



Aurinkolahden uimarannan kehittämishanke

Antti Kirjavainen

2023 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Aurinkolahden uimarannan kehittämishanke

Antti Kirjavainen

Tradenomi

Opinnäytetyö

Joulukuu 2023

Antti Kirjavainen

Aurinkolahden uimarannan kehittämishanke

Vuosi 2023 Sivumäärä 41

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia Vuosaassa sijaitsevan Aurinkolahden uimarannan käyttöä paikallisten asukkaiden keskuudessa ja tehdä tutkimuksen havaintojen perusteella kehitysehdotuksia. Tutkimuksessa selvitettiin, miten paikalliset ihmiset käyttävät uimarantaa ja minkälaisia mahdollisia kehitysehdotuksia heillä on uimarannalle ja sen palveluille. Samalla tutkittiin myös asukkaiden nykyistä tyytyväisyyttä uimarantaa ja sen palveluita kohtaan. Aurinkolahden uimaranta sijaitsee Vuosaassa ja tutkimus kohdistettiin paikallisiin asukkaisiin.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisen tutkimuksen keinoin. Opinnäytetyössä perehdyttiin palvelumuotoiluun ja asiakaskokemuksen teoriaan. Tästä tuli opinnäytetyön viitekehys. Kyselytutkimus julkaistiin Facebookissa Vuosaari ja Aurinkolahti yhteisöissä ja se oli avoin kaikille ryhmän jäsenille kahden viikon ajan. Facebookin Vuosaari -ryhmässä oli julkaisuhetkellä 25000 jäsentä ja Aurinkolahti ryhmässä noin 4000 jäsentä. Kyselyyn vastasi kaikkiaan 162 henkilöä.

Tutkimuksessa haluttiin kartoittaa, minkälaisia ihmisiä tai ihmisryhmiä Aurinkolahden uimarantaa ja sen palveluita käyttää sekä minkälaisia kehitysehdotuksia tutkimustuloksista nousee esiin. Kyselytutkimuksessa haluttiin siis tutkia uimarannan käyttäjien tarpeita ja toiveita ja tehdä näistä kehitysehdotuksia.

Keskeisimmät kehittämistarpeet uimarannalle oli alueen ravitsemuspalveluiden kehittämässä. Myös palveluista aurinkotuolien vuokraus sekä talviajan avannon ja kiinteän saunan saaminen alueelle nousi yhdeksi kehittämiskohdaksi.

Antti Kirjavainen

Aurinkolahti's beach development project

Year

2023

Pages

40

The purpose of this theses was to study the use of Aurinkolahti beach located in Vuosaari among local residents and to create development proposals based on the findings of the research. The study wanted to resolve how local people use the beach and what kind of possible development suggestions they have for the beach and its services. At the same time residents' current satisfaction with the beach and its services were also studied. Aurinkolahti beach is located in Vuosaari and research was aimed at local residents.

The research was carried out by using quantitative research methods. The theses focused on the theory of service design and customer experience. This became the framework of the thesis. The survey was published on Facebook in the Vuosaari and Aurinkolahti groups and it was open to all members of the group for two weeks. The Vuosaari Facebook group had 25,000 members at the time of publication and Aurinkolahti group had about 4000 members. A total of 162 people answered the survey.

The research wanted to map what kind of people or groups use the Aurinkolahti beach and its services, and what kind of development proposals emerge from the research results. The survey therefore wanted to investigate the needs and wishes of beach users and to make development proposals based on the findings.

The most important development needs for the beach were the development of catering services in the area. Among the services, the rental of sunbeds, winter seasons services and permanent sauna in the area were also identified as areas for development.

Keywords: Service design, customer experience, survey

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Tutkimuksen viitekehys ja avainkäsitteet	6
2.1	Palvelumuotoilu	6
2.2	Asiakaskokemus	7
3	Tutkimusmenetelmät	8
3.1	Aineistonkeruumenetelmät	8
3.2	Kyselylomake	9
3.3	Aineiston keruu.....	9
4	Tutkimus ja tutkimustulokset	9
4.1	Esitietoja vastaajista	9
4.2	Uimarannan nykyinen käyttö	12
4.3	Uimarannan palvelut ja kehitysehdotukset.....	15
4.4	Avoimet vastaukset	17
4.4.1	Mitä rannalla pitäisi kehittää	17
4.4.2	Uimaranta, sen käyttö sekä kehittäminen	18
4.5	Ristiintaulukoinnit.....	18
5	Johtopäätökset ja kehittämissuhteet	32
5.1	Lapsiperheet	32
5.2	18-29 vuotiaat	33
5.3	30-39 vuotiaat	33
5.4	40-49 vuotiaat	33
5.5	50-64 vuotiaat	34
5.6	Yli 65-vuotiaat	34
5.7	Tärkeimmät kehitysehdotukset	34
6	Reflektio.....	35
	Lähteet.....	36
	Kuviot	37
	Taulukot	38
	Liitteet	39

1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön aiheena on Aurinkolahden uimarannan kehittäminen. Tavoitteena on tutkia ja ymmärtää uimarannan käyttäjien tarpeita ja tehdä näistä tilastollisten analyysien avulla kehittämissuhteita. Tämä tehdään palvelumuotoilun ja asiakaskokemuksen keinoin.

Uimarannan kehittämisen kannalta on tärkeä tietää, mitä sen käyttäjät rannalta haluavat. Tutkimuksessa on tarkoitus saada tietoa rannan oikeilta käyttäjiltä ja tutkia jos näistä tuloksista löytyy kehityssuhteita rannalle ja sen palveluille. Palvelumuotoilun ja asiakaskokemuksen avulla pystymme löytämään oikeat asiakkaat ja löytämään, mitä tarpeita ja toiveita heillä on rannalle.

Tutkimus toteutettiin tilastollisen tutkimuksen keinoin. Kysely julkaistiin Facebookissa, missä Vuosaarelaiset pääsivät siihen halutessaan vastaamaan.

Opinnäytetyössä käytetään termejä sesonkiaika ja tuleva kausi. Sesonkiajalla viitataan uimarannan käyttöön kesällä. Tuleva kausi taas tarkoittaa vastaajien näkemystä uimarannan käytöstä ensi kesänä, mikä tutkimuksen ajankohdan takia tarkoittaa vuoden 2024 kesäkautta.

2 Tutkimuksen viitekehys ja avainkäsitteet

2.1 Palvelumuotoilu

Palvelumuotoilu on Suomessa todella merkittävä ilmiö ja sitä on kokeiltu tai käytetty etenkin isojen yritysten ja julkisen sektorin keskuudessa toiminnan kehittämisessä. Palvelumuotoilu on Suomessa nähty keinona edistää kilpailukykyä kotimaisen kilpailun lisääntyessä. Se on myös keino, millä vastataan ihmisten nouseviin vaatimuksiin eri palveluilta ja taataan julkisen sektorin palveluiden laatu, saatavuus ja kustannustehokkuus. (Koivisto, Säynäjäkangas, Forsberg 2019, 31)

Palvelumuotoilussa visualisoidaan ja mallinetaan palvelun palveluekosysteemi. Siihen kuuluu palvelun eri toimijat, organisaatiot, ympäristöt ja kontaktipisteet. Sen tarkoituksena on yrittää tunnistaa arvoa tuottamattomat tekijät tai palvelusta puuttuvat elementit. (Tuulaniemi 2021, 98)

Tapa ymmärtää palvelumuotoilua on nähdä se uusien palveluiden innovoinnin mahdollistajana. Sillä pyritään varmistamaan positiivinen asiakas- ja asiointikokemus. Palvelumuotoilu on siis palveluliiketoiminnan kehittämisen väline, jolla voidaan innovoida täysin uusia palveluita

tai parantaa nykyisiä palveluja vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeisiin. (Koivisto, Säynäjäkangas, Forsberg 2019, 34)

Kun on ymmärretty asiakkaiden eri tarpeet ja odotukset, voidaan palvelua alkaa kehittämään palveluiden ja asiakkaiden tarpeiden mukaan (Tuulaniemi 2021, 98). Palvelumuotoilu on analyttistä ja luovaa. Se yhdistää asiakas ja käyttäjätarpeiden tutkimisen ja ratkaisuiden kehittämisen. (Koivisto, Säynäjäkangas, Forsberg 2019, 34)

Asiakasymmärrys on osa palvelumuotoilua, ja se tarkoittaa yrityksen tarvetta ymmärtää se todellisuus missä heidän asiakkaansa elävät. On tärkeää, että yritys ymmärtää asiakkaiden motiivit, heidän tarpeensa ja odotuksena sekä mihin arvoihin heidän valintansa perustuvat. Asiakasymmärrys on arvonmuodostuksen ymmärtämistä, eli mistä asioista arvo muodostuu asiakkaille palvelussa. Tällaisia asioita on esimerkiksi tarpeet, odotukset, tavat, tottumukset, arvot ja muiden mielipiteet. (Tuulaniemi 2021, 71)

Jos asiakasta ymmärretään tällä tasolla, yritykset voivat asiakasymmärrystä hyödyntämällä kehittää uusia palveluita tai suunnitella uusia palvelukokemuksia. On tärkeää, että palvelu nimenomaan kehitetään sitä käyttäville ihmisille. Jos palvelu on todellisten tarpeiden pohjalta rakennettu, pystytään epäonnistumisen riski minimoimaan. (Tuulaniemi 2021, 71)

Perinteisesti asiakkailta on pyydetty asiakaspalautetta palvelukokemuksen jälkeen. Ongelmana tässä on, jos palvelukokemus on asiakkaalle ollut huono, hän tuskin antaa parannusehdotuksia palvelusta. Lisäksi asiakaspalautteessa harvoin kysytään muuta kuin palvelulle arvonsanaa, jolloin asiakkaiden parannusehdotukset jäävät tietämättä. (Tuulaniemi 2021, 71)

Asiakkaiden arjesta ja toiminnasta nousee usein esiin heidän todelliset motiivinsa, siksi onkin tärkeää tutkia ihmisten toimintaa. Näitä tutkimalla ja havainnoimalla löydetään ne motiivit ja arvot, joista voidaan kehittää uusia palvelukonsepteja asiakkaille. (Tuulaniemi 2021, 73)

2.2 Asiakaskokemus

Asiakaskokemus tarkoittaa asiakkaan muodostamaa käsitystä yrityksestä. Tämä käsitys on asiakkaalle syntynyt eri kosketuspisteissä, asiakkaan uusien ja vanhojen mielikuvien ja yrityksen herättämien tunteiden perusteella. On hyvä muistaa, että asiakaskokemus syntyy asiakkaalle hyvin varhaisessa vaiheessa, mikä alkaa heti asiakkaan päätöksentekohetkestä. Päätökseen vaikuttaa omien kokemusten lisäksi esimerkiksi kaikki aikaisemmat keskustelut ja luetut jutut aiheesta. (Korkiakoski 2019, 18)

Asiakaskokemuksen kehittämisen yksi suurimmista ongelmista on sen ymmärtäminen väärin. On tärkeää miettiä, mitä asiakaskokemus tarkoittaa, etenkin omalle yritykselle. Asiakaskokemus ei ole pelkästään digitalisaation kehittämistä, markkinoinnin muutosta tai

palvelukokemusta vaan siihen kuuluu monia muitakin osa-alueita, minkä takia sen ymmärtäminen on erityisen tärkeää. (Korkiakoski 2019, 39)

Asiakaskokemuksen mittaustuloksia analysoimalla sekä asiakaspalautteen perusteella on mahdollista tunnistaa yrityksen parhaat ja huonoimmat asiakkaat (Korkiakoski 2019, 58). Asiakaskokemus kannattaa myös pyrkiä yksilöimään mahdollisimman pitkälle, tällöin mahdollisuudet rakentaa onnistunutta kilpailua paranevat. Tämän lisäksi kannattaa myös rakentaa asiakaspersoonia. Asiakaspersonat ovat kuvitteellisia asiakkaita, jotka on rakennettu edustamaan eri segmenttejä. Tällainen persoonakuvaus sisältää esimerkiksi iän, sukupuolen, mahdollisen perheen, kiinnostuksen kohteet, suhde yritykseen ja innostumiseen tai turhautumiseen vaikuttavat tekijät. (Korkiakoski 2019, 60)

Tämän jälkeen on päätettävä, millaisia asiakaskokemuksia eri asiakasryhmille halutaan tarjota, sillä yksilöllinen kokemus tarkoittaa kaikille eri asiaa. Yrityksen pitää tehdä valinta, mitä asiakasryhmää kohtelee erittäin hyvin, ja mille asiakasryhmälle on valmis tekemään kompromisseja ja sietämään heidän tyytymättömyyttensä. (Korkiakoski 2019, 60)

Keskeistä palveluissa on asiakkaan oma kokemus. Asiakaskokemusta voidaan suunnitella ja tarjota vain silloin, kun on ymmärrys siitä, miten ja milloin ihmiset kohtaavat yrityksen palvelut. Asiakaskokemus voidaan jakaa kolmeen eri osaan. Niistä ensimmäinen on toiminta, missä paneudutaan vastaamaan asiakkaan tarpeista. Se tarkoittaa myös esimerkiksi saavutettavuutta, käytettävyyttä ja monipuolisuutta. (Tuulaniemi 2021, 74)

Toinen taso asiakaskokemuksessa on tunne. Se tarkoittaa välittömiä tuntemuksia, jotka syntyvät asiakkaalle. Näitä ovat esimerkiksi miellyttävyys, helppous, kiinnostavuus, innostavuus sekä tyyli. (Tuulaniemi 2021, 74)

Merkityksen taso on asiakaskokemuksen viimeinen taso. Se tarkoittaa kokemukseen liittyviä mielikuvia, kokemuksen henkilökohtaisuutta ja suhdetta asiakkaan omaan identiteettiin. (Tuulaniemi 2021, 74)

3 Tutkimusmenetelmät

3.1 Aineistonkeruumenetelmät

Kyselylomake toteutettiin Google Forms työkalulla. Lomakkeessa on 17 kysymystä, joista 2 on avoimia. Kyselylomake testattiin ennen sen julkaisua viidellä eri henkilöllä sen toimivuuden takaamiseksi. Kyselyn linkki julkaistiin Facebookissa, missä Vuosaaren asukkaat pystyivät halutessaan siihen helposti vastaamaan. Vastaukset tallentuivat automaattisesti Google Forms työkaluun, mistä lomakkeen vastaukset pystyi helposti lataamaan CSV tiedostona.

Lomakkeen vastaukset muokattiin ensin Excel ohjelmalla, mistä ne siirrettiin analysoitavaksi Spss ohjelmaan. Tällä ohjelmalla tuloksia ristiinvertailtiin ja sen jälkeen tuloksista tehtiin kaavioita Excelillä.

3.2 Kyselylomake

Kyselylomake on jaettu neljään osaan: esitietoja vastaajasta, uimarannan nykyinen käyttö, uimarannan palvelut ja kehitysehdotukset sekä avoimet vastaukset. Ensimmäisessä osassa kysyttiin vastaajien sukupuolta, ikäryhmää, asuuko kotitaloudessa lapsia sekä monta henkilöä kotitalouteen kuuluu.

Toisessa osassa kysyttiin kodin sijaintia, mihin vuodenaikaan vastaaja käyttää uimarantaa, uimarannan käyttökerrat sesonkiaikana ja aikooko vastaaja käyttää uimarantaa tulevana kautena. Lisäksi kysyttiin kenen kanssa vastaaja käyttää uimarantaa sekä mihin tarkoitukseen vastaaja tulee rannalle.

Kolmannessa osassa vastaajalta tiedusteltiin mitä palveluita hän kaipaisi rannalle. Lisäksi kysyttiin vastaajaan tyytyväisyyttä rannan nykyisiin palveluihin, kunnossapitoon sekä tiedon saantiin rannasta väittämäkysymyksin.

Avoimissa kysymyksissä kysyttiin vielä mitä rannalla pitäisi vielä kehittää, sekä toisessa avoimessa mitä muuta vastaaja haluaisi kertoa uimarannasta, sen käytöstä, palveluista tai kehittämistä.

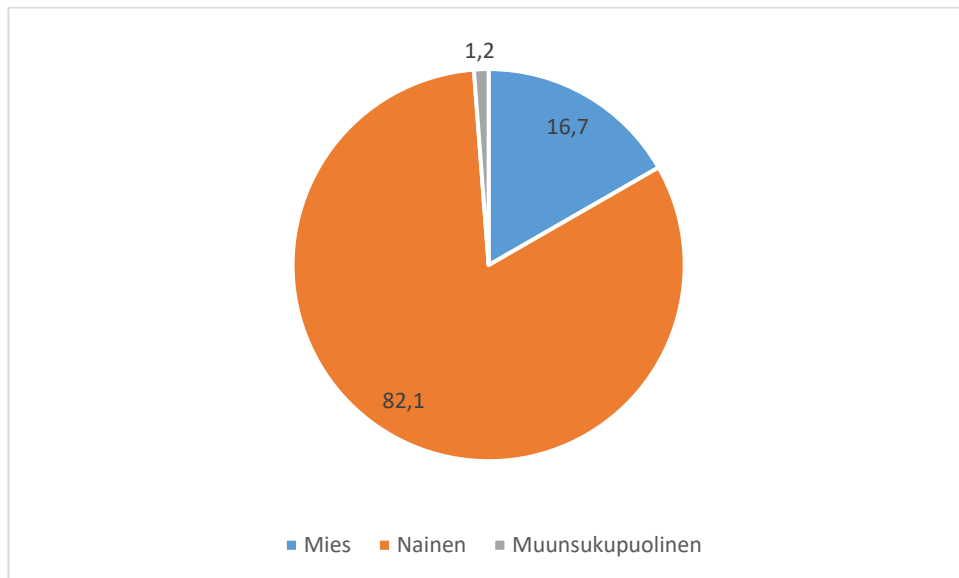
3.3 Aineiston keruu

Tutkimuksen aineisto kerättiin Facebookissa Aurinkolahti sekä Vuosaari ryhmässä. Facebookin Vuosaari -ryhmässä oli kyselyn ollessa auki yli 25,000 jäsentä. Vastaavasti Aurinkolahti -ryhmässä oli noin 4500 jäsentä. Kysely julkaistiin ryhmissä, missä se oli avoinna kaikille ryhmän jäsenille kahden viikon ajan. Kyselyyn vastasi 162 ihmistä. Lähes kaikki vastaukset tehtiin kahden ensimmäisen vuorokauden aikana, eikä kyselyn uudelleenjulkaiseminen ryhmissä tuonut lisävastauksia.

4 Tutkimus ja tutkimustulokset

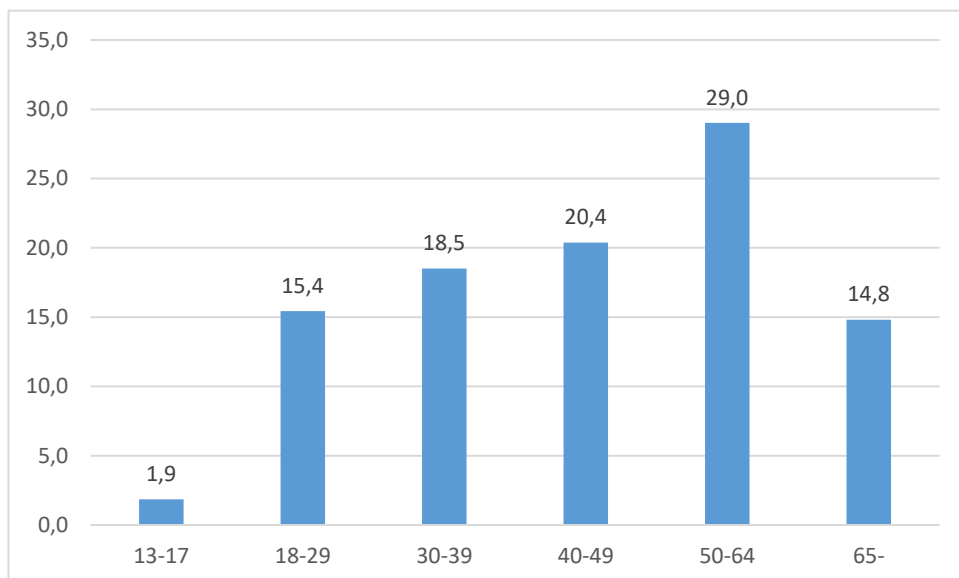
4.1 Esitietoja vastaajista

Ensimmäisen osion tarkoituksena oli kartoittaa esitietoja vastaajista, jotta tuloksia voi vertailla ristiin ja saada tietoa eri ihmisryhmien käytöksestä, tarpeista sekä toiveista Aurinkorannan uimarantaa kohtaan. Sukupuolijakauma oli tutkimuksessa liian suuri (lähes kaikki vastaajista oli naisia), joten tuloksia vertaillaan erityisesti ikäryhmittäin sekä lapsiperheittäin.



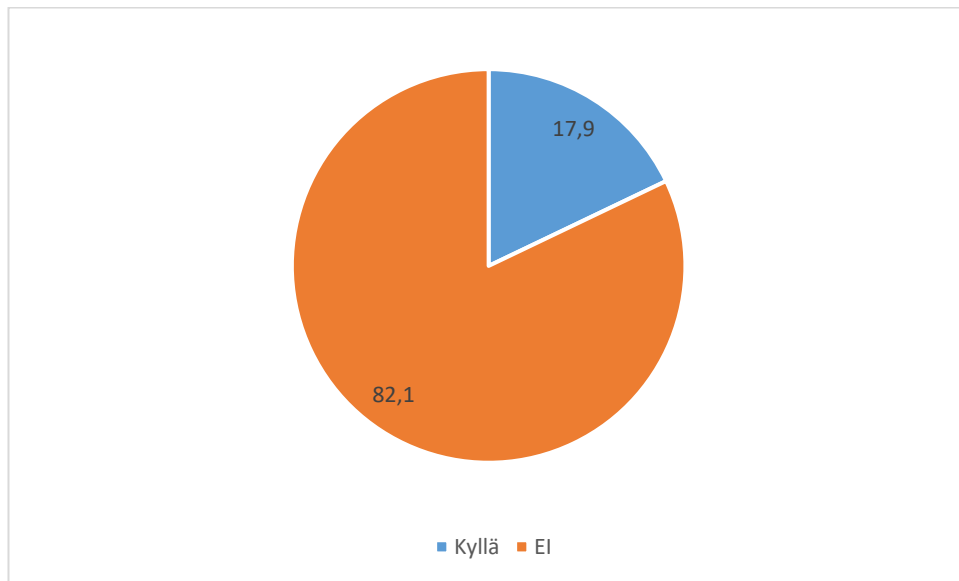
Kuvio 1. Sukupuolijakauma

Kuviossa 1 näkyy, että kyselyyn vastanneista suurin osa oli naisia (82%). Miesten osuus vastaajista jäi hyvin pieneksi. Muunsukupuolisia vastaajia oli 3.

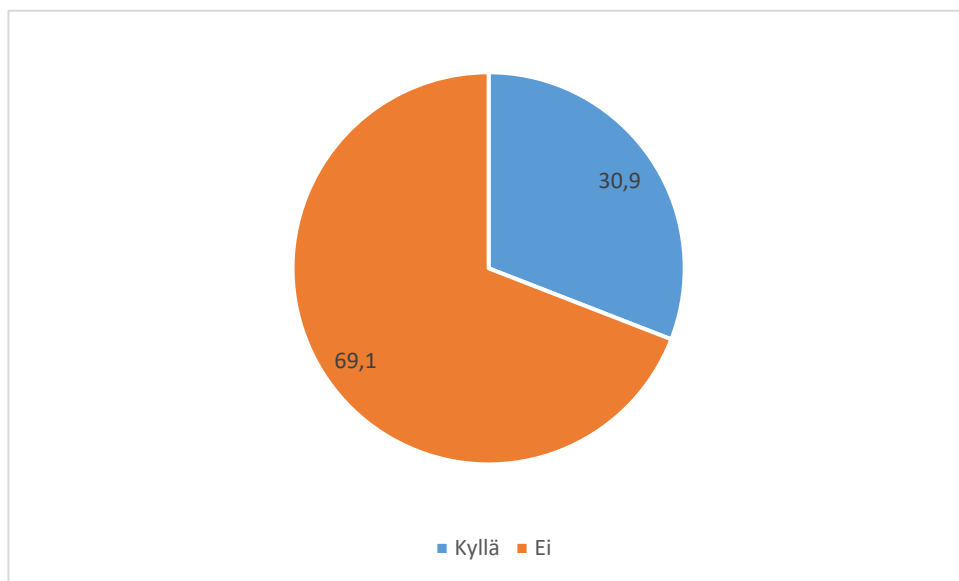


Kuvio 2. Ikäjakauma

Kuvio 2 kertoo vastaajien ikäjakauman, mikä tutkimuksessa oli melko tasainen. Kaikkein vähiten vastaajista oli alaikäisiä (kolme). Suurin ryhmä oli 50-64 vuotiaat. Myös eläkeikäisiä vastaajia oli löytynyt hyvin, lähes 15% koko kyselyssä.

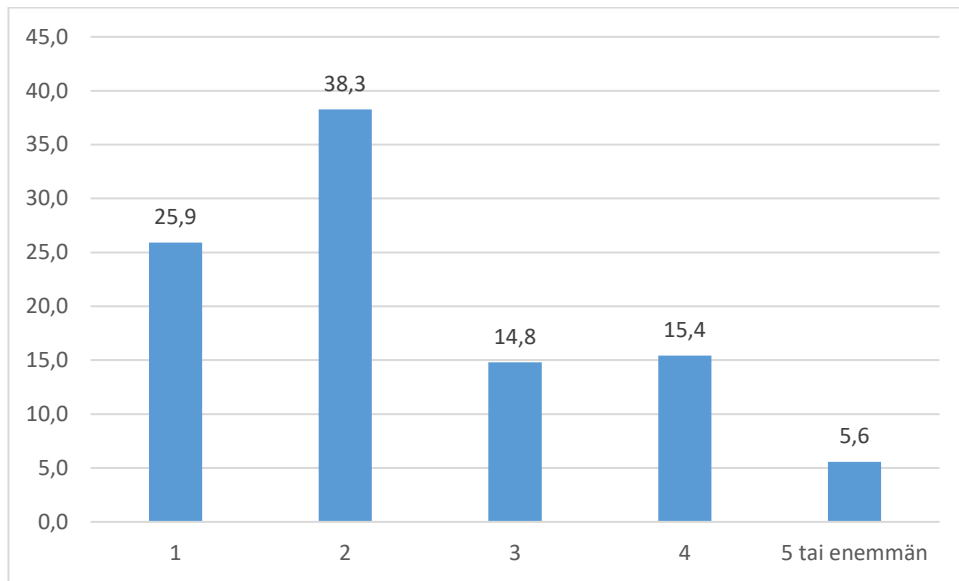


Kuvio 3. Alle kouluikäisiä lapsia



Kuvio 4. Yli 7-vuotiaita lapsia

Vain 18 % vastaajista oli kotitaloudessa alle kouluikäisiä lapsia (Kuvio 3). Sen sijaan 31 prosentilla vastaajien kotitalouteen kuuluu yli 7-vuotiaita lapsia (Kuvio 4). Lapsiperheiden osuus koko tutkimuksesta oli 35 prosenttia.

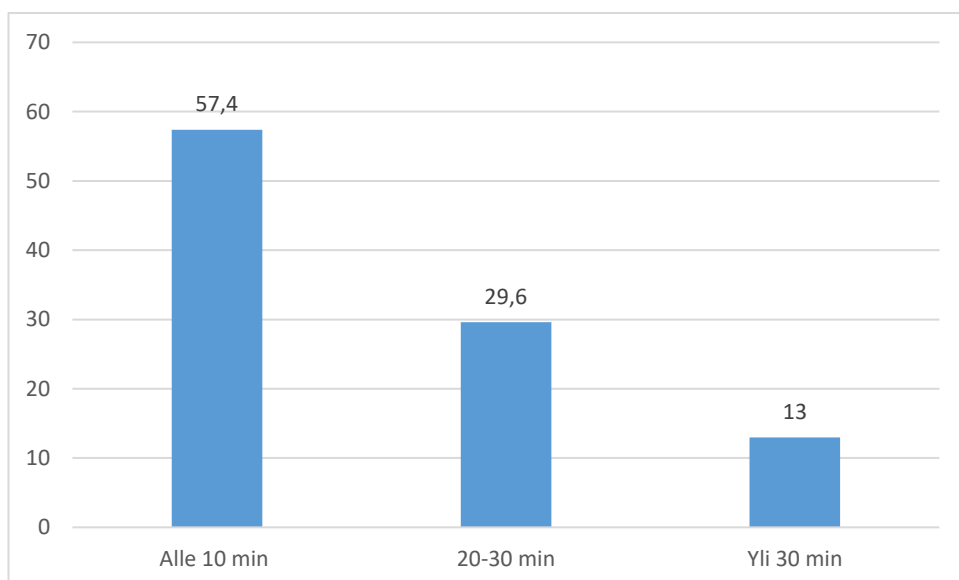


Kuvio 5. Henkilömäärä kotitaloudessa

Viimeinen kysymys ensimmäisessä osiossa koski kotitaloudessa olevien henkilöiden määrää. Kuviossa 5 näkyy, että neljännes vastaajista oli sinkkuja. Vain noin viidellä prosentilla kotitalouteen kuului 5 henkilöä tai enemmän.

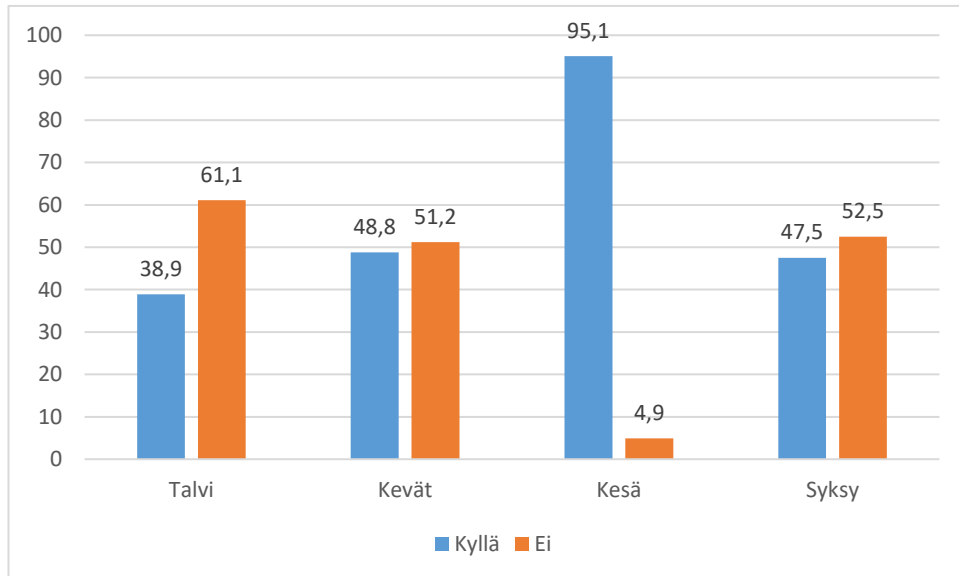
4.2 Uimarannan nykyinen käyttö

Lomakkeen toisessa osiossa kysyttiin miten vastaajat käyttävät rantaa sekä miten lähellä uimarantaa heidän kotinsa sijaitsee.



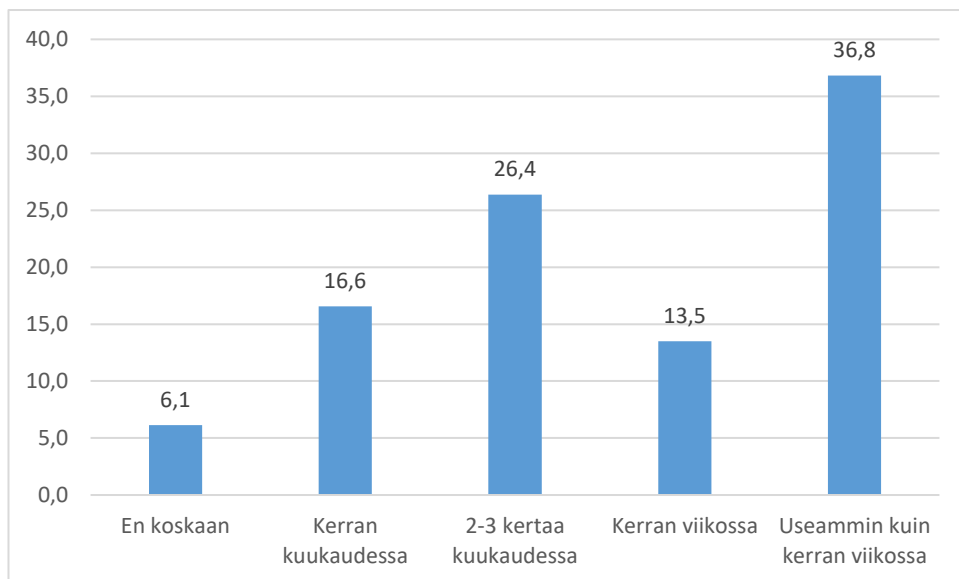
Kuvio 6. Kodin etäisyys uimarannasta

Kuviossa 6 näkyy miten lähellä uimarantaa vastaajat asuvat kävelen mitattuna. Vastauksista näkyy, että suurin osa asuu ihan rannan lähellä. Vain 13 prosenttia asuu yli 30min kävelymatkan päässä.



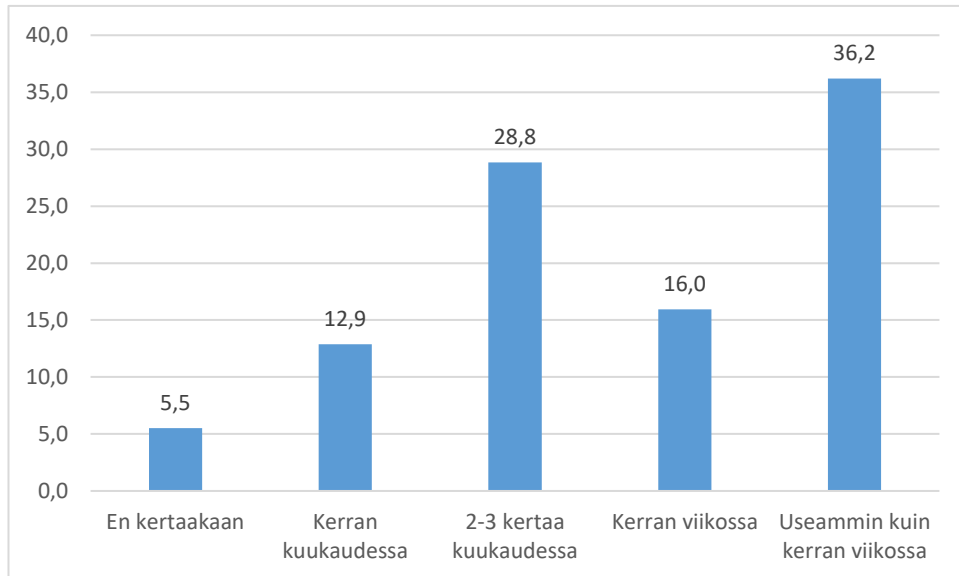
Kuvio 7. Uimarannan käyttö eri vuodenaikoina

Seuraavaksi kysyttiin uimarannan käyttöä eri vuodenaikoina. Kuvio 7 kertoo, että lähes kaikki vastaajat käyvät rannalla kesäisin, vain alle 5 prosenttia vastaajista ei käytä rantaa tai sen palveluita kesällä. Keväällä ja syksyllä rannalla käy enää alle 50 prosenttia vastaajista. Talvella enää alle 40 prosenttia vastaajista sanoo käyttävänsä rantaa.



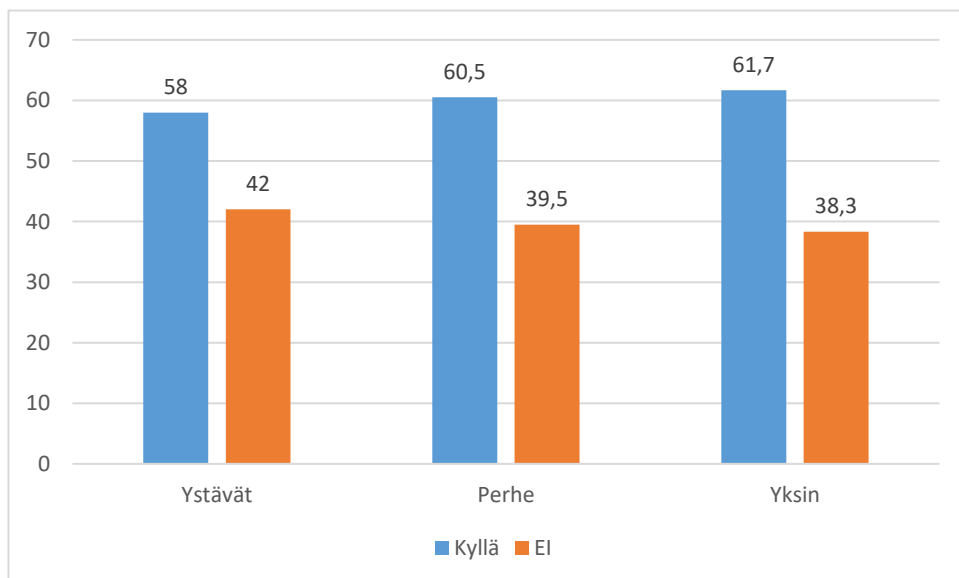
Kuvio 8. Kuinka usein käyt rannalla sesonkiaikana

Tämä kuvio 8 kertoo uimarannan käyntikertoja sesonkiaikana eli kesällä. 6 prosenttia vastaa- jista kertoo, ettei käytä rantaa tällöin ollenkaan. 37 prosenttia taas käy rannalla useammin kuin kerran viikossa.



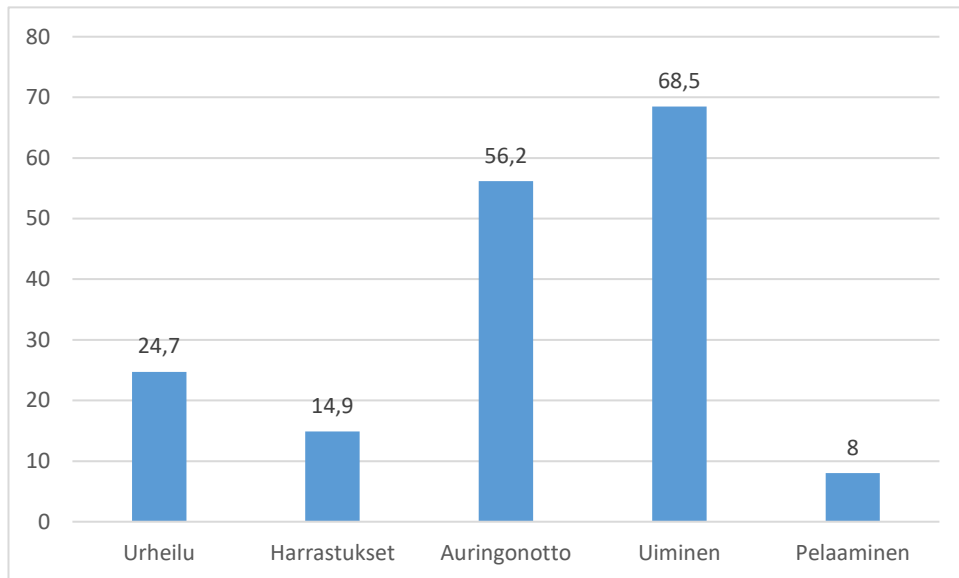
Kuvio 9. Kuinka usein käyt rannalla tulevana kautena

Seuraavassa kysymyksessä tiedustellaan miten vastaajat aikovat käyttää rantaa tulevana sesonkikautena (kuvio 9). Vastukset korreloivat aikaisemman sesonkiaikakysymyksen kanssa, eikä näissä ole havaittavissa suurta muutosta.



Kuvio 10. Kenen kanssa käyt rannalla

Tässä kysymyksessä oli neljä vaihtoehtoa: ystävät, perhe, yksin tai muu vaihtoehto (kuvio10). Muu vaihtoehto kohdassa ei noussut esiin edellisten vaihtoehtojen lisäksi muita vaihtoehtoja. Suurin osa vastaajista käyttää rantaa yksin, mutta sekä ystävien että perheen kanssa käyminen on lähes yhtä suosittuja.



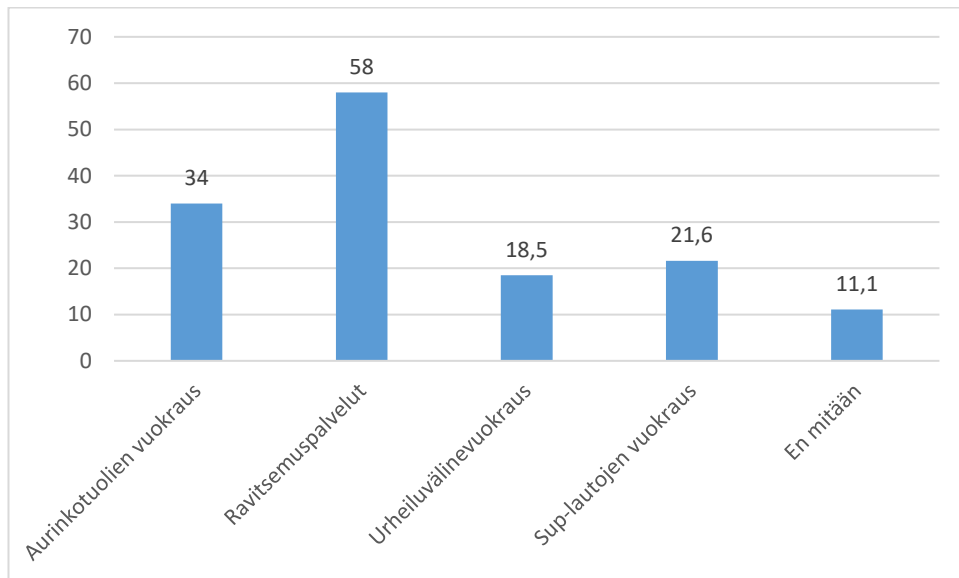
Kuvio 11. Mihin aktiviteetteihin käytät rantaa

Osion viimeisessä kohdassa kysyttiin mihin vastaajat käyttävät uimarantaa (kuvio 11). Vastausvaihtoehtoja oli valmiiksi urheilu, harrastukset, auringonotto, uiminen, pelaaminen sekä muu vaihtoehto. Muu vaihtoehto kohdassa ei toistunut muita asioita.

Lähes kukaan vastaajista ei käytä rantaa pelaamiseen. Uiminen ja auringonotto olivat suosituimpia tapoja rannan käyttöön.

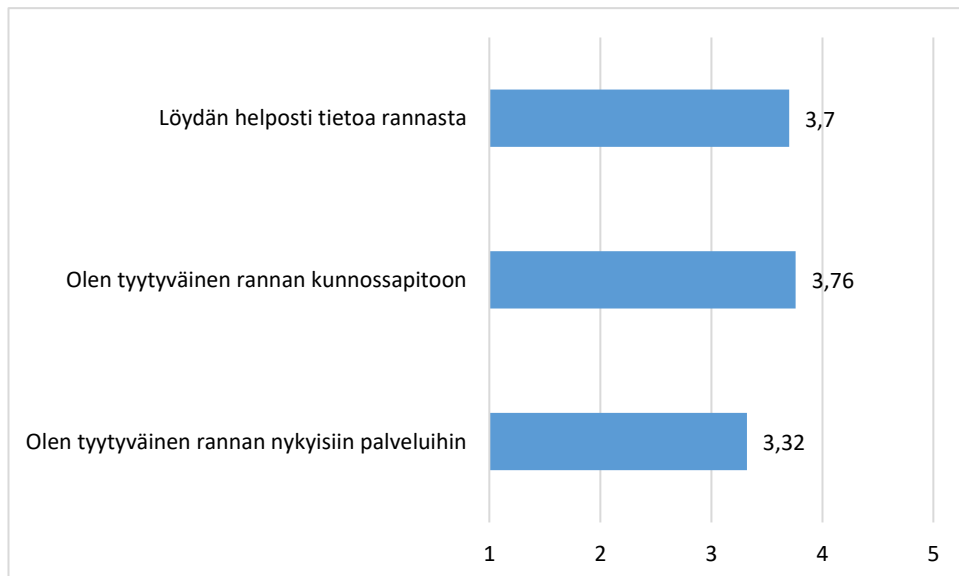
4.3 Uimarannan palvelut ja kehitysehdotukset

Kolmannessa osiossa vastaajilta kysytään uimarannan palveluista ja kehitysehdoista, sekä tyytyväisyydestä rannan palveluihin (kuvio 12).



Kuvio 12. Mitä palveluita kaipaavat rannalle

Kuvio 12 kertoo, että ravitsemispalveluita ja aurinkotuolien vuokrausta toivottiin rannalle eniten. Vain noin 10 prosenttia vastaajista ei toivonut rannalle mitään muutosta. Kysymyksen muu vaihtoehdossa ei noussut esiin muita asioita.



Kuvio 13. Tyytyväisyys väittämäkysymyksiin

Tämä kuvio 13 kertoo osion kolmen viimeisen väittämäkysymyksen tuloksen. Kysymyksessä vastaajan piti valita viidestä ei vaihtoehdosta. Vastausvaihtoehdot väittämiin ovat: 1. Täysin eri mieltä, 2. Eri mieltä, 3. En samaa enkä eri mieltä, 4. Samaa mieltä, 5. Täysin samaa mieltä.

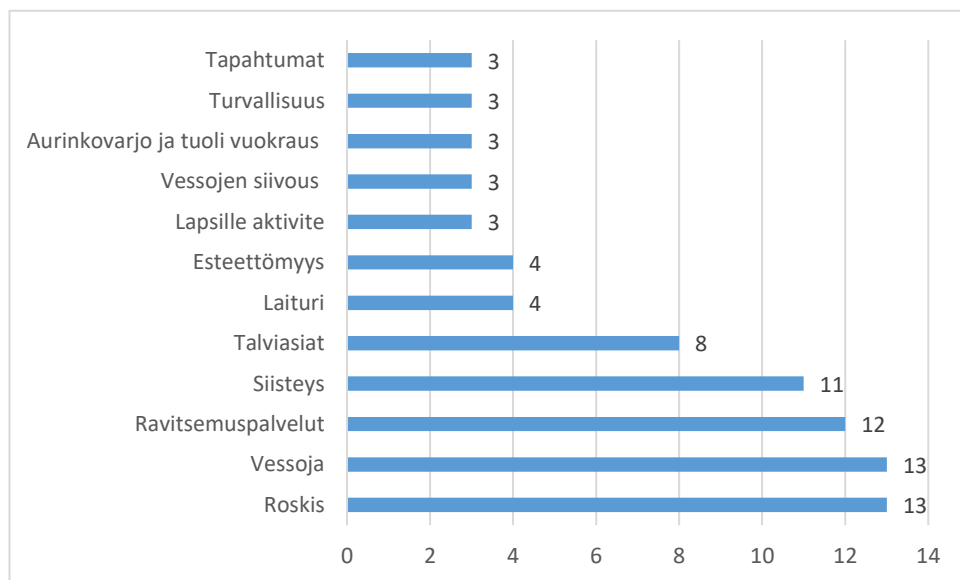
Kaikki vastaukset osuvat keskiarvoltaan kategoriaan en samaa enkä eri mieltä. Rannan kunnossapito sai parhaimmat pisteet. Rannan nykyisissä palveluissa oli vastaajien mielestä eniten parannettavaa.

4.4 Avoimet vastaukset

Avoimia vastauksia oli yhteensä 136. Niistä nousi pääsääntöisesti samat asiat esiin, mitkä näkyvät aikaisemmissa vastauksissa. Yksittäiset vastaukset on jätetty tässä kohtaa pois ja olen nostanut esille vain useasti toistuvat teemat.

4.4.1 Mitä rannalla pitäisi kehittää

Rannan kehittämiskysymys keräsi yhteensä 90 vastausta.



Kuvio 14. Avoimet vastaukset 1

Roskikset ja vessat nousivat avoimissa vastauksissa esiin eniten. Roskiksia toivottiin alueelle enemmän. Asukkaat kokivat, ettei roskiksia myös ole alueella tasaisesti. Myös niiden tyhjentämistä moitittiin, vastaajat kokivat, ettei niitä tyhjennetä tarpeeksi usein. Sama toistui myös vessoissa. Vessoja koettiin olevan alueella liian vähän ja niiden siisteyttä myös jonkin verran moitittiin.

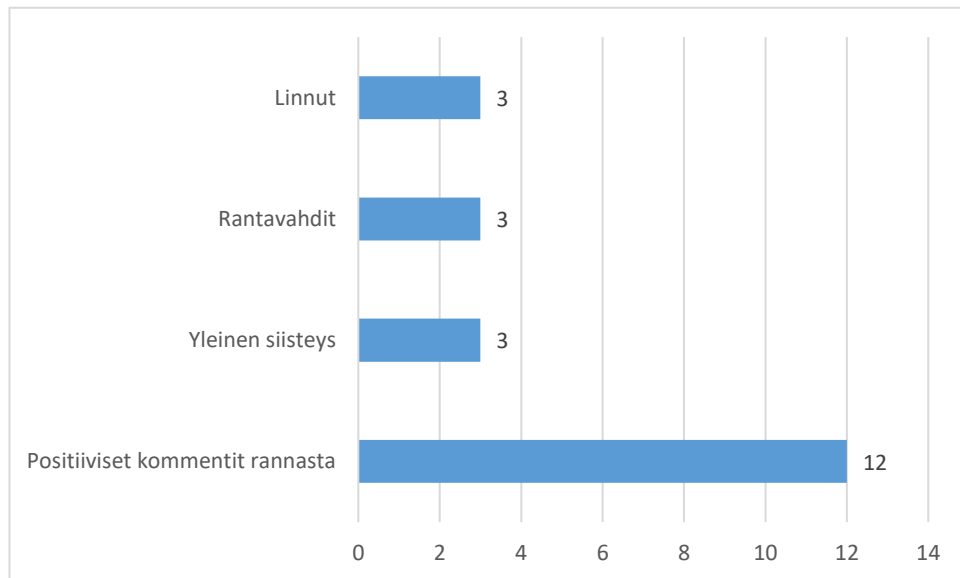
Ravitsemispalvelut olivat isossa osassa kyselyä jo aikaisemmin, mutta ne nousivat avoimissa vastauksissa esiin uudelleen. Alueelle toivottiin lisää muun muassa kahviloita, ravintoloita ja erilaisia ruokakojuja. Tämä aihe nosti tosin myös ristiriitaisia kommentteja, osa vastaajista toivoi, ettei alueelle tulisi ruokarekkoja tai muuten lisää ravitsemispalveluita rannan

siisteyden takia sekä rannan pitämisen nykyisellään. Suurin osa vastaajista kuitenkin toivoi, että näitä palveluita olisi rannalla nimenomaan lisää.

Rannan siisteys oli myös yksi teemoista, mikä nousi esiin. Ranta koettiin sotkuisena etenkin sesonkiaikana ja viikonloppuisin. Rannan ahkerampaa siivoamista toivottiin roskiksien ohella. Viimeinen isompi teema oli talveen liittyvät asiat. Talvella toivottiin rannalle talviuintilaituria sekä talviuintipaikkaa.

4.4.2 Uimaranta, sen käyttö sekä kehittäminen

Lomakkeen viimeisessä kysymyksessä tiedusteltiin, mitä muuta vastaajat haluaisivat kertoa uimarannasta, sen käytöstä tai sen kehittämisestä. Myös tämä kysymys oli avoin.

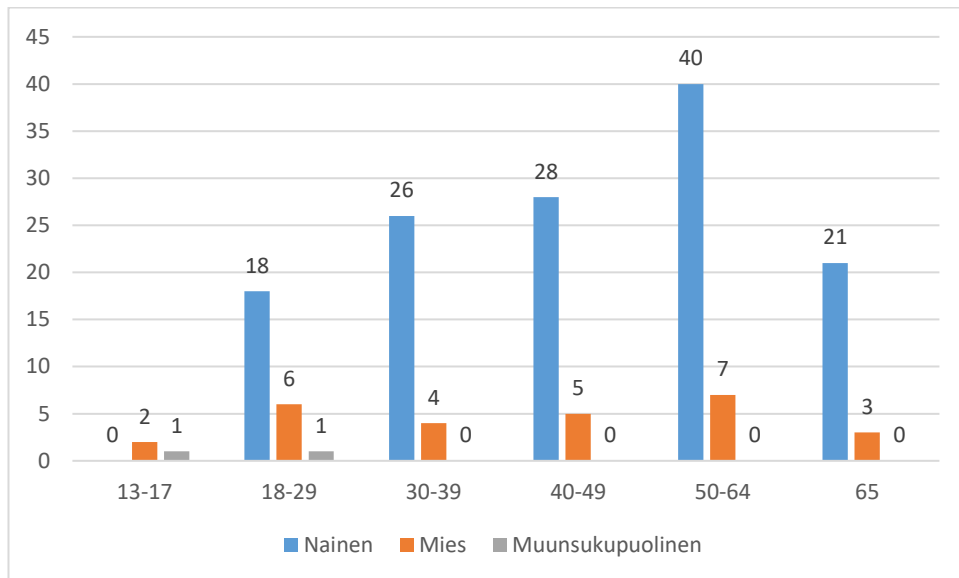


Kuvio 15. Avoimet vastaukset 2

Viimeisessä kysymyksessä positiiviset kommentit rannasta nousi esiin. Ihmiset olivat myös tyytyväisiä nykyrantaan ja sen palveluihin. Rantavahteja toivottiin rannalle molempiin päihin rannan koon takia. Rannan siisteys nousi uudestaan esiin, samoin linnut, joiden ruokintaan halettiin puuttua sekä niiden pääsyn estämistä rannalle.

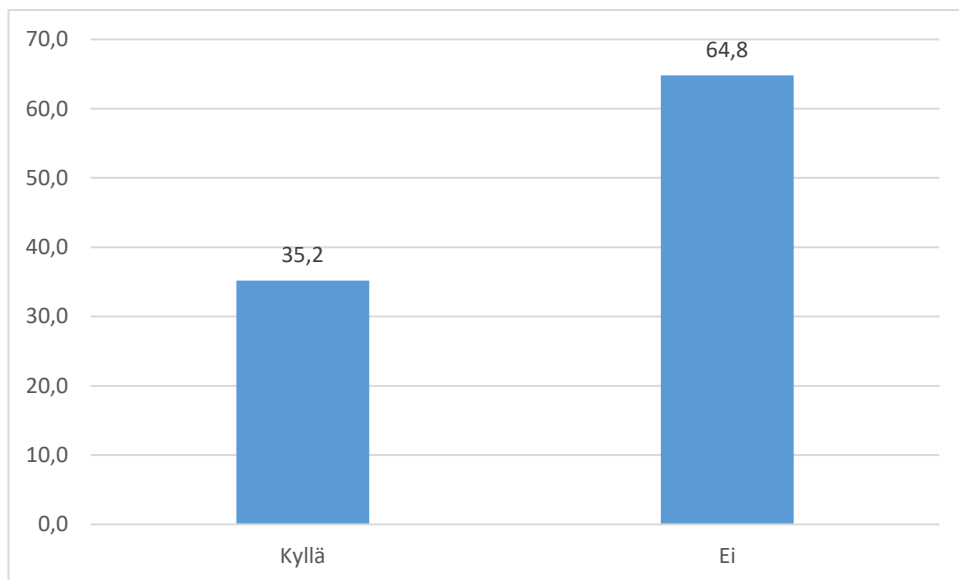
4.5 Ristiintaulukoinnit

Tässä kohtaa tarkastelemme tuloksien ristiintaulukointeja. Ristiintaulukoinnit ovat pääasiassa ikäryhmittäin ja lapsiperheittäin. Sukupuolijakauma oli liian suuri, jotta olisi ollut kannattavaa tarkastella näitä myös sukupuolien mukaan.

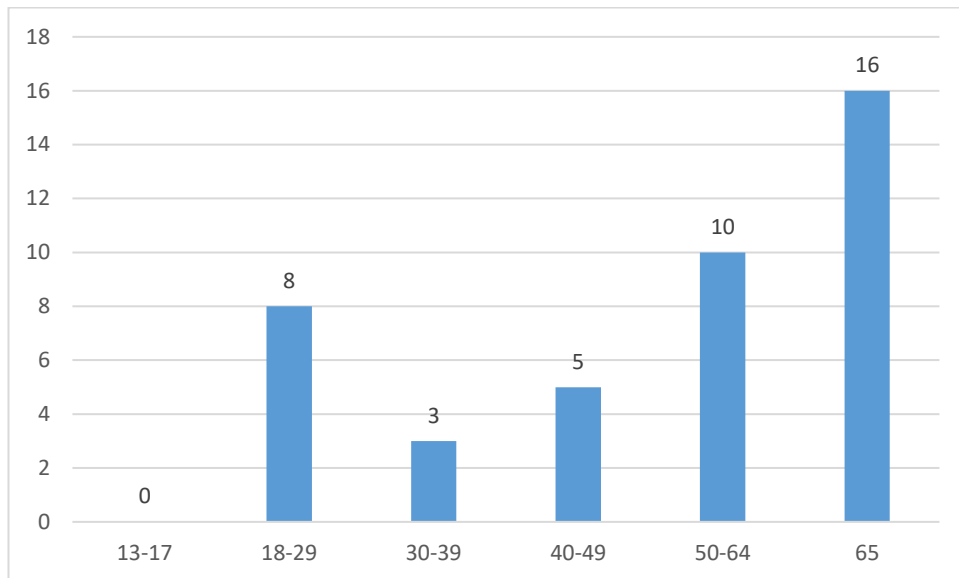


Kuvio 16. Sukupuoli ikäjakaumittain

Kuviossa 16 näemme sukupuolijakaumat ikäryhmittäin. Kyselyn 162 vastaajasta vain 27 oli miehiä ja muunsukupuolisia kaikkiaan kolme. Eniten vastaajia sekä miehissä että naisissa oli 50-64 vuoden ikäluokassa. Miehiä sen sijaan oli toiseksi eniten 18-29 vuotiaissa, kun taas naisissa tämä oli toiseksi pienin ryhmä. Miesten vastausmäärät ovat tosin verrattain tasaisia heidän pieneen otantaan takia.

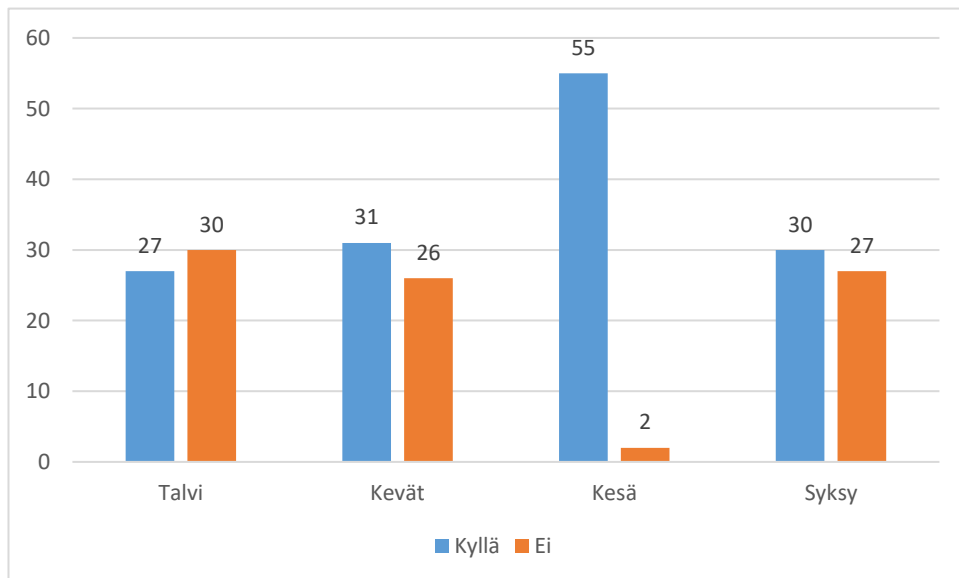


Kuvio 17. Onko kotitaloudessa lapsia



Kuvio 18. Lapsiperheiden määrä ikäjakaumittain

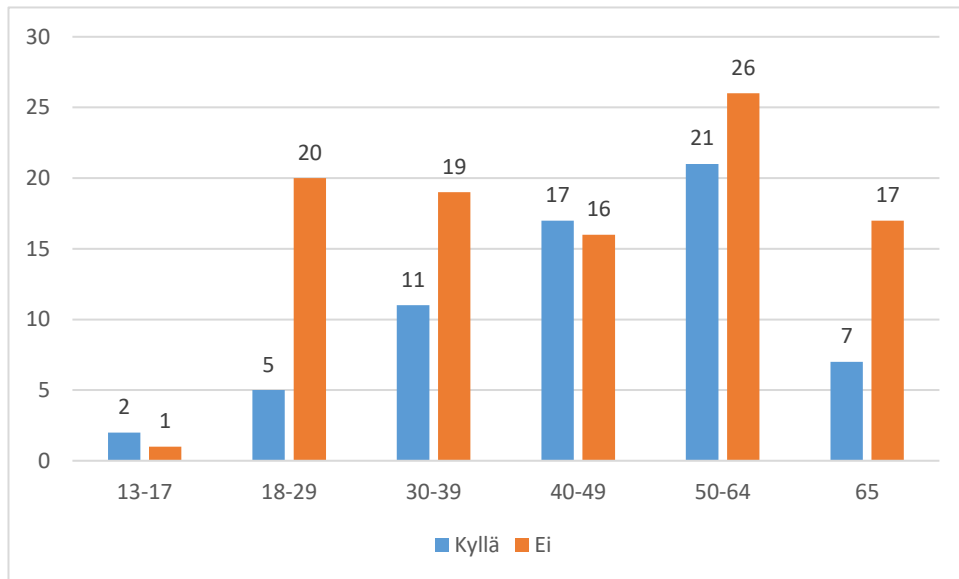
Kuviossa 17 näkyy lapsiperheellisten määrä vastanneista. Lapsiperheellisiä vastaajia oli yhteensä 57. Kuviossa 18 taas näkyy yksinasuvien vastaajien ikäjakauma. Eniten yksinasuvia oli yli 65 vuoden ikäryhmässä. Alaikäisten jälkeen vähiten yksinasuvia oli 30-39 vuoden ikäryhmässä. Yksinasuvia oli yhteensä 42.



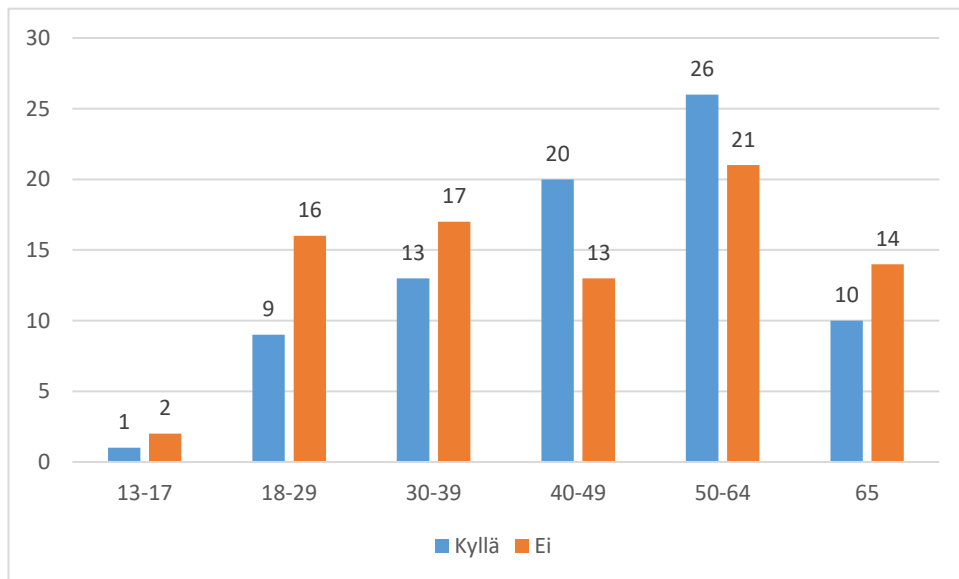
Kuvio 19. Mihin vuodenaikaan lapsiperheet käyvät rannalla

Kuviossa 19 näemme, mihin vuodenaikaan lapsiperheet käyttävät uimarantaa ja sen palveluita. 162 vastaajasta 57 oli kotitaloudessa lapsia. Ylivoimaisesti eniten lapsiperheet käyttävät rantaa kesäisin. Uimarannan käyttö talvella, keväällä ja syksyllä on keskenään hyvin

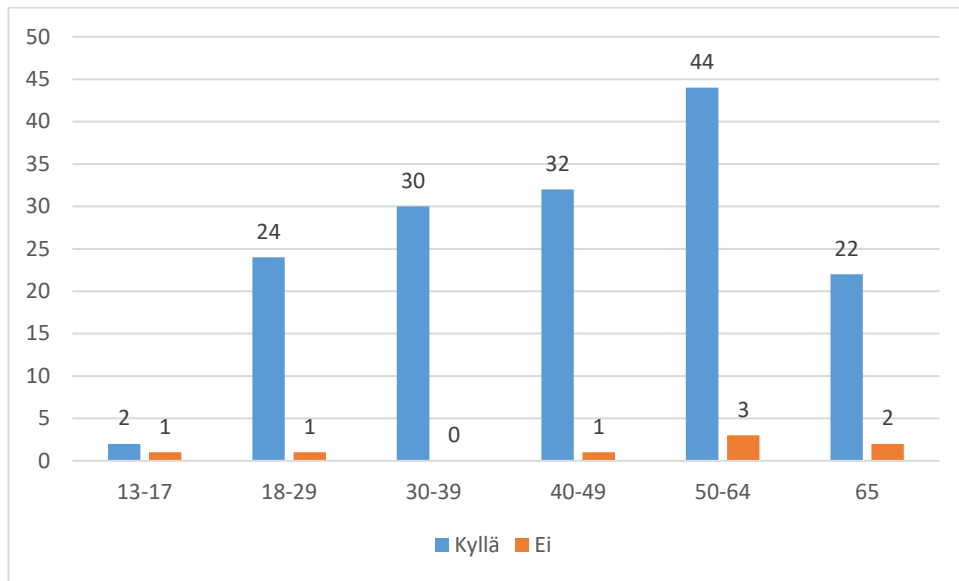
tasaista, mutta huomattavasti kesäaikaa vähemmän. Vain 2 lapsiperhettä vastaa, ettei käytä rantaa kesäisin ollenkaan.



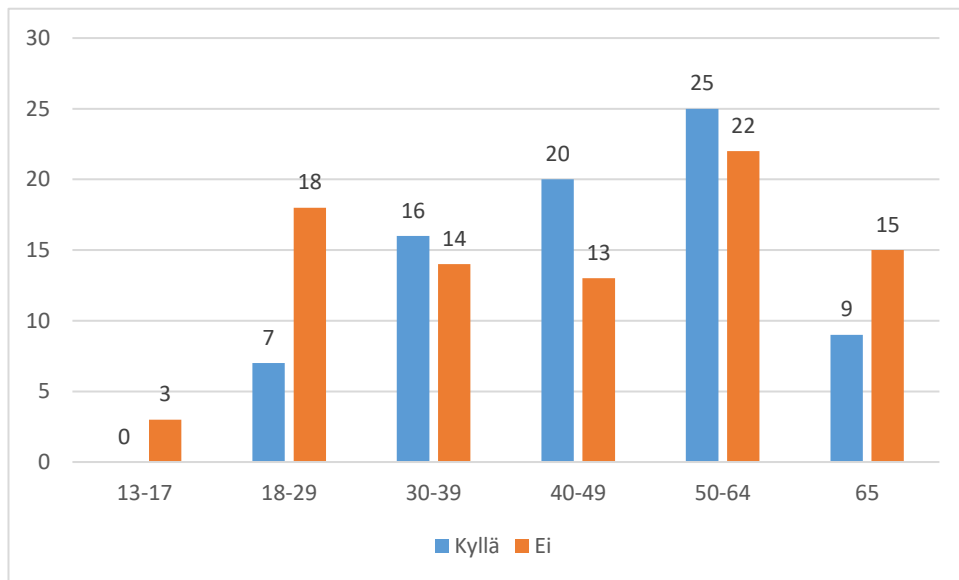
Kuvio 20. Rannan käyttö talvella ikäryhmittäin



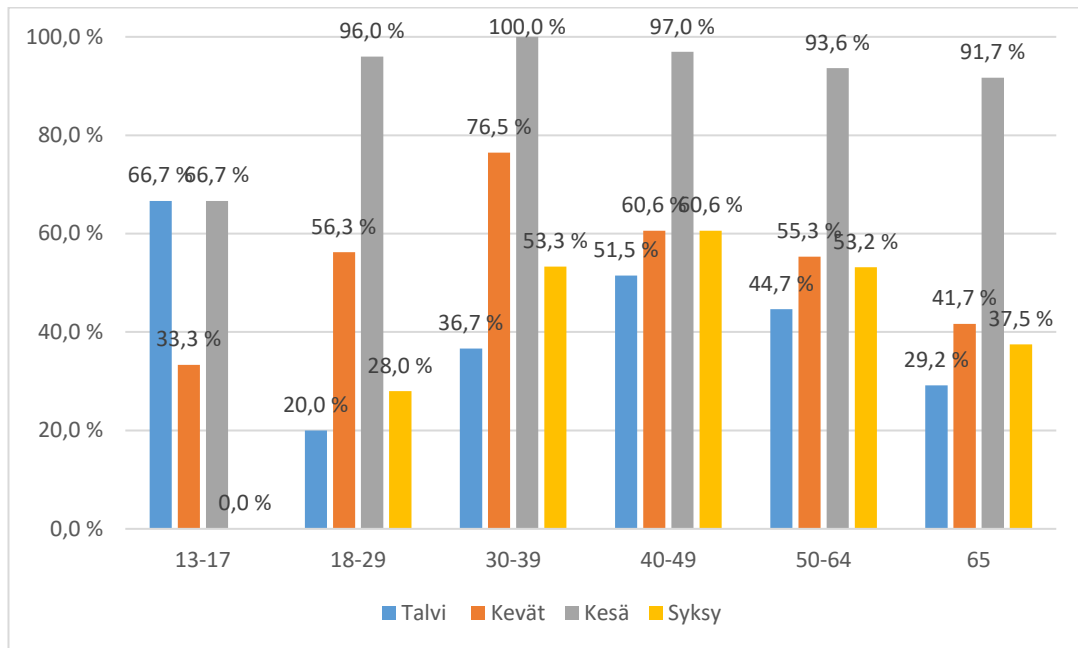
Kuvio 21. Rannan käyttö keväällä ikäryhmittäin



Kuvio 22. Rannan käyttö kesällä ikäryhmittäin

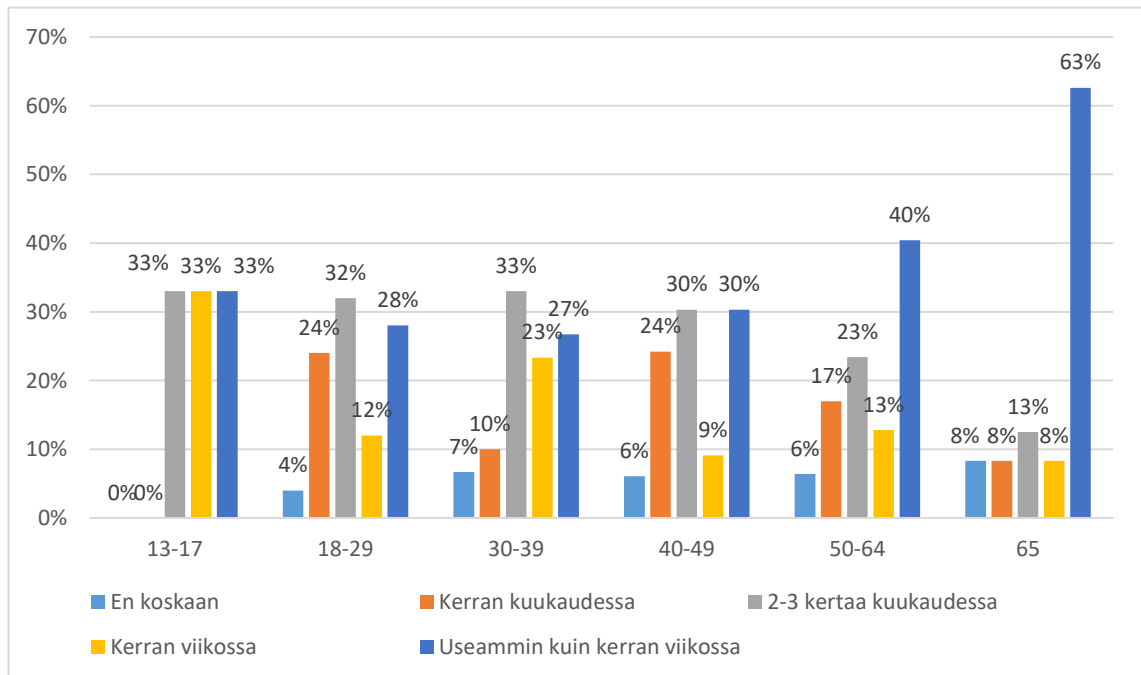


Kuvio 23. Rannan käyttö syksyllä ikäryhmittäin

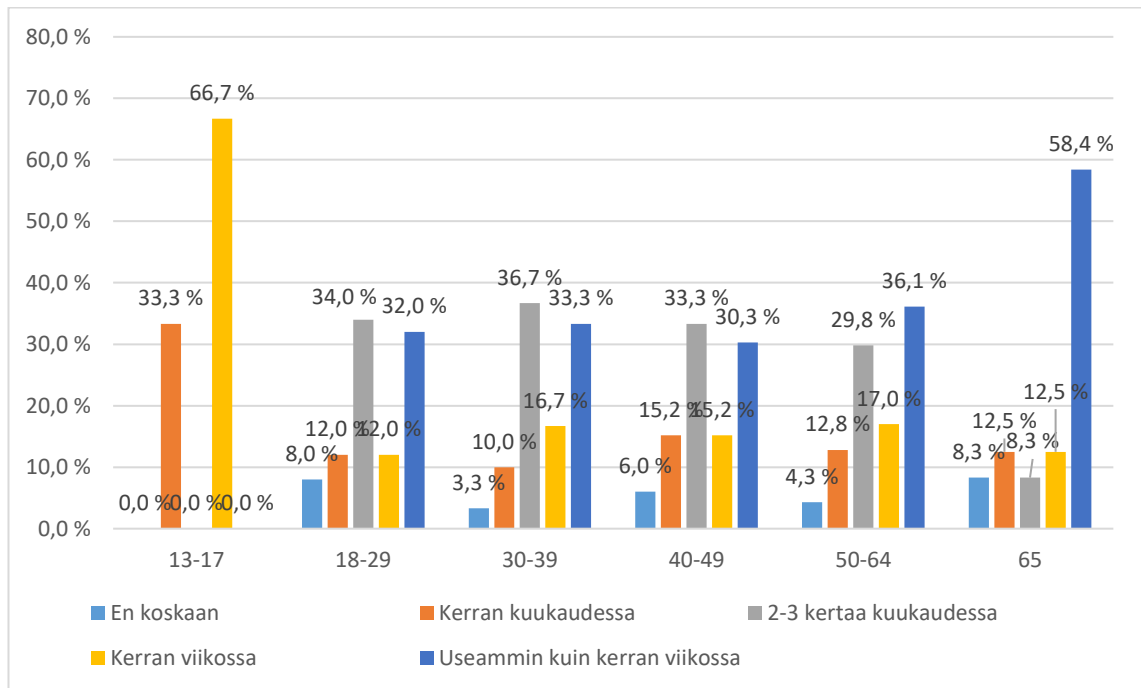


Kuvio 24. Rannan käyttö koko vuotena ikäryhmittäin

Kuvioissa 20-23 nähdään uimarannan käyttöä eri vuodenaikoina ikäryhmittäin. Uimarannan käytössä eri vuodenaikoina ei ole huomattavaa eroa eri ikäryhmissä. Tulokset vastaavat koko kyselyn jakaumaa. Kuviossa 24 Uimarannan käyttöaste näkyy ikäryhmittäin prosentteina koko vuoden ajalta.



Kuvio 25. Uimarannan käyttö sesonkiaikana ikäryhmittäin

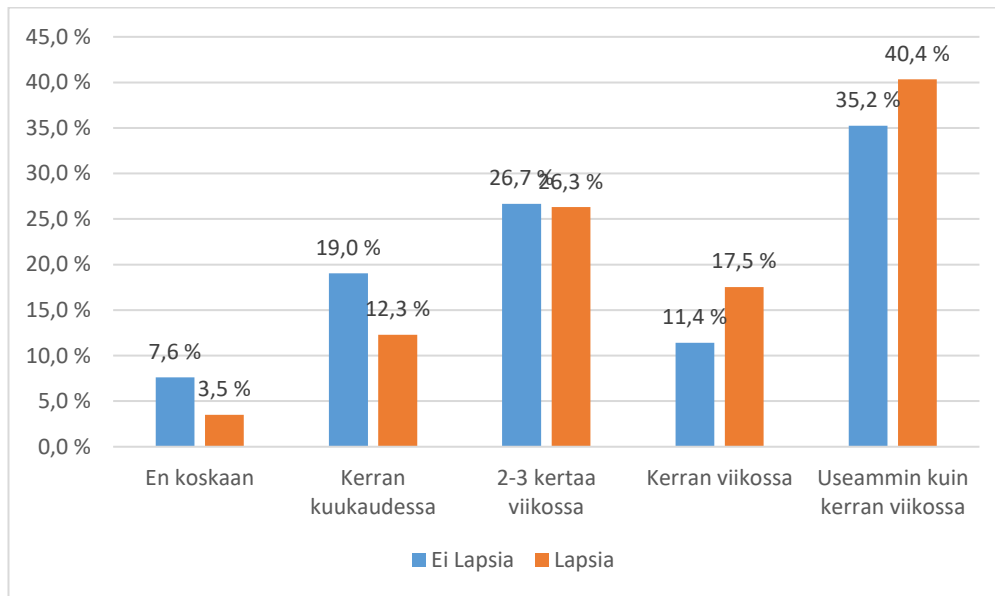


Kuvio 26. Uimarannan käyttö tulevana kautena ikäryhmittäin

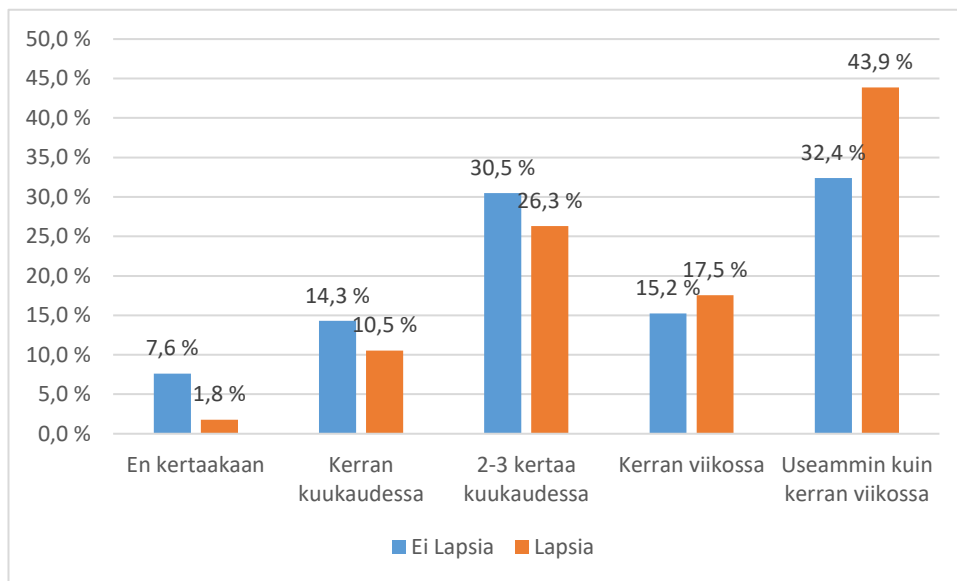
Kuvioissa 25 ja 26 nähdään uimarannan käyttö ikäryhmittäin sesonkiaikana ja ennustus tulevan kauden käytöstä. Yli 65-vuotiaiden ryhmässä 63 prosenttia käyttää uimarantaa sesonkiaikana useammin kuin kerran viikossa ja 58 prosenttia aikoo jatkaa sen käyttöä myös tulevana kautena useammin kuin kerran viikossa. Muissa ikäryhmissä 30-40 prosenttia käyttää rantaa useammin kuin kerran viikossa ja ennustus tulevan kauden käytöstä osuu samaan haarukkaan.

Kaikissa ikäryhmissä alle 10 prosenttia vastaajista ei käy uimarannalla tai käytä sen palveluita kertaakaan sesonkiaikana. Tulevan kauden käytön ennustuksessa ei ole sesonkiaikaan verrattuna suurta vaihtelua.

Sesonkiaikana suurin ero käyttökertoissa on yli 65-vuotiaissa. Muissa ikäryhmissä jakauma on huomattavasti tasaisempi.

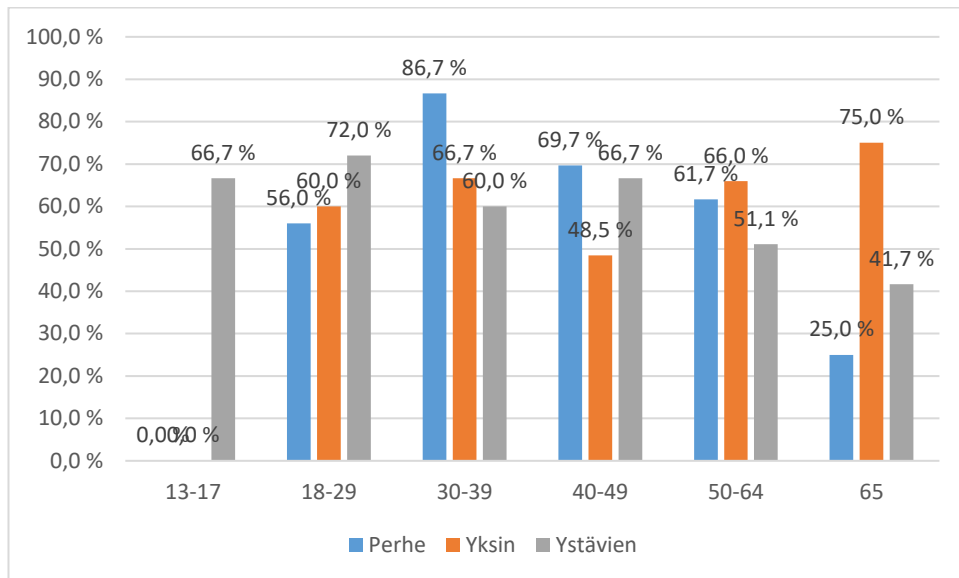


Kuvio 27. Uimarannan käyttö sesonkiaikana lapsiperheittäin



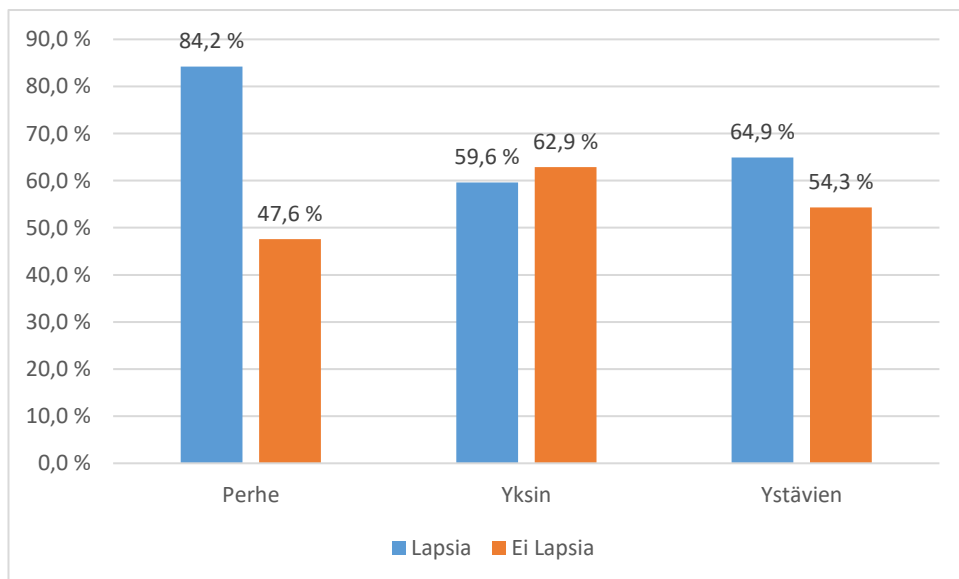
Kuvio 28. Uimarannan käyttö tulevana kautena lapsiperheittäin

Kuvioissa 27 ja 28 nähdään, miten lapsiperheet käyvät rannalla sesonkiaikana ja tulevana kautena. Kummatkin kuviot ovat hyvin samanlaisia. Lapsiperheet käyvät rannalla useammin kuin ei lapsiperheet. Ei lapsiperheet vastasivat käyvänsä kerran kuukaudessa tai en kertaakaan useammin kuin lapsiperheet. Lapsiperheet puolestaan käyttävät rantaa useammin kerran viikossa ja useammin kuin kerran viikossa.



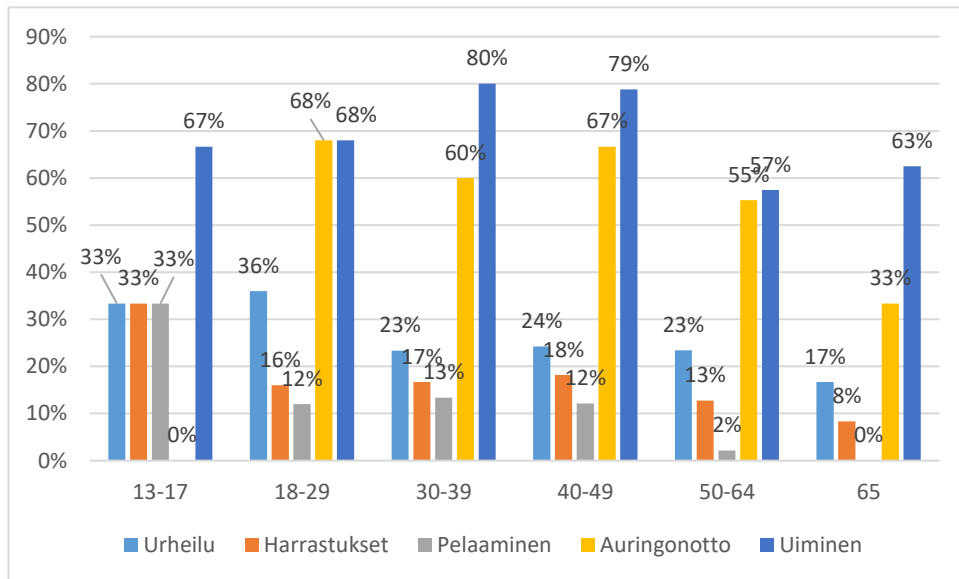
Kuvio 29. Kenen kanssa käytät uimarantaa ikäryhmittäin

Kuviossa 29 verrataan kenen kanssa eri ikäryhmät käyvät rannalla. Yli 65 vuotiaista 75 prosenttia käy rannalla yksin, eniten kaikista ikäryhmistä. 30-39 vuotiaat taas käyttävät rantaa tai sen palveluita eniten perheen kanssa, yli 87 prosenttia. Yli 65-vuotiaat käyvät rannalla perheen kanssa vähiten. Ystävien kanssa rannalla käyvät eniten nuoret aikuiset, kun taas yli 65 taas käyvät rannalla ystävien kanssa vähiten. Muuten kaikki ikäryhmät käyvät ystävien kanssa rannalla melko tasaisesti.



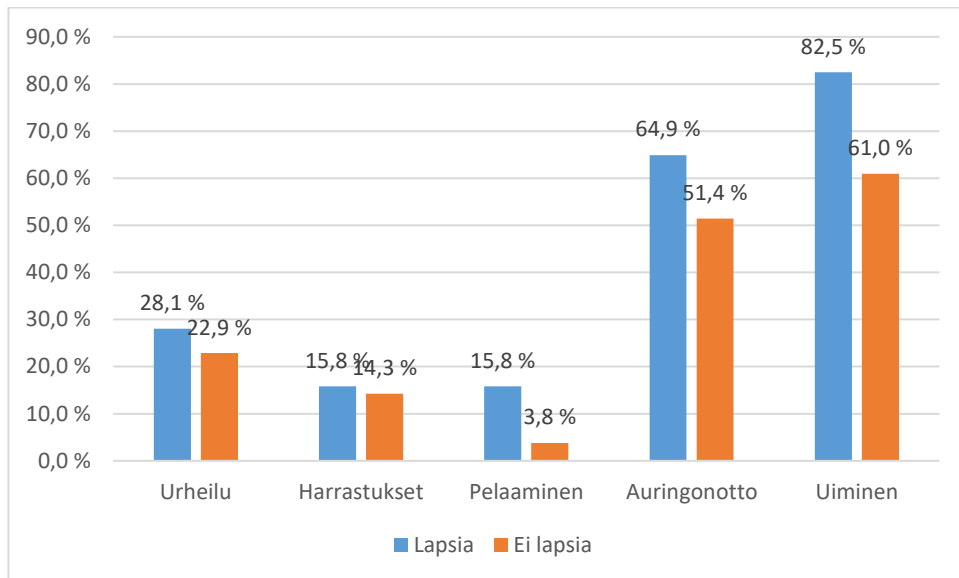
Kuvio 30. Kenen kanssa käytät uimarantaa lapsiperheittäin

Kuvio 30:sta taas nähdään kenen kanssa vastaajat, joilla on lapsiperhe, käyvät rannalla. Lapsiperheellisistä vastaajista 84 prosenttia vastasi käyvänsä perheen kanssa rannalla. Ei lapsiperheelliset taas alle 50 prosenttia. Kummatkin ryhmät käyvät rannalla yksin melkein yhtä ta-
saisesti. Lapsiperheelliset käyvät rannalla hieman enemmän ystävien kanssa (65 prosenttia) kuin ei lapsiperheelliset (54 prosenttia).



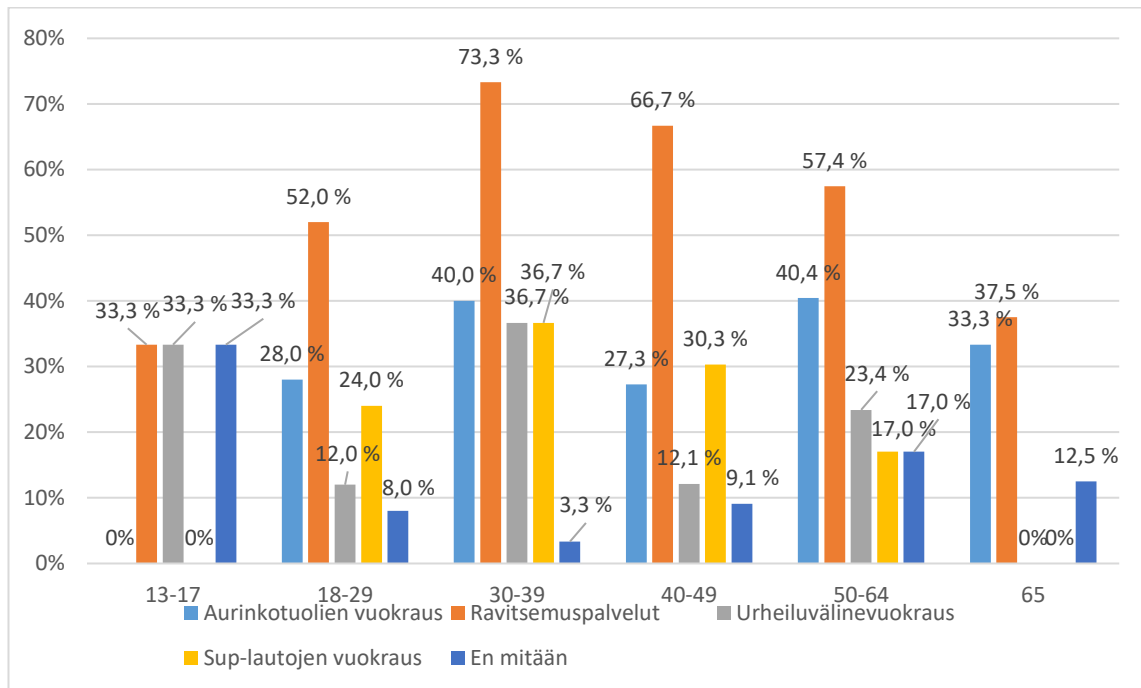
Kuvio 31. Mihin eri ikäryhmät käyttävät rantaa

Kuvio 31 kertoo mihin eri ikäryhmät käyttävät rantaa. Uiminen on suosituinta jokaisessa ikäryhmässä, eniten 30-39 ja 40-49 vuotiaissa. Ylivoimaisesti toiseksi suosituinta on auringonotto kaikissa paitsi 13-17 vuotiaiden ikäryhmässä. Urheilu on kolmanneksi suosituin aktiviteetti rannalla, eniten 18-29 vuotiaiden ikäryhmässä (36 prosenttia), mutta sitä tehdään huomattavasti auringonottoa ja uimista vähemmän. Pelaaminen ja harrastukset jäivät kaikkein vähiten käytetyksi muodoksi rannalla kaikissa ikäryhmissä.



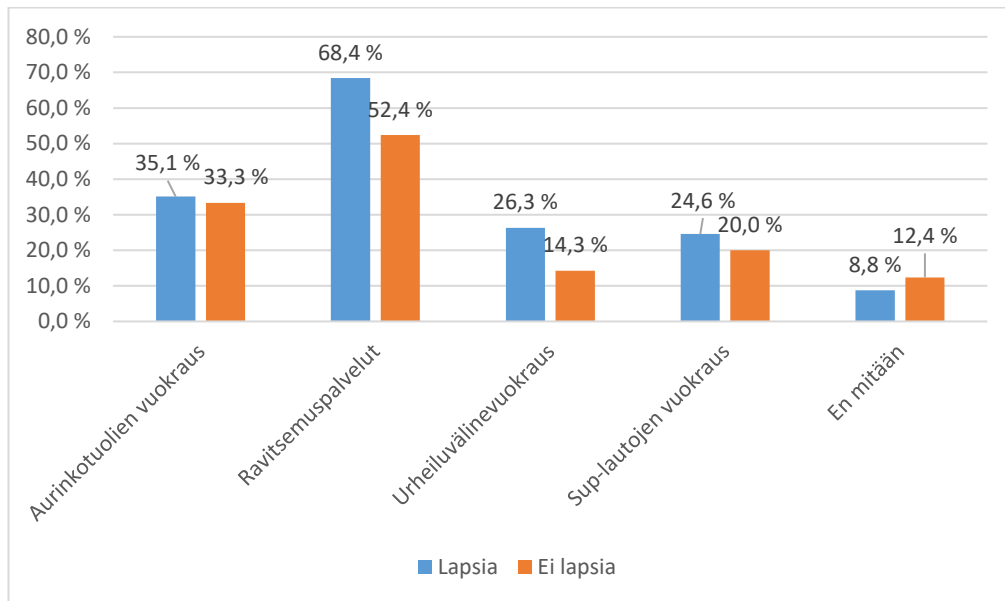
Kuvio 32. Mihin lapsiperheet käyttävät uimarantaa

Kuviossa 32 näemme, mihin lapsiperheelliset vastaajat käyttävät rantaa verrattuna ei lapsiperheellisiin vastaajiin. Kaikki tekeminen rannalla on suositumpaa lapsiperheellisille. Kuten kuviossa 32 selviää, uiminen ja auringonotto on erittäin suosittua lapsiperheellisten kesken. Harrastukset ja pelaaminen on lapsiperheellisillä myös vähäistä. Urheilua lapsiperheelliset harrastavat rannalla suhteessa vähemmän kuin ikäryhmäläiset. Kuviossa 32 huomaa, että lapsiperheelliset vastaajat ovat keskiarvolta aktiivisempia rannan käyttäjiä kuin ei lapsiperheelliset.



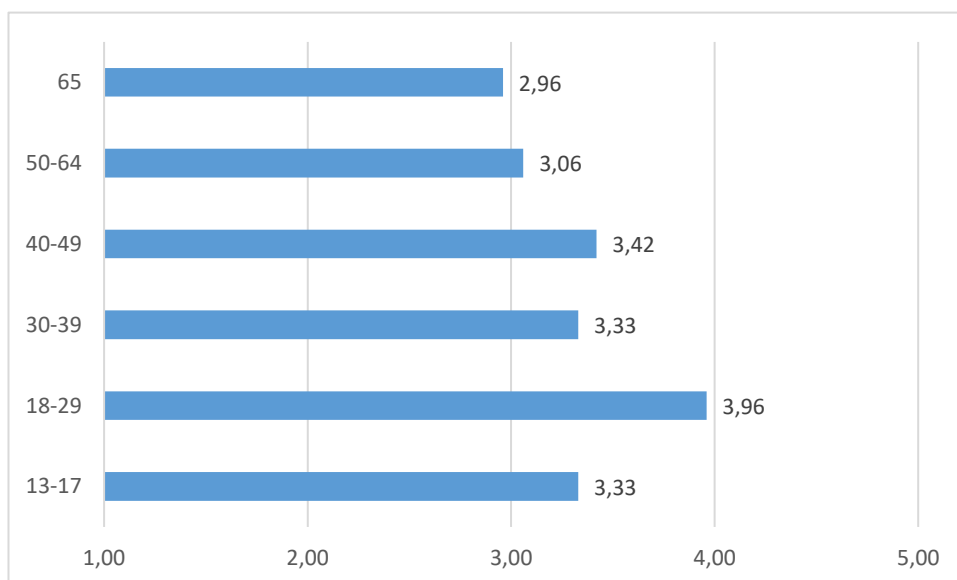
Kuvio 33. Mitä palveluita eri ikäryhmät kaipaavat rannalle

Kuvio 33:sta näkyy, mitä erilaisia palveluita eri ikäryhmät kaipaavat rannalle. Ravitsemuspalvelut olivat ylivoimaisesti suosituin palvelu kaikissa ikäryhmissä, mitä rannalle toivottiin. Aurinkotuolien vuokraus oli toiseksi suosituin palvelu kaikissa muissa ryhmissä paitsi 13-17 vuotiaiden. 30-39 ja 50-64 vuotiaiden ikäryhmässä urheiluvälinevuokraus oli kolmanneksi suosituinta, kun taas sup-laudat 18-29 ja 40-49 vuotiaiden. Urheiluvälinevuokraus ja sup-lautojen vuokraus ei kiinnostanut yli 65-vuotiaita. Muissa kuin alaikäisten ja eläkeläisten ryhmässä en mitään -vastaus sai vähiten vastauksia.



Kuvio 34. Mitä palveluita lapsiperheet kaipaavat rannalle

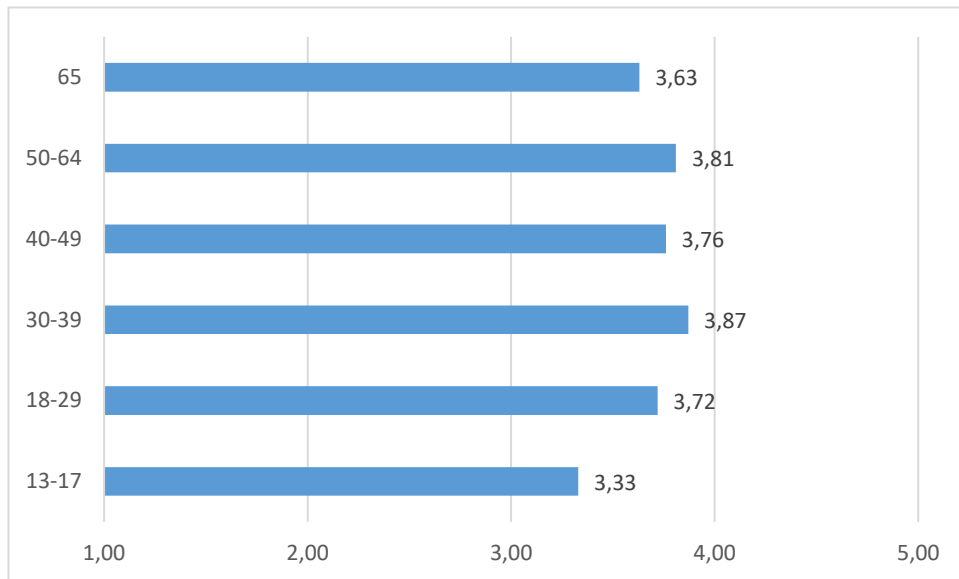
Kuviosta 34 selviää, että myös lapsiperheellisiä kiinnosti eniten ravitsemuspalvelut (68 prosenttia) ja aurinkotuolien vuokraus (35 prosenttia). Urheiluvälinevuokraus ja sup-lautojen vuokraus kiinnostivat noin neljännestä. Vain alle 10 prosenttia ei kaivannut rannalle mitään uusia palveluita.



Kuvio 35. Olen tyytyväinen rannan nykyisiin palveluihin ikäluokittain

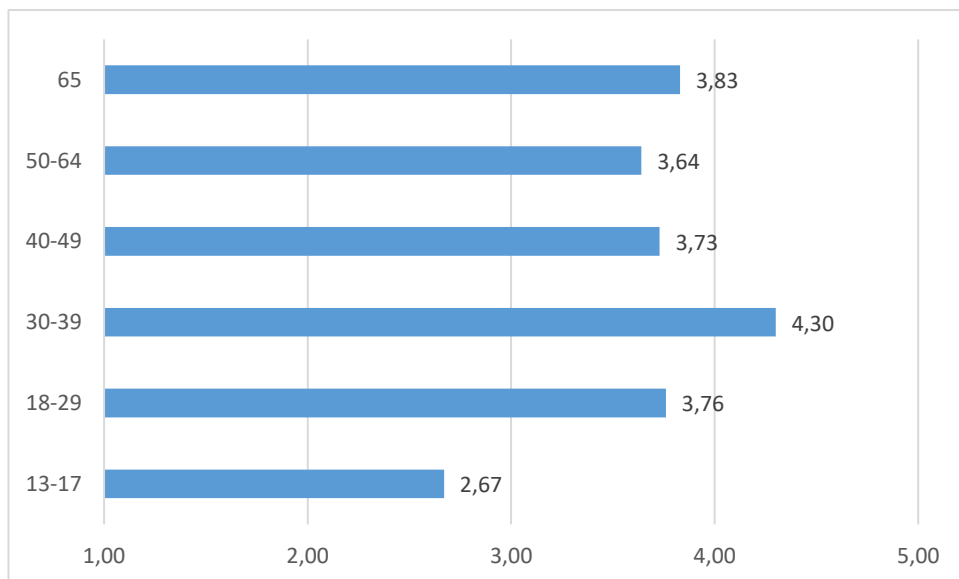
Kuvio 35 kertoo vastaajien tyytyväisyyden rannan palveluihin ikäryhmittäin. Kuviossa näkyvät keskiarvot asteikolla 1-5 annetuista vastauksista kaikkien ikäluokkien osalta. 18-29 vuotiaat kokevat rannan palvelut kaikkein positiivisimmin tuloksella 3,96. Yli 65-vuotiaat olivat eniten

kriittisiä rannan palveluita kohtaan (2,96), 50-64 vuotiaat seuraavana vain vähän positiivisemmin (3,06).



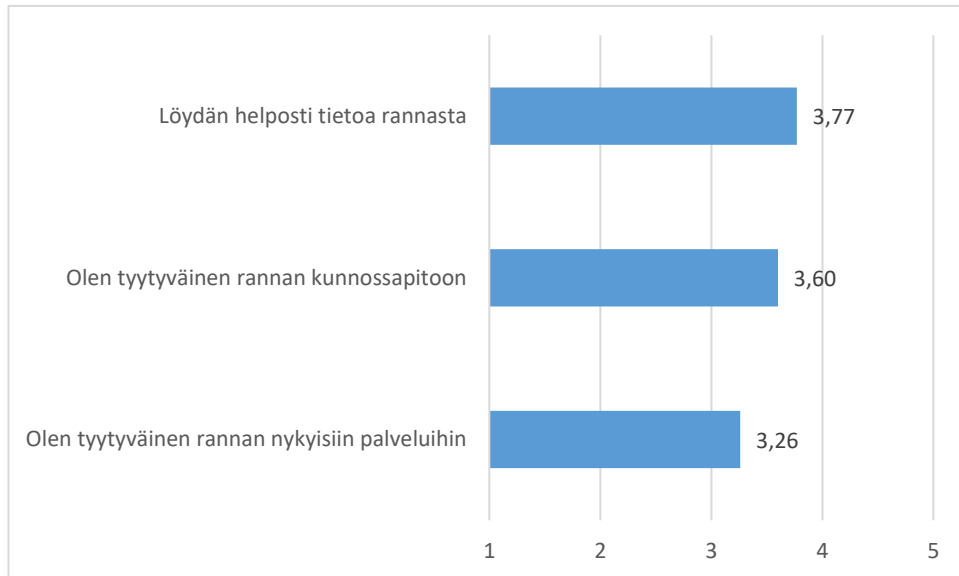
Kuvio 36. Olen tyytyväinen rannan kunnossapitoon ikäryhmittäin

Kuvio 36 näyttää tyytyväisyyden ikäryhmittäin rannan kunnossapitoon. Kunnossapitoa on arvioitu asteikolla 1-5. Kuviossa 36 näkyvät keskiarvot. Siihen oltiin keskimäärin tyytyväisempiä kuin rannan palveluihin (kuvio 18). Toisin kuin palveluissa, 13-17 olivat tällä kertaa kyselyssä tyytymättömämpiä (3,33). Muuten ikäryhmät olivat keskenään hyvin tasaväkisiä tyytyväisyyden suhteen. Tyytyväisimpiä olivat 30-39 vuotiaat (3,87).



Kuvio 37. Löydän helposti tietoa aurinkolahden uimarannasta ikäryhmittäin

Kuvio 37:n mukaan uimarannan informaatioon on kaikkein tyytyväisimpiä 30-39 vuotiaat. 13-17 vuotiaat olivat tähän väittämäkysymykseen eri mieltä. Muiden ryhmien tyytyväisyys oli 3,64 ja 3,83 välillä. Informaatiota on arvioitu asteikolla 1-5. Kuviossa 37 näkyvät keskiarvot.



Kuvio 38. Väittämäkysymykset lapsiperheet

Kuvio 38 kertoo taas lapsiperheellisten tyytyväisyyden. Vähiten tyytyväisiä oltiin rannan nykyisiin palveluihin. Tiedon löytämiseen uimarannasta oltiin kaikkein tyytyväisimpiä. Kuviossa 38 näkyvät keskiarvot asteikolla 1-5 annetuista vastauksista.

5 Johtopäätökset ja kehittämisehdotukset

5.1 Lapsiperheet

Lapsiperheet käyttävät rantaa eniten kesäisin (vain 3,5 prosenttia ei käytä rantaa kesäisin), mutta myös muut vuodenaajat ovat suosittuja. Niitä kertoo käyttävänsä noin puolet lapsiperheellisistä vastaajista. 40 prosenttia kertoo käyvänsä rannalla useammin kuin kerran viikossa ja 44 prosenttia aikoo käydä rannalla useammin kuin kerran viikossa tulevana sesonkikautena. Vastaavasti vain alle kahdella prosentilla ei ole aikomusta käydä tulevana kautena rannalla ollenkaan.

Lapsiperheellisistä vastaajista 82 prosenttia kertoo käyvänsä rannalla uimassa. 35 prosenttia myös kertoo ottavansa aurinkoa. Yli neljännes käy rannalla myös urheilemassa. Aurinkotuolien vuokraus ja urheiluvälinevuokraus nousee esiin lapsiperheellisten tarpeissa. 24 prosenttia haluisi rannalle sup-lautojen vuokrausta ja urheiluvälinevuokrausta. Ravitsemuspalvelut olivat taas suosituin kehittämiskohde, sillä yli 68 prosenttia kaipaa monipuolisempia

ravitsemuspalveluita rannan nykyisen kahvilan ja bulevardin ravintoloiden kilpailijoiksi. Lapsiperheiden tarpeet kannattaa ottaa huomioon käyttäjäryhmän suuren kokonsa ja käyntikertojen perusteella, mutta myös heidän rannan palveluiden tyytyväisyyden takia. He olivat kaikkein tyytymättömmimpiä rannan nykyisiin palveluihin.

5.2 18-29 vuotiaat

18-29 vuotiailta oli yhteensä 25 vastausta. Suurin osa tästä ryhmästä (20 prosenttia) ei käy rannalla talvisin, kesäisin taas lähes jokainen tämän ryhmän vastaajista käy rannalla. Noin neljännes käy rannalla useammin kuin kerran viikossa, suurin osa kuitenkin 2-3 kertaa kuussa. Nuoret käyvät rannalla eniten ystävien kanssa (70 prosenttia) ja yksin (60 prosenttia).

Nuorten suosituimmat aktiviteetit rannalla ovat uiminen ja auringonotto, noin 68 prosenttia kaikista vastaajista. Myös urheilu rannalla oli nuorten keskuudessa suosittua. Jopa 57 prosenttia nuorista kaipasi rannalle lisää ravitsemuspalveluita. Aurinkotuolit eivät olleet niin suosittuja (28 prosenttia). Nuoret olivat kaikkein tyytyväisimpiä rannan nykyisiin palveluihin (3,96), myös rannan kunnossapitoon ja informaation saantiin rannasta oltiin tyytyväisiä.

5.3 30-39 vuotiaat

Tähän ikäryhmään kuului 30 vastaajaa. Kaikki vastaajat kertovat käyttävänsä uimanrantaa kesäisin, keväisin jopa 77 prosenttia. Talvella rannan käyttö tippuu 37 prosenttiin. Sesonkiaikana suurin osa käy rannalla 2-3 kertaa kuussa (suosituin vastaus), mutta muuten tämän kohdan vastaukset jakautuivat tasaisesti. Tulevana kautena rannalla aiotaan käydä tätä vuotta enemmän. 87 prosenttia vastaajista käy rannalla perheen kanssa ja se oli myös kaikista ryhmistä suurin tulos. Yksin ja ystävien kanssa käy noin 60 prosenttia.

Suosituin aktiviteetti rannalla oli uiminen, yli 80 prosentin tuloksella. Auringonotto oli myös hyvin suosittua, 60 prosentin tuloksella. Tämä ryhmä kaipaa rannalle kaikkein eniten ravitsemuspalveluita (73 prosenttia). He olivat myös kaikkein tyytyväisimpiä uimarannasta saatavaan informaatioon.

5.4 40-49 vuotiaat

97 prosenttia vastaajista käy rannalla kesällä, syksyllä ja keväällä noin 60 prosenttia ja talvelakin jopa puolet vastaajista. Vastaajista 30 prosenttia käy uimarannalla useammin kuin kerran viikossa ja toinen 30 prosenttia käy 1-2 kertaa kuukaudessa. Ennustus tulevan kauden käynneistä on lähes sama tämän kauden vastauksiin. 40-49 vuotiaat käyvät rannalla tasaisesti perheen (70 prosenttia) ja ystävien (66 prosenttia) kanssa, kun taas yksin vain 48 prosenttia.

Uiminen ja auringonotto olivat taas ylivoimaisesti suosituimmat aktiviteetit rannalla. Palveluista ravitsemuspalvelut nousivat jälleen kerran parannusehdotuksista ensimmäiseksi, noin 66

prosenttia vastaajista. Sup-laudat (30 prosenttia) ja aurinkotuolivuokraus (27 prosenttia) ke-räsivät jälleen paljon vastaajia. Vain 9 prosenttia ei kaivannut rannalle mitään uutta.

5.5 50-64 vuotiaat

Tässä ikäryhmässä 93 prosenttia käy uimarannalla kesällä ja noin puolet vastaajista syksyllä ja keväällä. Talvikäyttö oli myös suosittua, sillä noin 45 prosenttia kävi rannalla myös talvisin. Sesonkiaikana 40 prosenttia vastaajista kertoi käyvänsä rannalla useammin kuin kerran vii-kossa ja 23 prosenttia 2-3 kertaa kuukaudessa. Tulevana kautena 36 prosenttia ennusti käy-vänsä rannalla useammin kuin kerran viikossa ja vajaa kolmannes 2-3 kertaa kuukaudessa. Yli 60 prosenttia ikäryhmästä käy rannalla yksin ja perheen kanssa ja noin puolet ystävien kanssa.

Noin puolet vastaajista kävivät rannalla uimassa (57 prosenttia) ja ottamassa aurinkoa (55 prosenttia). Ravitsemuspalveluita toivoi rannalle yli puolet (57 prosenttia). Aurinkotuolien vuokrauspalvelua rannalle toivoi 40 prosenttia ryhmästä. Vaikka jopa 17 prosenttia ei kaivan-nut rannalle mitään uusia palveluita, oli se silti toiseksi vähiten tyytyväinen rannan nykyisiin palveluihin.

5.6 Yli 65-vuotiaat

Noin 15 prosenttia koko kyselyn vastaajista oli yli 65-vuotiaita. Heistä suurin osa asui yksin. Yli 65-vuotiaat käyttivät rantaa tai sen palveluita kaikkein vähiten talvella kaikista ryhmistä. Kesäkaudella taas jokainen vastaajista kertoi käyvänsä rannalla. 63 prosenttia myös kertoi käyvänsä rannalla useammin kuin kerran viikossa kesäkautena, sama trendi jatkuu ensi kau-den ennusteessa. Heistä 75 prosenttia käy rannalla yksin, kun taas perheen kanssa vain nel-jännes.

Suurin osa eläkeikäisistä kertoo käyvänsä rannalla uimassa, noin 63 prosenttia. Auringonotto oli selkeästi toiseksi suosituin aktiviteetti. Harrastuksiin ja pelaamiseen rantaa käytti alle 10 prosenttia. Ravitsemispalvelut nousivat taas suosituimmaksi kehityskohdaksi, noin 38 prosent-tia kaipasi niitä lisää rannalle. Myös aurinkotuolivuokraus oli suosittu kohde, noin 33 prosentti toivoi tällaista palvelua. Yli 65-vuotiaat eivät olleet kovin tyytyväisiä rannan palveluihin (tulos 2,96).

5.7 Tärkeimmät kehitysehdotukset

Ravitsemispalvelut nousivat koko kyselyssä esiin jokaisessa ryhmässä. Vaikka uimarannalla käydään selkeästi eniten ja useinten kesäkaudella, ravitsemispalveluita olisi hyvä olla tarjolla ympäri vuoden, Aurinkorannan uimarantaa kun käytetään tasaisesti myös muina vuoden-aikoina. Ravitsemuspalvelut eivät olleet pelkästään strukturoidun tutkimuksen isoin toive, vaan sen tarve nousi esiin myös avoimissa vastauksissa.

Vuosaarelaiset käyttivät uimarantaa selkeästi eniten kesäkaudella. Siksi erilaiset kesäaktiiviteetit olivat myös isosti toivottuja palveluita. Erityisesti aurinkotuolien vuokraus nousi esiin myös avoimissa vastauksissa. Urheilumahdollisuudet on myös hyvä ottaa huomioon, sillä 25 prosenttia vastaajista kertoi käyttävänsä rantaa urheilemiseen.

Talvella uimarannan käyttö on kaikkein vähäisintä, mutta ei silti hirveästi kevättä ja syksyä vähäisempää. Avoimista vastauksista talvikausi ja sen palvelut nousivat isosti esiin. Näistä avantouintipaikka sekä kiinteä sauna olivat yleisimmät ehdotukset.

Alueen käyttäjien toiveiden kuuntelu on tärkeää, sillä näin varmistetaan, että kehitetään oikeita asioita oikeille ihmisille. Sekä uusia, että olemassa olevia palveluita voidaan kehittää asiakastiedon pohjalta, kuten tämän opinnäytetyön kyselytutkimus. Palvelumuotoilun lähtökohdaksi on asiakastieto, joten kehittämisen lähtökohdaksi on tutkittava asiakkaiden tarpeita.

6 Reflektio

Opinnäytetyön tekoaikana analysoidessani tilastoja huomasin, että kyselylomake ei ollut täysin optimaalinen. Jos tekisin saman uudestaan, yrittäisin ensinnäkin tavoittaa Vuosaarelaisia muualtakin, kuin vain sosiaalisista medioista. Tavoitteena olisi saada enemmän vastauksia myös miehiltä. Osa kysymyksistä myös tuntui jälkikäteen turhilta. Ensi kerralla paneutuisin vielä enemmän palveluihin.

Tutkimusta olisi voinut myös hyvin laajentaa kattamaan koko Helsinkiä. Vaikka koen, että tämä tutkimus oli hyvä rajata alueen asukkaisiin, olisi ollut myös mielenkiintoista tutkia mahdollisten ulkopaikkakuntalaisten mielipiteitä ja toiveita. Tämä ryhmä, kun ei vain asuisi alueella, vaan matkustaisi sinne ihan uimarantaa varten.

Yksi aihe mitä muutama vastaaja myös kommentoi avoimissa kysymyksissä oli esteettömyys. Näitä vastauksia ei ollut tarpeeksi, että ne olisi kannattanut nostaa osaksi tätä tutkimusta, mutta jälkikäteen ajateltuna tämä lähtökohta kyselyyn olisi ollut myös mielenkiintoinen, jos tähän ryhmään liittyviä ihmisiä olisi löytynyt tarpeeksi.

Jos tutkimus uusittaisiin, osaisin tehdä kyselytutkimuksen segmentointia ja käyttäjäpersoonia varten paremmin. Olisi tärkeää saada vastauksia laajemmalla skaalalla. Alaikäisten ja miesten vastauksia tulisi liian vähän, jotta olisi voinut tehdä monipuolisempia käyttäjäpersoonia.

Lähteet

Painetut

Ensimmäinen painettu lähde

Sähköiset

Forsberg, S. Koivisto, M. Säynäjäkangas, J. 2019. Palvelumuotoilun bisneskirja. E-Kirja. Helsinki: Alma Talent.

Korkiakoski, K. 2019. Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus. E-Kirja. Helsinki: Alma Talent

Tuulaniemi, J. 2019. Palvelumuotoilu. E-Kirja. Helsinki: Talentum Media

Julkaisemattomat

Ensimmäinen julkaisematon lähde

Kuviot

Kuvio 1. Sukupuolijakauma.....	10
Kuvio 2. Ikäjakauma.....	10
Kuvio 3. Alle kouluikäisiä lapsia	11
Kuvio 4. Yli 7-vuotiaita lapsia.....	11
Kuvio 5. Henkilömäärä kotitaloudessa.....	12
Kuvio 6. Kodin etäisyys uimarannasta	12
Kuvio 7. Uimarannan käyttö eri vuodenaikoina	13
Kuvio 8. Kuinka usein käyt rannalla sesonkiaikana	13
Kuvio 9. Kuinka usein käyt rannalla tulevana kautena	14
Kuvio 10. Kenen kanssa käyt rannalla	14
Kuvio 11. Mihin aktiviteetteihin käytät rantaa	15
Kuvio 12. Mitä palveluita kaipaavat rannalle.....	16
Kuvio 13. Tyytyväisyys väittämäkysymyksiin.....	16
Kuvio 14. Avoimet vastaukset 1	17
Kuvio 15. Avoimet vastaukset 2	18
Kuvio 16. Sukupuoli ikäjakaumittain.....	19
Kuvio 17. Onko kotitaloudessa lapsia	19
Kuvio 18. Lapsiperheiden määrä ikäjakaumittain.....	20
Kuvio 19. Mihin vuodenaikaan lapsiperheet käyvät rannalla	20
Kuvio 20. Rannan käyttö talvella ikäryhmittäin	21
Kuvio 21. Rannan käyttö keväällä ikäryhmittäin	21
Kuvio 22. Rannan käyttö kesällä ikäryhmittäin.....	22
Kuvio 23. Rannan käyttö syksyllä ikäryhmittäin	22
Kuvio 24. Rannan käyttö koko vuotena ikäryhmittäin	23
Kuvio 25. Uimarannan käyttö sesonkiaikana ikäryhmittäin	23
Kuvio 26. Uimarannan käyttö tulevana kautena ikäryhmittäin.....	24
Kuvio 27. Uimarannan käyttö sesonkiaikana lapsiperheittäin	25
Kuvio 28. Uimarannan käyttö tulevana kautena lapsiperheittäin.....	25
Kuvio 29. Kenen kanssa käytät uimarantaa ikäryhmittäin	26
Kuvio 30. Kenen kanssa käytät uimarantaa lapsiperheittäin	26
Kuvio 31. Mihin eri ikäryhmät käyttävät rantaa	27
Kuvio 32. Mihin lapsiperheet käyttävät uimarantaa	28
Kuvio 33. Mitä palveluita eri ikäryhmät kaipaavat rannalle	29
Kuvio 34. Mitä palveluita lapsiperheet kaipaavat rannalle	30
Kuvio 35. Olen tyytyväinen rannan nykyisiin palveluihin ikäluokittain.....	30
Kuvio 36. Olen tyytyväinen rannan kunnossapitoon ikäryhmittäin	31
Kuvio 37. Löydän helposti tietoa aurinkolahden uimarannasta ikäryhmittäin	31
Kuvio 38. Väittämäkysymykset lapsiperheet.....	32

Taulukot

No table of figures entries found.

Liitteet

Liite 1: Ensimmäisen liitteen otsikko	40
Liite 2: Toisen liitteen otsikko	41

Liite 1: Ensimmäisen liitteen otsikko

Liite 2: Toisen liitteen otsikko