

## LIIKUNTAPALVELUT JA ASIAKASTYYTYVÄISYYS



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Visamäki, Liiketalouden koulutusohjelma

kevät, 2020

Teemu Hertz

Liiketalouden koulutusohjelma

Visamäki

---

<b>Tekijä</b>	Teemu Hertz	<b>Vuosi</b> 2020
<b>Työn nimi</b>	Liikuntapalvelut ja asiakastyytyväisyys	
<b>Työn ohjaaja/t</b>	<b>Hanna-Kaisa Sulonen</b>	

---

## TIIVISTELMÄ

Työn tavoitteena oli saada tietoa HAMK Movesin liikuntapalveluiden laadusta ja niiden riittävydestä. Työssä luotiin kysely, johon opiskelijat pääsivät vastaamaan ja tuomaan sen kautta mielipiteitään esille. Lisäksi työssä toteutettiin benchmark-vertailu, jossa vertailtiin eri koulujen liikuntapalveluja.

Työn teoriaosuudessa käsiteltiin liikunnan ja ravinnon vaikutuksia terveyteen, asiakaskokemusta, palveluita ja asiakkaan roolia sekä tutkimusmenetelmiä. Teoreettisessa pohjassa käytettiin alan kirjallisuutta sekä sähköisiä materiaaleja.

Tuloksien perusteella voidaan sanoa, että HAMK Movesin palvelujen käyttöaste ei ole ihan huipussaan. Monet vastanneista totesi harrastavansa liikuntaa muualla. Kyselytutkimuksen ja benchmark-vertailun perusteella voidaan sanoa, että yksi isoimmista kompastuskivistä on liikuntapalveluiden hinta. Liikuntapassin hinnoittelun uudelleen miettiminen on asia, johon kannattaa panostaa. Liikuntapalveluiden tarjonta varsinkin HAMKin pienemmillä kampuksilla koetaan mahdollisesti liian vähäiseksi. Tätä kannattaisi jatkossa tutkia enemmän, jotta liikuntapalvelut olisivat opiskelijoiden mieleen kampuksesta riippumatta.

**Avainsanat** Kysely, asiakastyytyväisyys, palvelu, liikunta

**Sivut** 29 sivua, joista liitteitä 1 sivu

Business Administration  
Visamäki

---

<b>Author</b>	Teemu Hertz	<b>Year</b> 2020
<b>Subject</b>	Sports and Customer Satisfaction	
<b>Supervisors</b>	Hanna-Kaisa Sulonen	

---

#### ABSTRACT

The purpose of this thesis was to gather information about HAMK Moves sport services and their quality. Students were able to tell their opinions through a survey which was made for this thesis. In addition, sports services of different schools were benchmarked in the thesis.

The theoretical part of the work dealt with the effects of exercise and nutrition on health, services and the role of a customer and also research methods. In the theoretical part, literature of the field as well as electronic materials were used.

Based on the results, it can be said that the use of HAMK Moves services is not quite at its peak. Many of the respondents state that they exercise elsewhere. Based on the survey and the benchmark comparison, it can be said that one of the biggest challenges is the price of the sport services. Rethinking the pricing of an HAMK Moves exercise pass is something worth investing in. The selection of sport services, especially on HAMK's smaller campuses may be seen as too limited. This should be further explored in the future so that sport services meet students needs regardless of campus.

**Keywords** Survey, customer satisfaction, service, exercise

**Pages** 29 pages including appendices 1 pages

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
1.1	Toimeksiantaja.....	5
1.2	HAMK Moves palveluiden nykytilanne.....	5
2	Liikunta ja terveys.....	6
2.1	Liikunnan vaikutus mielialaan.....	6
2.2	Voima ja terveys.....	6
2.3	Painonhallinta ja liikunta.....	6
2.4	Liikunta ja terveysriskit.....	6
2.5	Liikunta ja koulumenestys.....	7
2.6	Yhteisöllisyys.....	7
3	ASIAKASKOKEMUS .....	8
3.1	Asiakaskokemuksen muodostuminen.....	8
3.2	Asiakaskokemuksen saavuttaminen.....	10
3.3	Asiakkaiden odotukset.....	10
4	Palvelu, palvelun laatu ja asiakas.....	11
4.1	Ekologisuus.....	11
4.2	Kaikki lähtee asiakkaasta.....	11
4.3	Asiakas on enemmän kuin asiakas.....	12
5	KYSELYTUTKIMUS.....	13
5.1	Kvantitatiivinen tutkimus.....	13
5.2	Kvalitatiivinen tutkimus.....	13
5.3	Tiedon keräys.....	13
6	Benchmark-vertailu.....	15
6.1	Tampereen ammattikorkeakoulu.....	15
6.2	Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu.....	16
6.3	Metropolia ammattikorkeakoulu.....	17
6.4	Turun ammattikorkeakoulu.....	18
7	TULOKSET .....	10
7.1	Kyselytutkimus.....	20
7.1.1	Miltä kampukselta olet?.....	20
7.1.2	Liikuntapalveluista tiedottaminen.....	20
7.1.3	HAMK Moves palveluiden käyttö.....	21
7.1.4	HAMK Moves jäsenyys.....	22
7.1.5	Palloilusali vuorojen riittävyys.....	23
7.1.6	Osallistuminen HAMK Movesin lajikursseille.....	23
7.1.7	Lajitoiveita HAMK Movesille.....	24
7.2	Benchmark vertailun tuloksia.....	24

8 JOHTOPÄÄTÖKSET .....26

Lähteet.....28

Liitteet

Liite 1 Kyselylomake

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyö toteutetaan tutkimuksellisenä ja se käsittelee Hämeen ammattikorkeakoulun liikuntapalveluita asiakastyytyvyyden näkökulmasta. Opinnäytetyö tehdään yhteistyössä HAMK Movesin kanssa. Tutkimusaineisto koostuu teoria-aineistojen lisäksi määrällisestä asiakaskyselystä sekä benchmark-vertailusta. Opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä Ovat: Ovatko tämänhetkiset liikuntapalvelut riittäviä? Millaisia muutoksia liikuntapalveluihin haluttaisiin? Tuleeko liikuntapalveluiden olemassaolo tarpeeksi hyvin esille?

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää opiskelijoiden tämänhetkisiä mielipiteitä HAMK Movesin tarjoamista palveluista ja miten niitä mahdollisesti haluttaisiin kehitettävän. Näiden mielipiteiden keruuta varten opinnäytetyössä tehtiin kvantitatiivinen eli määrällinen asiakaskysely.

Liikuntapalveluiden kehittämisen näkökulmasta opinnäytetyössä toteutettiin myös benchmark vertailuanalyysi, jossa tutkittiin neljän muun ammattikorkeakoulun liikuntapalveluita tarjoavaa tahoja. Vertailulla pyrittiin tarkastelemaan HAMK Movesin palveluita ja niiden kattavuutta sekä hintaa verraten vastaavien tahojen palveluihin.

### 1.1 Toimeksiantaja

HAMK Moves on Hämeen ammattikorkeakoulun opiskelijoille liikuntapalveluita tarjoava taho. Se tarjoaa kaikille kampuksille monipuolisia liikuntamahdollisuuksia joiden kautta pyritään tukemaan opiskelijoiden opiskelukykyä tasavertaisesti. HAMK Moves vastaa liikuntapalveluista yhdessä paikallisten opiskelijayhdistysten kanssa HAMK:n kampuksilla ja niiden ympäristössä. (HAMK, 2020)

### 1.2 HAMK Movesin palveluiden nykytilanne

Hämeenlinnassa opiskelijoille on tarjolla kuntosali, ryhmäliikuntoja koulun omassa liikuntahallissa sekä kolme viikottaista tuntia fitSTATION kuntoiluasemalla. Lisäksi liikuntasalissa on myös avoimia palloiluvuoroja päivittäin. Lisäksi on myös erilaisia kursseja kuten paritanssi tai untitekniikkakurssi. HAMK:n pienemmillä kampuksilla on pyritty järjestämään palvelut mahdollisimman samalla tavalla kuin Hämeenlinnassakin. Palloiluvuoroihin ja kuntosaliin on kakkialla mahdollisuus, vaikka palloiluvuorojen määrät ovat huomattavasti pienempiä. (HAMK, 2020)

## 2 LIIKUNTA JA TERVEYS

Fyysinen aktiivisuus hyödyttää kaikenikäisiä. Liikunta ylläpitää ja edistää terveyttä ja hyvinvointia kokonaisvaltaisesti, pidentää eliniän odotetta ja parantaa elämänlaatua. Vastakohtana taas vähäisen liikunnan on todettu olevan vakava terveysriski. WHO:n arvion mukaan vähäinen liikunta on maailmanlaajuisesti neljänneksi yleisin riskitekijä elintapasairauksiin johtuvista kuolemista. (Kauravaa, 2018)

### 2.1 Liikunnan vaikutus mielialaan

Liikunnan vaikutus mielialaan on ollut pitkään psykologien ja muiden terveystieteilijöiden mielenkiinnonkohteena. Asiaa on tutkittu jo kauan ja voidaan todistettusti sanoa, että liikunnalla on positiivinen vaikutus mielenterveyteen, että myös fyysiseen terveyteen. (Anderson & Brice, 2011, 79). Kun miettii korkeakouluopiskelijoiden arkea, joka voi olla hyvinkin stressaavaa aika ajoin, on hyvä tietää, että esimerkiksi liikunta on hyvä tasapainottava tekijä jolla saa ajatuksiaan hieman kevennettyä. Liikunnan on myös todistettavasti todettu vähentävän ahdistuneisuutta sekä masentuneisuutta. Meta-analysien perusteella on myös todettu, että liikunta lisää positiivista mielihyvää. Tämän on todettu esiintyvän jo yhden aerobisen liikuntakerran jälkeen. (Anderson & Brice, 2011, 79)

### 2.2 Liikunnan hyödyt ja painon pudotus

Voimaharjoittelu vahvistaa luustoa ja lihaksistoa. Tämä auttaa jatkossa vähentämään ja hidastamaan iän mukanaan tuovaa fyysistä heikentymistä. Kardiovaskulaarinen liikunta lisää koordinaatiota ja parantaa verenkiertoa samalla parantaessaan terveyttä kokonaisuutena. (White & Fulcher, 2000, 115)

Liikunnalla ja ravinnolla pysyy paino kurissa. Kaikissa ruokavalioissa, jotka tähtäävät painonpudotukseen tärkeimpänä asiana on syödä vähemmän kuin kuluttaa ja liikunta auttaa tämän kalorivajeen saavuttamiseen. Pitäessasi normaalit ruokailumallit, mutta lisäämällä siihen liikuntaa, saat luotua kalorivajetta, jonka vaikutukset näkyvät ajan myötä. Hieman yleistäen voi sanoa, että 80 % painonpudotuksesta syntyy siitä, miten syö ja loput 20 % lisäystä liikunnasta. Tämä yleistäen ja yksilökohtaisia eroja on. (White & Fulcher, 2000, 115)

### 2.4 Liikunta ja terveysriskit

Liikunta vähentää mahdollisuutta saada tyyppin 2 diabetesta tai metabolista oireyhtymää. Molemmat näistä liittyvät ylipainoon, mutta se miten syö vaikuttaa suuresti näiden kehittymiseen. Liikunta auttaa polttamaan syötyjä kaloreita ja täten auttaa diabeteksen välttämässä. Lisäksi jos henkilöllä on näitä sairauksia niin liikunta auttaa estämään

niiden kehittymistä pidemmälle. Näiden lisäksi liikunnan on todettu vähentävän riskiä saada tiettyjä syöpiä. (White & Fulcher, 2000, 115)

Sydän- ja verisuonisairauksiin liittyy monenlaisia tekijöitä kuten polttaminen, rasvatukokset verisuonissa, korkea verenpaine ja korkeat verensokeri tasot. Ruokavaliolla pystyy vaikuttamaan moniin näistä asioista, mutta myös liikunnalla saadaan laskettua verenpainetta, lisättyä hiusverisuonien syntymistä ja laskettua verensokeria. Jo pienikin liikunta on avuksi näihin. (White & Fulcher, 2000, 115)

## 2.5. Liikunta ja koulumenestys

2000-luvulla tutkimusta koulumenestyksen ja liikunnan yhteyttä on alettu tutkimaan lisääntyvässä määrin. Useat tutkimukset ovat esittäneet, että liikunnalla on positiivisia vaikutuksia kouluarvosanoihin. Toisaalta on myös tutkimuksia, jotka ovat osoittaneet, että yhteyttä liikunnalla ja arvosanoilla ei ole. Asian voisi tiivistää, että liikunnalla näyttäisi olevan positiivisia vaikutuksia testituloksiin ja arvosanoihin. Varsinkin koulupäivän aikana toteutettu liikunta ja hyvä kestävyyskunto ovat olleet positiivisesti vaikuttavia tekijöitä kouluarvosanoihin. Pitää toki muistaa, että kaikissa tutkimuksissa yhteyttä ei ole kuitenkaan havaittu. Asiaa ei ole kuitenkaan tutkittu vielä tarpeeksi, jotta voitaisiin sanoa mitään varmaa. Asian varmistamiseksi tarvittaisiin lisää laadukkaita tutkimuksia sekä interventiotutkimuksia, joissa olisi sekä koeryhmä, että kontrolliryhmä. (Syväoja, Kantomaa, Laine, Jaakkola, Pyhältö & Tammelin, 2012, 13)

## 2.6 Yhteisöllisyys

Sosiaalinen kanssakäyminen tyydyttää ihmisen yhteenkuuluvuuden tarvetta, joka vaikuttaa suoraan sisäiseen motivaatioon. Mikäli sosiaalisuus toteutuu liikuntaa harrastettaessa, voidaan olettaa ja pitää merkityksellisenä sitä, että liikunnan avulla voidaan vähentää yksinäisyyttä, joka on todella tärkeä asia. Liikunnalla saadaan ainakin vähäksi aikaa yksinäisyyden tunteen kaikkoamaan ja mielihyvähormonit pääsevät parantamaan mieltä. (Kauravaa, 2018)

Mikäli yhteisöllisyys toteutuu aidosti yhdessä tekemisenä, sosiaalisten taitojen harjoittamisena ja vuorovaikutuksena on sillä silloin myös yhteiskunnallista merkitystä yhdenvertaisuuden, moniarvoisuuden ja suvaitsevuuuden näkökulmista. Omakohtaiset kokemukset, kun auttavat hälventämään ennakkoluuloja johonkin ryhmään kuuluvasta jäsenestä tai koko ryhmästä. (Kauravaa, 2018)



### 3 ASIAKASKOKEMUS

Tässä luvussa käydään läpi asiakaskokemusta ja mistä asioista se muodostuu. Kokonaisuudessa sillä miten asiakkaat kokevat palvelut ja niihin liittyvät tekijät on suuri merkitys siihen, tuleeko asiakkaasta pysyvä asiakas vai jääkö se yhteen kertaan. Se millaisen kuvan asiakkaat yrityksestä ja sen palveluista saavat vaikuttaa suoraan myös kokonaisvaltaisesti siihen kuvaan mikä yrityksestä muodostuu. Mitä enemmän tyytyväisiä asiakkaita saadaan, sitä enemmän myös yrityksestä välittyvää hyvää kuvaa leviää.

Liikunta ja itsensä terveenä pitäminen on tärkeä asia ja se, että siihen rakentaa hyvän pohjan nuorena/nuorena aikuisena vaikuttaa suuresti elämässä jälkeenpäin. Tässä opinnäytetyössä pyritään ottamaan selvää juurikin siitä, mitä mieltä opiskelijat ovat Hämeen ammattikorkeakoulun tarjoamista liikuntapalveluista ja mitä kehitettävää niissä mahdollisesti on.

#### 3.1 Asiakaskokemuksen muodostuminen

Tässä alaluvussa käydään läpi asiakaskokemusta ja tekijöitä, joista se muodostuu. Asiakaskokemus ei ole vain yksi asia vaan se on kokonaisuus, johon vaikuttaa moni asia. Sen muodostumiseen vaikuttavat tekijät ovat: Digitalisaatio, brändi, asiakaspalvelu, myynti, palvelumuotoilu, yrityskulttuuri ja tukifunktiot. Näistä hieman tarkemmin seuraavissa kappaleissa ja lopussa vielä kuva, joka havainnollistaa asiakaskokemuksen muodostumisen hyvin. (Korkiakoski & Karhinen, 2019, 43)

Asiakaskokemus ei ole vain digikehittämistä, mutta usein yritykset ottavat asiakaskokemuksen kehittämisen digitalisaatiohankkeena. Siihen panostaminen on Suomessakin noussut hyvin esille, mutta yksin se ei tarkoita asiakaskokemuksen parantumista. (Korkiakoski & Karhinen, 2019, 43)

Asiakaskokemus nähdään myös usein tapana markkinoida ja rakentaa brändiä. Asiakkaan kannalta järkevää on, että brändi uudistetaan aidosti asiakaskeskeisemmäksi. Tämä tarkoittaa sitä, että brändiä ei voi rajata perinteisellä tyylillä vain organisaation näkökulmasta. Brändin kehittämiseen tulee valjastaa koko organisaatio ja digitaaliset rajapinnat, joissa asiakkaat kohtaavat yrityksen. (Korkiakoski & Karhinen, 2019, 44)

Perinteistä asiakaspalvelua on pyritty ulkoistamaan edullisimmalle kumppanille kulujen säästämiseksi. Viime vuosina siitä on tullut kuitenkin kriittinen osa toimintaa. Digitaalinen kohtaaminen on suhteessa lisääntynyt, joten ihmisläheinen kontakti on entistä harvinaisempaa. Tämän takia jokainen ihmisläheinen kontakti on kriittinen. Vaikkakin

asiakaspalvelu on saanut uuden aseman toimintona, ei se kuitenkaan asiakaskokemuksen näkökulmasta riitä. (Korkiakoski & Karhinen, 2019, 44)

Asiakaskokemustutkimusten mukaan juurikin myynnin tulisi olla mukana puhuttaessa asiakaskokemuksen kehittamisestä. Tämänhetkinen tilanne monilla aloilla on se, että myynti lupaa montaa asiaa, mutta niitä ei yritys pysty kuitenkaan lunastamaan. Tämän takia myyntihenkilöt tulisi kytkeä mukaan pitkän tähtäimen asiakaskokemuksen tavoitteisiin, mittareihin ja palkitsemiseen. (Korkiakoski & Karhinen, 2019, 45)

Palvelumuotoilu on ollut vuosikymmenen menestystarina. sitä käytetään usein myös asiakaskokemuksen synonyyminä. Yrityksen ovat ymmärtäneet muutokset asiakkain myynti- ja ostoprosesseissa, jonka takia liiketoimintaa on pystytty kehittämään uusien tarpeiden mukaisiksi. Palvelumuotoilun lisääntyminen on hyvä asia, sillä se luo hyvän pohjan asiakaskeskeisempään toimintaan. (Korkiakoski & Karhinen, 2019, 45)

Keskeinen asia on, että yritysten johto panostaa asiakaskokemuksen rinnalla myös henkilöstökokemukseen. Yrityskulttuurin muuttaminen vie aikaa, mutta henkilöstökokemuksen kehittäminen rakentaa hyvän polun kohti uutta asiakaskeskeistä yrityskulttuuria. Asiakaskokemuksen näkökulmasta esim. koulutuksen ja rekrytoinnin kautta saadaan huomiota osaamisen kehittämiseen. (Korkiakoski & Karhinen, 2019, 45)

Tukifunktiot unohtuvat usein puhuttaessa asiakaskokemuksen kehittamisestä. Esimerkiksi logistiikka ja laskutus voivat kuitenkin olla tärkeitä kosketuspisteitä ja olla isossa osassa kaikkia asiakas kohtaamisia. Asiakasluotaukset ja ostopolkujen kuvaaminen auttavat yritystä tunnistamaan tärkeitä kosketuspisteet. Yllättävän usein nämä jäävät kuitenkin piiloon johdolta. (Korkiakoski & Karhinen, 2019, 46)



Kuva 1. Asiakaskokemukseen liittyvät tekijät. (Korkiakoski & Karhinen, 2019, 43)

### 3.2 Asiakaskokemuksen saavuttaminen

Asiakkaan palvelukokemus syntyy vuorovaikutuksesta, joka on koettu ihmisten energiasta, kohtaamisen tavasta, tyylistä, väreistä ja brändistä. Asiakkaan kokemuksia voi saada selville suorassa kontaktissa tai kuuntelemalla häntä digitaalisissa kanavissa. Vastineeksi asiakas odottaa, että hänen tarpeensa otetaan huomioon, kun hän alkaa kiinnostumaan tuotteistasi ja alkaa miettimään ostamista. (Komulainen, 2018, 57) Tässä opinnäytetyössä asiakkaiden eli opiskelijoiden kokemuksia ja mielipiteitä kerätään kyselytutkimuksen avulla ja sitä kautta palveluita pystytään parantamaan, jotta ne vastaavat paremmin opiskelijoiden tarpeita.

### 3.3 Asiakkaiden odotukset

Päällimmäisenä asiana palvelun tulee tuottaa asiakkaalle hyötyä ja arvoa, josta ollaan valmiita maksamaan tai uhraamaan aikaa sen kuluttamiseen. Asiakkaat olettavat, että heille tarjottavat palveluratkaisut ennakoivat heidän tarpeitaan, joista eivät itsekään ole vielä tietoisia. Palvelun tuottama lopputulos ei yksin kuitenkaan riitä enää asiakkaalle, vaan palvelun kuluttamisen kokemus on mukana yhä tärkeämmässä roolissa. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg, 2019, 23)

## 4 PALVELU, PALVELUN LAATU JA ASIAKAS

Palvelu on asia mikä ei ole mitenkään helposti ja yksiselitteisesti määriteltävissä. Tässä kuitenkin muutama esimerkki palvelun määritelmästä: Palvelu on toimintaa, joka helpottaa jotakuta tekemään jotain. Palvelu on vuorovaikutus, teko, tapahtuma, toiminta tai suoritus. Palvelu on tapahtumien ja prosessien summa, joka ratkaisee asiakkaan ongelman. (Tuulaniemi, 2011)

Palvelut ovat välttämättömiä. Tänä päivänä ihmiset eivät enää etsi vain tavaroita tai palveluja vaan etsivät asioita, jotka ratkaisisivat heidän ongelmansa. Siksi tänä päivänä onkin tärkeää tarjota asiakkaille kokonaisratkaisuja, jotka selvittävät asiakkaan ongelman. Nämä ratkaisut saattavat sisältää palveluja tai tavaroita asiakkaan tarpeen mukaan. (Tuulaniemi, 2011)

### 4.1 Ekologisuus

Palvelut ovat ekologisia. Nykyisen maailmantilanteen myötä meillä ei ole enää varaa tuhlaata luonnonvaroja. Nykyistä tavara paljoutta ei ole vain enää mahdollista jakaa kaikille maailman asukkaille ylittämättä maapallon kestävyttä. Tämän takia meidän pitääkin siirtyä tavaroiden valmistamisesta niiden jakamiseen. Meidän pitää siirtyä tavaroiden käyttämiseen niiden ostamisen sijasta ja myös siirtyä tavaramarkkinasta palvelumarkkinan. (Tuulaniemi, 2011)

Palveluiden ekologisuuden lisäksi ne luovat myös mielenkiintoisia näkymiä palveluiden tuottajille ja kehittäjille. Parhaimmat palvelut vastaavat aidosti ihmisten todellisiin tarpeisiin tarkoituksenmukaisesti. Palveluja voidaan myös tuottaa erittäin energiatehokkaasti ja niiden monistaminen on hyvinkin kustannustehokasta. Palvelut siis ovat erittäin ekologisia, kuluttajaa hyödyttäviä sekä ovat hyvän katteen tuottavaa liiketoimintaa. (Tuulaniemi, 2011)

### 4.2 Palvelu lähtee asiakkaasta

Tuotteen tai palvelun ominaisuudet eivät kiinnosta asiakasta elleivät ne ratkaise asiakkaalla olevaa ongelmaa. On, sitten kyse tuotteesta tai palvelusta on tärkeää keskittyä luomaan toiminnallisuuksia, jotka oikeasti hyödyttävät asiakasta. Parhaassa tapauksessa ratkaiset asiakkaan ongelman paremmin kuin muut ja teet itsestäsi jopa korvaamattoman asiakkaalle. Tänä päivänä markkinan ovat suuret ja asiakkaan ei tarvitse tyytyä huonoihin vaihtoehtoihin, joten kyky erottua joukosta on tärkeää. (Kurvinen & Seppä, 2016, 37)

Asiakaslupauksen miettiminen on tärkeää, koska siinä ilmaistaan, miksi juuri kyseinen tuote tai palvelu on muita parempi ja siten kannattava ostaa. se, miten hyvin menestyy on suuresti kiinni siitä, miten hyvin onnistutaan mahdollistamaan ja lunastamaan lupaukset. Parhaassa tapauksessa odotukset ylittyvät kerta toisensa jälkeen ja näissä tilanteissa asiakkaalle jää positiivisia kokemuksia jota, sitten kerrotaan mielellään eteenpäin. (Kurvinen & Seppä, 2016, 37)

#### **4.3 Asiakas on enemmän kuin asiakas**

Nykyisen digitalisaation myötä asiakkaiden rooli on laajentunut ja se mahdollistaa asiakkaiden olemisen aktiivisina toimijoina. Asiakkaat voivat esimerkiksi toimia ikään kuin palvelun tuottajina tai asiakaspalvelijoina tarjoamalla tukea tai opastamalla muita asiakkaita, esimerkkinä Amazon Help Community. (Ilmarinen & Koskela, 2015)

Asiakkaat voivat myös jakaa kokemuksia ja suosituksia, kirjoittaa arvioita tai jakaa eteenpäin yrityksen tuottamaa sisältöä. Näin asiakkaista tulee yrityksen silmissä markkinoijia tai sisällöntuottajia. Ihmiset luottavat tänä päivänä yhä vähemmän yrityksen mainontaan. Sen sijaan toisten asiakkaiden antamiin arvosteluihin luotetaan enemmän. Tämän takia yritykset aktivoivatkin asiakkaitaan yhä enemmän antamaan palautetta ja tekevät myös enemmän yhteistyötä mm. aktiivisten bloggaajien kanssa. (Ilmarinen & Koskela, 2015)

Nykypäivän asiakkaan rooli ei ole kuitenkaan vain positiivispainotteista. Jossakin tilanteissa asiakkaat voivat toimia tuotteen tai palvelun arvostelijana tai jopa vahingoittajana. Kritiikki voi olla hyvinkin perusteltua, mutta joissakin tilanteissa yritystä yritetään tahallaan vain mustamaalata. Digitalisaation myötä nyky maailma on niin moniääninen, että yrityksen on mahdotonta sensuroida tai tukahduttaa epämieluisaa informaatiota. Avoimuus ja läpinäkyvyys kaikessa toiminnassa on paras tapa saada epämieluisat keskustelut minimoitua. (Ilmarinen & Koskela, 2015)

## 5 KYSELYTUTKIMUS

Kyselytutkimus on tärkeä tapa kerätä ja tarkastella tietoa esimerkiksi erilaisista yhteiskunnallisista ilmiöistä, ihmisten toiminnasta, arvoista, asenteista ja mielipiteistä. Edellämainitut asiat ovat moniulotteisia ja monimutkaisia. Kyselytutkimuksessa vastaajalle esitetään kysymyksiä kyselylomakkeen välityksellä. Se on mittausväline, joka soveltuu asian kuin asiankin tutkimiseen. (Vehkalahti, 2019, 11)

Ennen kyselyn laatimisen aloittamista on hyvä miettiä seuraavia asioita: Mitä haluaa tietää? Keneltä haluaa kysyä? Missä jakaa kyselyn, jotta siihen vastattaisiin? kyselyä tehdessä tulee miettiä yleisöä, kyselyn muotoa, kysymyksiä ja sijoittelua kokonaisuudessaan, jotta kyselystä saadaan mahdollisimman paljon irti. (Gournelos, Hammonds & Wilson, 2019, 119-120)

### 5.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Määrällinen eli kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä on tutkimus tapa, jossa tiedot ovat numeerisessa muodossa. Eli tutkittavia asioita ja niiden ominaisuuksia katsotaan yleisesti kuvaillen numeraalisesti. Kvantitatiivinen menetelmä vastaa kysymyksiin: Kuinka paljon, kuinka usein ja kuinka moni. (Vilka , 2007, 14)

Tutkimuksen tulokset saadaan numeerisessa muodossa tai se ryhmitellään laadullisesta aineistosta numeeriseksi. Tulokset esitetään numeroina esimerkiksi tunnuslukuina. Tutkimuksen oleelliset asiat kuitenkin esitetään sanallisesti ja kerrotaan millä tavalla asiat liittyvät toisiinsa tai eroavat toisistaan. (Vilka, 2007, 14)

Tässä opinnäytetyössä käytettiin, Juuri tätä kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Määrällinen menetelmä sopii hyvin tällaiseen asiakastytyväisyyskyselyyn, jossa tarkoituksena on saada mahdollisimman paljon tietoa mahdollisimman monelta vastaajalta.

### 5.3 Tiedon keräys

Tiedon keräystä varten on valittava tilanteeseen sopiva tutkimusmenetelmä. Tämän opinnäytetyön tutkimusmenetelmä on määrällinen ja sen tutkimusaineiston keräämiseen on valittavissa joko kyselylomake, systemaattinen havainnointi tai valmiiden rekisterien tai tilastojen käyttö. (Vilka, 2015) Tässä tapauksessa tiedot kerättiin sähköisellä kyselylomakkeella, joka tässä työssä tehtiin Webropol 3.0 -ohjelmalla. Tavoitteena oli saada mahdollisimman suuri vastaaja määrä,

jotta tuloksista voitaisiin vetää päteviä johtopäätöksiä. Tässä tutkimuksessa linkki tehtyyn kyselyyn lähetettiin Yammer sovelluksessa oleviin ryhmiin, jossa mahdollisimman moni opiskelija siihen pääsisi käsiksi. Tämän lisäksi linkki lähetettiin erääseen HAMKin opiskelijoita sisältävään Facebook ryhmään.

## 6 BENCHMARKING: MUIDEN KOULUJEN LIIKUNTAPALVELUT

Benchmarking on prosessi, jonka avulla tunnistetaan, ymmärretään ja mukautetaan organisaatioiden käytäntöjä, jotta oman organisaation suorituskykyä voidaan parantaa. (Tuominen, 2016, 6) Benchmarkkauksessa voit vertailla yksittäisiä toimintoja tai tehtäviä yleensä kuitenkin isompia prosesseja, yksittäisten toimintojen sijaan. Benchmarkkausta voi siis käyttää minkä tahansa ongelman ratkaisuun. Mikäli vertailulla pyritään saamaan merkittäviä parannuksia yritykseen, on silloin varmistettava, että benchmarkkauksen aihe tukee haluttuja tavoitteita. (Tuominen, 2016, 10)

Benchmarkkaukseen valittiin neljä ammattikorkeakoulua, joiden liikuntapalveluita vertaillaan HAMKissa oleviin palveluihin. Kolme näistä tähän vertailuun valittavista kouluista on isojen kaupunkien kouluja ja yksi pienempi HAMKiin verrattavissa oleva koulu. Tarkoituksena on katsoa, löytyykö varsinkin näiden isompien koulujen liikuntapalveluista jotakin erityistä eroa verraten HAMKin palveluihin.

### 6.1 Tampereen ammattikorkeakoulu

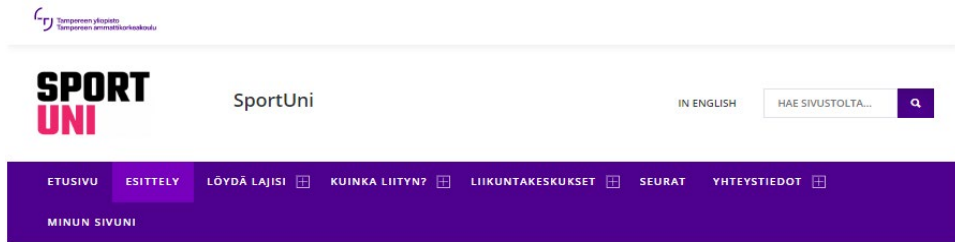
Tampereella Liikuntapalvelut ovat yhdistettynä TAMKin ja Tampereen yliopiston välillä. SportUni jäsenyyden ostettuaan voi käyttää näitä yhdistettyjä liikuntapalveluja. Liikuntamaksu on 75€/vuosi, 44€/syyslukukausi tai 49€/kevätlukukausi. (SportUni, 2020)

SportUni siis tarjoaa monipuoliset ja laadukkaat liikuntapalvelut Tampereen korkeakoulujen opiskelijoille ja henkilökunnalle. Käytössä on kolmen eri kampuksen liikuntapalvelut yhdellä maksulla. (SportUni, 2020)

palveluihin kuuluu:

- ryhmäliikuntaa lähes 100 tuntia viikossa
- liikuntakursseja
- erilaista palloilua
- hyvin varustellut kuntosalit
- ulkosalit
- personal trainer- palveluja
- biljardia, kiipeilyä ja muita vaihtoehtoja.





## Esittely



Kuva 2. Näyttökuvaa Sportunin sivuista. (Sportuni, 2020)

### 6.2 Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu

XAMK eli Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu sijoittuu nimensä mukaisesti Kaakkois-Suomeen. Kampuksia XAMKilla on Kotkassa, Kouvossa, Mikkeliissä ja Savonlinnassa. Tähän vertailuun otetaan XAMKin pääkampuksella eli Mikkeliissä sijaitsevat palvelut. Liikuntatarran hinta on 25€/lukuksi (XAMK, 2020)

”Mikkelin kampuksella opiskelijoiden on mahdollista harrastaa esimerkiksi liikuntaa ja musiikkia sekä ohjatusti että omatoimisesti. Mikkelin kampuksen liikunta- ja harrastepalvelut ovat vain opiskelijoidemme sekä Mikkelin yliopistokeskuksen Aalto yliopiston opiskelijoiden käytettävissä.” (XAMK, 2020)

Mikkeliissä oleva tarjonta:

- kaksi erikokoista liikuntasalia
- kuntosali
- ulkopelikenttä
- pingispöytä
- 5-väyläinen frisbeegolfrata
- keilahalli
- ohjatut ryhmäliikunnat.

(XAMK, 2020)



Kuva 3. Näyttökuva Xamkin Mikkelin kampuksen liikuntapalvelut sivulta. (Xamk, 2020)

### 6.3 Metropolia ammattikorkeakoulu

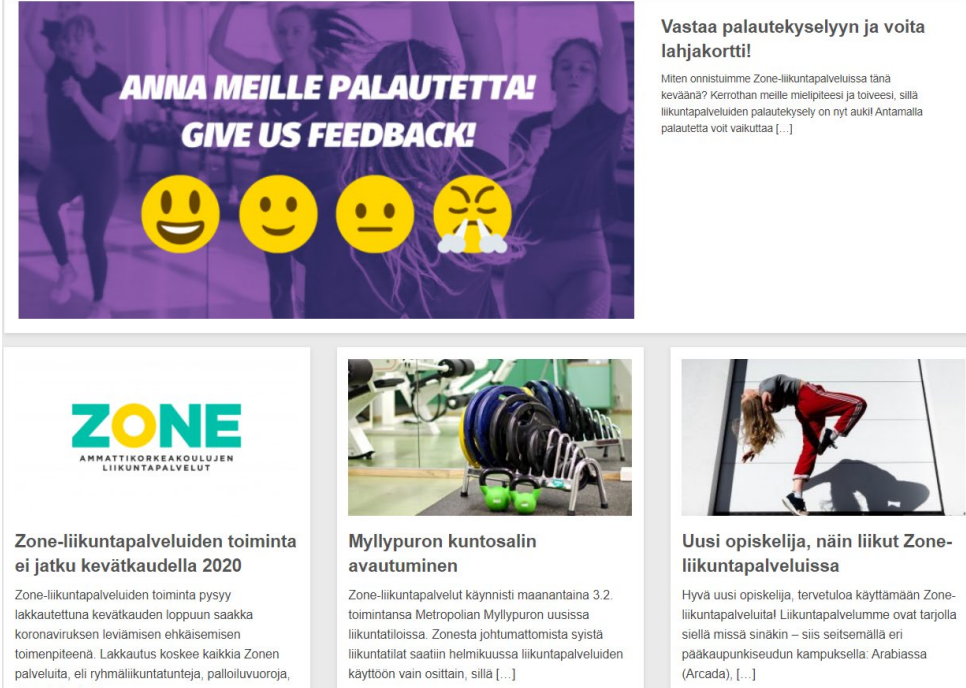
Metropolia on pääkaupunkiseudulla toimiva ammattikorkeakoulu jolla on yhteensä neljä kampusta. kaksi kampusta sijoittuu Helsinkiin, yksi Vantaalle ja yksi Espooseen. (Zonesports, 2020)

Liikuntapalvelut on yhdistetty pääkaupunkiseudulla ammattikorkeakoulujen osalta. Zone-Liikuntapalvelut yhdistää Haaga-Helian, Laurean ja Metropolian liikuntapalvelut samaan pakettiin. Liikuntapassin hinta on 52€/lukuvuosi tai 30€/lukukausi (Zonesports, 2020)

Palveluihin kuuluu:

- ryhmäliikuntaa noin 40h viikossa
- palloiluvuoroja, kursseja sekä sarjatoimintaa
- 5 eri kampuksen kuntosalit.

(Zonesports, 2020)



**ANNA MEILLE PALAUTETTA!  
GIVE US FEEDBACK!**

Vastaa palautekyselyyn ja voita lahjakortti!

Miten onnistuimme Zone-liikuntapalveluissa tänä keväänä? Kerrothan meille mielipiteesi ja toiveesi, sillä liikuntapalveluiden palautekysely on nyt aukki! Antamalla palautetta voit vaikuttaa [...]

**ZONE**  
AMMATTIKORKEAKOULUJEN  
LIIKUNTAPALVELUT

**Zone-liikuntapalveluiden toiminta ei jatku kevätkaudella 2020**

Zone-liikuntapalveluiden toiminta pysyy lakkautettuna kevätkauden loppuun saakka koronaviruksen leviämisen ehkäisemisen toimenpiteenä. Lakkautus koskee kaikkia Zonen palveluita, eli ryhmäliikuntatunteja, palloiluvuoroja, turnauksia, [...]

**Myllypuron kuntosalin avautuminen**

Zone-liikuntapalvelut käynnisti maanantaina 3.2. toimintansa Metropolian Myllypuron uusissa liikuntatiloissa. Zonestä johtumattomista syistä liikuntatilat saatiin helmikuussa liikuntapalveluiden käyttöön vain osittain, sillä [...]

**Uusi opiskelija, näin liikut Zone-liikuntapalveluissa**

Hyvä uusi opiskelija, tervetuloa käyttämään Zone-liikuntapalveluita! Liikuntapalvelumme ovat tarjolla siellä missä sinäkin – siis seitsemällä eri pääkaupunkiseudun kampuksella: Arabiassa (Arcada), [...]

Kuva 4. Kuvankaappaus Zone-liikuntapalveluiden sivuilta. (Zonesports, 2020)

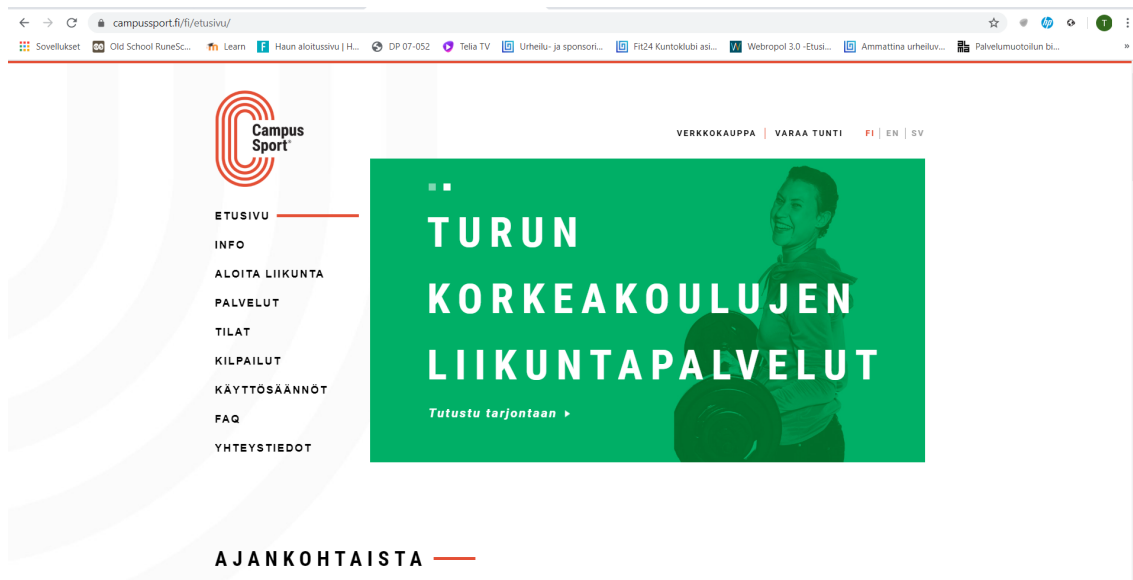
#### 6.4 Turun ammattikorkeakoulu

Turun alueella on Campussport niminen palveluntarjoaja, joka tuottaa palveluja turunkorkeakoulujen opiskelijoille ja henkilöstölle. Lukuvuosi maksaa 66€ tai 44€/lukukausi opiskelijoille. (Campussport, 2020)

Palvelut:

- viisi eri kuntosalia
- lähes 100h ohjattua liikuntaa viikossa monien eri lajien parissa
- yli 30h avoimia palloiluvuoroja.

(Campussport, 2020)



Kuva 5. Näyttökuva Campussportin nettisivuilta. (Campussport, 2020)

## 7 TULOKSET

Tuloksissa käydään läpi Webropolilla tehdyn kyselytutkimuksen tuloksia sekä voidaan myös benchmarkkauksen kautta saatuja vertailukohtia eri korkeakoulujen liikuntapalveluista verraten HAMKin liikuntapalveluihin.

### 7.1 Kyselytutkimus

Ensimmäiseksi tuloksissa käydään läpi kyselytutkimuksen tuloksia. Kyselyssä oli yhteensä kahdeksan kysymystä, joista yksi oli avoin kysymys. Vastaajia kyselyyn saatiin 53 kappaletta.

#### 7.1.1 Miltä kampukselta olet?

Kyselyn tarkoituksena oli saada tietoa opiskelijoiden mielipiteistä koskien nykyisiä palveluja, joita HAMK Moves tarjoaa. Tavoitteena oli saada mielipiteitä kaikkien kampusten opiskelijoilta, mutta kaikkien muiden kampusten paitsi Hämeenlinnan vastaaja määrät jäivät erittäin alhaisiksi ja niiden perusteella on mahdotonta vetää mitään suurempia johtopäätöksiä.

Taulukko 1. Kyselyn vastaaja määrät

	n	Prosentti
Hämeenlinna	39	73,58%
Evo	2	3,77%
Forssa	7	13,21%
Lepaa	3	5,66%
Mustiala	1	1,89%
Riihimäki	0	0%
Valkeakoski	1	1,89%

#### 7.1.2 Liikuntapalveluista tiedottaminen

Kolmas kysymys koski liikuntapalveluista tiedottamista ja sitä kuinka hyvin palveluiden olemassa olo tulee ylipäätään opiskelijoiden tietoisuuteen. Kysymys toteutettiin arvosana-asteikolla 1-5. Kaikkien vastausten keskiarvoksi tuli 3,2. Voidaan sanoa, että palveluista tiedottaminen on tyydyttävällä tasolla, mutta parannettavaa löytyy kuitenkin huomattavasti.

Taulukko 2. Arvosana-asteikko, liikuntapalveluiden tiedottaminen

Minimiarvo	Maksimiarvo	Keskiarvo	Mediaani	Summa	Keskihajonta
1	5	3,2	3	163	0,89

Liukukytkimien arvon lukumäärä	n	Prosentti
1	1	1,96%
2	10	19,61%
3	21	41,18%
4	16	31,37%
5	3	5,88%

### 7.1.3 HAMK Moves palveluiden käyttö

Neljännessä kysymyksessä kysyttiin, mitä liikuntapalveluja vastaaja on käyttänyt. Vastaus vaihtoehtoja oli kuntosali, palloilu, ryhmäliikunta ja uimahalli. Eniten vastauksia keräsi kuntosali, toiseksi eniten ryhmäliikunta ja kolmanneksi tuli palloilu. Uimahallia oli kyselyyn vastaajista käyttänyt vain kaksi vastaajaa, joten voidaan sanoa, että se ei ole enemmistön suosiossa ollenkaan.

Kuntosali keräsi siis eniten vastauksia ja syynä siihen on varmasti se, että kuntoilu on nykyään ”muodissa” kun puhutaan terveyteen liittyvistä asioista. Kuntosaleihin kannattaakin juuri panostaa, koska niille löytyy kyllä aina käyttäjiä niin kuin tästäkin kyselystä voimme todeta.

Taulukko 3. Palveluiden käyttö määrät

	<b>n</b>	<b>Prosentti</b>
Kuntosali	20	74,07%
Palloilu	8	29,63%
Ryhmäliikunta	11	40,74%
Uimahalli	2	7,41%

#### 7.1.4 HAMK Moves jäsenyys

Viides kysymys koski HAMK Moves jäsenyyttä. Kysymyksellä pyrittiin selvittämään, että jos henkilö ei ole jäsen niin mikä saisi hänet kenties liittymään jäseneksi. Vastausvaihtoehtoja oli kolme kappaletta: Halvempi hinta, monipuolisempi tarjonta tai ei mikään (asuu muualla/harrastaa muualla).

61 % eli suurin osa vastaajista vastasi, että mikään ei saisi heitä liittymään jäseneksi. Yksi suurimmista syistä tähän lienee se, että moni HAMKissa opiskelevista asuu jossakin muualla esimerkiksi Tampereella. On ihan ymmärrettävää, ettei koulun jälkeen jäädä enää harrastamaan kyseiselle paikkakunnalle vaan harrastukset ovat siellä missä asutaankin.

Noin kolmannes vastaajista totesi, että monipuolisempi tarjonta voisi saada heidät liittymään jäseneksi. Tarjontaa tulisi siis kehittää, mutta sitä varten tulisi varmasti tehdä vielä tarkempi kysely koskien sitä mitä kaikkea tarjontaan tulisi lisätä, jotta se olisi tarpeeksi houkuttelevaa.

Noin viidennes totesi myös, että halvempi hinta olisi mahdollisesti myös yksi syy mikä saisi heidät liittymään jäseneksi. Benchmarkkauksen perusteella voisi sanoa, että HAMK Moves liikuntapassin hinta lukukaudessa on aivan linjassa muidenkin koulujen hintoihin, mutta lukuvuosi hintaa pitäisi kyllä laskea jos meinaa olla linjassa muiden koulujen liikuntapalveluita tarjoavien tahojen kanssa.

Taulukko 4. Jäsenyyteen vaikuttavat tekijät

	n	Prosentti
Halvempi hinta	9	20,45%
Monipuolisempi tarjonta	13	29,55%
Ei mikään (asun muualla/ harrastan muualla)	27	61,36%

### 7.1.5 Paloilusalali vuorojen riittävyys

Kuudes kysymys koski liikunta/paloilusalali vuorojen riittävyttä. Kysymykseen vastattiin arvosana-asteikolla 1-5. Vastausten keskiarvoksi tuli 3,33 joten vuorojen riittävyden voidaan todeta olevan tyydyttävällä tasolla. melkein kolmannes vastaajista oli kuitenkin antanut arvosanaksi 4 joten moni pitää vuorojen riittävyttä kuitenkin oikein hyvänä.

Taulukko 5. Vastaustaulukko paloilusalali vuorojen riittävyteen.

Liukukytkimen arvon lukumäärä	n	Prosentti
1	1	2,17%
2	3	6,52%
3	25	54,35%
4	14	30,44%
5	3	6,52%

### 7.1.6 Osallistuminen HAMK Movesin lajikurseille

Seitsemännellä kysymyksellä haluttiin kartoittaa sitä, miten opiskelijat ovat osallistuneet Hamk Movesin tarjoamille lajikurseille. 87 % vastaajista kertoi, ettei ole osallistunut lajikurseille. Tähän lukuun varmasti vaikuttaa se, että moni vastaajista asuu ja harrastaa muualla, joten ei heidän tule, sitten osallistuttua myöskään lajikurseihin.



Taulukko 6. Osallistuminen lajikursseihin

	n	Prosentti
Kyllä	7	13,21%
En	46	86,79%

### 7.1.7 Lajitoiveita HAMK Movesille

Kahdeksas ja viimeinen kysymys koski lajitoiveita. Kysymyksessä pyydettiin kertomaan kolme toivetta, joita HAMK Moves voisi järjestää. Kysymys oli avoin ja vastauksiin tuli kaikenlaista muutakin kommenttia, kuin sitä mitä kysyttiin. Kokonaisuudessaan lajitoiveita tuli erittäin paljon ja montaa erilaista. Tähän ei erikseen yksittäisiä vastauksia eritellä, mutta toimeksiantaja tulee kyllä saamaan erittelyn niistä.

### 7.2 Benchmark vertailun tuloksia

Taulukko 7. Liikuntapalveluiden hintojenvertailu

	Lukukausi	Lukuvuosi
Hämeen ammattikorkeakoulu	45 €	80 €
Tampereen ammattikorkeakoulu	44/49€	75 €
Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu	25 €	50 €
Metropolia ammattikorkeakoulu	30 €	52 €
Turun ammattikorkeakoulu	44 €	66 €

Kuten yllä olevasta kuvasta voi huomata, HAMKin hinnat ovat hieman yläkanttiin verraten muihin. TAMKin verraten hinnat ovat lähellä samaa, katsoo, sitten lukukausi hintaa tai lukuvuosi hintaa. Hintaa, kun peilaa palveluiden laajuuteen niin TAMK on siinä huomattavasti vahvempi, joten siihen verraten HAMKin hinnat ovat aika kovia. Kaakkois-Suomen ammattikorkeakoulu eli XAMK on enemmän verrattavissa HAMKiin koulun kokoa katsoen. Siellä hinnat ovat huomattavasti halvempia ja palveluiden tarjonnan laajuus on myös jotakuinkin samaa luokkaa. Peilattaessa hintoja ja palveluiden tarjonnan laajuutta, voisi sanoa, että HAMKin liikuntapassin hintoja voisi hieman miettiä uudelleen.

Kaikkien koulujen liikuntapalveluita tarjoavat tahot tarjoavat melkein samanlaisia palveluja. Eroja näkyy, sitten siinä kuinka paljon esimerkiksi

ohjattua liikuntaa on tarjolla viikoittain. Tästäkin huomaataan, että isojen paikkakuntien opiskelijat ovat usein paremmassa asemassa kuin pienempien kaupunkien. Erimerkiksi TAMKin palveluja tarjoavalla SportUnilla on lähes 100 tuntia ohjattua liikuntaa tarjolla viikoittain. HAMKissa vastaava luku Hämeenlinnan alueella on noin 20 tuntia viikossa. XAMKiin verratessa, joka on vastaavanlainen koulu HAMKiin nähden niin ohjattua liikuntaa on suunnilleen saman verran tarjolla kuin HAMKissakin

## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tavoitteena oli kerätä opiskelijoiden mielipiteitä HAMK Movesin tämänhetkisistä palveluista ja ohessa tiedustella mahdollisia kehittämisideoita. Kyselytutkimuksen rinnalle tehtiin benchmarkkaus eri koulujen liikuntapalveluiden vertailuun. Kyselytutkimuksella saatiin tietoa HAMKin Hämeenlinnan kampuksen palveluista, mutta muiden kampusten opiskelijoita ei juurikaan tavoitettu.

Onnistunut opinnäytetyö vaatii kokonaisuutena viitehenkilöltä luottamusta, aikaa sekä rehellisyyttä. (Hakala, 2017, 21) Tässä opinnäytetyössä viitehenkilön roolissa ovat tutkija, toimeksiantaja sekä ohjaaja. Palautteen ja kehitysehdotuksien kulku tutkijan ja ohjaajan välillä toimi hyvin koko opinnäytetyöprosessin ajan. Tämän takia opinnäytetyön eteneminen oli sulavaa.

Tuloksien perusteella voidaan sanoa, että HAMK Movesin palvelut ovat hyvällä tasolla, mutta kehittämisen kohteita ja miettimisen aiheita löytyy. Kyselyn vastausten perusteella voidaan todeta, että loppujen lopuksi aika harva käyttää koulun tarjoamia liikuntapalveluita. Ihmiset mieluummin harrastavat ja urheilevat muualla. Iso syy tähän varmasti se, että moni Hämeenlinnassa opiskeleva asuu esimerkiksi Tampereella.

Hämeenlinnan kampuksen palveluiden voidaan sanoa olevan hyvällä tasolla, mutta siitä miten pienemmillä kampuksilla ajatellaan liikuntapalveluista, ei tietoa juurikaan saatu. Jotta myös syrjäisempien kampusten liikuntapalvelut saataisiin muotoiltua paremmin, olisi jatkossa syytä kartoittaa sieltä hieman tarkemmin mitä kehitystä sinne toivottaisiin.

Koulujen vertailussa selvisi, että suurempien koulujen liikuntapalveluiden tarjonta on selkeästi laajempaa varsinkin ryhmäliikunnan tarjonnan osalta. Tietysti suuremmilla paikkakunnilla on paljon enemmän mahdollisuuksia järjestää erinäistä liikuntaa, koska yksinkertaisesti mahdollisuuksia on enemmän ja laajemmin tarjolla. HAMKin palvelut verrattaessa samankaltaiseen kouluun XAMKiin olivat melko samalla tasolla. Yleisesti voisi todeta, että varsinkin HAMKin Hämeenlinna kampuksen liikuntapalvelut ovat linjassa vastaavien koulujen palveluihin. Suurin asia mikä esim. XAMKin ja HAMKin välillä näkyi, oli liikuntapalvelumaksut. Liikuntapalveluiden hinta on HAMKissa kova ja vastaa suurempien koulujen maksuja ja on niistäkin jopa kalliimpi. Jo pelkästään liikuntapassin uudelleenhinnoittelulla voitaisiin saada lisää aktiivisia käyttäjiä HAMK Movesin palveluille.

Tulevaisuudessa on hyvä jatkaa, siitä mihin tämä opinnäytetyö jäi. Vastaavanlaista tutkimusta ei ollut ennen tehty ja tämä oli nyt ensimmäinen näyte siitä, mitä tällaisella tutkimuksella voidaan saada selville. Jatkossa olisi järkevää tehdä vastaavanlaista

tyytyväisyystukimusta tasaisin väliajoin, jos siihen on vaan mahdollisuuksia. Myös jatkuvan asiakaspalautteen antamiseen voisi kehittää alustan jossa se olisi mahdollista. Näin välttyttäisiin jatkuvasti uusien kyselyjen tekemiseltä, sen sijaan palautetta voisi antaa aina, kun sille koetaan tarvetta.

## LÄHTEET

Anderson, R. J. & Brice, S. (2011). The mood-enhancing benefits of exercise: Memory biases augment the effect. *Psychology of Sport & Exercise*, 12(2), pp. 79-82. doi:10.1016/j.psychsport.2010.08.003

Campusport (2020). Info. Haettu 10.4.2020 osoitteesta <https://www.campusport.fi/fi/info/>

Gournelos, T., Hammonds, J. R. & Wilson, M. A. (2019). *Doing academic research: A practical guide to research methods and analysis*. Abingdon, Oxon ; New York, NY: Routledge.

Hakala J. (2017). Tulevan maisterin graduopas. Tallinna. Printon Trükikoda.

HAMK Moves (2020). HAMK Moves. Haettu 10.4.2020 osoitteesta <https://www.hamk.fi/opiskelijan-ohjeet/hamk-moves/>

Ilmarinen, V. & Koskela, K. (2015). *Digitalisaatio: Yritysjohdon käsikirja*. Helsinki: Talentum.

Kauravaa K. (2018) Liikunta ja urheilu aikuisen hyvinvoinnin tukena. Suomen Olympiakomitea. Haettu 30.3.2020 Google.

Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. (2019). *Palvelumuotoilun bisneskirja*. [Helsinki]: Alma Talent.

Komulainen, M. (2018). *Menesty digimarkkinoinnilla* (1. painos.). [Helsinki]: Kauppakamari.

Korkiakoski, K. & Karhinen, R. (2019). *Asiakaskokemus ja henkilöstökokemus: Uusi aika, uudenlainen johtaminen*. Helsinki: Alma Talent.

Kurvinen, J. & Seppä, M. (2016). *B2B-markkinoinnin & myynnin pelikirja: Yritysjohdon opas myyntiin ja markkinointiin*. [Helsinki]: Kauppakamari.

SportUni (2020). Esittely. Haettu 10.4.2020 osoitteesta <https://sites.tuni.fi/sportuni/esittely/>

Syvöja, H., Kantomaa, M., Laine, K., Jaakkola, T., Pyhältö, K., & Tammelin, T. (2012). Liikunta ja oppiminen. *Opetushallituksen muistio*, 5. Haettu 25.3.2020 Google scholar tietokanta.

Tuominen, K. (2016). *Introducing Benchmarking*. Turku: Oy Benchmarking Ltd. Haettu 24.4.2020 Ebook Central- tietokanta.

Tuulaniemi, J. (2011). *Palvelumuotoilu*. Helsinki: Talentum Media Oy.

Vehkalahti, k. (2019) Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Helsingin yliopisto.

Vilka, H. (2007). *Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet*. Helsinki: Tammi.

White, P. & Fulcher, K. (2000). Benefits of exercise therapy. *Physical therapy*, 80(1), p. 115.

Xamk (2020). Liikuntapalvelut. Haettu 10.4.2020 osoitteesta <https://www.xamk.fi/koulutus/mikkelin-kampuksen-liikunta-harrastepalvelut/>

Yin, R. K. (2016). *Qualitative research from start to finish* (Second edition.). New York: Guilford Press.

Zonesports (2020). Haettu 10.4.2020 osoitteesta <http://zonesports.fi/>

## Liikuntapalvelut kysely

1. Miltä Kampukselta olet? Hämeenlinna/Evo/Forssa/Lepaa/Mustiala/Riihimäki/Valkeakoski.
2. Sukupuoli: Mies/Nainen/Muu
3. Miten hyvää liikuntapalveluista tiedottaminen mielestäsi on? (Tuleeko palveluiden olemassaolo hyvin opiskelijoiden tietoisuuteen? 1-5)
4. Oletko käyttänyt HAMK Movesin palveluita? Jos kyllä niin mitä seuraavista? Kuntosali/Palloilu/Ryhmäliikunta/Uimahalli
5. Jos et ole HAMK Movesin jäsen niin mikä saisi sinut liittymään jäseneksi? Halvempi hinta/Monipuolisempi tarjonta/ Ei mikään (asun muualla/harrastan muualla)
6. Mitä mieltä olet kampusesi Liikuntasali/Palloilusali vuorojen riittäväydestä? 1-5
7. Oletko osallistunut HAMK Movesin järjestämille lajikursseille? Kyllä/En
8. Mitä lajeja toivoisit HAMK Movesin järjestävän? Kerro kolme toivetta

