



Urheiluseuran kannattajien sitouttaminen brändätyn mobiilisovelluksen avulla: Case Oy HIFK-Hockey Ab

Olli Lipsonen

Leevi Brusi

Opinnäytetyö, AMK

Toukokuu 2024

Liiketalouden tutkinto-ohjelma

Brusi, Leevi & Lipsonen, Olli

Urheiluseuran kannattajien sitouttaminen brändätyn mobiilisovelluksen avulla: Case Oy HIFK-Hockey Ab

Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu. Toukokuu 2024, 56 sivua

Liiketalouden tutkinto-ohjelma. Opinnäytetyö AMK.

Julkaisun kieli: suomi

Julkaisulupa avoimessa verkossa: kyllä

Tiivistelmä

Oy HIFK-Hockey Ab pyrkii kehittämään digitaalista kannattajakokemusta uudistamalla omaa brändättyä mobiilisovellustaan. Brändättyä mobiilisovellusta käytetään mobiilimarkkinoinnin välineenä asiakkaiden sitouttamiseen. Tavoitteena oli selvittää kannattajien nykyinen kokemus HIFK-mobiilisovelluksen käytettävyydestä, sekä luoda uusia kehitysehdotuksia kyseisen brändätyn mobiilisovelluksen jatkuvan käytön edistämiseksi.

Tutkimus toteutettiin laadullisena tutkimuksena. HIFK-mobiilisovelluksen käytettävyyttä ja jatkuvaa käyttöä tukevia sisältöuudistuksia selvitettiin teemahaastattelujen avulla. Teemahaastattelut toteutettiin etänä verkossa Microsoft Teams-palvelussa ja haastatteluihin osallistui kahdeksan HIFK:n Bättre Folk kannattajajäsenen jäsentä.

Tuloksena saatiin tietoa kannattajien nykyisestä kokemuksesta HIFK-mobiilisovelluksessa, sekä uusia kehitysideoita jatkuvan käytön edistämiseksi. Haastatteluissa saatiin useita kehitysehdotuksia, joita voidaan käyttää jatkuvan käytön edistämiseksi mm., uudenlainen viihdesisältö, sekä kannattajien välinen vuorovaikutus mahdollisuus.

HIFK:n brändätyn mobiilisovelluksen käytettävyys koettiin pääosin positiivisena yksinkertaisen ja helppokäyttöisen käyttöliittymän ansiosta. HIFK-mobiilisovelluksessa oli paljon urheilujoukkueen mobiilisovelluksen jatkamisintentioon vaikuttavia tekijöitä, mutta myös mahdollisuuksia jatkuvan käytön kehittämiseksi muodostui. Mobiilisovelluksen uudistaminen jatkuvaa käyttöä tukevilla tekijöillä mahdollistaisi brändätyn mobiilisovelluksen hyödyntämisen paremmin tulojen hankinnassa seuralle.

Avainsanat (asiasanat)

(urheiluliiketoiminta, mobiilisovellus, brändätty mobiilisovellus, käytettävyys, jatkamisintentio, mobiilimarkkinointi)

Muut tiedot (salassa pidettävät liitteet)

-

Brusi, Leevi & Lipsonen, Olli

Engaging sport fans through a branded mobile application: Case Oy HIFK-Hockey Ab

Jyväskylä: JAMK University of Applied Sciences, May 2024, 56 pages.

Degree Programme in Business Administration. Bachelor's thesis.

Permission for open access publication: Yes

Language of publication: Finnish

Abstract

Oy HIFK-Hockey Ab aims to improve the digital fan experience by revamping its branded mobile application. The branded mobile application is used as a mobile marketing tool to engage customers. The aim was to investigate fans' current experience with the usability of the HIFK mobile application and to develop new improvement suggestions to promote the continued use of the branded mobile application.

The research was conducted as a qualitative study. The usability and content updates of the HIFK mobile application were investigated through themed interviews to support its continuous use. The themed interviews were conducted remotely and online using the Microsoft Teams service and eight members of the HIFK Bättre Folk fan community participated in the interviews.

The results provided insights into fans' current experience with the HIFK mobile application, as well as new development ideas to promote continuous use. The interviews yielded several suggestions for improvements, including new entertainment content and opportunities for interaction among fans.

The usability of HIFK's branded mobile application was generally perceived as positive due to its simple and user-friendly interface. The HIFK mobile application included many factors that influence the intention to continue using a sports team's mobile application, but there were also opportunities identified for further development to support continuous use. Revamping the mobile application with features that encourage continuous use would enable better utilization of the branded mobile application for generating revenue for the club.

Keywords/tags (subjects)

sport business, mobile app, branded mobile app, usability, continuation intention, mobile marketing

Miscellaneous (Confidential information)

-

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Tutkimuksen tarkoitus, tavoitteet ja tutkimuskysymykset	4
3	Keskeiset käsitteet ja teoriaperusta	7
3.1	Mobiilisovellus.....	8
3.2	Brändätty mobiilisovellus.....	9
3.3	Käytettävyys	10
3.4	Mobiilisovelluksen jatkuva käyttö.....	13
4	Tutkimuksen toteutus.....	16
4.1	Tutkimusmenetelmä	16
4.2	Aineiston keruu	17
4.3	Aineiston analyysimenetelmä	21
4.4	Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus	22
5	Tutkimuksen tulokset	25
5.1	Haastattelututkimuksen tulokset.....	27
6	Pohdinta.....	40
6.1	Luotettavuus ja eettisyys	40
6.2	Tulosten tarkastelu suhteessa teoreettiseen viitekehykseen	45
6.3	Johtopäätökset ja kehittämis ehdotukset.....	49
	Lähteet	53
	Liitteet	56
	Liite 1. Google Forms Ilmoittautumislomake	56

Kuviot

Kuvio 1. Järjestelmän hyväksyttävyyden malli (mukaillen Nielsen 1993, 25)	10
Kuvio 2. Urheilujoukkueen mobiilisovelluksen jatkamisintentioon vaikuttavat tekijät (mukaillen Hwang ym. 2020, 163)	13
Kuvio 3. Näytönkaappaus HIFK-mobiilisovelluksen valikosta	25
Kuvio 4. Näytönkaappaus HIFK-mobiilisovelluksen etusivusta	25

Taulukot

Taulukko 1. Keskeiset käsitteet.....	8
Taulukko 2. Ensimmäisen tutkimuskysymyksen tulosten yhteenveto	39

Taulukko 3. Toisen tutkimuskysymyksen tulosten yhteenveto	40
---	----

1 Johdanto

Mobiilimarkkinointi on jatkuvasti kehittyvä digitaalisen markkinoinnin muoto, jonka osuus yritysten markkinoinnissa on lisääntynyt jatkuvasti. Mobiilimarkkinoinnin kehittyminen sekä yleistymisen ovat luoneet yrityksille uusia tapoja yrityksen digitaalisen brändin rakentamiseen. Lisäksi kuluttajien kasvava kiinnostus mobiilipalveluja kohtaan on saanut yhä useammat yritykset kokeilemaan mobiilimarkkinointia ja viime vuosina erityisesti yritysten omien brändättyjen mobiilisovellusten käytöstä osana yritysten markkinointistrategiaa on tullut aiempaa suosittua.

Toimiva brändätty mobiilisovellus mahdollistaa jatkuvan ajasta ja paikasta riippumattoman vuorovaikutuksen yrityksen ja asiakkaan välillä, minkä on todettu vaikuttavan positiivisesti brändiuskollisuuden lisääntymiseen ja asiakassuhteen säilymiseen. Usein mobiilisovellus mahdollistaa tiedonkeruun sen käyttäjistä yritykselle ja tätä ”digitaalseksi kullaksi” kuvattua datatietoa yrityksen on mahdollista käyttää pohjana mm. mobiilisovelluksen sisällön personoinnissa asiakkaalle sopivammaksi ja yrityksen liiketoiminnan kehittämisessä. Brändätyn mobiilisovelluksen on todettu auttavan yritystä saavuttamaan tavoitteensa myynnin, asiakaskommunikaation, markkinatutkimuksen ja asiakassuhteiden hoitamisessa sekä mahdollistavan asiakkaiden säilyttämistä ylläpitämisen, mitä voidaan pitää yhtenä tärkeimmistä tekijöistä brändätyn mobiilisovelluksen julkaisijalle (Won, Chiu & Byun 2023, 1113). Brändätyn mobiilisovelluksen käyttö osana yrityksen markkinointistrategiaa mahdollistaa siis asiakkaan sitoutuneisuuden käytön markkinoinnin ja palveluiden tarjonnan kohdentamisessa ja tuottaa siten yritykselle taloudellista hyötyä.

Yritysmailman tapaan usein myös urheilussa kilpailulla menestymisen edellytyksenä on onnistunut liiketaloudellinen toiminta. Pitkäaikainen kilpailullisuus urheilumailman huipulla vaatii urheiluseuroilta suunnitelmallista toimintaa ja taloudellista vakautta. Tämän vuoksi urheiluseuroissa on yritysmailman tapaan alettu hyödyntämään mobiilisovelluksia ja niiden urheilun kuluttajista tuottamaa datatietoa. Urheiluseurojen uskolliset kannattajat, fanit tekevät urheilusta erityislaatuisen liiketalouden toimialan osoittamansa poikkeuksellisen sitoutuneisuuden myötä. Sitoutuneiden kannattajien urheiluseuroille tuottama taloudellinen hyöty on huomattavissa säännöllisenä tulona seuralle urheiluseuran tarjoamien palveluiden kuten pääsylippujen ja fanituotteiden sekä juoma- ja ruoka palveluiden ostojen kautta (Huttermann 2021, 20). Onnistuakseen palveluidensa kehittämisessä ja luodakseen faneilleen lisäarvoa tuottavia kokemuksia on tärkeää, että urheiluseurat myös keräävät jatkuvasti riittävän monipuolista ja laadukasta dataa asiakkaiden toiminnasta. Tässä

opinnäytetyössä tarkoituksena on selvittää millaiseksi kannattajat kokevat urheiluseuran mobiilisovelluksen käytettävyyden ja millaiset uudistukset lisäisivät käyttäjien toistuvia vierailuja mobiilisovelluksessa.

Suomessa urheilujoukkueen mobiilisovelluksen käyttöä ja siitä saatavan tiedon hyödyntämistä liiketoimintaan on tutkittu vähän. Opinnäytetyön toimeksiantaja Oy HIFK-Hockey Ab on aloittanut prosessin, jonka tarkoituksena on kehittää HIFK:n brändättyä mobiilisovellusta vastaamaan paremmin sen käyttäjien toiveisiin. HIFK:n mobiilisovelluksen pääasiallisia käyttäjiä ovat seuran omat kannattajat. Uudistamalla brändättyä mobiilisovellustaan toimeksiantajan tavoitteena on parantaa kannattajakokemusta tarjoamalla kannattajilleen mobiilisovelluksellaan mieluista sisältöä ja palveluja sekä varmistaa, että HIFK:n seuraaminen on ajasta ja paikasta riippumatta mobiililaitteella mahdollisimman helppoa. Tämä on tärkeää toimeksiantajalle, koska urheilusisällön kulutus on siirtynyt yhä enemmän ja vahvemmin mobiililaitteisiin.

Opinnäytetyö on osa toimeksiantajan brändätyn mobiilisovelluksen kehitysprosessia. Toimeksiantaja tekee vuosittain kyselytutkimuksen selvittääkseen kannattajiensa tyytyväisyyttä seuran tarjoamiin palveluihin. Seuran kyselytutkimuksen vastausten validoimiseksi toimeksiantaja halusi opinnäytetyön tehtäväksi valitusta aiheesta. Opinnäytetyön tarkoituksena on tuottaa toimeksiantajalle laadullinen aineisto, mikä antaa syvempää ymmärrystä sen kannattajien käyttötottumuksista mobiilisovelluksessa ja luoda kehittämisohjeita palvelemaan brändätyn mobiilisovelluksen käyttäjiä entistä paremmin. Opinnäytetyön kohderyhmäksi valikoitui toimeksiantajan toiveesta seuran kausikortin omaavat ja Bättre Folk -kannattajayhteisön jäsenet, jotka ovat seuran mukaan organisaation tärkein prioriteetti ja asiakasryhmä.

2 Tutkimuksen tarkoitus, tavoitteet ja tutkimuskysymykset

Kanasen (2015, 41) mukaan opinnäytetyön onnistumisen edellytyksenä on tutkimusongelman oikeanlainen määrittely. Myös Seppolan (2023, 18) mukaan tutkimuksen lähtökohtana toimii tutkimusongelma, joka ohjaa koko tutkimusta. Tieteellisessä työssä pitää olla aina tutkimusongelma, ongelman pitää olla mielekäs ja se pitää pystyä perustelemaan, mikä tekee siitä tutkimuksen arvoisen (Kananen 2015, 45; Seppola 2023, 18). Tutkimusongelman määrittely ja rajaaminen on tärkeää, koska tutkimusongelman määrittelyssä kiteytyvät koko opinnäytetyön tarkoitus ja tavoitteet. Rajaamisella määritellään, miten ilmiö hahmotetaan ja mitkä tekijät sen tarkastelussa otetaan

huomioon. Rajaamisen avulla voidaan eristää ilmiön ongelma, jolloin tutkimus voidaan toteuttaa oikein. (Kananen 2015, 46.) Liian avoin tutkimus on riski, sillä se voi tuottaa liikaa dataa, jolla ei ole käyttöä ja mikä haittaa tutkimuksen etenemistä (Bell, Bryman & Harley 2019, 81). Rajaaminen on tärkeää, sillä liian abstraktilla tasolla olevaan ongelmaan ei päästä kiinni. Tutkimuksen aiheen fokusointi viedään niin pitkälle, että voidaan varmistua riittävästä aineistonsaannista, jotta tieteellinen aineistonkeruu- ja analyysimenetelmien käyttö mahdollistuu. (Kananen 2015, 46.)

Opinnäytetyön tutkimusongelma ja siihen liittyvät tutkimuskysymykset ovat syntyneet tiiviissä yhteistyössä opinnäytetyön toimeksiantajan kanssa. Yhteinen pohdinta ja dialogi toimeksiantajan kanssa ovat mahdollistaneet ongelman asettamisen sellaiseen muotoon, joka vastaa sekä toimeksiantajan tarpeita että tutkimuksen tavoitteita. Toimeksiantajan antama panos ja näkemykset ovat olleet keskeisessä roolissa tutkimusongelman ja kysymysten hahmottelussa, mikä on vahvistanut tutkimuksen relevanssia ja käytännön merkitystä. Tämä yhteistyö on luonut vankan perustan tutkimuksen suunnittelulle ja toteutukselle, ja se varmistaa, että opinnäytetyö vastaa mahdollisimman hyvin toimeksiantajan tarpeisiin ja odotuksiin. Työn tavoitteiden varmistamiseksi suoritettiin haastattelu HIFK:n markkinointi- ja vastuullisuusjohtaja Raakel Koittolan kanssa. HIFK haluaa ensisijaisesti kehittää kannattajakokemusta, sekä pitää huolen siitä, että HIFK:n seuraaminen on helppoa omalta mobiililaitteelta. Mobiilisovelluksen kehittämisen tarkoituksena on parantaa sen toimintavarmuutta, ja uudistaa sisältöjä.

Opinnäytetyön tutkimusongelma on ”Miten HIFK pystyy hyödyntämään brändätyä mobiilisovellusta aktiivisesti sitouttaakseen kannattajia paremmin seuran toimintaan?”. Digitalisoituvassa maailmassa urheiluseurat kilpailevat, muun digitaalisen sisällön kanssa kuluttajien huomiosta. Kilpailijoita ovat muiden urheilulajien ja seurojen lisäksi myös esimerkiksi sosiaalinen media tai suoratoistopalvelut. Brändätyä mobiilisovellusta voidaan pitää tehokkaana markkinointikeinona, mutta sen optimaalinen hyödyntäminen suomalaisten urheiluseurojen markkinoinnissa on puutteellista. Jatkuva vuorovaikutus seuran mobiilisovelluksen kautta luo sitoutuneisuutta seuran ja kannattajien välille, minkä seurauksena kannattajat käyttävät keskimäärin merkittävästi enemmän rahaa seuran palveluihin kuin aikaisemmin. Tässä opinnäytetyössä tarkoituksena on luoda syvempää ymmärrystä urheiluseuran aktiivisten kannattajien käyttökokemuksista mobiilisovelluksessa.

Toimeksiantaja jakaa kannattajat viiteen erilaiseen ryhmään heidän sitoutuneisuutensa perusteella. Ensimmäisen ryhmän kannattajat ovat sitoutuneimpia, heillä on kausikortti ja he seuraavat HIFK:ta aktiivisesti, kun taas viidennen ryhmän henkilöt seuraavat HIFK:ta vain satunnaisesti. Koittolan mukaan tutkimuksen kannalta ensisijaisesti oleellisin ryhmä olisi kannattajien sitoutunein ryhmä, eli kausikortin tai kannattajayhteisö Bättre Folk-jäsenyyden omistavat kannattajat. Bättre Folk on kannattajille suunnattu maksullinen lisäpalvelu, joka tarjoaa kannattajalle erilaisia jäsenetuja, kuten lippujen etuosto-oikeuden, tiedot pelaajasiirroista ennen muita, HIFK-TV sisällön, ja yhteistyökumppaneiden tarjoamia etuja (Jäsenedut N.d). Toimeksiantajan mukaan kyseiseen ryhmään kuuluvat kannattajat todennäköisemmin käyttävät HIFK:n brändättyä mobiilisovellusta kaikista aktiivisemmin. Aktiiviset ja sitoutuneet kannattajat ovat tärkeimpiä HIFK:n toiminnan kannalta, joten heidän toiveidensa kuuleminen on arvokasta tietoa toimeksiantajalle.

Että se, että jos me ajatellaan, että me ollaan olemassa sen takia, että me halutaan pitää ihmisistä huolta ja tuoda ihmiset yhteen, niin tavallaan se ydinporukka on meille kaikkein tärkeintä ja me totta kai halutaan täältä tietää, että mitä he ajattelevat nimenomaan tästä (mobiilisovelluksesta) ja miten se heihin vaikuttaa. - HIFK:n markkinointi- ja vastuullisuusjohtaja Raakel Koittola.

Tutkimusaiheen rajaamisen jälkeen tutkimusongelmaan etsitään ratkaisua. Ratkaisun etsiminen ja opinnäytetyön prosessointi helpottuu, kun ongelma muutetaan tutkimuskysymykseksi. (Kananen 2015, 55.) Bellin ja muiden (2019, 80) mukaan tutkimuskysymykset opastavat oikeaan suuntaan ja auttavat keskittymään oikeisiin asioihin opinnäytetyössä. Jos tutkimuskysymyksiä ei määritellä kunnolla, on vaara, että tutkimus jää epäselväksi, eikä välttämättä ole selkeää näkemystä mistä on kyse tai mihin tarkoitukseen tietoa kerätään. Tutkimuskysymykset auttavat ohjaamaan opinnäytetyötä useista eri näkökulmista, ne voivat auttaa teoriaperustan kirjoittamisessa, oikeanlaisen datan keräämisessä ja datan analysoimisessa. (Bell ym. 2019, 81.)

Opinnäytetyön tutkimuskysymykset ovat:

1. Minkälaiseksi Bättre Folk-jäsenet kokevat HIFK:n uudistetun brändätyn mobiilisovelluksen käytettävyyden?
2. Millaiset uudistukset tukisivat HIFK:n brändätyn mobiilisovelluksen jatkuvaa käyttöä?

Tutkimuskysymykset käsittelevät tutkimusongelman kannalta oleellisia teemoja, käytettävyyttä ja jatkuvaa käyttöä. Tutkimuksen lopputuloksena syntyy kehitysehdotuksia HIFK:n brändätyyn mobiilisovellukseen. Kehitysehdotukset pyrkivät parantamaan mobiilisovelluksen sisältöjä, jotta ne tukisivat sen jatkuvaa käyttöä. Jatkuvan käytön seurauksena syntyy tiiviimpi suhde seuran ja kannattajan välille, eli sitoutuneisuus lisääntyy. Lopulta seura hyöttyy sitoutuneisuudesta myös taloudellisesti, kun kannattaja kokee seuran henkilökohtaisesti merkittävänä osana arkea.

3 Keskeiset käsitteet ja teoriaperusta

Tässä opinnäytetyön kappaleessa tarkastellaan keskeisiä käsitteitä ja teoriaperustaa. Käsitteiden analyysi on tärkeä osa tutkimusta, sillä se luo pohjan tutkimuksen rakentamiselle ja mahdollistaa syvemmän ymmärryksen tutkimusalueesta. Teoriaperusta puolestaan tarjoaa viitekehyksen, jonka avulla voidaan tarkastella käsitteitä suhteessa toisiinsa ja niiden taustalla vaikuttaviin ilmiöihin. Keskitymme erityisesti mobiilisovelluksen käytettävyyteen ja jatkuvaan käyttöön, jotka linkittyvät vahvasti tutkimuskysymyksiin ja muodostavat perustan koko opinnäytetyölle.

Mobiilisovellus	Ohjelmisto tai sovellus, joka suorittaa tiettyjä tehtäviä tai toimintoja käyttäjälle. Mobiilisovellukset soveltuvat käytettäväksi erilaisilla elektronisilla mobiililaitteilla, kuten älypuhelimilla (Chang 2015, 679).
Brändäty mobiilisovellus	Matkapuhelimeen ladattava ohjelmisto, joka tuo koko käyttäjäkokemuksen ajalta käyttäjälle selkeästi esiin yrityksen brändi-identiteetin, mobiilisovelluksen nimen, ulkomuodon ja logon myötä (Alnawas & Aburub 2016, 314).
Käytettävyyys	Käytettävyyys tarkoittaa sitä kuinka käyttökelpoista, tehokasta, miellyttävää ja hyödyllistä järjestelmän, tuotteen tai palvelun käyttö on sen käyttäjälle käyttöympäristössä (International Organization for Standardization 2020, 2). Käytettävyyys tarkoittaa sitä kuinka helpoksi ja miellyttäväksi tuotteiden ominaisuuksien käyttö koetaan (Nielsen 2012).

	Käytettävyys tarkoittaa sitä, että keskiverto tuotteen käyttäjä pystyy päättämään miten käyttää tuotetta päästäkseen haluttuun tavoitteeseen siten, että kokee käytöllä olevan enemmän arvoa kuin haittaa. (Krug 2014).
Jatkamisintentio	Jatkamisintentiolla tarkoitetaan halua jatkaa määrätynlaista käytöstä aiempien kokemusten perusteella (Hwang, Yang, Williams & Pedersen 2020, 164).

Taulukko 1. Keskeiset käsitteet

3.1 Mobiilisovellus

Mobiilisovellus voidaan määritellä ohjelmistoksi tai sovellukseksi, joka suorittaa tiettyjä tehtäviä tai toimintoja käyttäjälle. Mobiilisovellukset soveltuvat käytettäväksi erilaisilla elektronisilla mobiililaitteilla, kuten älypuhelimilla. (Chang 2015, 679.) Hsun ja Linin (2015) määritelmän mukaan mobiilisovellus viittaa ohjelmistoon, jota käytetään yleiseen tuotettavuuteen ja tiedonhakuun, kuten sähköpostiin, kalenteriin tai sääennusteen tarkistamiseen. Käyttäjien valtava kysyntä ja kehittämis työkalujen laaja saatavuus ovat aiheuttaneet mobiilisovellusten nopean kehittymisen. Nykyään tarjolla on paljon enemmän sovelluskategorioita, kuten pelit, e-kirjat, sosiaalisen median alustat, ja paljon muuta. (Hsu & Lin 2015, 46.)

Melkein kaikilla suosituimmilla nettisivustoilla on nykypäivänä mobiilisovellusversio. Mobiilisovellusversion on tarkoitus tarjota käyttäjille pääsy nettisivun toimintoihin suoraan älypuhelimesta ja tarjota mahdollisuus käyttää samoja palveluja myös niille käyttäjille, joilla ei ole tietokonetta. Älypuhelimien vahva suorituskyky on johtanut siihen, että monet ihmiset suosivat nykyään älypuhelimien ja mobiilisovellusten käyttöä päivittäisissä toiminnoissaan tietokoneen sijaan. (Saleh 2014, 15.)

Mobiilisovellukset ovat vaikuttaneet kuluttajien käytökseen tarjoamalla uudenlaisia mahdollisuuksia nauttia viihteestä, saada informaatiota ja tehdä ostoksia. Kuluttajien käyttäytymisen lisäksi mobiilisovellukset ovat muuttaneet liiketoiminnan tuomalla uudistuksia bisnesstrategioihin, sekä markkinointiin ja mainontaan. Mobiilisovellusten ansiosta verkostoituminen ja uusien asiakkassuhteiden luominen on entistä helpompaa. (Tang 2019, 1.)

3.2 Brändätty mobiilisovellus

Brändätty mobiilisovellus voidaan määritellä matkapuhelimeen ladattavaksi ohjelmistoksi, joka tuo koko käyttäjäkokemuksen ajalta käyttäjälle selkeästi esiin yrityksen brändi-identiteetin, mobiilisovelluksen nimen, ulkomuodon ja logon myötä. (Alnawas & Aburub 2016, 314.)

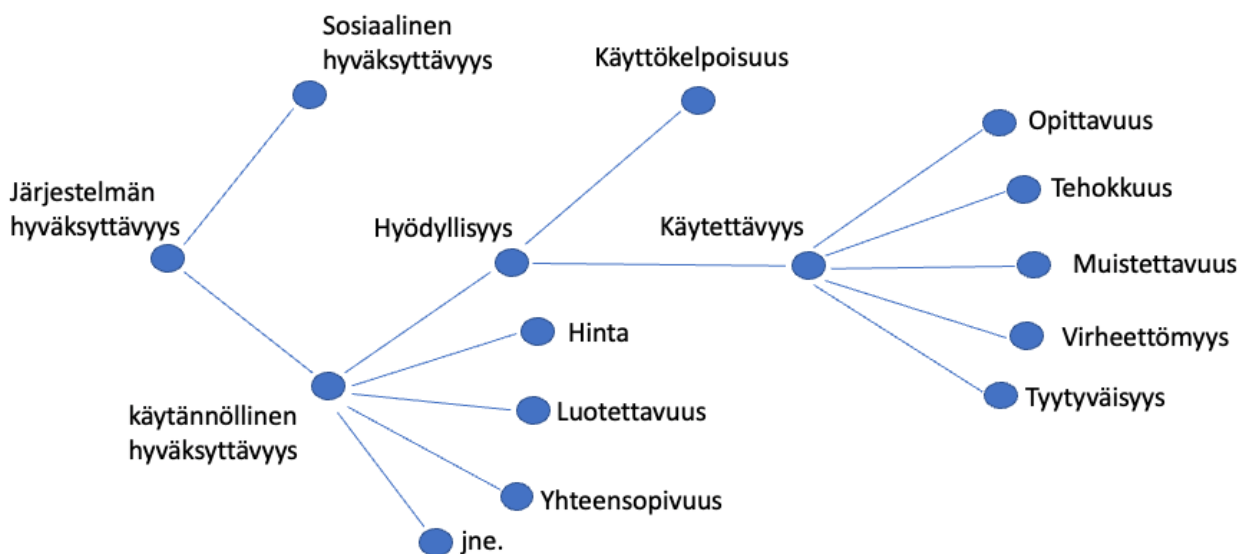
Brändätyt mobiilisovellukset ovat ilmaisia ja niiden tarkoituksena on tarjota helppo tapa tutustua yrityksen tuotteisiin ja palveluihin. Brändätyn mobiilisovelluksen tärkein tarkoitus on kytkeä asiakas mukaan yrityksen toimintaan, jolloin asiakkaan sitoutumista voidaan myöhemmin hyödyntää tuottamaan taloudellista hyötyä yritykselle. Brändätty mobiilisovellus on tärkeä osa yrityksen digitaalista markkinointia, koska sen avulla asiakassuhdetta saadaan syvennettyä, jolloin myös brändiuskollisuus kasvaa. (Wang 2020.)

Tutkimusten mukaan brändätyn mobiilisovelluksen omaksumisella ja käytöllä on positiivinen vaikutus asiakkaan ostohalukkuuteen. Kim, Wang ja Malthouse (2015) käsittelivät asiaa tutkimuksessaan, jossa huomattiin, että asiakkaiden rahan kulutus yritykseen kasvoi brändätyn mobiilisovelluksen käytön omaksumisen jälkeen. Brändätyn mobiilisovelluksen käytöllä on myös positiivinen vaikutus asiakastyytyväisyyteen (Wang 2020).

Digitaalisten alustoiden moninaisuuden vuoksi yritysten on tärkeää ymmärtää asiakkaan digitaalista käyttäytymistä, jotta markkinoinnin toimenpiteet voidaan kohdistaa oikein. Hyvin suunnitellun brändätyn mobiilisovelluksen julkaiseminen tukee muiden digitaalisten alustoiden käyttöä. (Wang 2020.)

3.3 Käytettävyys

Jakob Nielsenin (1993, 24) mukaan käytettävyys on osa järjestelmän hyväksyttävyyttä, joka kokonaisuudellaan kertoo, pystyykö järjestelmä tyydyttämään kaikki käyttäjien ja sidosryhmien tarpeet sekä vaatimukset. Järjestelmän hyväksyttävyyteen vaikuttavat sosiaalinen ja käytännöllinen hyväksyttävyys. Järjestelmän käytännölliseen hyväksyttävyyteen vaikuttavat esimerkiksi hinta, luotettavuus, yhteensopivuus muiden tuotteiden kanssa ja hyödyllisyys. Mainituista tekijöistä hyödyllisyydellä tarkoitetaan sitä, pystyykö järjestelmää käyttämään halutun päämäärän saavuttamiseksi.



Kuvio 1. Järjestelmän hyväksyttävyyden malli (mukaillen Nielsen 1993, 25)

(Nielsen 1993, 24). Hyödyllisyys koostuu Nielsenin (2012) mukaan järjestelmän käyttökelpoisuudesta ja käytettävyydestä, jotka yhdessä määrittävät onko jokin hyödyllistä. Yksin järjestelmän käyttökelpoisuudella ja käytettävyydellä ei ole merkitystä, koska mikäli se ei tee käyttäjän halua-
maa asiaa ei hän jatka tuotteen käyttöä. Järjestelmän käytettävyys on laatuominaisuus, jonka pysyy jakamaan viiteen eri osaan: opittavuuteen, tehokkuuteen, muistettavuuteen, virheettömyyteen ja tyytyväisyyteen. (Nielsen 2012).

Käytettävyyden määritelmät

Käytettävyydellä on useita määritelmiä (Sinkkonen, Nuuttila & Törmä 2009, 20). Inostrozan ja muiden (2015, 41) mukaan niistä yksikään ei kuitenkaan ole yleisesti hyväksytty määritelmä. ISO 9241-11:2018-standardin mukaan käytettävyys tarkoittaa kuinka käyttökelpoinen, tehokasta, miellyttävä ja hyödyllistä järjestelmän, tuotteen tai palvelun käyttö on sen käyttäjälle käyttöympäristössä (International Organization for Standardization 2020, 2). Sen sijaan Nielsenin (2012) määritelmän mukaan käytettävyys tarkoittaa sitä kuinka helpoksi ja miellyttäväksi tuotteiden ominaisuuksien käyttö koetaan. Krug (2014) puolestaan määrittelee käytettävyyden tarkoittavan, että keskiverto tuotteen käyttäjä pystyy päättämään miten käyttää tuotetta päästäkseen haluttuun tavoitteeseen siten, että kokee käytöllä olevan enemmän arvoa kuin haittaa.

Hyvä Käytettävyys

Palvelun hyvä käytettävyys on välttämätön edellytys sen menestymiselle. Mikäli käyttäjät kokevat palvelun vaikeakäyttöisenä tai epäselkeänä lopettavat he palvelun käytön todennäköisemmin kuin käyttävät aikaa sen opettelemiseen. (Sinkkonen ym. 2009, 17–20; Nielsen 2012). Tilanteissa, joissa käyttäjä kokee saavansa suuresti hyötyä tuotteesta, on hän valmis käyttämään paljon aikaa tuotteen käytön opetteluun. Käytettävyys ei siis ole synonyymi helppokäyttöisyydelle, sillä siihen vaikuttaa käyttäjän tavoitteet, käytön konteksti ja suoritettava tehtävä. (Inostroza, Rusu, Rancagliolo, Rusu & Collazos 2015, 40).

Krugin (2014) mukaan hyvää käytettävyyttä on se, ettei käyttäjän tarvitse ajatella järjestelmän toiminnallisia funktioita käyttökokemuksen aikana. Parhaassa tapauksessa käyttäjä ymmärtää intuitiivisesti tai yleisten standardien avulla järjestelmän toiminnot. Krugin mielestä nykyisen tietoyhteiskunnan kiireisyys asettaa järjestelmien käytettävyydelle vaatimuksen, että käyttäjän pitää pystyä navigoimaan järjestelmässä eteenpäin lyhyiden avainsanojen avulla ja palaamaan väärin arvauksien jälkeen haluamaansa kohtaan vaivattomasti. Järjestelmää käyttäessä vaihtoehtojen punnitseminen on käyttäjälle työläämpää kuin arvaaminen, mikä taas onnistuessaan nopeuttaa järjestelmän käyttöä ja luo mahdollisuuden sattuma elementtiin eli mahdollisuuden löytää jotain käyttäjää miellyttävää, uutta tai yllättävää järjestelmästä. (Mt. 2014.)

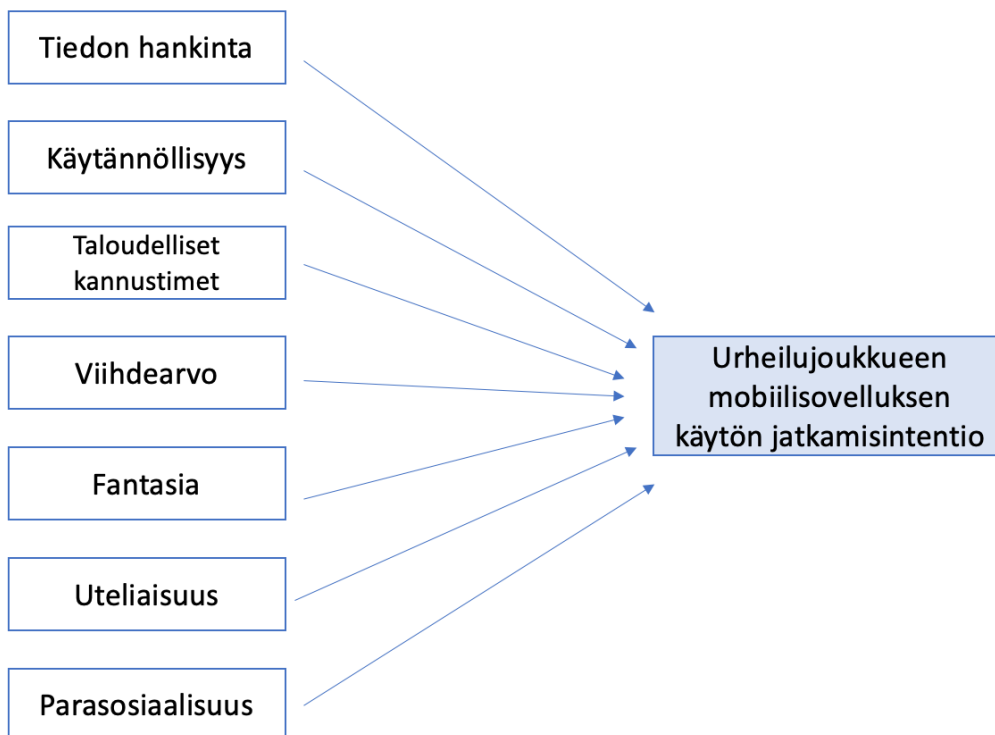
Krugin (2014) mukaan tuotteiden tai palvelujen käytettävyys lisää myös asiakkaiden pysyvyyttä, sillä asiakkaat jatkavat sellaisen asian käyttöä, jonka he ymmärtävät, sen saadessa heidät samalla tuntemaan olonsa älykkääksi.

Käytettävyyden arviointi

Käytettävyyttä arvioimalla saadaan selville kuinka tehokasta ja helppoa tuotteen käyttö on sekä ymmärrys siitä mahdollistaako tuote käyttäjän tavoitteen saavuttamisen. Lisäksi käytettävyyden arvioinnin avulla pystytään selvittämään, kuinka tyytyväisiä käyttäjät ovat tuotteeseen. (Inostroza ym. 2015, 40.) Nielsen (2012) käyttää käytettävyyden arviointiin viittä laatutekijää:

- Kuinka helppoa käyttäjän on omaksua järjestelmän perustoiminnot
- Kuinka nopeasti käyttäjät pääsevät tavoitteeseensa opittuaan järjestelmän toiminnot
- Kuinka helppoa käyttäjän on muistaa toiminnot seuraavalla käyttökerralla
- Kuinka tyytyväisiä käyttäjät ovat järjestelmään ja sen toimintoihin
- Kuinka paljon järjestelmässä ilmenee virhetilanteita ja kuinka helppoja ne ovat korjata (Nielsen 2012.)

3.4 Mobiilisovelluksen jatkuva käyttö



Kuvio 2. Urheilujoukkueen mobiilisovelluksen jatkamisintentioon vaikuttavat tekijät (mukaillen Hwang ym. 2020, 163)

Asiakkaille syntyy syvällisempi suhde brändiin, kun he oppivat käyttämään mobiilisovellusta ja jatkavat sen käyttöä päivittäin. Mobiilisovelluksen jatkuva käyttö luo yritykselle mahdollisuuksia olla useammin vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Ominaisuuksiltaan houkutteleva mobiilisovellus edistää sen jatkuvaa käyttöä, kun taas huonosti suunniteltu mobiilisovellus saa asiakkaat lopettamaan käytön, jolloin yrityksen brändille voi aiheutua mainehaittaa ja yritys voi kärsiä taloudellisesti. (Kim, Wang & Malthouse 2015, 28–38.) Mobiilisovelluksen ymmärrettävyys ja helppokäyttöisyys ovat sen jatkuvan käytön edellytyksiä ja lisäksi käyttäjät arvostavat sovelluksen käyttövarmuutta, luotettavuutta ja rehellisyyttä (Ge, Kang & Haile 2021, 149).

Hwang, Yang, Williams ja Pedersen (2020) tarkastelivat tutkimuksessaan käyttäjien motivaation lähteitä urheilujoukkueen mobiilisovelluksen käytön jatkamisintention (engl. *continuance intention*) taustalla. Jatkamisintentiolla tarkoitetaan halua jatkaa määrätynlaista käytöstä aiempien kokemusten perusteella (Hwang ym. 2020, 164). Kyseisen tutkimuksen perusteella pystyttiin nimeämään seitsemän erilaista motivaation lähdettä, jotka positiivisesti vaikuttivat urheilujoukkueen

mobiilisovelluksen käyttäjän jatkamisintentioon: tiedon hankinta (engl. *information seeking*), käytännöllisyys (engl. *convenience*), taloudelliset kannustimet (engl. *economic incentives*), viihdearvo (engl. *entertainment*), fantasia (engl. *fantasy*), uteliaisuus (engl. *curiosity*), ja parasosiaalisuus (engl. *parasocial*) (Hwang ym. 2020, 163).

Mainitun Hwangin ja muiden (2020, 170) urheiluseuran mobiilisovelluksen jatkuvaa käyttöä käsittelevän tutkimuksen motivaation lähteistä ensimmäisellä eli tiedon hankinnalla Seon ja Greenin (2008, 86) määritelmän mukaan tarkoitetaan urheilu kontekstissa ”halua hankkia suurta määrää tietoa urheilumaailmasta ja oppia mitä urheilumaailmassa tapahtuu”. Kuluttajille tiedonhankinta on yksi ensisijaisista motivaatioista seurata urheilumediaa ja käyttää urheilumobiilisovelluksia. Urheiluseurat pystyvät tarjoamaan kuluttajille mahdollisuuden kerätä tietoa mobiilisovelluksissaan julkaisemalla siellä pelaajatietoja, ottelutuloksia, joukkueuutisia ja live-urheilutapahtumien tulospalvelua. (Hwang ym. 2020, 164, 172.)

Hwang ja muut (2020, 170) nimesivät toisena motivaation lähteenä urheilujoukkueen mobiilisovelluksen jatkuvalla käytölle sen käytännöllisyyden. Käytännöllisyydellä, tarkoitetaan motivaatiota hankkia haluttu tuote tai tieto kätevällä tavalla. Käytännöllisyys on yksi tärkeimmistä urheilunettisivujen ja urheilumobiilisovellusten käyttöön vaikuttavista tekijöistä. Urheiluseurojen mobiilisovelluksien käytännöllisyys lisääntyy suunnittelemalla niiden käyttö mahdolliseksi ajasta ja paikasta riippumatta. (Hwang ym. 2020, 164,171.)

Kolmantena motivaation lähteenä urheilujoukkueen mobiilisovelluksen jatkuvalla käytölle Hwang ja muut (2020, 170) pitävät sen tarjoamia taloudellisia kannustimia. Taloudellisilla kannustimilla tarkoitetaan Seon ja Greenin (2008, 86) mukaan motivaatiota hyödyntää urheilujoukkueen tarjoamia kaupallisia etuja. Hwang ja muut (2020, 165,172) kuitenkin varoittavat, että taloudelliset kannustimet voivat olla mobiilisovelluksen jatkamisintentioon negatiivisesti vaikuttava tekijä esimerkiksi, jos käyttäjä pystyy hankkimaan saman palvelun tai tuotteen toiselta verkko-oston mahdollistavalta palveluntarjoajalta edullisempaan hintaan.

Neljäs Hwangin ja muiden (2020, 170) nimeämä urheilujoukkueen mobiilisovelluksen jatkuvan käytön motivaation lähde eli viihdearvo tarkoittaa motivaatiota nauttia urheilusta ja pitää hauskaa

käyttämällä urheilujoukkueen digitaalisen median kanavia (Seo & Green 2008, 86). Nykyisin viihdearvolla on yhä tärkeämpi rooli urheilumobiilisovellusten käytön jatkamisintentiossa, koska käyttäjät arvostavat entistä enemmän viihteellisestä sisällöstä saamaansa nautinnollista kokemusta. Kyseisen kuluttajaa motivoivan ominaisuuden urheilujoukkueet pystyvät tarjoamaan mobiilisovelluksessa kuluttajilleen esimerkiksi esittämällä otteluaan suoratoistona tai lataamalla sinne ottelun kohokohtia videoina sekä kuvina. (Hwang ym. 2020, 165, 172.)

Viidentenä motivaation lähteenä Hwang ja muut (2020, 170) pitävät urheilujoukkueen mobiilisovelluksen fantasia ominaisuuksia. Fantasialla tarkoitetaan yksilön tahtoa kokea todellisuus vaihtoehtoisesta näkökulmasta. Esimerkiksi monet amerikkalaiset urheiluseurat seuravat ovat luoneet fantasia ominaisuuden omiin mobiilisovelluksiinsa tarjoamalla fantasiaurheilupelejä käyttäjilleen. Urheiluseurojen mobiilisovelluksiin liitetyt fantasiaurheilupelit ovat tutkimuksen mukaan lisänneet etenkin 30-vuotiaiden ikäryhmässä sovelluksen käyttöä. Lisäksi fantasiaurheilupelien luoma iluusioympäristö mahdollistaa käyttäjälle todellisuudesta poikkeavan kokemuksen urheilusta. (Hwang ym. 2020, 166, 172–173.) Fantasiaurheilupelien pelaajat ovat usein omistautuneita urheilufaneja, jotka seuraavat ja kuluttavat paljon urheilumedian sisältöjä urheilujoukkueiden erilaisilla sosiaalisen median kanavissa, kuten Youtube:ssa ja X:ssä (Chan-Olmstedt & Kwak 2020, 204).

Hwangin ja muiden (2020, 170) mukaan kuudes urheilujoukkueen mobiilisovelluksen jatkuvaa käyttöä edistävä motivaation lähde kuluttajille on uteliaisuus. Uteliaisuudella tarkoitetaan tahtoa hankkia uutta tietoa, sekä kokea uusia asioita (Litman & Spielberg 2003, 75). Käyttäjän uteliaisuutta voidaan herättää urheilumobiilisovelluksen kontekstissa, esimerkiksi lähettämällä huomiota herättäviä hälytyksiä ja push-ilmoituksia, joiden avulla käyttäjän on mahdollista helposti navigoitua yhden painalluksen avulla heitä kiinnostavan sisällön pariin. (Hwang ym. 2020, 166,173.)

Seitsemäs ja viimeinen urheilujoukkueen mobiilisovelluksen jatkuvaa käyttöä tukeva motivaation lähde Hwangin ja muiden (2020, 170) mukaan on mobiilisovelluksen parasosiaaliset sisällöt. Parasosialisuus on katsojan kokemus henkilökohtaisesta suhteesta mediassa esiintyvistä joukkoviestinnän kohteesta. Urheilufanit seuraavat suosikkiurheilijoitaan median kautta ja muodostavat näihin parasosiaalisia suhteita. Urheiluseura pystyy tuomaan parasosiaalista sisältöä osaksi omaa mobiilisovellustaan esimerkiksi jakamalla siellä pelaajiensa mielipiteitä ja henkilökohtaisia kuvia. (Hwang ym. 2020, 166,172.)

4 Tutkimuksen toteutus

Tämä opinnäytetyö toteutetaan laadullisena tutkimuksena. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimiva Oy HIFK-Hockey Ab tuottaa joka vuosi määrällisen kyselytutkimuksen kannattajilleen. Kyse-lyssä kartoitetaan kannattajien mielipiteitä erilaisiin seuraan ja ottelutapahtumiin liittyviin aiheisiin. Uusimmassa kyselytutkimuksessa esitetään myös kysymyksiä koskien HIFK:n uudistettua brändätyä mobiilisovellusta. HIFK:n omasta kyselytutkimuksesta saadun informaation lisäksi toimeksiantaja haluaa selvittää yksityiskohtaisemmin kannattajien mielipiteitä liittyen uudistettuun brändätyyn mobiilisovellukseen, jonka vuoksi myös laadullisen tutkimuksen toteuttaminen on tarpeellista.

4.1 Tutkimusmenetelmä

Laadullinen tutkimus

Kanasen (2017, 34–35) mukaan laadullisessa tutkimuksessa ilmiötä pyritään ymmärtämään sanojen ja lauseiden avulla. Saunders, Lewis sekä Thornhill (2019, 179) mukaan myös kuvia voidaan käyttää laadullisessa tutkimuksessa aineistona. Laadullinen tutkimus soveltuu parhaiten tilanteisiin, joissa ilmiöstä halutaan saada syvälinen näkemys. Esimerkiksi ihmisten suhtautumisia ja asenteita voidaan kuvata paremmin laadullisin keinoin. (Kananen 2015, 71.) Seppolan (2023, 89) mukaan laadullisen tutkimuksen tavoitteena on tutkia inhimillistä toimintaa ja ymmärtää sitä.

Laadullista tutkimusta ei voida määritellä yksiselitteisesti, koska laadullinen tutkimus merkitsee eri asioita eri tieteenaloilla. (Seppola 2023, 89). Liiketaloudessa laadullinen tutkimus tutkii pääasiassa asioiden merkityksiä ja niiden välisiä suhteita (Saunders ym. 2019, 179).

Vierasta ilmiötä voidaan pyrkiä ymmärtämään laadullisen tutkimuksen avulla (Kananen 2017, 32; Seppola 2023, 89). Laadullista tutkimusta kutsutaan ymmärtäväksi tutkimukseksi perustuen tietämisen tapaan. Ymmärtämiseen liittyy vahva eläytyminen tutkittavien henkiseen maailmaan, niiden arvojen, ajatusten, tunteiden ja motiivien havaitseminen. (Seppola 2023, 89.) Kananen (2017, 34–35) tuo ilmi kirjassaan, että laadullisessa tutkimuksessa huomio on tutkittavien näkökulmassa sekä näkemyksissä ja tavoitteena on tutkittavan ilmiön kuvaaminen, ymmärtäminen ja tulkinnan anta-

minen. Inhimillisessä toiminnassa on aina subjektiivinen ulottuvuus, koska yksilön omat tarkoitukset ja tavoitteet ohjaavat hänen käyttäytymistään. Tulkinallisen tutkimuksen tarkoituksena on keskittyä ihmisten luomaan merkitystodellisuuteen ja tietämisen sisältöön. (Seppola 2023, 89.)

Laadullinen tutkimus on tulkintaan perustuva tutkimustapa (Saunders ym.2019, 179; Vilkkä 2021, 17), jonka avulla voidaan tutkia ihmisen arkipäivän sosiaalista todellisuutta (Vilkkä 2021, 17). Laadullinen tutkimus on hyvä tutkimusmenetelmä silloin, kun tavoitteena on kuvata ihmisten kokemusten avulla jokin ilmiö tai ymmärtää ihmisten tuottamia monitulkintaisia ja subjektiivisia merkityksiä. Laadullisessa tutkimuksessa kiinnostus on henkilöiden ilmiötä koskevissa käsityksissä tai kokemuksissa ja niiden merkityksissä. (Vilkkä 2021, 18.)

Tässä opinnäytetyössä tullaan käyttämään laadullista tutkimusmenetelmää, koska toimeksiantaja halusi tuottamansa määrällisen aineiston lisäksi laadullisen aineiston tutkimusaiheesta ymmärtääkseen syvällisemmin asiakkaiden tarpeita ja vahvistaakseen löydöksiensä luotettavuutta. Haastattelujen avulla toteutettu laadullinen tutkimus tukee siis toimeksiantajan tälle tutkimukselle asettamia tavoitteita.

4.2 Aineiston keruu

Laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmiä on monenlaisia kuten esimerkiksi haastattelu, kysely, havainnointi ja dokumentteihin perustuva tieto (Tuomi & Sarajärvi 2009, 71). Tutkimuksen aineistot voidaan jakaa primääriaineistoihin ja sekundääriaineistoihin. Sekundääriaineistoja ovat erilaiset aiemmin kerätyt tai kirjoitetut dokumentit, kuten muistiot, kokouspöytäkirjat, päiväkirjat, valokuvat, videot tai mikä tahansa muu kirjoitettu-, kuvallinen- tai äänimateriaali. Primääriaineistoa ovat tutkijan itse keräämät aineistot juuri tätä tutkimusta varten esimerkiksi tutkijan toteuttamat haastattelut, havainnointi, kyselyt tai nauhoitetut video- ja kuvamateriaalit. (Kananen 2015, 131–132.)

Haastattelu

Seppolan (2023, 92) mukaan haastattelulla tarkoitetaan tavoitteellista keskustelua kahden tai useamman henkilön välillä. Kananen (2015, 143) kertoo haastattelun sopivan käytettäväksi aineiston-

keruumenetelmänä silloin, jos tutkitaan esimerkiksi mielipiteitä tai käyttäytymistä. Tuomi ja Sara-järvi (2009, 72) puolestaan kuvailevat haastattelun oleva sopiva aineistonkeruumenetelmä tilanteissa, joissa halutaan tietää mitä ihminen ajattelee tai miksi hän toimii tietyllä tavalla. Haastattelu on suositeltava menetelmä, kun halutaan syvällistä ja laaja-alaista tietoa. Haastattelu on hyvin joustava menetelmä, sillä tutkija voi opastaa vastaajaa ja tarvittaessa tehdä uusia kysymyksiä, sekä ohjata keskustelua kohti oikeaa teemaa. (Kananen 2015, 143.)

Haastattelujen terminologia on erittäin kirjavaa, riippuen lähteestä yhdellä haastattelutyypillä voi olla suomenkielisessä tai varsinkin englanninkielisessä kirjallisuudessa useita eri nimityksiä. Haastattelun muodot voivat vaihdella täysin vapaasta keskustelusta strukturoituun haastatteluun. (Kananen 2015, 144; Seppola 2023, 92.) Strukturoidulla haastattelulla tarkoitetaan haastattelua, jossa on tarkat kysymykset, tiukka kysymysjärjestys ja haastatteluprosessi on kaikille samanlainen (Kananen 2015, 145). Seppolan (2023, 92) mukaan strukturoitu haastattelu on verrattavissa kyselytutkimukseen, joka tarkoittaa sitä, että haastattelu perustuu täysin standardoituun lomakkeeseen.

Haastattelu valikoitui opinnäytetyön tiedonkeruumenetelmäksi, koska se on monipuolinen ja tehokas menetelmä tietojen keräämiseen, se mahdollistaa syvällisen ja laadullisen tiedon hankkimisen, jota on vaikea saavuttaa muilla menetelmillä. Esimerkiksi havainnointia käytetään yleensä tilanteissa, jossa ilmiöstä ei ole tietoa tai tieto on vähästä, jonka vuoksi haastattelua varten ei voida rajata keskusteltavia teemoja (Kananen 2015, 136). Tässä opinnäytetyössä haastattelu on sopiva tutkimusmenetelmä, koska ilmiö on etukäteen tunnettu ja tutkimuksen tavoitteet ovat selkeät, jolloin haastatteluun on yksinkertaista luoda selkeät teemat.

Teemahaastattelu

Kanasen (2015, 145) mukaan strukturoimattomassa haastattelussa voidaan erottaa eri muotoja. Strukturoimattomassa haastattelussa käydään täysin avointa keskustelua, kun taas Kanasen (2015, 145) sekä Hyvärisen, Nikanderin ja Ruusuvuoren (2017, 21) mukaan teemahaastattelussa tutkija on ennakoon suunnitellut ne teemat, josta keskustellaan. Teemahaastattelu on laadullisen tutkimuksen käytetyin haastattelumenetelmä (Kananen 2015, 145). Teemahaastattelua voidaan kutsua myös puolistrukturoiduksi haastatteluksi (*engl. semi-structured interview*), muun muassa Seppola (2023, 93), sekä Bell ja muut (2019, 436) käyttävät tätä termiä.

Teema tarkoittaa laajaa asiakokonaisuutta, kun taas pelkkä kysymys on tarkempi ja keskittyy selvästi johonkin ilmiötä koskevaan yksityiskohtaan. Teemat ovat laajempia keskustelunaiheita, joihin ei voida vastata yhtä lyhyesti kuin kysymyksiin. (Kananen 2015, 148.) Mt (148) mukaan teemahaastattelussa haastattelijan ja haastateltavan kontaktin tarkoituksena on myös se, että ilmiöön liittyvistä eri aihealueista nousee esiin uusia kysymyksiä tai asioita keskusteltavaksi. Teemahaastattelulla tarkoituksena on pyrkiä hankkimaan tutkimusongelmaan liittyviä asiakokonaisuuksia tutkijan ilmiön ymmärryksen kasvattamiseksi. (Mts. 148.)

Seppolan (2023, 93) sekä Hyvärisen ja muiden (2017, 22) mukaan puolistrukturoitu haastattelu rakentuu siten, että haastattelijalla on lista teemoja tai aiheita, jotka hän käy läpi haastateltavan kanssa. Teemojen ja aiheiden järjestys voivat vaihdella haastattelujen välillä, myös lisäkysymykset voivat olla tarpeellisia. Puolistrukturoitua haastattelua käytetään yleensä yleisselvityksissä ja selvittämissä tutkimuksissa ja sen kysymykset ovat usein komplekseja ja niissä varataan aikaa vastaus-ten täydentämistä varten. Puolistrukturoitu haastattelu on hyödyllinen menetelmä silloin, kun halutaan antaa tilaa haastateltavan omalle tulkinnalle ja tutkia merkityksiä, joita tutkittava antaa. (Seppola 2023, 93.) Tuomen ja Sarajärven (2009, 75) mukaan juuri ihmisten tulkintojen korostaminen ja niiden antamien merkitysten tulkinta ovat teemahaastattelussa keskeisessä asemassa, kun pyritään löytämään merkityksellistä vastausta tutkimuskysymykseen.

Tässä opinnäytetyössä haastattelut toteutetaan teemahaastatteluna. Haastattelumuodoksi valikoitui teemahaastattelu, koska keskustelun kulku haluttiin pitää avoimena, mutta samalla haluttiin varmistaa, että keskustelussa pysytään halutuissa aihekokonaisuuksissa. Teemahaastattelun avulla haastateltavilta saadaan avoimia ja laajoja vastauksia toimeksiantajan toivomiin aihealueisiin.

Ryhmähaastattelu

Seppolan (2023, 94) ja Kanasen (2015, 148) mukaan haastattelu voidaan toteuttaa joko kahden henkilön välisenä tai ryhmähaastatteluna. Tässä opinnäytetyössä haastattelut toteutetaan ryhmähaastatteluina. Haastattelut haluttiin toteuttaa ryhmähaastatteluina, jotta mahdollisimman monta Bättre Folk-jäsentä päästäisiin haastattelemaan. Kanasen (2015, 149) mukaan ryhmähaastattelun avulla saadaan lyhyessä ajassa tiivistettyä tietoa.

Ryhmähaastattelussa keskustelua voidaan johtaa hyvin rakennetusti tai hyvin vapaasti riippuen haastattelun tavoitteesta. Ryhmässä muodostuu usein ryhmädynamiikka, jolloin kaikki ryhmän jäsenet ottavat omat roolinsa ja osallistuvat keskusteluun niiden kautta. Ryhmähaastattelun etuna on se, että se synnyttää keskustelua myös haastateltavien välille, jolloin syntyy uusia ideoita ja puheenaiheita. Haastattelija on aktiivinen toimija ja osa ryhmähaastattelua, ryhmän tuottama aineisto syntyy haastattelijan ja ryhmän vuorovaikutuksena. Haastattelijan tulee rohkaista ryhmän jäseniä ottamaan kantaa ja etenemään keskustelussa, jotta keskustelu pysyy aktiivisena ja etenee oikeaan suuntaan. (Seppola 2023, 95.)

Kanasen (2015, 149) mukaan ryhmähaastattelu tuo mukanaan ryhmän vaikutuksen haastattelutilanteeseen. Haastattelijalta vaaditaan kykyä johtaa haastattelua niin, että kaikki saavat puheenvuoron ja kaikkien mielipiteet ja ajatukset tulevat kuulluiksi. Ryhmähaastattelu on sopiva muoto, kun tutkitaan ryhmän toimintaa, tai kun ryhmä koostuu tutkimusongelman kannalta saman kokeineista ihmisistä. (Kananen 2015, 149.)

Opinnäytetyössä päätettiin toteuttaa ryhmähaastatteluja, koska ryhmähaastattelut tarjoavat mahdollisuuden kerätä monipuolista tietoa eri näkökulmista samanaikaisesti. Ryhmähaastattelut voivat tuottaa syvällistä ymmärrystä tutkittavasta aiheesta, kun osallistujat voivat rakentaa toistensa vastauksia ja näkökulmia. Toiseksi ryhmähaastattelut edistävät osallistujien välistä vuorovaikutusta ja keskustelua, mikä voi johtaa uusiin oivalluksiin ja näkökulmiin tutkimusaiheeseen liittyen. Näiden syiden vuoksi ryhmähaastattelut nähtiin tehokkaana menetelmänä opinnäytetyön tavoitteiden saavuttamiseksi ja laadukkaan aineiston keräämiseksi.

Haastateltavien Valinta

Kanasen (2015, 146) mukaan haastateltavaksi valitaan sellaisia henkilöitä, joita tutkittava ilmiö koskettaa. Tässä opinnäytetyössä haastateltavat valikoituvat tutkittavan ilmiön, sekä toimeksiantajan toiveiden mukaan. Toimeksiantajan toiveena oli, että haastateltavat olisivat joko HIFK:n kausikortin tai Bättre Folk-jäsenyyden omistavia kannattajia. Tarkoituksena on tutkia kannattajien tyytyväisyyttä HIFK:n uudistetun mobiilisovelluksen käytettävyyteen ja sisältöihin liittyen, joten haastateltaviksi valituilla kannattajilla täytyy olla mobiilisovelluksen uusi versio käytössä, jotta he voivat osallistua haastatteluun.

Laadullisessa tutkimuksessa ei voida usein etukäteen määritellä haastateltavien määrää. Yleensä haastatteluja jatketaan niin kauan, kunnes tapahtuu saturaatio, eli haastateltavien vastaukset alkavat toistua. Joissain laadullista tutkimusta käsittelevissä kirjoissa riittäväksi määräksi on esitetty 12–15:tä haastateltavaa. Havaintoyksiköiden tarkkaa määrää ei voida kuitenkaan lyödä lukkoon, kuten kvantitatiivisessa tutkimuksessa, sillä määrän ratkaisevat kerätty aineisto ja tutkimusongelma. Laadullisessa tutkimuksessa kerättyä aineistoa analysoidaan koko keräyksen ajan, jotta voidaan päättää, milloin aineistoa on kerätty riittävästi. (Kananen 2015, 146.)

Opinnäytetyön tavoitteena on haastatella 12–15 kohderyhmään kuuluvaa henkilöä. Haastateltavat on tarkoitus jakaa kolmeen eri ryhmään, joista jokainen haastattelu toteutetaan eri ajankohtana. Haastateltavat löydetään julkaisemalla kutsuviesti, joka lähetetään HIFK:n toimiston kautta HIFK:n kannattajayhteisön omaan keskusteluryhmään, sekä ilmoitus julkaistaan HIFK:n Facebook tilillä. Kutsuviestissä on linkki Google Forms-lomakkeeseen, jossa kerrotaan lisätietoja tutkimuksesta, sekä annetaan osallistumisohjeita. Tutkimushaastatteluun osallistuminen edellyttää 18-vuoden ikää, sekä kausikortin tai Bättre Folk-jäsenyyden omistamista.

4.3 Aineiston analyysimenetelmä

Litterointi ei ole osa varsinaista aineiston analyysiä (Kananen 2017, 134), mutta sen avulla aineisto muutetaan helpommin analysoitavaan muotoon. Litterointi tarkoittaa äänitallenteen, kuvien tai videoiden kirjoittamista kirjalliseen muotoon (Kananen 2017, 134; Saunders ym. 2019, 645). Kirjalliseen muotoon kirjoitettu aineisto mahdollistaa tekstinaineiston analysoinnin erilaisin manuaalisin ja ohjelmoitujen metodien avulla. (Kananen 2017, 134.) Litteroinnin tarkoituksena on helpottaa kerätyn aineiston kokonaisuuksien hahmottamista (Hyvärinen ym. 2017, 437).

Litteroinnin voi tehdä erilaisilla tarkkuuksilla (Kananen 2017, 135) ja tässä opinnäytetyössä tullaan käyttämään yleiskielistä litterointia. Yleiskielisessä litteroinnissa aineisto muutetaan kirjakielelle poistaen murre- ja puhekielen ilmaisut (Kananen 2017, 135). Litteroinnin aikana aineisto myös anonymisoidaan eli kaikki tieto, josta haastateltavat on mahdollista tunnistaa, tullaan muuttamaan. Näin toimittaessa aineistoon ei muodostu henkilörekisteriä ja sitä on mahdollista käyttää uudelleen. (Hyvärinen ym. 2017, 438.) Haastatteluja litteroidessa on myös tärkeää pystyä erottamaan haastattelija ja haastateltavat, lisäämällä litteroituun tekstiin puhujille omat tunnistimet

(Saunders 2019, 646). Tunnistamisen avulla tässä opinnäytetyössä pyritään vähentämään sekaannuksen riskiä ja lisäämään tutkimuksen luotettavuutta.

Tässä opinnäytetyössä tullaan käyttämään Microsoft Teamsin tarjoamaa litterointi ja äänitystyökalua aineistojen keräämiseen nopeuttaakseen kyseisen vaiheen kestoa. Valmiit litteroinnit tullaan tarkastamaan haastattelujen jälkeen, jotta aineistojen luotettavuus säilyy.

Litteroinnin tarkastamisen jälkeen aineisto tullaan tiivistämään koodauksen avulla. Koodaus tarkoittaa tekniikkaa, jonka avulla tekstiä tiivistetään ymmärrettävään muotoon, jotta tulkinnan tekeminen helpottuisi (Kananen 2017, 136). Koodauksessa aineistossa esiin nousseita samaa tarkoittavia asioita tai saman aihealueen asioita yhdistetään samalla koodilla (Kananen 2017, 137; Saunders ym. 2019, 653).

Koodatessa aineistot voidaan luokitella aineistolähtöisesti tai teoriapohjaisesti. Aineistolähtöisesti tehdessä teksti luokitellaan aineiston löydöksiin mukaan, kun taas vastaavasti teoriapohjaisesti tehtynä aineisto luokitellaan sitä selittävän teorian avulla. (Kananen 2017, 141–142.) Tässä opinnäytetyössä tullaan käyttämään teoriapohjaista luokittelua, koska se mahdollistaa taulukoinnin käyttämisen analyysivälineenä. Opinnäytetyö tulee käyttämään Microsoft Excel taulukko-ohjelmaa aineiston analyysityökaluna. Taulukointi auttaa hahmottamaan aineiston ja teorian yhteneväisyyksiä ja eroavaisuuksia (Kananen 2017, 143). Aineiston luokittelun tavoitteena on helpottaa opinnäytetyön tulkintojen ja johtopäätösten muodostamista.

4.4 Tutkimuksen eettisyys ja luotettavuus

Eettisen suosituksen mukaan tieteellinen työ, kuten opinnäytetyö tavoittelee aina luotettavaa tietoa. Kyseiseen tavoitteeseen pyrkivän tutkimuksen tulisi perustua hyvään tieteelliseen käytäntöön, jonka tarkoituksena on varmistaa, että tutkimuksessa käytetään eettisesti kestävää tieteellisen tutkimuksen mukaista tutkimusmenetelmää. (Kananen 2017, 189). Eettisesti kestävä tutkimusmenetelmän valinnan lisäksi opinnäytetyön tekijän tulee kiinnittää huomiota eettisiin seikkoihin koostessa, käsitellessä, säilyttäessä ja hävittäessä aineistoa (Vilkkä 2021, 115).

Hyvän tieteelliseen käytännön mukaan tutkimukseen osallistuvan henkilön tulee olla antanut suostumus tutkimukseen osallistumisesta ja hänen täytyy olla tietoinen aineiston keräämisen tarkoituksesta ennen aineiston keräämisen vaiheen alkamista (Hyvärinen ym. 2017, 370; Vilkkä 2021, 115). Lisäksi jokaisella tulee olla mahdollisuus kieltäytyä osallistumisesta tai vetäytyä tutkimuksesta kesken prosessin (Vilkkä 2021, 115) eikä tutkimukseen osallistumista saa koitua haittaa ihmisille (Hyvärinen ym. 2017, 370). Kanasen (2017, 191) mukaan tutkittavan ihmisen asianmukainen informointi lisää luottamuksen syntymistä haastattelutilanteessa. Teemahaastattelussa informointi on Kanasen (2017, 193) mielestä helpoin suorittaa suullisesti ennen haastattelun aloittamista käymällä läpi tutkimuksen tavoitteet, lähtökohdat ja pyytämällä suostumus tutkimukseen osallistumisesta annettujen ehtojen mukaisesti.

Opinnäytetyön eettisyyden takaamiseksi tutkija joutuu tekemään lähteilleen lähdekriittistä tarkastelua. Lähdekriittisellä tarkastelulla Vilkkä (2021, 120) tarkoittaa tilannetta, jossa tutkija arvioi lähteen laadun ennen kuin käyttää sitä omassa tutkimuksessaan. Tutkijan tulee arvioida lähdekritiikin avulla, onko tieto ajanmukaista ja millainen teoksen tekijän maine on tiedon tuottajana. (Vilkkä 2021, 120–121.) Hakalan (2008, 115) puolestaan korostaa sitä, että tutkimukseen varten käytettävää kirjallisuutta on tärkeä osata lukea kriittisesti ja aineistoa lainatessa omaan tutkielmaan tutkijan on aina pyrittävä säilyttämään alkuperäisen tutkimuksen ydin. Lisäksi kun opinnäytetyössä käytetään jonkun toisen keräämää aineistoa, tulee siihen olla tiedonantajan suostumus eettisesti oikein toimittaessa. Tärkeimmät eettiset normit ovat tietoon perustuvan suostumuksen saaminen ja ihmisen yksityisyyden suojaaminen. (Vilkkä 2021, 115–116.) Hyvärisen ja muiden (2017, 370) mukaan yksilön yksityisyyden suojaamiseksi tutkimuksesta tulee jättää pois kaikki anonymiteetin vaarantavat asiaseikat.

Tutkimuksen eettisyyttä pystytään parantamaan myös aineistohallinnan avulla. Aineistohallintasuunnitelman avulla tutkija pyrkii varmistamaan aineiston tietoturvan ja tallennusperiaatteet läpi tutkimusprosessin. Kyseisten prosessien tarkoituksena on varmistaa, että kerätty aineisto on luotu, tallennettu ja järjestetty tietoturvallisesti sekä pysyy luotettavana läpi koko tutkimusprosessin. (Kananen 2017, 195).

Kanasen (2015, 352) mukaan laadullisen tutkimuksen luotettavuustarkastelu eroa määrällisen tutkimuksen luotettavuustarkastelusta. Laadullisen tutkimuksen luotettavuuden kriteereinä voidaan

pitää tutkimuksen totuudellisuutta, riippuvuutta, siirrettävyyttä, vahvistettavuutta ja saturaatiota. Totuudellisuudella tarkoitetaan sitä, että tutkimustulokset vastaavat tutkittavaa ilmiötä. Totuudellisen arvioinnin lähtökohtana on riittävän tarkka dokumentaatio. Dokumentaation pohjalta ulkopuoliset arvioijat voivat tarkistaa koodauksen, ryhmittelyn ja tulkinnan. Totuudellisuus on hyvin lähellä riippuvuutta. Myös riippuvuuden arviointikeinona voidaan käyttää vertaisarviointia, jos ulkopuoliset päätyvät samaan tulkintaan ja tulokseen tutkimuksesta, voidaan tulkintaa pitää oikeana. (Kananen 2015, 353.)

Laadullinen tutkimus ei pyri yleistämään vaan ymmärtämään ilmiötä. Laadullisen tutkimuksen siirrettävyyteen voidaan vaikuttaa kuvaamalla ilmiö ja sen konteksti mahdollisimman tarkasti, jolloin siirtäjän vastuulle jää päätös siitä ovatko tutkimustulokset siirrettävissä hänen olettamaansa tilanteeseen. Vahvistettavuudella tarkoitetaan, sitä että tutkittavat varmistavat aineiston luotettavuuden lukemalla sen ja hyväksymällä tutkijan tulkinnan. Kun tutkittavat ovat itse varmistaneet tutkijan tulkinnan oikeaksi voidaan tutkimuksen todeta olevan luotettava tutkittavan kannalta ja varmistaa se, että tutkimuksen tulokset eivät ole tutkijan itse keksimiä. (Kananen 2015, 353–354.) Kananen (2015, 355) mukaan saturaatiota voidaan pitää yhtenä luotettavuuden mittarina. Saturaatiolla tarkoitetaan aineiston kylläntymistä. Uusia havaintoyksiköjä on syytä ottaa tutkimukseen, niin kauan kuin ne tuovat tutkimukseen uutta tietoa, kun vastaukset alkavat toistaa itseään on saavutettu kylläntymispiste

Altion, Juutin ja Puusan (2020) mukaan tutkimuksen uskottavuus ja luotettavuus ovat olennaisessa asemassa tutkimuksen luotettavuutta tarkasteltaessa. Uskottavuus tarkoittaa sitä, missä määrin tutkimusta lukevat kollegat, tutkimuksen kohteena olevat henkilöt, sekä muut lukijat hyväksyvät tutkimuksen tulokset tosiksi ja luottavat siihen, että tutkimuksen aineisto on kerätty asianmukaisesti ja analysoitu huolellisesti. Vaikka laadullisen tutkimuksen raportti käsittelisi useimmille ihmisille vieraita asioita on raportin kuvailtava ilmiötä niin hyvin, että lukijat voivat olla vakuuttuneita siitä, että esitetyt asiat todella ovat tapahtuneet ja niiden kuvaus on tehty asianmukaisesti. Tutkimuksen luotettavuus tarkoittaa sitä, että tutkija pystyy uskottavasti perustelemaan lukijalle, että hän on kyennyt käyttämään oikeanlaisia lähestymistapoja ja menetelmiä ratkaistakseen tutkimusongelman ja toteuttaakseen tutkimuksen. (Altio ym. 2020.)

5 Tutkimuksen tulokset

Tässä luvussa esitellään tutkimuksen keskeiset havainnot ja tulokset, jotka on johdettu tutustumalla HIFK:n brändätyyn mobiilisovellukseen, sekä suorittamalla haastatteluja. Tulosten esittely tarjoaa lukijalle ymmärryksen siitä, miten tutkimuskysymyksiin on vastattu ja millaisia havaintoja on saatu aikaan. Ensin tarkastellaan HIFK-mobiilisovelluksen nykyistä ulkomuotoa ja sisältöä, jonka jälkeen avataan HIFK:n kannattajille tehtyjen haastattelun tuloksia, lopussa tärkeimmät havainnot tiivistetään yhteen.

HIFK-mobiilisovellus

Käyttäjän koskettaessa mobiilisovelluksen pikakuvaketta sovellus aukeaa sen etusivulle, joka esittelee uusimmat uutiset ja ottelutulokset. HIFK-mobiilisovelluksen etusivun valkoiselle pohjalle mustalla kirjoitettu otsikkorivi jakaa etusivun ylä- ja alaosaan. Etusivun yläpalkki on punainen ja sen keskellä on sininen HIFK-logo.



Kuvio 4. Näytönkaappaus
HIFK-mobiilisovelluksen
etusivusta



Kuvio 3. Näytönkaappaus
HIFK-mobiilisovelluksen
valikosta

Käyttäjän koskettaessa sovelluksen etusivulla yläpalkin vasemmassa yläkulmassa sijaitsevia valikoista valikkomerkkiä avautuu näytön vasempaan reunaan punaiselle pohjalle valikko. Valikossa ylimpänä käyttäjän on mahdollista siirtyä Asetukset ja Kirjaudu sisään välilehdille. Valikon pääotsikot ovat: Liput, Pelipäivä, HIFK Somessa ja Muut. Pääotsikoiden alta käyttäjän on mahdollista siirtyä: Kausikortti, Otteluliput, Bättre Folk, Tilaa safkat, Tilaa kyyti, Saapumisohteet, Facebook, Instagram, X, TikTok, HIFK Shop, Viihde, Liiga, MTV Katsomo, Käyttöehdot, Tietosuojaseloste ja Lisenssit välilehdille koskettamalla alaotsikkoa. Osa sovelluksen välilehdistä ohjaa käyttäjän internet selaimen avulla ulkopuolisen toimijan nettisivustolle. Esimerkiksi Tilaa safkat alaotsikkoa koskettamalla käyttäjä siirtyy LineCut nettisivustolle ruoan tilaukseen ja Tilaa kyyti alaotsikkoa koskettamalla käyttäjän on mahdollista siirtyä Taksi Helsingin mobiilisovellukseen varaamaan itselle taksia. Koskettaessa Facebook, Instagram, X tai TikTok alaotsikkoa käyttäjä pääsee siirtymään suoraan HIFK:n sosiaalisen median kanaviin. Alaotsikoista Viihde, Saapumisohteet ja Tietosuojaseloste ohjaavat käyttäjän HIFK:n omille nettisivuille. HIFK:n nettisivujen viihdevälilehdellä käyttäjän on mahdollista pelata ja kilpailla erilaisissa HIFK teemaisissa nettipeleissä. Käyttäjän on mahdollista palata takaisin sovelluksen etusivulle koskettamalla näytön oikeassa yläkulmassa punaisella pohjalla olevaa valikkomerkkiä.

Mobiilisovelluksen etusivun yläosassa on mainospaikka ja uusimmista ottelutuloksista kertova kuvabanneri. Uusimpien otteluiden tuloksista kertovien kuvituskuvien punaisella pohjalla olevaa Tilastot otsikkoa koskettamalla käyttäjä pääsee siirtymään Ottelut välilehdelle. Ottelut välilehti avautuu uudelle välilehdelle, josta on mahdollista tarkastella ottelua tarkemmin: Tapahtumat, Koonpanot, Ennakko, Tilastot ja Laukaisukartta välilehdiltä. Käyttäjä pystyy palaamaan Ottelut välileheltä etusivulle koskettamalla näytön yläkulmassa sijaitsevaa valkoista nuoli -kuvaketta.

HIFK-mobiilisovelluksen etusivun valkoiselle pohjalle kirjoitettuja otsikoita koskettaessa käyttäjä pääsee siirtymään Uutiset, Videot ja X välilehdille. Välilehtien kuvituskuvia koskettamalla niiden sisällöt aukeavat käyttäjälle luettaviksi tai katsottaviksi. Paluu etusivulle tapahtuu koskettamalla sivun yläkulman nuoli -kuvaketta tai Sulje -painiketta.

Brändätyn mobiilisovelluksen etusivun täydentää sen sininen alapalkki Etusivu, Ottelut, Tilastot, Joukkue ja Kupongit otsikot kuvakkeineen. Kuvakkeet toimivat pikatoimintoina, jota koskettamalla käyttäjä pääsee siirtymään otsikon mukaiselle välilehdelle.

Ottelut välilehdellä käyttäjä pystyy tarkastelemaan HIFK:n ottelukalenteria. Lisäksi käyttäjän on mahdollista tilata ilmoituksia kaikista otteluista ja niiden erilaisista tapahtumista koskettamalla yläpalkin kello -kuvaketta. Tilastot välilehdellä käyttäjän on mahdollista tarkastella reaaliaikaista Liigan sarjataulukkoa ja sen pelaaja sekä joukkue tilastoja. Joukkue välilehdellä käyttäjä voi tutustua HIFK:n pelaajiin pelaajakorttien avulla, jotka antavat lisätietoa yksilöllisesti joukkueen pelaajista. Pelaajakortit aukeavat käyttäjän koskettaessa pelaajan kuvaketta uudelle välilehdelle, josta palaaaminen edelliselle välilehdelle tapahtuu koskettamalla yläkulman nuolikuvaketta. Kupongit välilehdellä käyttäjän on mahdollista tutustua ja käyttää HIFK-mobiilisovelluksen tarjoamia etukupongeja. Etukupongit avautuvat käyttäjälle lunasta painiketta koskettamalla.

Mihinkään mainituista HIFK-mobiilisovelluksen toiminnoista käyttäjän ei ole mahdollista saada apua käyttöliittymältä halutessaan oppia suorittamaan sen toimintoja. HIFK-mobiilisovellus pyrkii kuitenkin tukemaan käytettävyyttä tekemällä mobiiliapplikaatioon kirjautumisesta tehokasta tarjoamalla mahdollisuutta käyttäjälle kirjautua käyttämällä Google tai Apple tilillä henkilötietomakkeen sijaan.

5.1 Haastattelututkimuksen tulokset

Tässä alaluvussa tutkimuksen haastatteluiden tulokset käydään läpi vastaamalla kahteen tutkimuskysymykseen. Tutkimuskysymykset on jaettu teemoihin, joista keskusteltiin haastateltavien kanssa. Ensimmäinen tutkimuskysymys käsittelee mobiilisovelluksen käytettävyyttä, joten sen läpikäyminen on jaettu viiteen käytettävyyden muodostavaan teemaan: opittavuuteen, tehokkuuteen, virheettömyyteen, tyytyväisyyteen, muistettavuuteen. Lisäksi käytettävyydestä keskusteltaessa kuudentena teemana toimi hyödyllisyys, joka Nielsenin (2012) teorian mukaan toimii perustana muille valituille teemoille. Toinen tutkimuskysymys käsittelee mobiilisovelluksen jatkuvaa käyttöä ja se on jaettu tulokappaleessa kahteen teemaan, jotka ovat motivaatio ja sisältö, koska näiden kahden laajemman teeman alle voidaan sisällyttää kaikki Hwangin (2020) urheiluseuran mobiilisovelluksen jatkamisintention vaikuttavat tekijät.

Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen ”Minkälaiseksi Bättre Folk- jäsenet kokevat HIFK:n uudistetun brändätyn mobiilisovelluksen käytettävyyden?” liittyen ensimmäisenä teemana keskusteltiin

sovelluksen opittavuudesta. Haastateltavat kokivat, että HIFK:n uudistetun brändätyn mobiilisovelluksen käytön oppiminen on ollut helppoa, koska sen käyttöliittymää pidettiin yksinkertaisena ja helppokäyttöisenä.

Joo oli sen oppiminen sitten helppoa, kun pääsi sinne sisään niin ollut kyllä helppo käyttää heti alusta alkaen. (H7)

Ehkä toi opittavuus on nyt sinänsä, kun tälle diginatiivi on kuitenkin, niin oppii vähän niin sanotusti hankalamminkin jutut vähän nopeammin, kun välttämättä sitten joku, joka ei ole tottunut, mutta itsellä ei ole ainakaan ollut mitään ongelmia sen oppimisen kanssa, että todella yksinkertainen on. (H3)

Opittavuus teeman yhteydessä haastateltavat keskustelivat myös HIFK-mobiilisovelluksen tehokkuudesta. Haastateltavat kokivat löytävänsä asiat helposti ja nopeasti mobiilisovelluksesta. Heidän mielestään oli tärkeää, että HIFK-mobiilisovelluksen avulla he saavat tiedon muita tietolähteitä nopeammin, koska se luo tunteen siitä, että heitä arvostetaan kannattajina.

Ja mielestäni tuo on helposti saatavilla ja siitä löytyy useimmiten se tieto mitä itse haen. Se on paljon kätevämpää kuin lähteä, vaikka netin kautta nyt etsimään etenkin, koska tämä on vaan helppo avata ja katsoa sieltä kaikki se mitä tarvitsee tietää. (H5)

Hyvässä paketissa mistä löytyy sen oman seuran asiat ja sitten tietenkin se, että tunne siitä, että ne tulee pikkaisen nopeammin sinne ne tiedot, kun se, että näet, että Iltasanomiin tai johonkin muuhun lehteen ponnahtaa joku, että IFK on tehnyt sitä tai tätä, niin se on ehkä vähän sellainen tunne, että minustakin välitetään yhtenä kannattajana. (H2)

Vaikka haastateltavat pitivät pääosin HIFK:n brändättyä mobiilisovellusta helposti opittavana ja tehokkaana, kokivat he samalla, että sovelluksen käytettävyyttä voisi parantaa entisestään siirtämällä kausikortti toiminnon nopeammin saataville. Haastateltavat toivoivat, että kausikortti olisi saatavilla sovelluksen alapalkissa, jotta esiin ottamiseen menisi nykyistä vähemmän aikaa ja painalluksia.

No siis yksi mikä voisi olla niin toi kausikortti. Sen kun saisi vielä vähän nopeammin jotenkin tuolta esille, että vaikka tuohon alapalkkiin missä on nyt tuo etusivu ja otteet ja tilastot ja nuo niin sitä kautta saisi sen ainakin nopeammin tuossa esille. -- Ja

olisihan se tietysti miellyttävämpikin, jos talvipakkasilla ei tarvitse montaa kertaa painella nappia tuossa pihalla. (H3)

Ja sitten siitä alanvalikosta, niin minun mielestäni, siinä voisi ehkä jopa olla kausikortti, että sen saisi suoraan siitä esille, että ei tarvitse klikata kahta kertaa. Tai itse asiassa siitä täytyy klikata kolme kertaa, koska siinä vaiheessa, kun menet siihen kausikorttiin, niin se on niin sanotusti väärinpäin, että joudut vieläkin klikkaamaan kolmannen kerran, jotta saat sen QR koodin sieltä auki, niin se voisi olla vähän jotenkin helpommin. (H4)

Yhdessä haastatteluista tehokkuudesta keskusteltaessa ilmeni myös HIFK-mobiilisovelluksen etujen käyttämisen olevan tällä hetkellä tehokasta. Haastateltavien mielestä mobiilisovelluksesta löytyy monipuolisesti erilaisia etuja, joita on helppoa hyödyntää, esimerkiksi ilmainen julkisen liikenteen HSL-lippu pelipäivinä oli paljon hyödynnetty etu.

Kyllä mitä tuossa on noita lisäetuja, että just se HSL:n lippu ja nyt sinne oli tullut jotain kuponkitarjouksia ja itse asiassa eilen käytiinkin sen jäätelön edun. Niin ne kyllä ovat sillä tavalla helppoja ja nopeita käyttää, jos tarvitsee jotain. (H4)

Kolmantena teemana ensimmäiseen tutkimuskysymykseen liittyen haastatteluissa keskusteltiin HIFK-mobiilisovelluksen virheettömyydestä. Haastateltavat kokivat, että sovelluksessa ei esiinny merkittäviä useasti toistuvia virhetiloja. Mobiilisovelluksen virheettömyys nähtiin positiivisena asiana haastateltavien kesken.

Mielestäni ei ole ainakaan omaan silmään osunut silleen mitään virheitä, mutta en ole myöskään ehkä niin tarkkaan lukenut jokaista kohtaa, mutta ei ole mitään isoja virheitä ainakaan. (H7)

Mutta en minä ainakaan tähän mennessä hirveästi virheitä havainnut, että se on mielestäni ollut ok. (H2)

Yhdessä haastatteluista nousi esille haastateltavan mielestä kaksi vähemmän merkittävää virhetilaa, joiden vaikutus käytettävyyteen oli kuitenkin pieni sillä, haastateltava piti sovellusta lähes virheettömänä. Haastateltavan mukaan toistuvana virheenä videoiden kuva ei aina näy, mutta ääni kuuluu. Hän kuitenkin ilmaisi, että kyseinen virhetila on helppo korjata. Toisena virheenä haastateltava mainitsi ilmoituksissa esiintyvän ongelman. Hänen mukaansa välillä sovellus lähettää ilmoituksen, mutta siitä painaessa sisältö ei aina latautunut näkyviin.

Tuo on ehkä semmoinen yleisin virhetila mikä tuossa tulee, että saattaa tulla ilmoitus, että on julkaistu jotain tietoa tai julkaistu joku video tai joku tällöinen ja sitten menee sinne sovellukseen niin se ei vaan ole siellä. (H8)

Ehkä sitten toinen on, että videot saattavat välillä vähän mennä virhetilaan. Sillä niiden katsominen on välillä vähän haastavaa, että se ääni saattaa kuulua, mutta se video ei näy, mutta siihen menee aikaa tai että sen saa helposti kyllä korjattua, mutta se on semmoinen asia mikä toistuu, mutta noin ylipäätään niin mielestäni aika semmoinen virheetön. (H8)

Viimeisinä teemoina ensimmäiseen tutkimuskysymykseen liittyen haastatelluissa keskusteltiin muistettavuudesta ja tyytyväisyydestä. Haastateltavat pitivät sovelluksen ulkoasua ja värimaailmaa HIFK:n näköisenä ja siksi miellyttävänä. Punainen väritys koettiin HIFK:n brändin mukaiseksi. HIFK-mobiilisovelluksen muistettavuudesta keskusteltaessa haastateltavat kokivat sen toimintojen olevan helposti muistettavia.

Se on siinä se punainen väri, se on kiva. Tulee mieleen, että käyttää HIFK:n sovellusta. (H3)

Joo sovellus on selkeä ja ihan miellyttävä sekä HIFK:n näköinen niin tykkään kyllä siitä kyllä siitä tosi paljon. (H8)

Ulkoasusta ja värimaailmasta ilmeni myös eroavaa mielipidettä. Ulkoasua pidettiin edellistä sovellusta räikeämpänä ja siksi visuaalisesti epämiellyttävänä. Edellinen sovellus oli ollut teemaltaan rauhallinen, miellyttävä ja siksi nykyistä versiota selkeämpi.

Se on vaikea sanoa tavallaan ihan suoraan, että mikä se syy on siihen, että ehkä se ei vaan jotenkin miellytä visuaalista silmää. Se on ehkä huono ja hölmö argumentti, mutta se jotenkin se jaottelu ja se näkymä jotenkin käy silmilleni. En oikeastaan osaa tarkempaan sitä sanoa. Se oli jotenkin rauhallisempi se aikaisempi ja tämä on ehkä enemmän jotenkin vähän hyökkäävämpi tavallaan tämä nykyinen. -- Niin sanotaan näin, että edellinen versio oli jotenkin mielestäni selkeämpi. Tällöiselle vanhalle miehelle, kun tuntuu siltä, että toi on mennyt vähän samaan suuntaan kuin Iltasanommat ja Iltalehti on niin kuin ulkomuodoltaan ja henkilökohtaisesti en tykkää niistä. (H2)

Viimeisenä teemana ensimmäisen tutkimuskysymyksestä keskusteltaessa puhuttiin hyödyllisyydestä. Keskusteltaessa haastateltavat kertoivat HIFK-mobiilisovelluksen olevan hyödyllinen, koska

se sisältää heille mieleisiä etukuponkeja, auttaa löytämään seuraan liittyvät asiat nopeasti ja helposti yhdestä lähteestä, sekä koska sovelluksen toimiva mobiilikausikortti on fyysistä kausikorttia käytännöllisempi.

No todella hyödyllinen, että kun siellä on se kausikortti ensinnäkin. Ja minun mielestäni toi on helposti saatavilla ja siitä löytyy useimmiten se tieto mitä itse haen. (H5)

No siis kyllähän se tosi hyödyllinen on, kun sieltä just löytää sen kausikortin nopeasti ja helposti, niin sen voi vaan näyttää sitten siitä ja sieltä löytää niitä alennuskuponkeja ja sieltä voi vaikka HSL lipunkin aktivoida sovelluksen kautta. (H1)

No mulla on aika samat kuin H5, että ihmisenä, joka ei kanna kortteja mukana niin on aika hyödyllistä, että se kausikortti on siellä ja saan kaiken sitten tarvittavan haettua tosi nopeasti ja katsottua ja tarkistettua sieltä. (H7)

Toisesta tutkimuskysymyksestä ”Millaiset uudistukset tukisivat HIFK:n brändätyn mobiilisovelluksen jatkuvaa käyttöä?” haastatteluissa käytettiin kahta laajempaa teemaa, motivaatio ja sisältö. HIFK-mobiilisovelluksen käyttämisen motivaatiosta keskusteltaessa ilmeni, että käyttöliittymästä pystyisi tekemään haastateltaville mieluisamman lisäämällä kausikortti ominaisuuden sovelluksen alapalkkiin. Muutosehdotuksen taustalla on haastateltavien kommenttien perusteella halu käyttää kausikorttitoimintoa nykyistä nopeammin. Lisäksi useat haastateltavat kokivat sovelluksessa toimivan mobiilikausikortin olevan heidän pääsääntöinen motivaationsa käyttää sovellusta.

No siis yksi mikä voisi olla niin toi kausikortti sen kun saisi vielä vähän nopeammin jotenkin tuolta esiin, että vaikka tuohon alapalkkiin missä on nyt toi etusivu ja ottelut ja tilastot ja nuo niin sitä kautta saisi sen ainakin nopeammin tuossa esille. (H3)

Ja sitten siitä alanvalikosta niin minun mielestäni, siinä voisi ehkä jopa olla kausikortti, että sen saisi suoraan siitä esille, että ei tarvitse klikata kahta kertaa. -- Se voisi myös sitten nopeuttaa sitä, että siinä ei kestäisi, kun avaa sen sovelluksen ja voisi myös nopeuttaa hallin sisäänmenoa. (H4)

Toisena asiana motivaatioista keskusteltaessa esille nousi myös toive sisältöuudistuksesta liittyen kokoonpanojen julkaisuun. Haastateltavat toivoivat käyttöliittymään selkeämpää tyyliä julkaista kokoonpanoja. Kokoonpanojen nykyinen esitystyyli vaikutti haastateltavien mukaan sovelluksen

käyttömotivaatioon negatiivisesti. Haastateltavien mukaan nykyisellä tyyllillä esitettyinä kokoonpanot hukkuvat muun sisällön sekaan, tästä johtuen osa haastateltavista on alkanut katsomaan joukkueen kokoonpanoja muista lähteistä HIFK-mobiilisovelluksen sijaan.

Kokoonpanot voisivat olla jotenkin selkeämmin, että itse tiedän mistä etsin sen tiedon. Se on kyllä tuossa etusivulla, mutta on semmoisia ihmisiä, jotka eivät sovellusta välttämättä hirveästi käytä, niin se voi olla, että joutuvat klikkailemaan, koska sieltä voi tulla useampikin uutinen päivässä niin se kokoonpano hukkuu sinne kaiken muun tiedon keskelle. Itse katson kokoonpanoja yleensä jostain Liigan sivuilta tai jostakin sosiaalisesta mediasta, koska minun mielestäni se on paljon helpompi katsoa. (H4)

Kolmantena asiana motivaatiosta keskustellessa esille haastateltavien mielenkiinto pelaajien sopimustilanteita kohtaan. Tällä hetkellä HIFK-mobiilisovelluksen tarjoamissa pelaajakorteissa ei ole pelaajan sopimustilannetta. Haastateltavat ilmaisivat kaipaavansa sopimustilanteen lisäämistä pelaajakorttien tietoihin, jotta tulevan kauden joukkueen muodostumisen seuraaminen olisi helpompaa.

Sitten vielä noista pelaajakortteista niin niissä voisi minun mielestäni olla jokaisen pelaajan kohdalla niiden sopimustilanne. Tiedettäisiin mihin saakka on joukkueessa, koska se on semmoinen, mitä ainakin itse välillä tutkiskellen ja näin niin kun seuraavaakin kautta ajatellen, niin olen itse ainakin jo katsellut, että mitähän nuo sopimustilanteet menevät ja en ainakaan löytänyt sitä suoraan mistään sieltä sovelluksesta ja sitten on saanut googlettaa. (H4)

Itse asiassa toi puhuin tuosta samasta H5 kanssa itse asiassa tuosta, että voisi näkyä se sopimustilanteet. Se on kuitenkin aika akuutti tässä varsinkin, kun keväällä pelataan näitä pelejä ja siitä aika paljon puhutaan, niin olisi kiva nähdä sieltä. (H6)

Haastatteluissa mobiilikausikortin käyttöön liittyvät uudistukset nousivat toistuvasti esille HIFK-mobiilisovelluksen sisältö teemasta keskusteltaessa. Ensimmäisenä mobiilikausikorttiin liittyvänä uudistuksena haastateltavat toivoivat ilmoitusta tai vahvistusta sovelluksessa lainattuaan kausikorttia muille, välttääkseen epäselvät tilanteet tai sekaannukset.

No ei ehkä sen suurempia, mutta se mitä mietin, on se, että kun lainaa kausikorttia niin siitä voisi tulla parempi ilmoitus, että se on mennyt perille sille kenelle sitä lainaa. Tai joku tällainen, että siitä tulisi joku parempi vahvistus, että välttää sitten epäselvät tilanteet, jos vaikka väärä puhelinnumero vahingossa tai jotain tällaista niin ehkä se voisi olla selkeämpää viestintää suunnalta. (H8)

Toisena seikkana kausikortteihin liittyen haastatteluissa toivottiin uudenlaista ominaisuutta, jonka avulla olisi helpompaa näyttää useampaa kausikorttia kerralla, jotta kausikortista toiseen siirtyminen olisi käytännöllisempää. Haastateltavat pitivät nykyistä tapaa epäloogisena ja hitaana, sillä se edellyttää palaamista takaisin. Haastateltavien mielestä olisi tärkeää, että he pystyisivät esittämään useamman kausikortin kerralla, jotta ottelutapahtumiin sisään pääseminen olisi sujuvampaa.

Ainoa se, että jos sattuu olemaan useampi kausikortti johonkin peliin, niin se niitten vaihtaminen kausikortista toiseen, niin siinä pitää nyt ehkä vähän silleen tyhmästi mennä taaksepäin ja sitten ottaa se uusi, että se nyt on ehkä sillain ainoa kritiikki mikä siinä on. (H3)

HIFK:n brändätyn mobiilisovelluksen tämänhetkistä sisällöistä keskustellessa haastateltavat kertoivat nykyisessä järjestelmässä suosituimpien ominaisuuksien olevan mobiilikausikortti, tilastot, uutiset ja videot. Erityisesti pelaajatilastot olivat haastateltaville suosittua sisältöä seurata sovelluksen kautta mobiilikausikortin käyttämisen lisäksi. Lisäksi haastateltavat kertoivat kuluttavansa aikaa sovelluksen parissa uutisten lukemiseen ja videoiden katselemiseen. Myös HSL-lippu ja kuponkiedut mainittiin suosittuina sisältöinä.

No kausikortti ja sitten kanssa katson pelaajakortteja. Ottelupäivänä HSL sovellusta on käyttänyt sen kautta. (H5)

Välillä on kiva vaan tutkia ja katsella, että mikä oli joku tilasto tai joukkue ja kun on kuponkeja tuolla ja ottelut löytyvät ja kausikortti. (H6)

No kyllä olen tykännyt niitä videoita katsoa ja juuri jotain tuollaisia kulissien takana juttuja ja tämän tapaisia, että varmaan myös muitakin kiinnostaa. Se on niin kuin jotenkin pääsy tavallaan siihen näkemään myös sitä muutakin, kun sitä peliä pelkätään, että näkee vähän sitten taustoja. (H7)

Puolestaan tulevaisuuden sisällöistä keskusteltaessa haastatteluissa esille nousi toive Fan Club kortin sisällyttämisestä osaksi HIFK-mobiilisovellusta sekä linkki kannattajayhdistyksen nettisivuille. Haastateltavat kokisivat kyseiset uudistukset hyödyllisinä, sillä niiden avulla saataisiin parempi käsitys kannattajayhdistyksen palveluista ja toiminnasta.

No minä tuossa aika paljon sanoinkin jo, mutta nyt kun muut puhuivat tuosta clubista, johon en itse vielä kuulu niin itse asiassa se olisi hyvä, jos tuossa olisi semmoinen Fan Club kohta. Mistä voisi sitten esimerkiksi minä, joka en ihan hirveästi sitä tiedä tai tiedän kyllä, että voin ostaa lippuja vieraspeleihin ja näistä kaikista reisuista, mutta silleen että olisi vähän infoa sellaiselle, joka ei niin kuin tiedä fan clubista. (H4)

Kannattajayhdistyksellä on ollut ainakin noiden nettisivujen kautta näkyvyys näihin faniryhmiin muun muassa meidän sivuillemme linkki ja koska nykyään aika moni käyttää mobiilia, niin se olisi kiva, kun se löytyisi tuosta suoraan. Nimenomaan, että pääsisi sinne sivuille kanssa surffailemaan sitten samalla ja pääsisi matkoille ja muuta tällaista niin kuin sitä kautta niin se olisi tosi kiva kyllä kanssa. Kun se on se virallinen toimija tässä jääkiekko puolella niin senkin takia olisi hyvä, että se näkyisi siellä. (H6)

Seuraavana tuloksena haastatteluissa esille nousi kiinnostus joukkueen ympärillä vaikuttavaan yhteisöön. Haastateltavat kokivat haluavansa sisältöä, missä esitellään HIFK-yhteisöä, koska heitä kiinnostaisi nähdä toimintaa otteluiden ulkopuolella.

Ehkä jotenkin nyt tuli sitten mieleeni, että tuosta yleisestä fanittamisesta voisi olla ehkä enemmän jotain juttuja. Ihan niin kuin laajalla skaalalla, että en tarkoita, pelkästään jostain tietystä yhteisöstä tai kulmasta vaan niin kuin yleisesti vaan fanittamisesta tästä niin kuin yleisesti HIFK yhteisöstä, että toki se joukko on se tärkein ja ydin mitä jengi niin kuin haluaa seurata ja katsoa, mutta varmaan voisi löytyä jotain ihan semmoisia hauskoja juttuja myös sieltä toiselta puolelta eli kentällä että kentän laidalta. (H6)

No kyllä olen tykännyt niitä videoita katsoa ja juuri jotain tommoista kulissien takaa juttuja ja tällaisia että varmaan myös muitakin kiinnostaa se. Se on niin kuin jotenkin pääsy tavallaan siihen näkemään myös sitä muutakin, kun tavallaan sitä peliä pelkästään, että näkisin vähän sitten taustoja. (H7)

Yhteisöstä kertovan sisällön lisäksi toivottiin myös vuorovaikutusmahdollisuutta muiden kannattajien kanssa, jotta HIFK-mobiilisovellus olisi monipuolisempi kokemus kannattajalle ja kannattajat pystyisivät olemaan jatkuvasti keskenään vuorovaikutuksessa. Haastateltavat korostivat yhteisön eli ”HIFK-perheen” merkitystä, ja sitä toivottiin tulevaisuudessa tuotavan vahvemmin esiin mobiilisovelluksen sisältöjen avulla. HIFK-mobiilisovelluksella koettiin olevan potentiaalia myös edistää seuran yhteisöllisyyttä.

Tämä applikaatio on mielestäni hyvä lisäys nyt siihen, että me oltaisiin perhe, mutta se että jotenkin tämmöistä vuorovaikutusta saisi olla enemmän ja ehkä minäkin innostuisin enemmän, jos jotenkin pääsisin tekemään itse jotain muuta. -- Että, tavallaan tämmöinen vuorovaikutus tulisi vielä enemmän, että nyt tämä on lähes täysin tavallaan seuran informaatiota meille päin. Mutta tähän pitäisi saada mielestäni lisättyä vielä niin kuin toisinpäin, että pystyn lähettää, vaikka toiselle kannattajalle jonkun asian tai se, että jos en pääse matsiin niin laittaa suoraan, että hei, onko joku täältä halukas lähtemään tai jotain muuta? Tiedän, että siihenkin on keinoja. Tällä hetkellä on Facebook ja muita ryhmiä, mutta sen voisi sisällyttää mielestäni tähän applikaatioon. (H2)

HIFK:lla nyt aika vakiintuneet keskusteluryhmät jossain Facebookissa ja sellaisissa, mutta en näe sitä huonona ajatuksena lainkaan, että olisi semmoinen just olisi siellä ja ehkä se rajaisi myös sen että, siellä olisi sitten nimenomaan vaan fanit keskustelemassa, koska harvempi nyt lataa IFK sovellusta, jos ei lainaa, vaikka kausikorttia tai muuten silleen. Niin se voisi olla ihan mielenkiintoistakin kokeilla sitä. (H8)

Yhdessä haastatteluissa ilmeni haastateltavien mielenkiinto HIFK:n julkaisemaa Bättre Folk podcastiä kohtaan. Haastateltava toivoi, että seuran podcastia julkaistaisiin säännöllisemmin ja hän ilmaisi olevansa valmis maksamaan kyseistä sisältöä.

Tykkään podcasteista hirveästi. HIFK:lla on se podcast mikä ilmestyy todella harvoin, mutta ehkä jos sitä alkaisi vaikka tuottaa isommin, niin se olisi sellainen mistä voisin maksaa. (H8)

Haastateltavat toivoivat HIFK-mobiilisovellukseen muiden uudistusehdotusten lisäksi myös eksklusiivista sisältöä. Useat HIFK:n brändätyssä mobiilisovelluksessa julkaistavat sisällöt löytyvät myös sosiaalisen median kanavista, joten haastateltavien mukaan mobiilisovellukseen voitaisiin julkaista eksklusiivista sisältöä, millä heidän mukaansa voitaisiin lisätä sovelluksen käyttöä. Osa haastateltavista voisivat harkita maksavansa eksklusiivisesta sisällöstä, kun taas toisien mukaan sen kuuluisi olla osa kausikortin haltijan etuja.

Että juuri niitä behind-the-scenes nyt on kiva katsoa ja minä kyllä niin kuin Instagramissa todella paljon katson aina kaikkia videoita ja kaikkea mutta sitten tavallaan, että olisiko siellä sovelluksessa jotain erilaista sisältöä, kun mitä sosiaalisessa mediassa. Niin ehkä nyt katson ne mieluummin sitten sosiaalisesta mediasta ehkä tai jotenkin mutta jos siellä olisi jotain erilaista sisältöä tai vaikka kohdennettuna kausikorttilaisille tai Bättre Folkille tai jotenkin niin niin se voisi olla ihan mielenkiintoista. Se ei olisi tosiaan se sama sisältö, mikä on kaikille sitten näkyvillä siellä sosiaalisen median puolella. (H4)

No tietysti voisi olla enemmän jotain pelaajaa haastatteluja. Jotain tuollaista, että pääsee enemmän mukaan siihen pelaajan arkeen. Nämä nyt ovat toki samoja asioita, jotka ovat ihan tuolla kaikissa someissa, että sen pitäisi sitten todennäköisesti ihan kaikkialla olla enemmän. Tai sitten se olisi eksklusiivisempaa vaan näille sovelluksen käyttäjille. Se voisi tietysti ainakin lisätä tämän sovelluksen käyttöä, että tietäisi että tietyt asiat saa vaan tätä kautta. Jep se voisi tietysti olla myös yksi niistä maksullisista asioista. Joku eksklusiivinen sisältö. (H3)

Seuraavana havaintona sisällöistä keskusteltaessa haastateltavat toivoivat, että tulevaisuudessa HIFK-mobiilisovellusta pystyttäisiin hyödyntämään tunnelmanluonti keinona kotiotteluissa. Tämä olisi haastateltavien mukaan tärkeää kannattajille, koska he haluavat, että HIFK:n kannattajat ovat edelläkävijöitä kannattajakulttuurin kehittämisessä.

Tiedän esimerkiksi on olemassa semmoinen, minkä saisi esimerkiksi tämän mobiilisovelluksen sisälle, niin mikä saisi matseissa esimerkiksi tehtyä lisää elikkä saisi kun siellä alkaa musiikki, niin kaikkien näiden katsojien kenellä on appi tai sitten ei ole appi niin puhelimesta alkaa vilkkumaan valo musiikin tahdissa. Mikä esimerkiksi meillä voisi olla se siellä on se playoff-video niin sen aikana koko hallinnoiden katsojien puhelimet, kun ne nostaisivat ne pystyyn niin koko halli vilkkuisi ja se ei IFK:lle maksaisi hirveätä rahaa. (H2)

Haastateltavien keskusteltaessa uudistustoiveista esille nousi myös mahdollisuus ottelukalenterin lataamisesta omaan matkapuhelimen kalenteriin, jotta haastateltavat voisivat helpommin suunnitella omat työvuoronsa niin, että HIFK:n otteluille jäisi vapaata aikaa. Haastateltavien mukaan kyseinen ominaisuus oli ollut hyödyllinen osa sovelluksen aiempaa versiota, mutta he olivat epävarmoja, kuinka ottelukalenterin lataaminen omaan puhelimeen uudistetussa versiossa onnistuu.

Tosissaan se on tärkein, kun suunnittelen työvuoroja tai muuta elämää, niin katson otteluohjelman ja aikaisemmin aikaisemman sovelluksen myötä ainakin latsin aina sen ohjelmiston sinne oman puhelimen kalenteriin, että ne ottelut olivat kaikki siellä. Mutta nyt en tiedä onko tässä uudessa sovelluksessa kyseistä ominaisuutta. (H5)

Niin ja sitten suunnittelen elämäni niiden pelipäivien mukaan, että kyllä sitä tulee viikossa useamman kerran avautua. Mutta jos lähinnä ehkä se kausikortti ja se Bättre Folk puoli sieltä ja sitten se ottelukalenteri. (H4)

Viimeisenä havaintona sisältöihin liittyen haastateltavien vastauksista nousi esille HIFK-mobiilisovelluksen etukupongit. Haastateltavat kokivat edut mieleiseksi ja helppokäyttöisiksi osaksi

brändättyä mobiilisovellusta. Etujen helppokäyttöisyys sovelluksessa koettiin niiden käyttöä lisäävänä tekijänä. Lisäksi haastateltavat ilmaisivat toiveensa, siitä että ottelutapahtumien ulkopuolisia etuja tulisi olla lisää. Haastateltavat mainitsivat kuluttavansa etukuponkeja, koska niiden käyttö mahdollistaa HIFK:lle lisätuloja.

Kyllä mitä tuossa on noita lisäetuja, että just se HSL:n lippu ja nyt sinne oli tullut jostain kuponkitarjouksia ja itse asiassa eilen käytiinkin sen jäätelön edun. Niin ne kyllä ovat sillä tavalla helppoja ja nopeita käyttää, jos tarvitsee jotain. (H4)

Plus sitten tiedän sen, että siinä on tällaisia mainostaja sopimuksia elikkä sinne appiin pystyy laittaa sisälle sen, että vaikka K-kauppa tarjoaa ilmaisen pullan tai ihan mitä tahansa. Elikkä se voidaan myydä niin, että HIFK ei edes maksa siitä mitään. (H2)

Tulosten tiivistelmä

Haastattelujen perusteella ensimmäisen tutkimuskysymyksestä käytyjen ”Minkälaiseksi Bättre Folk-jäsenet kokevat uudistetun HIFK:n brändätyn mobiilisovelluksen käytettävyyden?” keskustelujen mukaan HIFK-mobiilisovelluksen toiminnot ovat haastateltavien mielestä loogisia ja helppoja oppia. Käyttöliittymän selkeys ja yksinkertainen asettelu tekivät haastateltavien mielestä toimintojen oppimisesta helppoa. Yleisestä helppoudesta huolimatta käyttöliittymä ei kuitenkaan osaa esitellä tai opettaa mitään järjestelmän toimintoja käyttäjälle pyydettyä.

Opinnäytetyön haastattelujen perusteella voidaan sanoa, että haastateltavat pystyivät pääsääntöisesti suorittamaan haluamansa toiminnot tehokkaasti. Haastateltavien vastauksista selvisi kuitenkin, että mobiilikausikortin esille ottaminen ja sen käyttäminen ottelutapahtumissa ei ole kaikissa tilanteissa sujuvaa ja tehokasta.

Haastateltavien mukaan HIFK-mobiilisovelluksessa ei esiinny merkittäviä usein toistuvia virhetiloja. Haastatteluissa ilmeni muutamia yksittäisiä virhetiloja, mutta haastateltavat eivät pitäneet niitä käyttökokemusta häiritsevinä. Lisäksi haastateltavat kokivat, että virhetilat olivat helppoja korjata eivätkä häirinneet suuresti haluttujen toimintojen suorittamista.

HIFK-mobiilisovelluksen toimintojen muistettavuudesta ei syntynyt muiden teemojen tapaan yhtä paljon keskustelua, mutta HIFK:n brändätyn mobiilisovelluksen toimintoja pidettiin helposti muistettavina ja yksinkertaisina. Yksinkertaisuus perustui yleisien standardien mukaan rakennetun käyttöliittymään.

Tyytyväisyys teemasta haastatteluissa keskustellessa esille nousi haastateltavien olevan tyytyväisiä etenkin HIFK-mobiilisovelluksen brändin mukaiseen ulkonäköön ja sen yksinkertaisiin toimintoihin. Haastatteluissa ilmeni tyytyväisyys sovellukseen ja toive siitä, että muutkin suomalaiset urheiluseurat voisivat ottaa käyttöön alustan, josta kannattajien on mahdollista kerätä kaikki haluamansa tieto yhdestä lähteestä. Haastateltavien mukaan tyytyväisyyttä voisi lisäksi parantaa julkaisemalla HIFK-mobiilisovelluksessa muista seuran mediakanavista poikkeavaa eksklusiivista sisältöä.

Haastateltavat kokivat HIFK-mobiilisovelluksen itselleen hyödyllisenä. Mobiilikausikortti, kuponkiedut ja HSL lippu koettiin hyödyllisimpinä tekijöinä sovelluksessa. Kausikortin lainaaminen ja käyttäminen verkkomuodossa oli etenkin suosittua, sillä kannattajat pitivät erittäin hyödyllisenä, että kausikortti on aina löydettävissä puhelimessa. Kuponkiedut koettiin hyödylliseksi, sillä etenkin ottelupäivinä niiden avulla haastateltavat kokivat säästävänsä rahaa ostoksistaan.

Toisesta tutkimuskysymyksestä ”Millaiset uudistukset tukisivat HIFK:n brändätyn mobiilisovelluksen jatkuvaa käyttöä?” keskusteltaessa selvitettiin HIFK-mobiilisovelluksen käyttämisen motivaatiotekijöitä, sekä sisältöuudistuksia, jotka voisivat mahdollisesti lisätä sovelluksen jatkuvaa käyttöä. Mobiilikausikortti, mielenkiintoiseksi koetut sisällöt ja etukuponkit olivat haastateltavien mukaan merkittävimpiä HIFK-mobiilisovelluksen käytön motivaatioon vaikuttavia tekijöitä.

Sisällöistä keskusteltaessa haastateltavat ilmaisivat mielenkiintonsa erilaisiin uusiin sisältöihin, joita he haluaisivat HIFK-mobiilisovellukseen lisättävän. Sisällöiksi toivottiin mm. mobiilisovellukselle eksklusiivista sisältöä, ja otteluiden ulkopuolista sisältöä HIFK-yhteisöstä. Haastateltavat kertoivat, että heidän toivomansa uudistukset todennäköisesti lisäisivät HIFK-mobiilisovelluksen aktiivisempaa käyttöä heidän toimestaan. Nykyisistä sisällöistä videot, uutiset, mobiilikausikortti ja tilastot olivat suosituimpia kuluttavia sisältöjä.

Teema	Havainto
Opittavuus	Yksinkertainen käyttöliittymä teki HIFK-mobiilisovelluksen oppimisesta helppoa.
Tehokkuus	HIFK-mobiilisovelluksen mobiilikausikortin käyttäminen voisi olla tehokkaampaa, muut toiminnot koettiin tehokkaaksi.
Virheettömyys	Ei merkittäviä usein toistuvia virhetiloja. HIFK-mobiilisovelluksessa. Yksittäisiä virhetiloja löytyi.
Muistettavuus	HIFK-mobiilisovellus koettiin helposti muistettavana yleisiin standardeihin perustuvan käyttöliittymän johdosta.
Tyytyväisyys	HIFK-mobiilisovellukseen toimintoihin oltiin yleisesti tyytyväisiä.
Hyödyllisyys	Kaikki tarvittava löytyi helposti HIFK-mobiilisovelluksesta. Toiminnoista mobiilikausikortti, kuponkiedut ja HSL-lippu koettiin yleisesti hyödyllisimpinä.

Taulukko 2. Ensimmäisen tutkimuskysymyksen tulosten yhteenveto

Teema	Havainto
Motivaatio	Mobiilikausikortti, kuponkiedut ja viihteellinen sisältö olivat merkittävimmät motivaatiotekijät HIFK-mobiilisovelluksen käyttämiselle.
Sisältö	Videot, mobiilikausikortti, tilastot ja uutiset olivat käytetyintä sisältöä HIFK-mobiilisovelluksessa. Uusina sisältöinä toivottiin etenkin HIFK-mobiilisovellukselle eksklusiivista sisältöä ja otteluiden ulkopuolista sisältöä HIFK yhteisön jäsenistä.

Taulukko 3. Toisen tutkimuskysymyksen tulosten yhteenveto

6 Pohdinta

Opinnäytetyön pohdintaluvussa tarkastellaan työn tuloksia ja niiden merkitystä tutkimuskysymyksiin sekä laajempaan kontekstiin. Tässä luvussa arvioidaan tutkimuksen onnistumista ja tarkastellaan sen tuomia uusia näkökulmia ja mahdollisia kehitysehdotuksia. Pohdintaluvussa käsitellään myös tutkimuksen rajoituksia ja avataan mahdollisia jatkotutkimuksen suuntia. Pohdinta luvun tavoitteena on syventää ymmärrystä tutkimuksen tuloksista ja niiden merkityksestä toimeksiantajalle.

6.1 Luotettavuus ja eettisyys

Tietoperusta

Opinnäytetyön tietoperustan luotettavuus ja eettisyys ovat olennaisia ominaisuuksia tutkimuksen laadun ja vaikuttavuuden kannalta. Näiden periaatteiden noudattaminen varmistaa, että tutkimustyö on uskottavaa, relevanttia ja eettisesti kestävä. Tässä opinnäytetyössä tietoperustan lähteinä käytettiin vain luotettavia akateemisia lähteitä, jotka on vertaisarvioitu. Vertaisarviointiprosessi

takaa, että tutkimukset on arvioinut alan asiantuntijat, jotka tarkastavat niiden metodologian, tulosten ja johtopäätösten pätevyyden. Tämä varmistaa, että käytetyt lähteet ovat korkealaatuisia ja luotettavia.

Opinnäytetyön aluksi tutustuttiin opinnäytetyön teemoja koskevaan lähdeaineistoon, jonka jälkeen pyrittiin valitsemaan mahdollisimman uusia ja luotettavia lähteitä teorian pohjaksi. Lähteiden arvostelussa käytettiin lähdekriittistä tarkastelua, eli arvioitiin lähteiden ajankohtaisuutta ja teoksen tekijän mainetta tiedon tuottajana, kuten Vilkkä (2021, 120) totesi. Nopeasti kehittyvillä aloilla vanhentunut tieto voi olla epäluotettavaa ja harhaanjohtavaa, jonka vuoksi on tärkeää käyttää viimeisimpiä tutkimuksia ja ajantasaista tietoa varmistaakseen, että opinnäytetyön pohjana oleva tietoperusta on ajan tasalla ja relevantti. Lähteinä hyödynnettiin laajasti kansainvälisiä tutkimuksia, koska ne tarjosivat päivitettyä ja yksityiskohtaista tietoa, sekä sopivat opinnäytetyön kontekstiin. Myös vanhempia lähteitä kuten Nielsenin vuoden 2012 ja 1993 tuottamaa lähdeaineistoa hyödynnettiin, koska niiden tuottama tieto on yhä relevanttia ja yleisesti hyväksyttyä käyttää osana käytettävyys tutkimuksia.

Menetelmävalinnat

Opinnäytetyö toteutettiin kehittämistutkimuksena, jonka toimeksiantajana toimi Oy HIFK-Hockey Ab. Tutkimus toteutettiin laadullisin menetelmin. Laadullisen tutkimuksen toteuttamista pidettiin tärkeänä, jotta toimeksiantaja saisi syvällisempää tietoa ydinkannattajakunnan toiveista HIFK:n uudistettuun mobiilisovellukseen liittyen. Laadullisen tutkimuksen toteuttaminen tuotti lopulta luotettavaa ja yksityiskohtaista tietoa.

Tiedonkeruu ja analysointi

Tässä opinnäytetyössä tietoa kerättiin haastattelujen avulla. Haastateltavat olivat toimeksiantajan toiveiden mukaisesti HIFK:n kausikorttilaisia tai kannattajayhteisö Bättre Folkin jäseniä. Haastateltavia etsittiin toimeksiantajan avulla julkaisemalla kutsuviesti HIFK Fan Clubin Whatsapp-ryhmään, sekä HIFK:n Facebook sivuille. Kutsuviestissä oli linkki Google Forms-ilmoittautumislomakkeeseen (Liite 1). Ilmoittautumislomakkeessa kerrottiin lisätietoja tutkimuksen tarkoituksesta ja vaatimuk-

sista, sekä haastattelun sisällöstä. Lomakkeessa pyydettiin haastatteluun ilmoittautuvia valitsemaan vaihtoehtoista toivottu ajankohta haastatteluun osallistumiselle, sekä valitsemaan tuotepalkinto, jonka toimeksiantaja tarjosi haastatteluun osallistumisesta.

Vaatimuksina tutkimukseen osallistumiselle oli 18-vuoden ikä, sekä kausikortin tai Bättre Folk jäsenyyden omistaminen. Ilmoittautumislomakkeessa kerrottiin myös ilmoittautuvien henkilötietojen käytöstä, täyttämällä ilmoittautumislomakkeen henkilö sitoutui siinä mainittuihin ehtoihin. Kenenkään henkilötietoja ei julkaista tutkimuksessa ja kaikki haastattelujen aineisto anonymisoitiin. Tutkimuksen eettisyyden kannalta on tärkeää kertoa selkeästi haastateltaville tutkimuksen tarkoituksesta ja henkilötietojen käytöstä. Ketään haastateltavista ei pakotettu suorittamaan haastattelua, vaan suostumus oli vapaaehtoinen ja sen pystyi peruuttamaan ilman painavaa syytä.

Haastattelut suoritettiin verkkohaastatteluina Microsoft Teams-palvelussa. Haastateltaville lähetettiin kutsut ilmoittautumislomakkeisiin täytettyihin sähköpostiosoitteisiin. Tavoitteena oli saada 12–15 haastateltavaa osallistumaan tutkimukseen. Tutkimukseen ilmoittautui lomakkeen kautta yhteensä 19 osallistujaa, jonka jälkeen julkaisu poistettiin HIFK:n Facebook tililtä, jotta osallistujia ei tule liikaa. Ilmoittautumisia läpi käydessä huomattiin muutama ongelma. Osa henkilöistä olivat tehneet useamman ilmoittautumisen ja jotkin henkilöistä eivät kuuluneet kohderyhmään. Kohderyhmään kuulumattomille henkilöille ilmoitettiin välittömästi sähköpostin välityksellä, että he eivät valitettavasti pääse osallistumaan tutkimukseen. Tämän jälkeen kohderyhmään kuuluvia ilmoittautuneita oli 13 henkilöä ja heille lähetettiin sähköpostitse kutsut verkkohaastatteluihin.

Tarkoituksena oli toteuttaa haastattelut verkossa ryhmähaastatteluina kolmena eri ajankohtana. Osallistujista kolme joutui perumaan osallistumisensa ja kolme osallistujaa ei saapunut haastatteluun sovittuun ajankohtaan mennessä. Peruneista yhden osallistujan kanssa onnistuttiin sopimaan uusi aika, joten yhteensä haastatteluihin osallistuneita oli kahdeksan. Lopulta haastattelukertoja oli neljä, joista kaksi oli ryhmähaastatteluja ja kaksi yksilöhaastatteluja. Haastateltavien määrä oli pienempi kuin alkuperäisesti oli suunniteltu, mutta jo kahdeksalle henkilölle tehdyissä haastatteluissa alkoi näkyä saturaatiota, eli haastateltavien vastaukset alkoivat toistua, joka on Kanasen (2015, 146) mukaan merkki siitä, että tutkimusaineistoa alkaa olla riittävä määrä.

Haastattelujen aluksi kaikille haastateltaville kerrattiin vielä ilmoituslomakkeessa kerrotut asiat ja varmistettiin, että kaikki suostuvat haastattelun nauhoitukseen. Haastattelujen aikana noudatettiin eettisesti hyviä periaatteita ja kaikkia haastateltavia kohdeltiin tasa-arvoisesti syrjimättä tai loukkaamatta ketään, sekä kaikille annettiin yhtäläinen mahdollisuus osallistua keskusteluun ja ilmaista omia mielipiteitään vapaasti. Ryhmähaastatteluissa keskustelu oli hyvin vapaata, mutta haastatteliija toimi keskustelun ohjaajana, jotta kaikki saisivat puheenvuoroja ja keskustelu ohjautui kohti tutkittavia teemoja. Koska kaikki haastattelut eivät toteutuneet alkuperäisen suunnitelman mukaan ryhmähaastatteluina niihin täytyi suhtautua eri tavalla. Yksilöhaastattelussa esitettiin enemmän suoria kysymyksiä, kun haastateltava ei saanut ideoita ja tukea muilta osallistujilta.

Haastattelut nauhoitettiin videomuodossa, sekä niistä luotiin automaattinen litterointi Microsoft Teamsin transkriptio työkalun avulla. Litterointi tarkistettiin ja korjattiin manuaalisesti virheiden välttämiseksi ja luotettavuuden varmistamiseksi. Nauhoitettuja haastatteluja ja litterointeja säilytettiin turvallisesti kaksivaiheisen tunnistautumisen takana Jyväskylän Ammattikorkeakoulun tarjoamassa OneDrive pilvitallennustilassa. Litterointien tarkistuksen jälkeen videotallenteet haastatteluista poistettiin turvallisuussyistä. Tämän jälkeen aineistoa analysoitiin koodaamalla, eli tekstiä tiivistettiin teemoittain taulukkomuotoon. Aineiston koodaaminen helpotti aineiston käyttöä ja johtopäätösten muodostamista. Kaikki aineisto tuhottiin asianmukaisesti tutkimuksen valmistumisen jälkeen. Aineistoa ei jaettu ulkopuolisille, eikä siihen ollut pääsyä tutkimuksen aikana muilla kuin tutkimuksen tekijöillä. Koska aineistoa ei haluttu jakaa ulkopuolisille tutkimuksen aikana ei sen totuudellisuutta ja riippuvuutta voitu varmistaa vertaisarvioinnin avulla. Aineiston analyysimenetelmiä käytiin läpi yhdessä opinnäytetyön ohjaajan kanssa, jonka avulla saatiin varmistusta siitä, että menetelmät ovat oikeita valintoja tähän tutkimukseen.

Dokumentaatio ja aineistohallintasuunnitelma

Opinnäytetyötä tehdessä haluttiin varmistaa mahdollisimman huolellinen dokumentointi ja aineistohallinta eettisyyden ja turvallisuuden varmistamiseksi. Opinnäytetyön alussa luotiin opinnäytetyösuunnitelma, sekä aineistohallintasuunnitelma, jotta opinnäytetyön eteneminen ja aineiston säilyttäminen olisi mahdollisimman sujuvaa, turvallista ja käytännöllistä. Opinnäytetyön aikana tehtiin muistiinpanoja ohjaustapaamisista, tapaamisista toimeksiantajan kanssa, sekä teoriapohjan

valmisteluun liittyen. Muistiinpanoja säilytettiin tietoturvallisesti Jyväskylän Ammattikorkeakoulun OneDrive pilvitalennustilassa.

Dokumentaatio ja aineistohallintasuunnitelma auttoivat varmistamaan, että opinnäytetyössä noudatetaan hyvää tieteellistä käytäntöä ja että työn tulokset ovat luotettavia ja toistettavissa. Aineistohallintasuunnitelma auttoi myös organisoimaan ja aikatauluttamaan aineiston keräämistä, analysointia ja tulkintaa. Tämä auttoi välttämään ajanhallinnan ongelmia ja varmistamaan, että työ valmistuu ajoissa.

Koko opinnäytetyön ajan on pyritty noudattamaan hyvää tieteellistä käytäntöä. Hyvän tieteellisen käytännön peruseriaatteita ovat luotettavuus, rehellisyys, arvostus ja vastuunkanto (Hyvä Tieteellinen Käytäntö 2024). Opinnäytetyön raportoinnissa on pyritty tuottamaan luotettavaa tutkimustietoa käyttämällä luotettavaa lähdeaineistoa, sekä toteuttamalla eettisesti hyväksyttävä laadullinen tutkimus. Plagioinnin välttämiseksi lähdeaineistoon on tutustuttu huolellisesti ja asiat on pyritty selittämään omin sanoin välttäen suoria lainauksia. Tutkimuksen alussa toimeksiantajan kanssa keskusteluissa käytiin läpi tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet ja kirjoitettiin virallinen opinnäytetyösopimus. Koko tutkimuksen ajan on myös käyty aktiivisesti keskusteluja toimeksiantajan kanssa opinnäytetyön etenemisestä ja tavoitteiden täyttymisestä. Mahdollisia harhaanjohtavia tuloksia on pyritty välttämään läpinäkyvällä ja yksityiskohtaisella aineiston läpikäymisellä. Haastatteluvastauksia ei olla yleistetty vaan, niitä on käytetty sellaisenaan ottaen mukaan myös suoria lainauksia, jotta vastaajien oikeat mielipiteet välittyisivät tutkimuksessa selkeästi.

Tutkimuksen kehittäminen

Tutkimuksessa havaittiin myös kehittämiskohteita. Haastatteluissa pyrittiin keskusteluun laajojen asukokonaisuuksien kautta, jotta haastateltavien vastauksiin ei vaikutettaisi liikaa liian suorilla teemojen rajaamisella. Urheilumobiilisovelluksen jatkamisintention vaikuttavasta seitsemästä tekijästä ei kysytty haastateltavilta suoraan, vaan kyseinen haastattelun osa oli jaettu suurempiin asukokonaisuuksiin motivaatioon ja sisältöihin. Haastattelu olisi tuottanut parempia tuloksia, jos seitsemästä motivaatiotekijästä olisi kysytty suoremmin. Tällä kertaa osa keskustelusta ajautui liian yleisiin teemoihin, joten keskustelun rajaaminen oikeisiin teemoihin olisi voinut olla tehokkaampaa.

Koska kaikki haastattelut eivät toteutuneet alkuperäisen suunnitelman mukaan ryhmähaastatteluina niihin täytyi suhtautua eri tavalla. Yksilöhaastattelussa haastateltava ei saanut tukea muiden vastauksista, jolloin haastattelijana oli esitettävä enemmän suoria kysymyksiä. Erikokoisten ryhmien takia haastatteluista ei saatu yhtä suurta määrää aineistoa. Tutkimuksen luotettavuutta olisi voitu parantaa antamalla aineisto ja sen tulkinta vertaisarvioitavaksi kollegalle, sekä vahvistettavaksi tutkimukseen osallistuneille haastateltaville.

6.2 Tulosten tarkastelu suhteessa teoreettiseen viitekehykseen

Tämän kappaleen tarkoituksena on pyrkiä yhdistämään löydöksiä opinnäytetyön haastattelujen ja teorian pohjalta. Opinnäytetyön haastattelujen avulla kerättiin aineistoa vastaamaan kahteen tutkimuskysymykseen, joista ensimmäisen ”Millaiseksi Bättre-Folk jäsenet kokevat HIFK mobiilisovelluksen käytettävyyden?” tuloksia tarkastellessa suhteessa teoreettiseen viitekehykseen havaittiin seuraavia löydöksiä.

Nielsenin (2012) teorian mukaan yksin käytettävyydellä tai käyttökelpoisuudella ei ollut merkitystä, mikäli järjestelmä ei tarjoa käyttäjälle hyödyllistä ominaisuuksia, sillä hän tulee lopettamaan itselleen hyödyttömän järjestelmän käytön. Haastattelujen tulosten perusteella voidaan sanoa, että haastateltavat kokivat HIFK-mobiilisovelluksen olevan heille hyödyllinen sen mobiilikausikortin, sekä HSL-lipun ja ottelutapahtumissa käytettävien kuponkien myötä. Järjestelmän hyödyllisyyden ansiosta Inostrozan ja muiden (2015, 40) mukaan voidaan myös olettaa, että käyttäjät olisivat valmiita käyttämään järjestelmän opiskeluun aikaa.

Ensimmäiseen tutkimuskysymykseen vastatessa opinnäytetyön teoriapohjassa Nielsen (2012) käytti käytettävyyden arvioinnissa viittä laatutekijää. Nielsenin (2012) mukaan ensimmäisenä laatutekijänä käytettävyyttä arvioidessa tuli selvittää kuinka helppoa käyttäjien on omaksua järjestelmän perustoiminnot. Tämän opinnäytetyön haastattelujen tulosten perusteella voidaan sanoa, että haastateltavat pitivät järjestelmän toimintoja loogisina ja helppoina omaksua. Wangin (2020) mukaan mobiilisovelluksen omaksumisella oli positiivinen vaikutus asiakkaan ostohalukkuuteen ja asiakastytyväisyyteen.

Toisena laatutekijänä Nielsenin (2012) teorian mukaan käytettävyyttä arvioidessa tuli selvittää, kuinka nopeasti käyttäjät pääsevät tavoitteeseensa opittuaan järjestelmän toiminnot. Tämän opin-
näytetyön haastatteluissa tehokkuudesta puhuttaessa selvisi, että yleisellä tasolla haastatellut pys-
tyivät löytämään ja tekemään haluamansa asiat HIFK-mobiilisovelluksessa helposti ja nopeasti. Ai-
noastaan mobiilikausikortin käyttäminen koettiin välillä turhauttavan hitaaksi prosessiksi
ottelutapahtumien sisäänpääsyn yhteydessä. Krugin (2014) mukaan järjestelmän tehokkuus on
nyky-yhteiskunnassa tärkeää, sillä kiireessä toimiminen, on ihmisille nykyisin yleistä.

Kolmantena laatutekijänä Nielsenin (2012) mukaan käytettävyyttä arvioitaessa tuli tarkastella
käyttäjien tyytyväisyyttä järjestelmään ja sen toimintoihin. Haastateltavat ilmaisivat tyytyväisyyt-
tään haastatteluissa etenkin HIFK-mobiilisovelluksen brändin mukaiseen ulkonäköön ja sen yksin-
kertaisiin toimintoihin. Tyytyväisyyttä pystyisi haastattelujen mukaan parantamaan tuottamalla
sovellukseen eksklusiivista sisältöä. Nielsenin (2012) käytettävyyden määritelmän mukaan käytet-
tävyys vaikuttaa se kuinka miellyttäväksi tuotteiden ominaisuuksien käyttö koetaan.

Toimintojen muistaminen oli haastateltujen mukaan helppoa. Toimintojen muistaminen oli Krugin
(2014) mukaan osa hyvää käytettävyyttä. Hänen mukaansa hyvän käytettävyyden omaavassa jär-
jestelmässä käyttäjän ei tarvitse ajatella toiminnallisia funktioita käyttökokemuksen aikana (Mt.
2014). Myös Nielsen (2012) käytti käytettävyyden arviointiin sen toimintojen muistamisen help-
poutta.

Haastattelujen tulosten pohjalta voidaan sanoa, että HIFK-mobiilisovelluksessa ei esiinny toistu-
vasti merkittäviä virhetiloja ja yksittäiset virhetilat olivat helppoja korjata. Tämän takia sovelluksen
käyttöjärjestelmää voidaan pitää lähes virheettömänä. Järjestelmän virheettömyys oli Nielsenin
(2012) teorian mukaan viides käytettävyyden laatutekijöistä.

Haastattelujen pohjalta voidaan myös sanoa, että HIFK:n brändäty mobiilisovellus täyttää Krugin
(2014) hyvän käytettävyyden määritelmän ehdot. Tämä ilmenee siten että haastateltavat kokivat
osaavansa navigoida järjestelmässä sen noudattamien yleisten standardien takia.

Toisen tutkimuskysymyksen linkittyvässä teoriaosuudessa Hwang ja muut (2020) tarkastelivat tutkimuksessaan käyttäjien motivaation lähteitä urheilujoukkueen mobiilisovelluksen käytön jatkamisintention taustalla. Tutkimuksessa nousi esiin seitsemän tekijää, jotka positiivisesti vaikuttavat urheilujoukkueen mobiilisovelluksen käyttäjän jatkamisintention. Näistä seitsemästä motivaation lähteestä lähes kaikki nousivat esille myös tämän opinnäytetyön haastatteluissa.

Seon ja Greenin (2008, 86) määritelmän mukaan urheilukontekstissa tiedonhankinnalla tarkoitetaan halua hankkia suurta määrää tietoa urheilumaailmasta ja oppia mitä urheilumaailmassa tapahtuu. Tiedonhankinta nousi esiin myös haastateltavien vastauksissa. Haastateltavat halusivat lisätietoa HIFK-yhteisöstä otteluiden ulkopuolisen sisällön kautta. Tiedonhankinnallisesti tärkeäksi teemaksi haastatteluissa nousi myös pelaajien sopimukset. Pelaajien sopimustilanne haluttiin saada osaksi pelaajan tietoja HIFK-mobiilisovellukseen, jotta tulevan kauden joukkuetta olisi helpompaa seurata. Kuten haastateltavien vastauksista voidaan huomata, oli tiedonhankinta teorian ja tutkimustulosten perusteella tärkeä motivaatiotekijä HIFK-mobiilisovelluksen käytön jatkamisintention takana.

Toisena motivaation lähteenä urheilujoukkueen mobiilisovelluksen jatkamisintention Hwang ja muut (2020, 170) nimesivät käytännöllisyyden. Käytännöllisyydellä tarkoitetaan motivaatiota hankkia haluttu tieto tai tuote käteväällä tavalla (Hwang ym. 2020, 171). Haastateltavat halusivat parantaa käytännöllisyyttä tekemällä mobiilikausikortin käytöstä helpompaa. Haastateltavat kokivat, että mobiilikausikortin käyttäminen olisi nopeampaa ja vaivattomampaa, jos sen saisi suoraan näkyviin sovelluksen alapalkkiin. Vastauksissa korostui myös teoriassa mainittu mobiilisovelluksen käytön vaivattomuus ajasta ja paikasta huolimatta.

Kolmantena motivaation lähteenä teoriassa nimettiin taloudelliset kannustimet. Seon ja Greenin (2008, 86) määritelmän mukaan taloudellisilla kannustimilla tarkoitetaan motivaatiota hyödyntää urheilujoukkueen kaupallisia etuja. Haastatteluissa HIFK-mobiilisovelluksesta löytyvät kuponkiedut nousivat esiin positiivisena käyttöön vaikuttavana tekijänä, etuja oli hyödynnetty ottelutapahtumissa ja niiden ulkopuolella. Osa haastateltavista toivoi lisää otteluiden ulkopuolisia kuponkietuja, esimerkiksi yhteistyökumppaneiden tarjoamina.

Neljäs Hwangin ja muiden (2020, 170) nimeämä urheilujoukkueen mobiilisovelluksen jatkuvan käytön motivaation lähde oli viihdearvo. Seon ja Greenin (2008, 86) mukaan viihdearvo tarkoittaa motivaatiota nauttia urheilusta ja pitää hauskaa käyttämällä urheilujoukkueen digitaalisen median kanavia. Teorian mukaan viihdearvolla on tärkeä rooli urheilujoukkueen mobiilisovellusten käytön jatkamisintentiossa, koska käyttäjät arvostavat viihteellisestä sisällöstä saamaansa nautinnollista kokemusta (Hwang ym. 2020, 172). Sama asia ilmeni myös useasti haastateltavien vastauksista, sillä niiden perusteella videoita pidettiin yhtenä tärkeimmistä motivaatiotekijöistä HIFK-mobiilisovelluksen käyttämiselle. Suurin osa haastateltavista piti videosisällöistä todella paljon, mutta esiin nousi kiinnostus HIFK-mobiilisovellukselle eksklusiiviseen sisältöön. Monet HIFK-mobiilisovelluksessa julkaistavat videot löytyvät myös HIFK:n sosiaalisesta mediasta, joten haastateltavien mukaan sovelluksessa julkaistava eksklusiivinen sisältö lisäisi heidän käyttöaktiivisuuttaan.

Viidentenä teoriassa mainittu käyttömotivaatio oli mobiilisovelluksen fantasia ominaisuudet. Fantasialla tarkoitetaan yksilön tahtoa kokea todellisuus vaihtoehtoisesta näkökulmasta (Hwang ym. 2020, 172). Haastatteluissa ei ilmennyt keskustelua fantasia sisällöistä. Haastateltavat eivät nimenneet fantasiaominaisuuksia tärkeimpiin käyttömotivaatioihin.

Kuudes teoriassa esitelty urheilujoukkueen mobiilisovelluksen jatkuvaa käyttöä edistävä motivaation lähde kuluttajille oli uteliaisuus (Hwang ym. 2020, 170). Utelaisuudella tarkoitetaan tahtoa hankkia uutta tietoa, sekä kokea uusia asioita (Litman & Spielberger 2003, 75). Haastateltavat kokivat saavansa hankittua tietoa HIFK-mobiilisovelluksessa julkaistavien uutisten avulla, sekä saavansa myös tietoa pelaajista ja tilastoista sovelluksesta. Hwangin ja muiden (2020, 173) mukaan käyttäjän uteliaisuutta voidaan herättää urheilumobiilisovelluksen kontekstissa, esimerkiksi lähettämällä huomiota herättäviä hälytyksiä ja push-ilmoituksia. Myös push-ilmoitukset nousivat esiin keskusteluissa haastateltavien kanssa. Haastateltavat pitivät push-ilmoituksia pelaajasiirroista ja -sopimuksista tärkeinä, sillä niiden avulla tiedon saa kätevästi ja nopeasti ennen kuin sopimuksesta julkaistaan uutinen iltapäivälehdissä. Myös push-ilmoitukset maaleista ottelun aikana koettiin mukavaksi lisäykseksi, jos käytössä ei ollut korvaavaa tilastosovellusta.

Viimeinen teoriassa esitelty urheilujoukkueen mobiilisovelluksen jatkuvaa käyttöä edistävä motivaation lähde oli parasosiaaliset suhteet. Hwangin ja muiden (2020, 172) mukaan parasosiaalisuus

on katsojan kokemus henkilökohtaisesta suhteesta mediassa esiintyvistä joukkoviestinnän kohteista. Urheilufanit seuraavat suosikkiurheilijoitaan median kautta ja muodostavat näihin parasosiaalisia suhteita. (Hwang ym. 2020, 172). Haastattelujen perusteella oli selvästi havaittavissa parasosiaalinen suhde kannattajien ja pelaajien välillä. Haastateltavat ilmaisivat merkittävän kiinnostuksen pelaajista tuotettuun sisältöön, etenkin pelaajista tehdyt videot olivat haastateltaville mieleistä katsottavaa. Haastateltavien mukaan pelaajista tehtyä materiaalia oli jo runsaasti, mutta sitä kaivattiin silti lisää. Kiinnostusta oli paljon myös pelaajien arkeen ja henkilökohtaisempaan sisältöön, mikä vahvistaa näkemystä siitä, että kannattajien ja pelaajien välillä on parasosiaalinen suhde.

Kokonaisuudessaan haastatteluissa löytyi paljon yhtäläisyyksiä Hwangin ja muiden (2020) tutkimukseen urheilujoukkueen mobiilisovelluksen jatkamisintention vaikuttavista tekijöistä. Lähes kaikki teoriassa esitelty motivaatiotekijät voidaan yhdistää haastatteluista tehtyihin löydöksiin. Johtopäätökset alaluvussa esitetään teoriaan ja haastatteluihin pohjautuen HIFK-mobiilisovelluksen jatkuvaa käyttöä tukevia kehitysehdotuksia.

6.3 Johtopäätökset ja kehittämissuhteet

Tämän opinnäytetyön tulosten perusteella voidaan sanoa, että haastateltavat olivat tyytyväisiä HIFK-mobiilisovelluksen toimintoihin ja pitivät niitä helppoina oppia, yleisesti tehokkaina, helpoina muistaa, sekä lähes virheettöminä. Näiden tulosten perusteella tutkimus kuvailee Bättrén Folk kannattajien kokemusta HIFK-mobiilisovelluksen käytettävyydestä yleisesti positiivisena. Tulosten mukaan HIFK:n brändätty mobiilisovellus täytti Krugin (2014) hyvän käytettävyyden määritelmän, joka vahvistaa haastateltavien positiivisen tunteen sovelluksen käytettävyydestä.

Yleisesti positiivisesta käytettävyydestä huolimatta opinnäyteydessä nousi esille muutamia käytettävyyteen negatiivisesti vaikuttavia seikkoja. Esimerkiksi mobiilikausikortin esille ottaminen sovelluksessa koettiin hitaaksi. Nielsenin (2012) mukaan tehokkuus oli yksi käytettävyyden laatutekijä. Tämän takia mobiilikausikortin käytön tehokkuutta parantamalla HIFK-mobiilisovelluksen käytettävyydestä voitaisiin tehdä entistä parempi. Mobiilikausikortin käytön helpottamista voidaan pitää myös merkittävänä, sillä mobiilikausikortti oli tulosten perusteella yksi päämotivaation lähteistä HIFK-mobiilisovelluksen käyttämiselle. Käytettävyyttä voitaisiin myös tehokkuuden parantamisen lisäksi pyrkiä kehittämään helpottamalla sovelluksen oppimista entisestään. Nykyinen järjestelmä

ei osaa opettaa käyttäjälle järjestelmän toimintoja pyytäessä. Lisäämällä järjestelmään tutoriaali-toiminnon, voisi HIFK-mobiilisovelluksen käyttäjä oppia nykyistä helpommin kaikki järjestelmän toiminnot. Kyseinen uudistus tukisi niin järjestelmän tehokkuutta kuin oppimista parantaen sen käytettävyyttä.

Toisen tutkimuskysymyksen tarkoituksena oli selvittää, millaiset uudistukset tukisivat HIFK:n brändätyn mobiilisovelluksen jatkuvaa käyttöä. Teorian, haastattelujen ja omien päätelmien pohjalta voidaan muodostaa seuraavia kehitysehdotuksia.

HIFK:n brändi on rakennettu vahvasti yhteisön ympärille. Kannattajat haluavat kokea kuuluvansa tähän yhteisöön ottelutapahtumissa ja sen ulkopuolella. Yhteisön tärkeyttä voitaisiin korostaa tuottamalla sisältöä HIFK:n taustatoiminnasta brändätyyn mobiilisovellukseen, jolloin keskiössä olisi pelien ulkopuoliset yhteisön jäsenet. Esimerkkinä voitaisiin tuottaa video tai podcast sisältöä joukkueen taustalla työskentelevistä henkilöistä tai faneista.

Haastateltavien selkeänä toiveena yhteisöllisyyden lisääminen otteluiden ulkopuolella, sekä vuorovaikutus mahdollisuus toisien kannattajien kanssa. HIFK-mobiilisovellukseen voitaisiin luoda keskustelualusta, jossa HIFK:n kannattajat pääsisivät keskustelemaan yhteisestä kiinnostuksen kohteestaan. Kyseisen ominaisuuden avulla voitaisiin vahvistaa yhteisöllisyyden tunnetta ja lisätä mahdollisesti sovelluksen käyttöä. Myös HIFK Fan Club kortin voisi lisätä sovellukseen mobiiliversiona, sekä tuoda lisää informaatioita Fan Clubista sovelluksen käyttäjille ja mahdollisesti ohjata käyttäjiä Fan Clubin sivuille sovelluksen kautta.

Seuraava tärkeä uudistus olisi lisätä HIFK-mobiilisovelluksessa pelaajien tietoihin heidän tämänhetkiset sopimustilanteensa, koska kannattajat ovat kiinnostuneita seuran tulevaisuudesta ja ensi kauden joukkueesta. Kannattajille on tärkeää tietää tulevan kauden joukkueen sopimustilanne, sillä sen perusteella he voivat luoda ennako-odotuksia tulevalle kaudelle. Myös kyseisen uudistuksen avulla voitaisiin lisätä jatkuvaa käyttöä, koska kannattajat vierailisivat HIFK-mobiilisovelluksessa tarkastelemassa tulevan kauden joukkueen rakentumista.

Seuraavana uudistuksena voitaisiin harkita paljon haastatteluissa esiin noussutta asiaa eli mobiilikausikortin siirtämistä HIFK-mobiilisovelluksen alapalkkiin, sillä se nopeuttaisi käyttöä ja tekisi käyttämisestä kätevämpää. Toisena vaihtoehtona sovelluksen asetuksissa voisi olla mahdollisuus

kustomoida pikavalintoja sovelluksessa käyttäjälle mieleiseksi. Personointi mahdollistaisi jokaiselle käyttäjälle toimivan ja mieluisen käyttökokemuksen. HIFK-mobiilisovelluksen käytännöllisyyttä voitaisiin lisätä myös tarjoamalla hakutoiminto, joka mahdollistaisi käyttäjälle nopeamman navigoinnin haluamansa sisällön pariin mobiilisovelluksessa.

Tutkimuksessa ilmennyttä kannattajien mielenkiintoa etukuponkeja kohtaan kannattaisi hyödyntää jatkossa paremmin. Esimerkiksi lisäämällä HIFK-mobiilisovellukseen yhteistyökumppanien tarjoamien ottelutapahtumien ulkopuolisten etukuponkien määrää saataisiin todennäköisesti lisättyä HIFK-mobiilisovelluksen käyttöä osana kannattajien arkea.

HIFK:n brändätyn mobiilisovelluksen käytön lisäämiseksi tulisi myös pyrkiä hyödyntämään eksklusiivista sosiaalisen median kanavista poikkeavaa sisältöä. Erottuvalla viihteellisellä, parasosiaalisuutta ja tiedon hankintaa tukevalla sisällöllä saataisiin mahdollisesti houkuteltua käyttäjiä vierailemaan sovelluksessa toistuvammin. Esimerkiksi tuottamalla säännöllisesti HIFK:n Bättre Folk podcastia vain osana HIFK-mobiilisovellusta saataisiin luotua kohderyhmälle mieleistä sisältöä ja ohjattua heitä käyttämään sovellusta useammin ja pidempiä ajanjaksoja.

Haastateltavat mainitsivat yhdeksi HIFK-mobiilisovelluksen käyttämisen päämotivaatioksi taloudellisten etujen tavoittelun etukuponkien ja kausikorttien jakamisen sekä vastaanottamisen muodossa. Kausikortin lähettämisen jälkeen sovellus ei tarjoa käyttäjälle ilmoitusta siitä onko se mennyt perille oikealle henkilölle, joten tarjoamalla push-ilmoitus vastaanotetusta kausikortista voitaisiin poistaa epävarmuutta. Myös ilmoitukset käyttämättömistä kuponkieduista ottelupäivien yhteydessä voisivat aktivoida kannattajia aktiivisemmin lunastamaan etuja ottelutapahtumissa ja sitä kautta lisäämään sovelluksen käyttöä.

Tähän tutkimustyöhön liittyvissä teemahaastatteluissa ei syntynyt keskustelua fantasiapelien sisällöstä. Viime aikoina aiheesta on kuitenkin tehty akateemisia tutkimuksia, koska Sunin ja Funkin (2023,1) mukaan urheilualan toimijat ovat halunneet tutkia lisää fantasiapelien käyttöä vaihtoehtoisena tulon hankkimisen keinona urheilujärjestöille. Perehtymällä näihin tutkimuksiin toimeksiantaja saisi uusinta tietoa aiheesta ja pystyisi hyödyntämällä sitä mahdollisesti kehittämään uudenlaista viihteellistä sisältöä brändättyyn mobiilisovellukseensa. Fantasiapeli ominaisuuden lisääminen HIFK-mobiilisovellukseen tukisi mahdollisesti brändätyn mobiilisovelluksen jatkuvaa käyttöä, sillä käyttäjien aktiivisella kilpailemisella voisi olla jatkuvaa käyttöä lisääviä vaikutuksia.

Fantasiapelistä tulisi myös uudenlainen tulonlähde toimeksiantajalle, jos käyttäjät maksaisivat fantasiapelien erilaisista ominaisuuksista kilpaillessaan voitosta sovelluksessa muita käyttäjiä vastaan.

HIFK voisi lisätä omaan brändätyyn mobiilisovellukseensa esimerkiksi oman fantasiaurheilupelin, jossa valitaan joukkueen pelaajista oma kentällinen ja pelaajat saavat pisteitä peliin tosielämän suoritustensa perusteella. Hwangin ja muiden mukaan (2020, 173) urheiluseurojen mobiilisovelluksiin liitetyt fantasiaurheilupelit ovat tutkimuksen mukaan lisänneet etenkin 30-vuotiaiden ikäryhmässä sovelluksen käyttöä.

Kannattajien ja pelaajien voidaan selkeästi havaita parasosiaalinen suhde. Haastateltavat kertoivat pitävänsä eniten videosisällöstä, jossa pelaajat esiintyvät. Kannattajat ihailevat pelaajia ja ovat kiinnostuneita heistä henkilökohtaisella tasolla. Lisäämällä entistä enemmän HIFK-mobiilisovellukseen sisältöä pelaajien arjesta saataisiin hyödynnettyä kannattajien ja pelaajien välille muodostunutta parasosiaalista suhdetta entistä enemmän. Myös tämän tyylinen sisältö voisi olla HIFK-mobiilisovellukselle eksklusiivista, mikä ohjaisi käyttäjiä sovelluksen pariin.

Opinnäytetyön tavoitteeseen päästiin ja tutkimuksessa onnistuttiin, koska toimeksiantajalle saatiin vastaus heidän toivomiinsa kysymyksiin. Tämä opinnäytetyö tarjoaa arvokkaita havaintoja toimeksiantajalle, sillä tulosten perusteella toimeksiantaja saa selkeämmän näkemyksen, siitä mihin suuntaan HIFK:n brändätyä mobiilisovellusta tulisi kehittää, sekä miten kannattajia voidaan sitouttaa ja palvella paremmin brändätyn mobiilisovelluksen avulla. Lisäksi muut Jääkiekon SM-Liiga Oy:n osakasjoukkueet pystyvät myös hyödyntämään tämän opinnäytetyön havaintoja omissa samaan käyttöjärjestelmän perustuvissa mobiilisovelluksissaan. Kokonaisuudessaan tutkimuksen tarjoamaa tietoa voidaan hyödyntää kasvattamaan urheiluseuran mobiilisovelluksen jatkuvien käyttäjien määrää, sekä pyrkiä sitouttamaan paremmin kannattajia osaksi seuran toimintaa.

Tämän opinnäytetyön tulosten luottavuutta olisi mahdollista vahvistaa jatkotutkimuksella. Jatko-tutkimus voitaisiin suorittaa vertailemalla HIFK:n vuosittain teettämän kannattajakyselyn määrällistä aineistoa tämän laadullisen aineiston löydöksiin. Suunnitellessa tätä opinnäytetyötä tarkoituksena oli toimia kyseisellä tavalla, jotta tutkimuksen johtopäätöksistä olisi mahdollista muodostaa entistä luotettavampia havaintoja. Toimeksiantajasta riippumattomista tekijöistä kannattajakyselyn tulosten saaminen kesti tarkoitettua pidempään, joten tämän opinnäytetyön johtopäätökset perustuivat ainoastaan laadulliseen aineistoon.

Lähteet

- Aaltio, I., Juuti, P. & Puusa, A. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Painos 1. Helsinki: Gaudeamus. Viitattu 19.5.2024. <https://janet.finna.fi/>, Ellibs.
- Alnawas, I., & Aburub, F. 2016. The effect of benefits generated from interacting with branded mobile apps on consumer satisfaction and purchase intentions. *Journal of retailing and consumer services*, 31, 313-322. Viitattu 19.2.2024. <https://janet.finna.fi/>, Science Direct.
- Bell, E., Bryman, A. & Harley, B. 2019. *Business research methods*. Fifth edition. Oxford: Oxford University Press.
- Chang, C. 2015. Exploring mobile application customer loyalty: The moderating effect of use contexts. *Telecommunications policy*, 39, 8, 678-690. Viitattu 8.3.2024 <https://janet.finna.fi/>, Science Direct.
- Chan-Olmsted, S., & Kwak, D. H. 2020. Fantasy Sport Usage and Multiplatform Sport Media Consumption Behaviors. *Sport marketing quarterly*, 29 3, 204-214. Viitattu 29.2.2024. <https://janet.finna.fi/>, EBSCOhost SPORTDiscus.
- Ge, J., Kang, M., & Haile, T.T. 2021. Users' Continuance Intention to Use a Mobile Application: Adapting Store Personality as Application Personality. *International Journal of Asian Business and Information Management*, 149. Viitattu 26.2.2024. <https://janet.finna.fi/>, Science Direct.
- Gupta, K., Su, Y., Kunkel, T., & Funk, D.C. 2023. Paying while playing: examining the influence of interaction with gamified elements in fantasy sports on in-app spending. *European Sport Management Quarterly* 1-22. Viitattu 16.5.2024 <https://www.tandfonline.com/>, Taylor&Francis Online.
- Hakala, J. T. 2008. *Uusi graduopas: Melkein maisterin entistä ehompi niksikirja*. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.
- Hoysniemi, J. MacFarlane, S. Markopoulos, P. & Read, J. 2008. *Evaluating Children's Interactive Products: Principles and Practices for Interaction Designers*. Burlington: Elsevier.
- Huttermann, M. 2021. Fan engagement in professional team sports. Väitöskirja. TUM School of Management. Viitattu 21.4.2024. <https://www.researchgate.net/>, ResearchGate.
- Hsu, C., & Lin, J. C. 2015. What drives purchase intention for paid mobile apps? – An expectation confirmation model with perceived value. *Electronic commerce research and applications*, 14, 1, 46-57. Viitattu 8.3.2024 <https://janet.finna.fi/>, Science Direct.
- Hwang, H., Yang, H., Williams, A. S., & Pedersen, P. M. 2020. A Gratification Model of Sport Team Mobile Application Usage. *Sport marketing quarterly*, 29, 3, 163-176. Viitattu 29.2.2024. <https://janet.finna.fi/>, ProQuest Central.

Hyvärinen, M., Nikander, P. & Ruusuvuori, J. 2017. Tutkimushaastattelun käsikirja. Tampere: Vastapaino.

Hyvä Tieteellinen Käytäntö (HTK). 2024. Tutkimuseettinen Neuvottelukunta. Viitattu 8.5.2024 <https://tenk.fi/fi/hyva-tieteellinen-kaytanto-htk>

Hyysalo, S. 2009. Käyttäjä tuotekehityksessä Tieto, tutkimus, menetelmät. Helsinki: Otava.

Inostroza, R., Rusu, C., Roncagliolo, S., Rusu, V. & Collazos, C.A. 2015. Developing SMASH: A set of Smartphone's Usability Heuristics. Computer Standards & Interfaces 43, 40–52. Viitattu 29.2.2024. <https://janet.finna.fi/>, Science Direct.

Jäsenedut. N.d. HIFK:n nettisivut. Viitattu 29.4.2024 <https://hifk.fi/battrefolk/jasenedut/>

Kananen, J. 2017. Laadullinen tutkimus pro graduna ja opinnäytetyönä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2015. Opinnäytetyön kirjoittajan opas: Näin kirjoitan opinnäytetyön tai pro gradun alusta loppuun. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kim, S. J., Wang, R. J., & Malthouse, E. C. 2015. The Effects of Adopting and Using a Brand's Mobile Application on Customers' Subsequent Purchase Behavior. Journal of interactive marketing, 31, 28-41. Viitattu 18.2.2024. <https://janet.finna.fi/>, Science Direct.

Krug, S. 2014. Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability. Indianapolis: New Riders. Viitattu 24.2.2024. <https://www.apple.com/apple-books/>, Apple Books.

Kuutti, W. 2003. Käytettävyys, suunnittelu ja arviointi. Helsinki: Talentum.

Litman, J. A., & Spielberger, C. D. 2003. Measuring Epistemic Curiosity and Its Diverse and Specific Components. Journal of personality assessment, 80 1, 75-86. Viitattu 29.2.2024. <https://janet.finna.fi/>, EBSCOhost SPORTDiscus.

McClean, G. 2018. Examining the determinants and outcomes of mobile app engagement - A longitudinal perspective. Computers in human behavior, 84, 392-403. Viitattu 18.2.2024. <https://janet.finna.fi/>, Science Direct.

Nielsen, J. 1993. Usability Engineering. San Diego: Academic Press.

Nielsen, J. 1994. Severity Ratings for Usability Problems. Nielsen Norman Group artikkeli 1.11.1994. Viitattu 29.2.2024. <https://www.nngroup.com/articles/how-to-rate-the-severity-of-usability-problems/>

Nielsen, J. 2012. Usability 101: introduction to usability. Nielsen Norman Group artikkeli 3.12.2012. Viitattu 2.3.2024. <https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>

Saunders, M.N.K., Lewis, P. & Thornhill, A. 2019. Research methods for business students. Pearson Education. <https://janet.finna.fi/>, VLeBooks.

Saleh, H. 2014. JavaScript mobile application development: Create neat cross-platform mobile apps using apache Cordova and jQuery mobile 1st edition. Packt Publishing.

Seo, W. J., & Green, B. C. 2008. Development of the Motivation Scale for Sport Online Consumption. Journal of sport management, 22,1, 82-109. Viitattu 29.2.2024. <https://janet.finna.fi/>, EBSCO-host SPORTDiscus.

Seppola, R. 2023. Liiketalous- ja yhteiskuntatieteen tutkimusstrategiat ja -menetelmät: Opas pro gradu -tutkielmalle. Helsinki: BoD - Books on Demand.

Sinkkonen, I., Nuutila, E. & Törmä, S. 2009. Helppokäyttöisen verkkopalvelusuunnittelu. Helsinki: Tietosanoma.

Tang, A. K. 2019. A systematic literature review and analysis on mobile apps in m-commerce: Implications for future research. Electronic commerce research and applications, 37, 100885. Viitattu 8.3.2024 <https://janet.finna.fi/>, Science Direct.

Tuomi, J.& Sarajärvi, A. 2009. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Helsinki: Tammi.


Vilkkä, H. 2021. Näin onnistut opinnäytetyössä: Ratkaisut tutkimuksen umpikujiin. Jyväskylä: PS-kustannus.

Wang, R. J-H. 2020. Branded mobile application adoption and customer engagement behavior. Computers in human behavior, 106, 106245. Viitattu 14.2.2024. <https://janet.finna.fi/>, Science Direct.



Won, D., Chiu, W., & Byun, H. 2023. Factors influencing consumer use of a sport-branded app: The technology acceptance model integrating app quality and perceived enjoyment. Asia Pacific journal of marketing and logistics, 35, 5, 1112-1133. Viitattu 19.2.2024. <https://janet.finna.fi/>, ProQuest Central.

Liitteet

Liite 1. Google Forms Ilmoittautumislomake



Ilmoittautuminen Ryhmähaastatteluun

B *I* U  

Tule mukaan vaikuttamaan uudistetun HIFK-mobiiliapplikaation kehitykseen! Ryhmähaastattelussa on tarkoitus keskustella HIFK-mobiiliapplikaation käytettävyydestä ja tarjolla olevista sisällöistä. Haastatteluissa kerättyä aineistoa tullaan hyödyntämään HIFK-mobiiliapplikaation kehityksessä. Haastattelun kesto on noin 30-45 minuuttia.

Haastattelut ovat osa Jyväskylän ammattikorkeakoulun liiketalouden Sport Business -suuntautumisen opiskelijoiden opinnäytetyötä. Haastattelut tallennetaan ja niiden sisältö muutetaan kirjoitettuun muotoon, joka tulee osaksi opinnäytetyötä. Kerätty aineisto anonymisoidaan, eikä kenenkään henkilötietoja tulla käyttämään. Tallenteita käytetään ja säilytetään tietoturvallisesti ja ne poistetaan välittömästi litterointien sekä analyysin jälkeen. Haastatteluun osallistuvilta edellytetään 18-vuoden ikää. Osallistumalla haastatteluun hyväksyt yllä olevat ehdot.

Ilmoittautumisen jälkeen saat sähköpostitse kutsulinkin valitsemaasi Teams-verkkohaastatteluun.
Kysymykset ja lisätiedot brusileevi@gmail.com tai olli.lipsonen@gmail.com