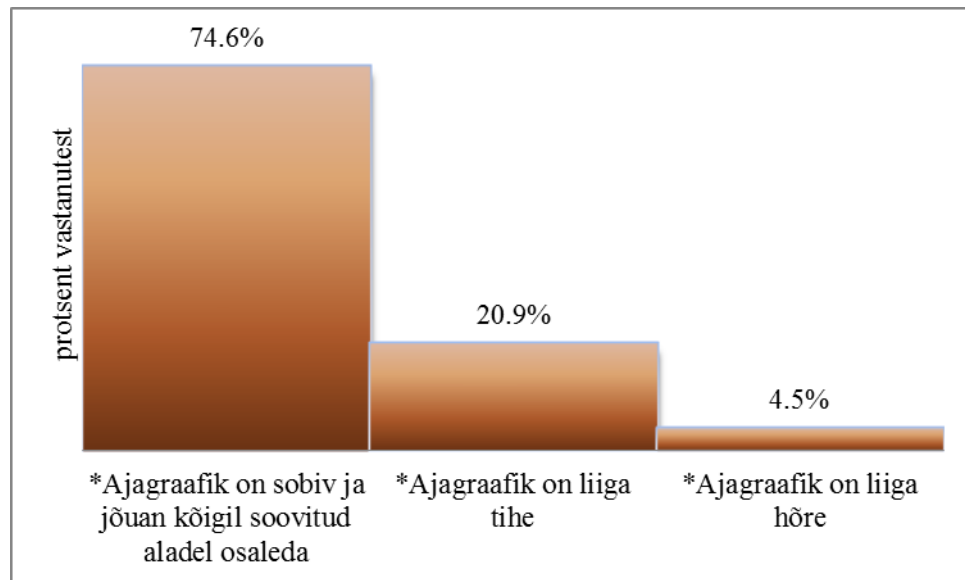


Joonis 12. Vastajate hinnang võistluste korraldajate kohta (autori koostatud)

Ankeetküsitluse küsimused 12–16, puudutasid võistluste toimumise kohti/hooneid, spordiinventari ja sanitaarruume, nende olemasolu ja puhtust. Riietusruumide ja pesemisvõimaluse puudumine ei ole kõigi spordialade juures esmase tähtsusega nagu nt male, kabe ja mälumäng, kuid tualettruumide olemasolu ja puhtus on mistahes ürituse korraldamisel alati oluline. Riietusruumid ja pesemisvõimalused on eriti tähtsad füüsilist pingutust nõudvate spordialade harrastajate jaoks.

Küsitluse vastustest selgus, et võistlejad on rahul nii Talimängude võistluste toimumise kohtade (92,4%) kui ka heakorraga (97%). Vaid spordiinventari piisavuse ja kaasaegsusega ei olnud nõus 16,4% vastanutest, mis võib olla mingil määral seotud sellega, et tasemel spordivarustus on kallid ja puuduvad piisavad ressursid, et soetada piisaval hulgal kaasajale vastavat varustust nii, et kõigile osalejatele jaguks.

Fookusgrupis palju kõneainet pakkunud Talimängude programm moodustas neljanda küsimuste ploki ning peale seda oli vaba tekstina võimalus küsitletutel avaldada arvamust Talimängude kohta või soovi korral teha ettepanekuid seoses mängudega.

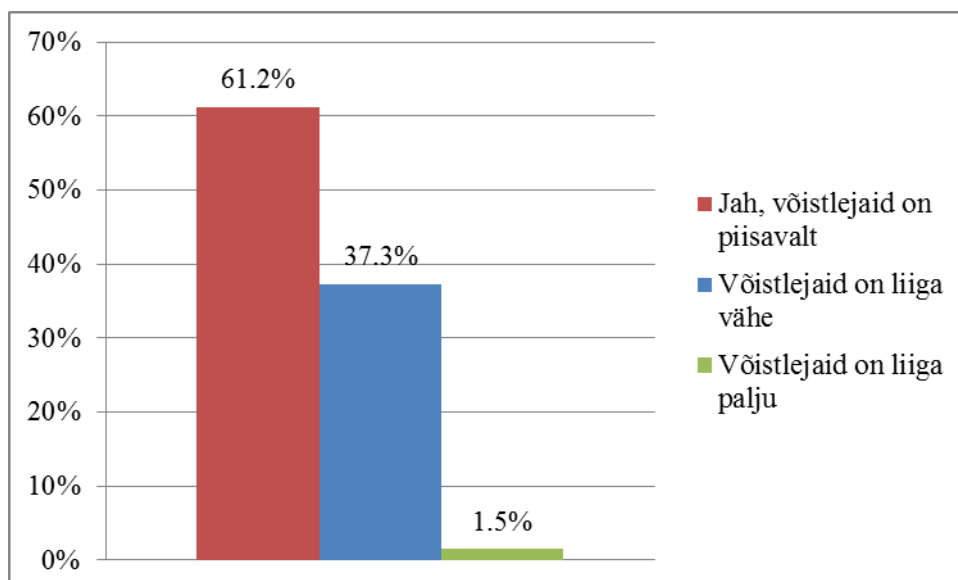


Joonis 13. Ankeetküsitluse tulemus võistluste ajakava kohta (autori koostatud)

Nagu eespool oleval joonisel 13 on näha, et osalejate ankeetküsitluses vastas 74,6%, et Talimängude ajagraafik on sobiv ja kõikidel soovitud spordialadel jõutakse osaleda. Programm oli liiga tihe 20,9% vastajate hinnangul ning ainult 4,5% arvas, et ajagraafiku olevat nende jaoks liiga tihe. Küsitletavatest 76,1% vastas, et spordialasid on piisavalt ja programmist leiab iga osaleja enda jaoks sobiva väljakutsega spordiala.

Talimängude programm on mitmekülgne ja pakub piisavalt võistlemise võimalusi 95,5% vastanute arvates ja 61,2% hinnangul on võistlejaid spordialadel piisavalt (vt allolevat joonist 14) ning ainult 1,5% vastanutest arvas, et võistlejaid on liiga palju.

Siinkohal tuleb märkida, et võistelda soovijaid on rohkem nt *bowling* ús ja *curling* ús aga nendel aladel on võistlejate arv piiratud st iga omavalitsus saab välja panna ühe neljaliikmelise võistkonna (kaks naist ja kaks meest). Nagu fookusgrupi intervjuust selgus ja ka mõnest ankeetküsitluse kommentaaridest/ettepanekutest Talimängude kohta, sai lugeda – pole siin ühest vastust. Võistlejate arvu tuleks siin vaadelda iga spordiala kohta eraldi, et saada rohkem ja täpsemat informatsiooni.



Joonis 14. Ankeetküsitluse tulemus spordialadel võistlejate hulga kohta (autori koostatud)

Ankeetküsitluse tulemusena ilmneb, et rahulolu on üle keskmise kõrge. Tulemusega võib jääda rahule, kuid kuna vastanute protsent valimist oli 12,18 protsenti valimist siis tuleb saadud arvandmetesse suhtuda ja neid tõlgendada teatava ettevaatusega. Selleks, et saada täiendavat informatsiooni tehti fookusgrupi intervjuud teise huvigrupiga ehk KOV-de spordiasjalistega.

2.3. Kliendirahulolu uuringu järeldused ja ettepanekud

Eelmises peatükis tutvustati uuringumetoodikat ning ankeetküsitluse tulemuste analüüs. Käesolevas peatükis tehakse kokkuvõtte fookusgrupi intervjuudest ning võrreldakse ja analüüsitakse omavahel küsitluse ja intervjuude tulemusi. Seejärel tehakse järeldused ja ettepanekud.

Fookusgrupi intervjuudest kolm tehti intervjuueeritavaga personaalselt kohtudes ja üks toimus Skype'i teel. Fookusgrupi intervjuud lindistati ja transkribeeriti hilisema sisuanalüüsi tarbeks. Kõik fookusgrupis osalenud spordiasjaliste omavalitsused on osalenud Talimängudel selle algusest peale ja püütakse osaleda järjepidevalt igal aastal. Nad ei võta osa kõikidest aladest, kuid on alati olnud esindatud nendel spordialadel kuhu on piisavalt huvilisi, et saaks võistkonna kokku panna (vt ka lisa 2. Talimängude

statistika...). Kõikidest spordialadest ei võeta osa, ka seetõttu, et omavalitsuses pole kõigi kavas olevate spordialade harrastajaid või vajalikku arvu inimesi, et võistkonda kokku saada. Samuti on esinenud juhuseid, et samal ajal toimub Eestis mõni muu spordiüritus, millest sportlased on plaaninud osa võtta ja sellisel juhul eelistatakse teist üritust. Kuigi püütakse osaleda igal aastal, siis ikka vahel juhtub ka ennenägematuid asju nagu näiteks sportlaste haigestumised või vigastused. Sellistel puhkudel on keeruline leida asendajat, eriti väiksematel omavalitsustel.

Talimängudel osaletakse peamiselt seetõttu, et see on vaheldus igapäevaelule, mis annab võimaluse väljuda argirutiinist ja tegeleda meeldiva sportliku ajaviitega. Kõige populaarsemate aladena nimetati *bowling* ja *curling*, kuhu leidub alati soovijaid. Üks intervjuueeritav ütles, et *bowling* üt käib mängimas alati sama võistkond, kuid pidas probleemiks seda, et need inimesed ei ela nende vallas, kuigi on sealt pärit ning avaldas arvamust, et kui Talimängudest rohkem teataks, siis oleks kindlasti ka keegi kohalikest huvitatud valda esindama.

Talimängudest osavõtu ebaregulaarsust ning heitumismeelt oli osalejate hulgas tunda kõige rohkem mõned aastad tagasi, kui leiti, et sportimise asemel on parem tööd teha, kuid positiivne meediakuvand – liigume rohkem, on palju kaasa aidanud olukorra paranemisele.

Talimängude kohta saadakse informatsiooni eelkõige PSL-i kaudu. PSL-i tegevjuht saadab e-kirja kohalikele spordiasjalistele mängude alguse, mängu kava ja juhendid ning spordiasjalised annavad info asjaosalistele edasi: nt vallavanem, kes otsustab kas osaleda või mitte sest rahastuse otsustab vallavanem; kohalikud spordiklubid – nemad aitavad enamasti organiseerida võistkonnad klubiliikmetest, õpetajad jne. Oleneb kuidas kellelgi aastate jooksul organiseerimise protsess on välja kujunenud.

Samuti on Talimängude kohta käiv informatsioon saadaval PSL-i kodulehel – spordialade juhendid, mängude kava, võistlusprotokollid ja mingil määral ka pildimaterjali. Enamasti jõuab info võistluste kohta ja juhendid õigeaegselt, kuid on juhuseid, kus e-kirjad ei jõua adressaadini või saadetakse juhendid viivitusega. Näitena toodi 2014 aasta Talimängude suusatamine – kohalik spordiklubi ei osalenud

põhjendusega, et hooaeg oli läbi ja suusavarustus juba pakitud. 2014. aasta Talimängude suusavõistlused olid planeeritud veebruari lõppu.

Fookusgrupp oli nõus sellega, et informatsioon on kodulehe kaudu kättesaadav kõigile, kes on Talimängudest huvitatud ja teadlikud ning oskavad mängude kohta infot otsida. Fookusgrupi intervjuudel mainiti siiski ka seda, et informatsioon on ebapiisav ülejäänud omavalitsuse elanikele. Paljud inimesed pole sellisest üritusest midagi kuulnud ja eelkõige soovitakse siin PSL-i poolset abi informatsiooni levitamisel. Kuna valdavalt võtavad mängudest osa spordiklubide sportlased, siis tervisesportlaste/harrastajateni ei jõua piisavalt infot ning teavitustöö on jäänud väiksemale ringile, kui võiks olla. Infost PSL-i kodulehel üksi ei piisa ning avaldati ka arvamust, et praeguse kodulehe ülesehitusega on raske leida vajalikku infot.

Mõned infokanalid on PSL-i poolt alakasutatud või hoopis tähelepanuta jäetud. Ühe võimalusena pakkusid intervjuueeritavad välja kohalikku maakonnalehte Pärnu Postimees. Eelkõige sooviti, et lehes avaldataks teade Talimängude alguse kohta, samuti võiks olla ära nimetatud kavas olevad spordialad, mängude ajakava ning mängudele registreerimise võimalused. Samuti aitaks intervjuueeritavate hinnangul Pärnu Postimehes reklaamimine saada mängudele laiemat kõlapinda ja tõsta ürituse prestiiži, mis omakorda hõlbustaks spordiasjaliste tööd leidmaks sportlasi-harrastajaid valda esindama. Üks intervjuueeritav ütles koguni seda, et kuigi omavalitsus on väike, siis tegelikult puudub spordiasjalisel informatsioon selle kohta, milliste spordialade harrastajaid neil vallas üldse on ning avaldas arvamust, et KOV-i koostöö kohaliku kooliga võiks olla parem.

Kuigi PSL-il on olemas sotsiaalmeediavõrgustikus Facebookis oma leht, siis fookusgrupis oldi üksmeelselt nõus, et see on infokanalina jäänud vajaliku tähelepanuta ja sotsiaalmeediale võiks enam rõhku panna. PSL-i Facebooki lehel on Talimängude kohta seinapostitus kuupäevaga 16.02.2016, millega antakse teada, et mängud hakkavad läbi saama (01.05.2016). Kuid selle kohta, et mängud algavad ja kuidas kulgeb ei olnud ainsatki postitust. Samas pidas fookusgrupp sotsiaalmeediat infokanalina kõige operatiivsemaks ja kiiremaks ning on seejuures tasuta.

Fookusgrupi hinnangul on kõige olulisemad tingimused Talimängudel osalemiseks järgmised:

- sportlaste huvi ürituse vastu – osalemise eelduseks on motivatsioon. Palju oleneb ka kohalikust spordiasjalisest – tema ettevõtlikkusest, algatusvõimest ja suhtlemisoskusest. Inimestel on palju tegevusi ja neil pole kohustust omavalitsust esindama minna. Seda enam on keeruline avalikul asutusel sundida inimesi leidmaks aega võistlustel osaledes omavalitsust esindama. Kohalike spordiklubidega on asi sellevõrra lihtsam, et omavalitsus toetab oma eelarvest spordiklubi tegevust ja vastutasuks esindatakse Talimängudel omavalitsust. Motivatsiooni aitab tõsta ka ürituse prestiiž;
- osalemistasu – KOV-ide eelarve on piiratud ja soovitakse konkreetselt teada, kui palju mängudel osalemine kokku maksma läheb. Esialgne registreerimistasu on kindel summa, kuid peale mängude lõppu koostab PSL omavalitsustele täiendavad arved olenevalt osavõtjate arvust ja tehtud kulutustest. Lähetuskulud kannab iga omavalitsus või sportlased ise. Transport võistluspaika ja tagasi on aga lisakulu ning on oluline just võistluspaikadest kaugematele omavalitsustele ja kui valla buss mahutab 1+8 inimest, siis seab see osalejatele piirid. Näitena toodi suusatamine, kus enamused osalejaid olid koolilapsed ja edasi-tagasi oli vaja sõita päevas mitu korda;
- võistkondade komplekteerimise reeglid – probleeme esineb meeskondlikel aladel, kus juhend näeb ette meeskonna komplekteerimisel mehi, naisi ja noori (nt kabe, male, lauatenis, sisesõudmine). Näiteks on palju mehi on välisriikidesse tööle läinud või kui ärasõidu hommikul selgub, et keegi on lihtsalt tulemata jäänud aga arvesse läheb terve võistkonna tulemus, siis langeb võistkonna konkurentsivõime oluliselt. Samuti peljatakse mõningatel aladel liialt suurt konkurentsi spordiklubi sportlastega ega soovita seepärast osaleda. Näitena toodi sangpommi kahevõistlus ja sisesõudmine, ka nimetati korvpalli, lauatennist, kabet.

Tsiteerides fookusgrupist ühte intervjuueeritavat : /.../ „*Kuigi mängude reeglid on ilmselt „kivisse raiutud“, pole kahtlustki, et tegu on professionaalidega, kellel on ürituse korraldamisel pikaajane kogemus*“. Siiski sooviti, et võistlustele registreerimine

muudetaks kaasaegsemaks ja oleks selgem ning hilisem täiendav arvete esitamine jääks ära ehk osalemistasude süsteem oleks konkreetne.

Fookusgrupi intervjuudest selgus, et Talimängud võiksid toimuda ka edaspidi, kuid kindlasti vajavad mängud uuendusi ja atraktiivsemaks muutmist. Fookusgrupi hinnangul vajatakse muudatusi näiteks selles osas, mis puudutab võistluste punktiarvestust ja juhendeid, kuna väikesed omavalitsused pole selle arvestuse järgi konkurentsivõimelised. Sellega seoses puudub mängijatel ka motivatsioon osalemiseks. Teisalt ilmneb siinkohal ka huvide konflikt: kuna KOV maksab osalemistasud, siis tegelikult mõjub osalejate arvu suurenemine omavalitsustele pigem negatiivselt. Otseselt seda välja küll ei öelda aga pigem soovitakse, et osalejaid oleks vähem. Seega ongi üritus jäänud pigem suletud ringile osalejatele.

Talimängude kavas on olenevalt programmis tehtud muudatustest läbi aastate olnud 9-12 spordiala (vt allolevat tabelit Tabel 3). Lumelinnaehitus oli viimast korda 2014 aastal ja sellest ei võtnud osa mitte ühtegi omavalitsust. *Curling* ja suusatamine on suuresti sõltuvad ilmastikuoludest. Kui 2016. aasta Talimängudel suusatamisvõistluste toimumiseks lund jagus, siis *curling* jäeti ebasoodsate ilmastikutingimuste tõttu ära.

Allolevas tabelis 3 on välja toodud viimase kuue aasta KOV-ide osavõtt spordialadest ja nagu eelnevalt sai mainitud, siis jagub huvilisi kõikidele aladele. Vaadates jooniseid 3–5 (lisa 3. Talimängude statistika...), on näha, et 2015. aasta Talimängudel ei osalenud 19 KOV-st viis: Vändra alev, Are, Kihnu, Koonga ja Varbla.

Kõige rohkem on spordialadele võistkondi välja pannud Tori ja Saarde vald. 2016. aasta Talimängudel ei osalenud Vändra alev, Are ja Varbla. Aktiivsemad osalejad jällegi Tori ja Sauga ning Paikuse, Häädemeeste, Halinga.

Jrk nr	Spordialad	KOV-id 2011 a	KOV-id 2012 a	KOV-id 2013 a	KOV-id 2014 a	KOV-id 2015 a	KOV-id 2016 a
1	Sisesõudmine	9	9	7	9	10	7
2	Koroona	10	7	9	9	8	9
3	Mälumäng	7	11	12	12	11	13
4	Male	10	6	9	6	9	6
5	Curling	14	12	12	14	0*	0*
6	Lauatennis	10	6	10	9	7	6
7	Sangpommi kahevõistlus	10	7	9	8	7	8
8	Kabe	10	8	8	8	6	7
9	Lumelinnaehitus	7	11	12	0	0*	0*
10	Bowling	13	13	14	15	13	14
11	Korvpall	11	10	10	9	7	8
12	Suusatamine	13	13	12	9	9	11

* tärniga märgitud alad jäid ära

Tabel 3. KOV-ide osavõtt spordialadest aastatel 2011-2016 (Allikas: PSL- i protokollid, autori koostatud)

Fookusgrupis oli arvamusi, et Talimängude puhul võiks olla enam traditsioonilisi talispordialasid. Samas on viimaste aastate talved Eestis olnud suhteliselt soojad ja lumevaesed, et talispordialade harrastajatel on raske leida sobivaid tingimusi ning kuigi võistluste korraldajad annavad oma parima, sellest alati ei piisa. Viidates siiski ürituse nimele, võib tõepoolest küsida miks on võistluste kavas sellised spordialad nagu male, kabe, koroona jne, kuid ka nende spordialade harrastajad soovivad võistelda ja ennast proovile panna. Pealegi näitas fookusgrupi intervjuu, et maakonnas on palju erinevate spordialade harrastajaid ja PSL soovib pakkuda ka neile võistlemisvõimalusi.

Talimängude programmi kommenteerides arvas fookusgrupp, et võistluste periood on liiga pikk (detsembrist veebruarini): üritus võiks olla kompaktsem, lühema perioodiga. Näitena toodi Eestimaa Spordiliidu „Jõud“ korraldatavad Talimängud, mis toimuvad kolmel järjestikusel päeval. Samas oli ka arvamusi, et spordialasid on liiga palju või sooviti mõne spordiala lisamist (nt traditsioonilisemad talispordialad, ujumine, jalgpall). Teisalt oli fookusgrupis ka arvamus, et kui midagi ära jätta ei soovita, siis ei saa ka

midagi juurde võtta. Ilmselt on poolt ja vastu arvamusi piisavalt ja nii on programmi aastate jooksul suhteliselt vähe muudetud.

Kommentaariid olid ankeetküsitluses vabatahtlikud ja siinkohal mõned osalejate ettepanekud:

- *noorte vanuse võiks 18 aastale tõsta, kuna noori ei ole. Alad võiksid üksikuna olla ehk ühel päeval oleks üks ala mitte 3 ala korraga, kuna mõned teevad võibolla neid kõiki ja siis lihtsalt ei jõua, peab kõigiga arvestama;*
- *spordialasid on liiga palju, osalejad on enamasti samad inimesed ja igale poole ei jõua;*
- *spordialade valik võiks olla suurem nt saalihoki, lastele võiks olla ka võistlusi;*
- *kindlasti tuleks kaasata uusi soovijaid osalemiseks, kuna hetkel tundub, et tihtipeale on aastast aastasse ainult samad osavõtjad.*

Analüüsid ja võrreldes ankeetküsitluse tulemusi ning fookusgrupi intervjuusid, leiab autor, et Talimängudel on oma koht Pärnumaa spordis olemas, kuid vajab siiski mitmeid muudatusi. Kuigi enne mängude algust on omavalitsustel võimalus teha muudatusettepanekuid, on autorile teadmata põhjustel eelnevalt nimetatud probleemid endiselt aktuaalsed. Võimalik, et PSL ei ole nendest probleemidest teadlik või pole omavalitsuste muudatusettepanekuid kuulda võetud. Infoleviku osas saab PSL omavalitsusi aidata sel moel, et võtab kasutusele rohkem infokanaleid ja pöörab enam rõhku sotsiaalmeedia kaudu levitatavale informatsioonile.

Samuti aitab parem infolevik kaasa nn alt üles initsiatiivi ergutada – osaleda soovijad annaksid endast ise märku ilma, et spordiasjalised peaks sportlasi otsima. Samas ei saa tähelepanuta jätta asjaolu, et ühest küljest soovitakse info paremat levikut, teisest küljest aga soovitakse osalejate hulka siiski kontrolli all hoida st, et pigem ei soovita, et üritus rahvarohkemaks muutuks. Seda, et Talimängudest on vähesed inimesed informeeritud koges väga selgelt ka käesoleva töö autor ankeetküsitlust tehes. Siinkohal ongi tarvis omavalitsustel ja PSL-i üle vaadata ürituse eesmärk ja otsustada, kas teha mingid

muudatused ning kui suures ulatuses muudatusi läbi viia. Võrreldes fookusgrupi ja ankeetküsitluste tulemusi on rahulolu spordisündmusega väiksem KOV-ide tasandil.

Tulenevalt analüüsist ja uuringu tulemustest on autori ettepanekud kliendirahulolu suurendamiseks järgmised:

- korraldaja võiks kaaluda mõnede võistluste toimumispaiku ka maakonnas
- vähendada spordialade arvu ja kaaluda mõningatel spordialadel ainult klubide arvestust
- kaasajastada võistlustele registreerimine ja moodustada osalejate kontaktidega andmebaas
- muuta osalemistasude süsteemi selliselt, et kaoks vajadus esitada täiendavaid arveid
- suurendada sotsiaalmeedia osa infokanalina ja kasutada maakonna lehte Pärnu Postimees Talimängude reklaamimisel
- muuta Talimängude periood lühemaks

Eelnevat kokku võttes võib öelda, et inimesed soovivad ja võtavadki osa erinevatest spordiüritustest ning eelkõige meelelahutuslikel eesmärkidel. Siinkohal oleks kasulik ürituse populaarsust elanike seas tõsta. Samuti on osalemisel oluline osa isiklikel motiividel: huvi konkreetse spordiala või spordiürituse vastu, sest suure tõenäosusega on tal ka vastavad oskused omandatud ja teatav soorituse tase.

Talimängudel omavalitsust esindama minnes eeldatakse selle eest ka mingit meenet või tasu. Samuti eeldatakse kaugematest valdadest võistlemispaika jõudmiseks transporti või selle kompenseerimist omavalitsuse poolt. Omavalitsustel otsene eesmärk ja kasu Talimängudel osalemisel või mitte osalemisel puuduvad, kuid siinkohal tuleks omavalitsusjuhtidel ja spordiasjalistel vaadata asjale laiemalt – Talimängude kaudu on neil võimalus pakkuda elanikele aktiivset vaba aja veetmise võimalusi. Samuti on spordiüritustel võime koondada omavahelise suhtlemise kaudu ühiseid väärtusi jagavaid inimesi, tugevdab kogukonda kuulumise tunnet.

KOKKUVÕTE

Käesoleva lõputöö teemaks on „Kliendirahulolu Pärnumaa Spordiliidu Talimängude näitel“ ning töö eesmärk oli välja selgitada rahulolu sündmuse korraldamisega. Uurimisküsimuse ja –ülesannete täitmiseks analüüsis käesoleva töö autor kliendirahulolu määravaid tegureid ja mõju avaliku sektori poolt pakutavatele spordiüritustele. Samuti tehti intervjuud fookusgrupiga, mis koosnes neljast KOV-i spordiasjalisest ning viidi Talimängudel osalejatega läbi ankeetküsitlus, et võrrelda fookusgrupi ja osalejate rahulolu ja arvamusi.

Teoreetiliste allikate ülevaates võrreldi erinevate autorite seisukohti spordisündmuste vajalikkusest liikumisharrastuse harjumuse tekkimisel ja kliendirahulolu käsitlusi. Töös kasutati peamiselt SportsDirecti, EBSCO ja Emerald andmebaasidest leitavaid teadusartikleid. Samuti anti ülevaade kohalike omavalitsuste osast liikumisharrastuse ja sporditeenuse toetajana.

Uuringuandmete kogumiseks toetuti Yildiz ja Kara välja töötatud mudelile QSport-14, mille küsimused kohandati vastavalt käesolevale teemale. Samuti teostati dokumendi analüüs, vesteldi Pärnumaa Spordiliidu tegevjuhi ja KOV-ide spordiasjalistega. Toetudes neile vestlustele, teooriale ja dokumendianalüüsile töötati välja fookusgrupi intervjuud. Fookusgrupiga viidi läbi poolstruktureeritud intervjuud ning vestluse käigus

esitati ka lisaküsimusi ning eesmärgiks oli saada teada spordiasjaliste rahulolu Talimängude korraldamisega.

Toetudes töö teoreetilise osa allikatele võib järeldada, et spordisündmuse korraldamine on ressursse ja aega nõudev protsess. Samuti on olulised spordisündmuse korraldajate kogemus, oskused ja koostöö. Tähtis on ka koostöö ja suhtlusvõrgustiku olemasolu kohaliku omavalitsuse, koolide, spordiklubide ja spordiliidu vahel.

Kliendirahulolu tagab teenuse kvaliteet seega peab teenus arenema koos ümbritseva keskkonna ja ühiskonna arenguga. Olulisteks kliendirahulolu mõjufaktoriteks on koostöö, kommunikatsioon, usaldus ja ootuste kohanemine. Vähem tähtsad pole ka tänapäevale vastavad juhtimiskompetents ning arusaam, et spordisündmuse korraldamise eesmärk ei saa olla paremate tulemuste näitamine statistikas. Spordisündmusel, kui teenusel peab olema teatud sihtgrupi nõudlus, kelle vajadusi rahuldatakse ning kui sihtgrupp ajas muutub peab ka teenus muutuma ja arenema.

Pärnumaa Talimängusid võib pidada avaliku sektori poolt korraldatavaks omavalitsuste vaheliseks spordiürituseks. Talimängude probleematika näitas seda, et omavalitsuste demograafilised muutused ja ühiskond tervikuna on palju muutunud võrreldes mängude algusaegadega 80-ndatel aastatel. On avalik saladus, et võistkondade kokku panemisel kutsutakse oma valla inimeste puudumisel appi teiste valdade elanikke ja kui seda nagoonii tehakse, miks ei muudeta mängude juhendit.

Uurimistöö tulemusena ilmnes, et Talimängudel osalejaid on keeruline kätte saada. Võistlustele registreerimise süsteemi kaasajastamine võimaldaks luua osalejate andmebaasi, mille kaudu saab edaspidi võistlejatele personaalselt jagada informatsiooni mängude kohta. Samas loob ka võimalused teha statistikat ning saada mängude kohta tagasisidet otse mängijatelt. Käesoleval hetkel jäi autorile peale vestlusi ja intervjuusid mulje, et omavalitsused osalevad pigem inertsist ja tundub nagu oleks tegemist kohustusega. Seega vajavad Talimängud kindlasti uuendamist ja atraktiivsust.

Autoripoolne soovitus Pärnumaa Spordiliidule on, et koostöös KOV-i spordiasjalistega tuleb luua osalejate elektrooniline andmebaas. Läbi tagasiside ja täiendavate kliendirahulolu-uuringu leida võimalused KOV-ide osalemise aktiivsuse ja rahulolu

tõstmiseks. Üldine osalejate rahulolu on hea, kuid tegeleda tuleb KOV-ide motivatsiooni tõstmisega, kuna nende kanda on osalemistasud ja ilma KOV-ide toetuseta seda üritust ei toimuks.

VIIDATUD ALLIKAD

Alegre, J. & Garau, J. (2010). Tourist satisfaction and dissatisfaction. *Annals of Tourism Research*. Vol. 37, No 1, (pp 52-73)

Berg, K. B., Warner, S. & Das, M. B. (2014). What about sport? A public health perspective on leisure-time physical activity. *Sport Management Review*. Vol 18, (pp 20-31)

Brady, K. M., Cronin, J. J. & Brand, R. R. (2002). Performance-only measurement of service quality: a replication and extension. *Journal of Business Research*, Vol 55, (pp 17-31)

Carillat, F. A., Jaramillo, F. & Mulki, J. P. (2007). The validity of the SERVQUAL and SERVPERF scales: a meta analytic view of 17 years of research across five continenc. *International Journal of Service Industry Management*. Vol 18, No 5, (pp 472-490)

Caro, M. L., & Garcia, M. A. J. (2007). Cognitive-affective model of consumer satisfaction. An exploratory study within the framework of a sporting event. *Journal of Business Research*. 60, (pp 108-114)

Chalip, L. (2011). The Future Past of the Amateur Sports Act: Developing American Sport. *Journal of Coaching Education*. No 4, (pp 4-20)

Cherry, E., Schulenkorf, N. & Chalip, L. (2014). Managing sport for social change: The state of play. *Sport Management Review*, No 18, (pp 1-5)

- Cook, C., Heath, F., Thompson, B. & Webster, D. (2002). LibQUAL+™: preliminary results from 2002. *Performance Measurement and Metrics*. Vol. 4, Iss 1, (pp 38-47)
- Cronin, J. J. Jr. & Taylor, A. S. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. *Journal of Marketing*. Vol 56, (pp 55-68)
- Dodds, S. (2007). *Three Wins: Service Improvement Using Value Stream Design*. Chichester, UK: Kingsham Press
- Emery, P. (2010). Past, present, future major sport event management practice: The practitioner perspective. *Sport Management Review*, Vol 13, (pp 158-170)
- Frank, B. & Takao, E. (2009). Economic influence on perceived value, quality expectations and customer satisfaction. *International Journal of Customer Studies*. Vol 33, Iss 1, (pp 72-82)
- Funk, D., C. & James, J. (2001). The psychological continuum model: a conceptual framework for understanding an individual's psychological connection to sport. *Sport Management Review*, 2, (pp 119-150). Viidatud Funk, D., C. Filo, K. Beaton, A., A. & Prichard, M. (2009). Measuring the motives of sport event attendance: bridging the academic-practitioner divide to understanding behavior. *Sport Marketing Quarterly*, 18, (pp 126-138) vahendusel
- Fyall, A. & Shipway, R. (2012). *International sports events: impacts, experiences and identities*. London: Routledge
- Giese, L. J. & Cote, A. J. (2000). Defining Consumer Satisfaction. – *Academy of Marketing Science Review*. Vol 2000, No. 1. Loetud aadressil http://www.researchgate.net/publication/235357014_Defining_Consumer_Satisfaction
- Gomes, S. Kase, K. & Urrutia, I. (2010). *Value Creation and Sport Management*. Cambridge: University Press

- Gotlieb, B. J., Grewal, D. & Brown, W. S. (1994). Consumer satisfaction and perceived quality: complementary or divergent constructs? *Journal of Applied Psychology*. Vol 79, No 6, (pp 875-885)
- Hallmann, K., Wicker, P., Breuer, C. & Schüttoff, U. (2011). Interdependency of sports supply and sport demand in German metropolitan and medium-sized municipalities – findings from multi-level analyses. *European Journal for Sport and Societ*. No 8, (pp 65-84)
- Hayes, B. E. (1997). *Mesuring Customer Satisfaction: Survey Design, Use, and Statistical Analysis Methods*. Second Edition. Library of Cataloging-in-Publication Data
- Henderson, A. K. (2008). A paradox of sport management and physical activity interventions. *Sport Management Review*. No 12, Iss 2, (pp 57-65)
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. (2010). *Uuri ja kirjuta*. Tallinn: Kirjastus Medicina
- Hsu, Shin-Chun. (2004). Shin-Chun Hsu manages good books for you II. Taipei: Global Views Monthly. Chan Li-Yun, Huang, Chi-Ming. 2011. Effects of experience marketing on customer satisfaction in health clubs. *Actual problems of economics*, 10, 480-490
- Jain, K. S. & Gupta, G. (2004). Measuring Service Quality: SERVQUAL vs. SERVPERF Scales. *Vikalpa*, Vol 29, No 2
- Johnson, D. M. & Gustafsson, A. (2000). *Improving Customer Satisfaction, Loyalty, and Profit. An Integrated Measurement and Management System*. The University of Michigan Business School: John Wiley and Sons
- Kaplanidou, K. & Vogt, C. (2010). The meaning and measurement of sport event experience among active sport tourists. *Journal of Sport Management*. Human Kinetics, Inc. (pp 544-566)

Kim, W. J., Magnusen, M. & Kim, K. Y. (2014). A critical review of theoretical and methodological issues in consumer satisfaction research and recommendations for future sport marketing scholarship. *Journal of Sport Management*. No 28, (pp 338-355)

Kotler, P. (1999). *Kotleri turundus. Kuidas luua, võita ja valitseda turgusid*. Tallinn: Kirjastus Pegasus OÜ

Kultuuriministeerium. *Liikumisharrastuse arengukava 2011-2014*. Loetud aadressil http://www.kul.ee/webeditor/files/liikumisharrastus/Liikumisharrastuse_arengukava_2011-2014.pdf

Kultuuritarbimise uuring (2006). *Saar Poll sotsiaal- ja turu-uuringud*. Loetud aadressil http://www.sportkoigile.ee/images/stories/uuringud/kultuuritarbimise_uuring_2006.pdf

Lagae, W. (2005). *Sports Sponsoship and Marketing Communications a European Perspective*. Pearson Education Benelux

Lewis, B. R., Soureli. (2006). The antecedents of consumer loyalty in retail banking. *Journal of Consumer Behavior*. No 5, (pp 15-31)

Maslow, A., (1954). *Motivation and personality*. New York: Harper and Row. Viidatud

Funk, D., C. Filo, K. Beaton, A., A. & Prichard, M. (2009). Measuring the motives of sport event attendance: bridging the academic-practitioner divide to understanding behavior. *Sport Marketing Quarterly*, 18, (pp 126-138) vahendusel

Masterman, G. (2009). *Strategic Sports Event Management. Olympic Edition*. Elsevier Ltd, 2nd edition.

Meng, F. Tepanon, Y. & Uyusal, M. (2008). Measuring tourist satisfaction by attribute and motivation: The case of a nature-based resort. *Journal of Vacation Marketing*. Vol 14, No 1, (pp 41-56)

- Moore, M. J. & Werch, C. E. C. (2005). Sport and physical activity participation and substance use among adolescents. *Journal of Adolescent Health*. Vol 36, Iss 6, (pp 486-493)
- O'Brien, D. & Chalip, L. (2014). Sport events and strategic leveraging: pushing towards the triple bottom line. *Tourism Management: analysis, behavior and strategy*. Woodside, A. G., Martin, D. Boston College, Carroll School of Management, USA, Iss 19, (pp 318)
- Ottevanger H.-J., Dalarna, H. & Heilbronn, F. (2007). Sport Tourism: Factors of influence on sport event visit motivation. *Master of Arts in European Tourism Management Bournemouth University* (UK)
- Papadimitriou, D. A. & Karteliotis, K. (2000). The service quality expectations in private sport and fitness centers: a re-examination of the factor structure. *Sport Marketing Quarterly*. Vol 9, No 3, (pp 157-164)
- Pursărea, L. V., Gheorghe, R. I. & Petrescu, M. C. (2013). The assesment of preceived service quality of public health care services in Romania using SERVQUAL scale. *Procedia Economics and Finance*. No 6, (pp 573-585)
- Rampersad, H. (2001). 75 painful questions about your customer satisfaction. *The TQM Magazine*. Vol 13, No 5, (pp 341-347)
- Reusch, J., A., P. & Dechange, A. (2013). Event and project management. *Project Management Development – Practice and Perspectives. Second International Scientific Conference on Project Management in the Baltic Countries*. April 11-12, Riga: Latvia
- Sloan, L., R. (1989). *The motives of sports fans*. Viidatud Funk, D., C. Filo, K. Beaton, A., A. & Prichard, M. (2009). Measuring tha motives of sport event attendance: bridging the academic-practicioner divide to understanding behavior. *Sport Marketing Quarterly*, 18, (pp 126-138) vahendusel
- Smith, M. & Puczko´, L. (2009). Health and wellness tourism. Linacre House, Jordan Hill, Oxford, UK: Elsevier Ltd

Taylor, A. S. & Baker, L. T. (1994). An Assessment of the Relationship Between Service Quality and Customer Satisfaction in the Formation of Consumers' Purchase Intentions. *Journal of Retailing*. Vol 70, Iss 2, (pp 163)

Timm, R. P. (2005). Customer service: career success through customer satisfaction. – 3rd ed. Pearson Education.

Tomik, R., Olex-Zarychta, D. & Mynarski, W. (2012). Social values of sport participation and their significance for youth attitudes towards physical education and sport. *Studies in Physical Culture and Tourism*. Vol 19, No 2, (pp 99-104)

Tooman, H., & Mae, A. (1999). Inimeselt inimesele. Tallinn: Avita.

Tsitskari, E., Tsiotras, D. & Tsiotras, G. (2006). Measuring service quality in sport services. *Total Quality Management*. Vol 17, No 5, (pp 623-631)

Vall, S. E. (2007). Community development and sport participation. *Journal of Sport Management*. No 21, Iss 4, (pp 571-596)

Wicker, P., Hallmann, K. & Breuer, C. (2013). Analyzing the impact of sport infrastructure on sport participation using geo-coded data: Evidence from multi-level models. *Sport Management Review*. Vol 16, Iss 1, Feb 2013, (pp 54–67)

Yeung, C. H. M., Ramasamy, B., Chen, J. & Paliwoda, S. (2013). Customer satisfaction and consumer expenditure in selected European Countries. *International Journal of Research in Marketing*. Vol 30, Iss 4, (pp 406-416)

Yildiz, M. S. & Kara, A. (2012). A re-examination and extension of measuring perceived service quality in Physical Activity and Sports Centres (PSC): Qsport-14 scale. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*, (pp 189-208)

Yildiz, M. S. (2012). Instruments for measuring service quality in sport and physical activity services. *Coll. Antropol* 36, No 2, (pp 689-696)

LISAD

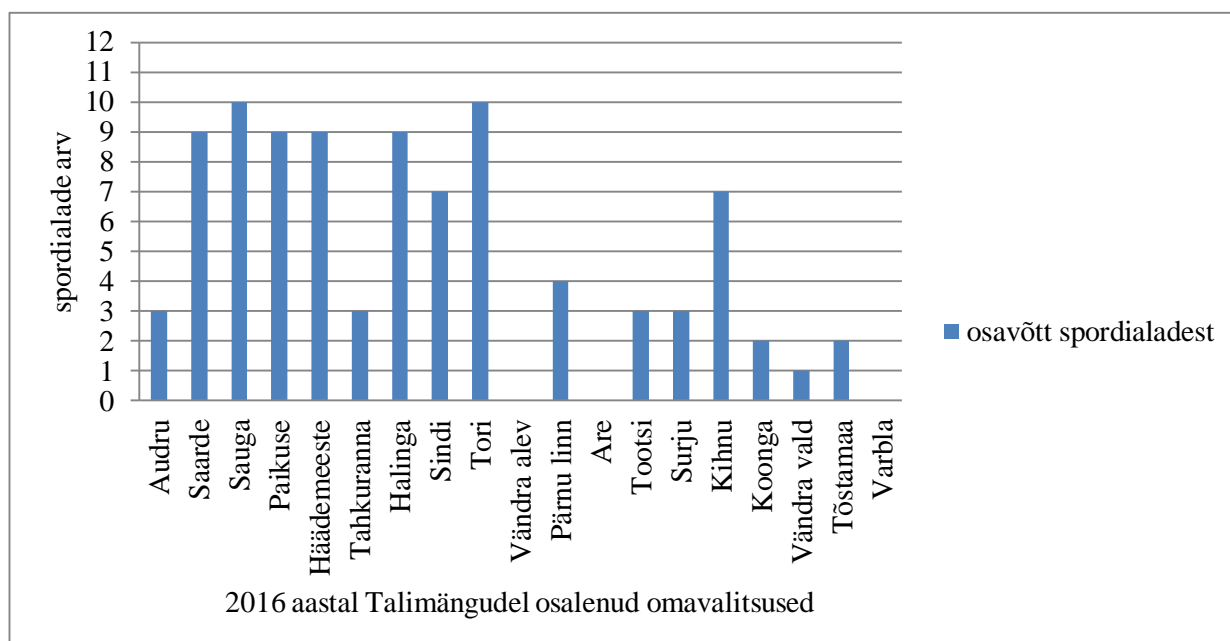
Lisa 1. Peamised mudelid rahulolu mõõtmiseks spordivaldkonnas

Tabel: 2 Peamised mudelid rahulolu mõõtmiseks spordivaldkonnas

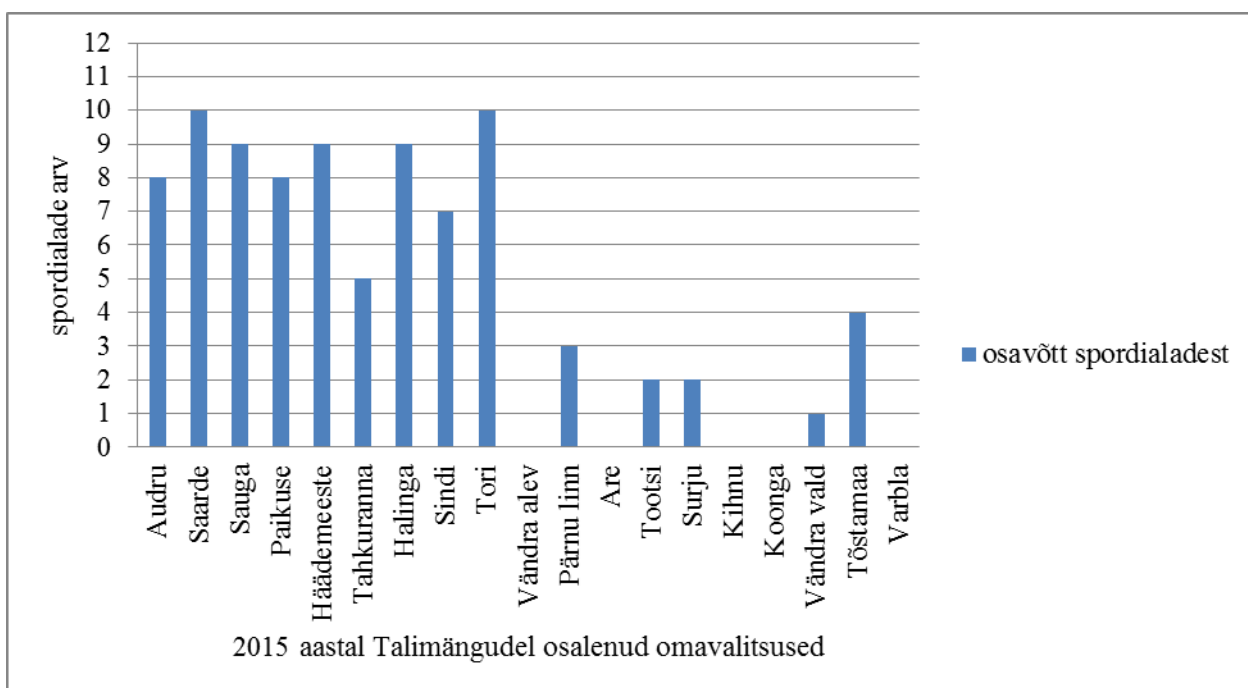
Mudel	Mõõde (nr) dimensions	Mida mõõdetakse
QSPORT-14 (Yildiz, Kara 2012)	3	*personal *spordirajatised/sisustus *programm
QSPORT-10 (Rial jt 2010)	2	*personal *spordirajatised/sisustus
SERVQUAL (Parasuraman jt 1988)	5	*materiaalne keskkond *usaldusväärsus *operatiivsus *kindlus *empaatia
SERVPERF	5	*materiaalne keskkond *usaldusväärsus *operatiivsus *kindlus *empaatia
SQFS (Chang, Chelladurai 2003)	9	*personali kompetentsus/ suhtlemine *korraldus *programm *teenus *juhtide pühendumus teenuse kvaliteeti *keskkond *teised kliendid *teenuse ebaõnnestumised/parendused *saadud teenuse kvaliteet
SQAS (Lam jt 2005)	6	*personal *programm *rietusruumid *füüsiline keskkond *spordiruumid *lastehoid
CERM-CSQ (Howat jt 1996)	4	*põhiteenused *personal *hooned ja rajatised *sekundaarsed teenused (nt toitlustamine, lastehoid)

Allikas: Yildiz, Kara 2012: 193 autori poolsete täiendustega

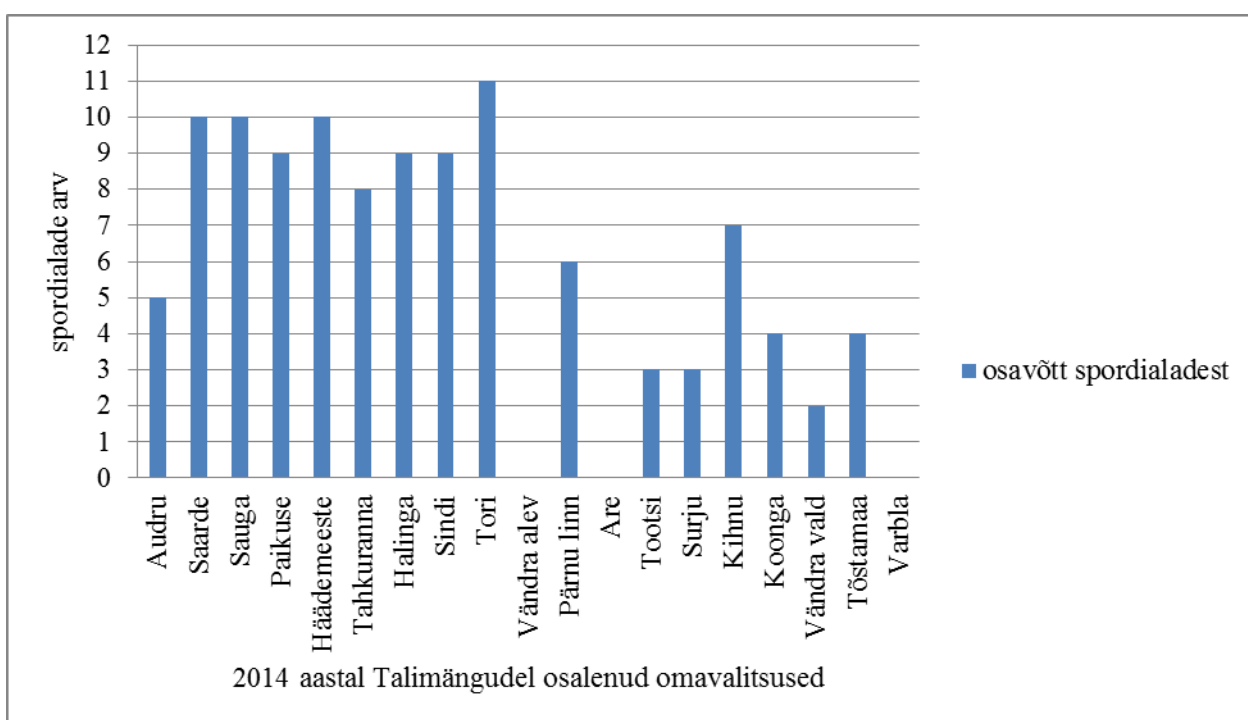
Lisa 2. Talimängude statistika omavalitsuste osalemise ja spordialadest osavõtu kohta



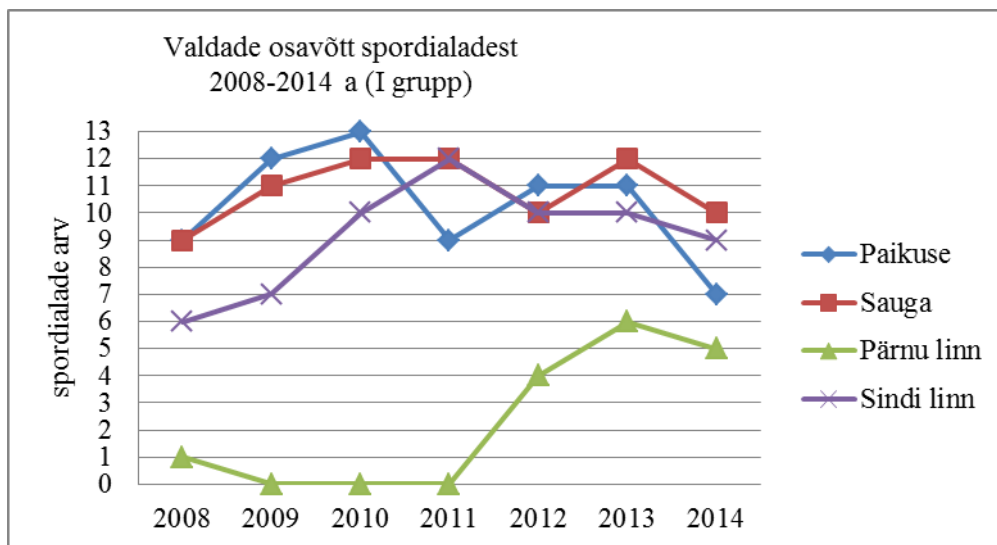
Joonis 2. 2016 a. Talimängudel osalenud omavalitsused ja osavõtt spordialadest (allikas PSL-I protokollid, autori koostatud)



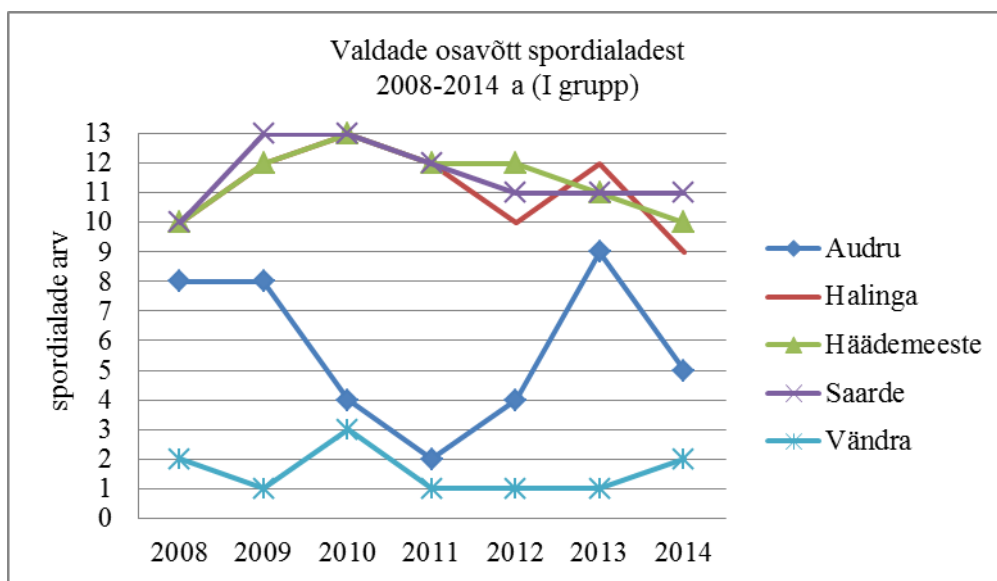
Joonis 3. 2015 a. Talimängudel osalenud omavalitsused ja osavõtt spordialadest (allikas PSL-I protokollid, autori koostatud)



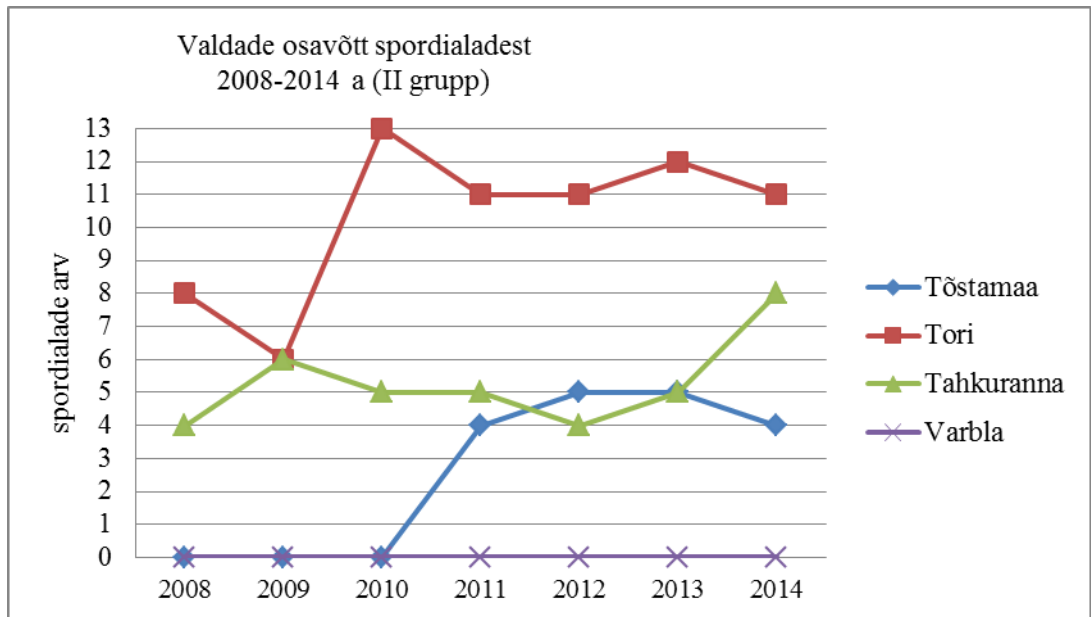
Joonis 4. 2014 a. Talimängudel osalenud omavalitsused ja osavõtt spordialadest (autori koostatud PSL-i protokoll põhjal)



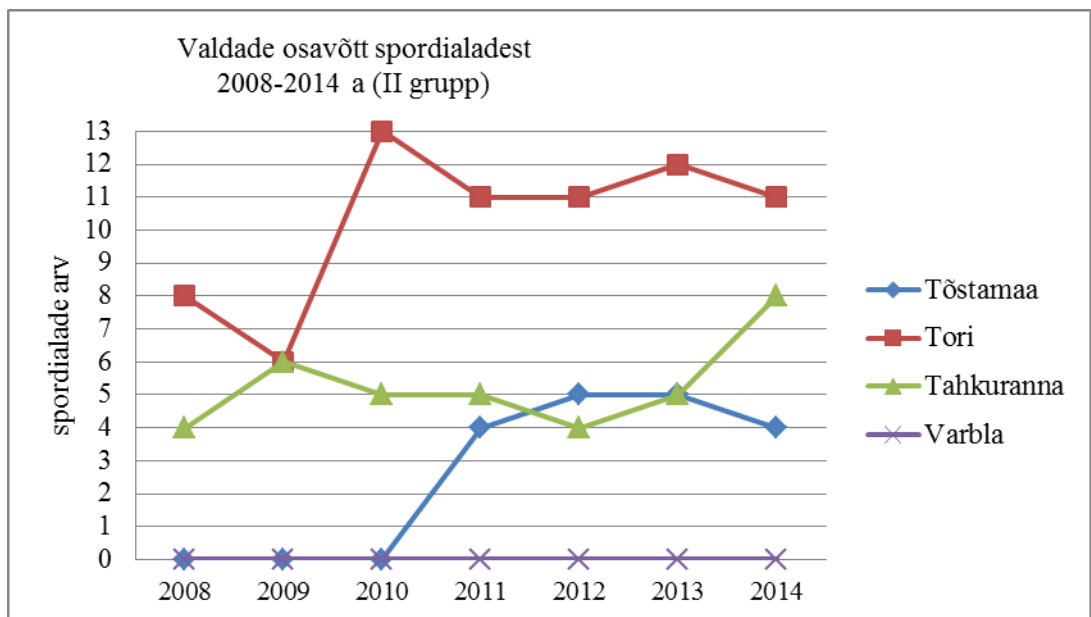
Joonis 5. Suuremate omavalitsuste osavõtt spordialadest 2008-2014 (allikas PSL-I protokollid, autori koostatud)



Joonis 6. Omavalitsuste osavõtt spordialadest 2008-2014 (allikas PSL-I protokollid, autori koostatud)



Joonis 7. Omavalitsuste osavõtt spordialadest 2008-2014 (allikas PSL-I protokollid, autori koostatud)



Joonis 8. Omavalitsuste osavõtt spordialadest 2008-2014 (allikas PSL-I protokollid, autori koostatud)

Lisa 3. Ankeetküsitlus Talimängudel osalejatele

Jrk nr	
1	Sugu
2	Vanus: alla 20/21-30/31-40/41-50/üle50
3	Kas Te võistlete mõne spordiklubi liikmena?
4	Kas Te osate igal aastal?
5	Millisel spordialal Te võistlete? Sisesõudmine/koroona/mälumäng/male/curling/lauatennis/sangpommi kahevõistlus/kabe/bowling/korvpall/suusatamine
6	Teie Talimängudel osalemise motiivatsiooniks on: oskuste arendamine konkreetset spordialal/saavutusvajadus/teistega suhtlemine /meelelahutus/tervislik eluviis
	VÕISTLUSTE KORRALDAJA/PERSONAL
7	Personal on abivalmis ja kohtleb kliente (võistlejaid) hästi
8	Võistluste korraldajad on professionaalid
9	Võistluste korraldajad on efektiivsed ja vajalike oskustega
10	Võistluste korraldajad osutavad võistlejatele personaalset tähelepanu
11	Võistluste korraldajad on huvitatud, et kliendid (võistlejad) tuleksid võistlema ka järgmisel aastal
	VÕISTLUSPAIGAD/HOONED/VARUSTUS
12	Varustus on hästi hooldatud ja korras
13	Võistluspaigad on väga kenad
14	Võistluspaigad on hügieenilised ja puhtad
15	Varustus on moodne ja piisav
16	Riietusruumid, tualetid ja dušširuumid on puhtad ja piisavalt
	TALIMÄNGUDE PROGRAMM
17	Pakub erinevaid võistlusvõimalusi
18	Pakub piisavalt erinevaid spordialasid
19	Võistluste programm (ajagraafik) on sobiv
20	Spordialadel võistlejaid on piisavalt
21	LISAKÜSIMUSENA: Ettepanekuid või arvamusi Talimängudega seoses (vaba tekst)

Lisa 4. Fookusgrupi intervjuu küsimused

1. Kui kaua olete Pärnumaa Talimängudest osa võtnud ja kas Te olete järjepidev osaleja?
2. Selgitage, miks Te olete/ei ole järjepidevalt osalenud Talimängudel.
3. Milliste infokanalite kaudu saate informatsiooni Talimängude kohta?
4. Kas infokanaleid on piisavalt?
5. Millistest infokanalitest veel võiks saada infot Talimängude kohta? (kui on vaja lisakanaleid ja selgitage, miks just need)
6. Kas saadav informatsioon on piisav või vajate lisainformatsiooni Talimängude kohta? Kui on vaja lisainformatsiooni, siis millist lisainformatsiooni ootate Talimängude kohta?
7. Millised on Teie jaoks kõige olulisemad tingimused osalemaks Talimängudel? Selgitage, miks just need tingimused
8. Kas praegused Talimängude läbiviimise tingimused rahuldavad Teid?
9. Kuidas hindate Talimängude korraldust võrreldes teiste sarnaste võistlustega?
10. Milline on Teie nägemus Talimängudest Pärnumaa spordis?
11. Kas Talimängud vajavad parendamist? Kui vajab parendamist, siis kuidas/mida Teie nägemuse kohaselt tuleks Talimängude korraldamise juures muuta?

SUMMARY

CLIENT SATISFACTION BASED ON THE WINTER GAMES ORGANISED BY PÄRNU COUNTY SPORTS ASSOCIATION

Monika Riivald

This thesis concentrates on “Client Satisfaction based on the Winter Games organised by Pärnu County Sports Association”. The purpose of this paper is to determine client satisfaction with regard to the organisation of events. To respond to the question, the author of this thesis analysed the determining factors for client satisfaction as well as the latter’s impact on sporting events organised by the public sector. Also, an interview was carried out among a focus group comprised of four local government employees in the field of sports. Last but not least, the participants of Winter Games filled in a questionnaire in order to compare the levels of satisfaction and opinions between them and the participants from the focus group.

The viewpoints of authors as well as different approaches towards client satisfaction were represented in the overview of theoretical sources. The authors elaborated on the necessity of sporting events in developing people’s fitness habits. The research articles used in this thesis are mostly derived from the databases of SportsDirect, EBSCO and Emerald. The paper also gave an overview of the role of local governments in facilitating fitness habits and sporting services.

The model QSport-14, developed by Yildiz and Kara, was used for collecting data with the exception of the initial questions having been adjusted to the current topic. Furthermore, a desk study was carried out and discussions were held with the chief executive of the Pärnu County Sports Association and local government employees in the field of sports. On the basis of the aforementioned discussions, theory and desk study, the focus group interviews were developed. Next to carrying out semi-structured interviews with the focus group, the latter were asked to answer additional questions as well. The purpose was to find out the level of satisfaction with the Winter Games among the employees from the local government sports department.

On the basis of the sources used in the theoretical part of the thesis, one may conclude that organising sporting events is a process that requires finances and time. Also, the experience, skills and cooperation of organisers is important. What is of equal relevance is the existence of a network for cooperation and communication between the local government, schools, sports clubs and sports association.

Customer satisfaction is determined by the quality of service, thus, the service must develop along with the surrounding environment and society. The important factors affecting client satisfaction include cooperation, communication, trust and adaptation to expectations. There are two other factors that are not less relevant. These include management competence and the understanding that the goal of sporting events is not to gain better results in statistics at the end. Sporting event as a service needs to have the demand of a certain target group whose needs will become satisfied with the help of the event. In case the target group goes through changes within time, it is the duty of the sporting event as a service to follow these and develop along the road.

Winter Games of the Pärnu county can be viewed as a sporting event held between local governments and organised by public sector. The existing problems of Winter Games included changes in the demographics of local governments and society as a whole compared to the 1980s when the tradition had begun. It is no secret that when making teams people very often include sportsmen from other rural municipalities due to low number of participants in their own rural municipality. If this has continued so far, why have the rules not been changed.

As a result of the research, it was concluded that it is difficult to contact the participants of Winter Games. Updating the system for signing up would enable creating a participant database via which one could send personal e-mails about the games. It would also create a platform for statistics and a source for gaining feedback about the games directly from the participants. After the discussions and interviews, the author was left with the feeling that the local governments see the event as a routine obligation. Thus, Winter Games are definitely in need of modernisation and attractiveness.

The author would recommend Pärnu County Sports Association in cooperation with the local government employees in the field of sports to create an electronic database that would include all the participants. It would enable finding ways to boost the participation of local governments and client satisfaction via feedback and additional client satisfaction surveys. The general level of satisfaction among the participants is good. However, more attention should be paid on increasing the motivation of the local governments as they cover the participation fees and without their support, the event would not even take place.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina, Monika Riivald,

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose „Kliendirahulolu Pärnumaa Spordiliidu näitel“, mille juhendaja on Liina Puusepp,
 - 1.1. reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2. üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus **18.05.2016**