



Uintimerkkien brändin uudistus palvelumuotoilun keinoin

Tero Savolainen

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Liikunnanohjaaja YAMK

Liikuntajohtaminen

Master-opinnäytetyö

2023

Tiivistelmä

Tekijä(t) Tero Savolainen
Tutkinto Liikunnanohjaaja (YAMK)
Raportin/Opinnäytetyön nimi Uintimerkkien brändin uudistus palvelumuotoilun keinoin
Sivu- ja liitesivumäärä 39 + 35
<p>Kehitystyön kohteena oli Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliiton (SUH) uimakoulutoimintaan kehittämä suoritusmerkkijärjestelmä. Suoritusmerkkijärjestelmä on ollut käytössä järjestön olemassaolon ajan vuodesta 1956 lähtien. Suurelle yleisölle suoritusmerkeistä tutuin on uima- maisterin merkki.</p> <p>Kehitystyön tavoitteena oli selvittää suoritusmerkkijärjestelmän tunnettavuutta ja käytettävyyttä eri kohderyhmien näkökulmasta ja löytää yhteisiä tekijöitä, joiden avulla niin tunnettavuutta kuin käytettävyyttä voidaan lähteä kehittämään. Kohderyhmiä olivat lapsiperheiden vanhemmat, uimaopettajat ja uimakoulutoimijat.</p> <p>Kehitystyö tehtiin palvelumuotoilun keinoin. Prosessi etenee asiakasymmärryksen ja innovoinnin kautta uusien toimintatapojen konseptointiin. Asiakasymmärryksen saamiseksi tietoa kerättiin kohderyhmiltä määrällisellä kyselyllä ja puolistrukturoidulla jatkohaastattelulla.</p> <p>Kyselyn ja haastattelun kautta pyrittiin saamaan tietoa kohderyhmien suhtautumisesta suoritusmerkkijärjestelmää ja uimataito kohtaan. Kysymysten avulla pyrittiin kartoittamaan vastaajien kyvykkyyttä, tilaisuuksia ja motivaatiota uinnin suoritusmerkkien käyttöön. Tunnistavatko kyselyyn vastaajat suoritusmerkkijärjestelmän, osaavatko he hyödyntää suoritusmerkkejä omassa toiminnassa ja kuinka he arvottavat suoritusmerkit omasta näkökulmastaan?</p> <p>Kehittämistyön tuotoksena muodostui toimenpidelista, jonka avulla suoritusmerkkien viestintää, tuotteistamista ja käytettävyyttä tulee lähteä tulevaisuudessa kehittämään.</p>
Asiasanat Viestintä, uimataito, palvelumuotoilu, brändäys

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Uimataito	2
2.1	Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto	2
2.2	Uimataito Suomessa	2
2.3	Uinnin suoritusmerkit	4
2.4	Suoritusmerkkijärjestelmä	5
2.5	Uimakoulutoiminta	6
2.6	Uimahallirakentaminen ja peruskoulun synty	6
3	Teoreettinen viitekehys	7
3.1	COM-B	7
3.2	Käyttäytymisen muutospyörä	8
3.2.1	Politiikkatoimet	8
3.2.2	Vaikuttamistoiminnot	8
3.3	Markkinointi	9
3.4	Viestintä	10
3.5	Brändi	11
3.6	Palvelumuotoilu	12
3.6.1	Palvelun tulee näkyä	13
3.6.2	Prosessi palvelun kehittämiseksi	14
4	Kehittämistyön tavoite	15
5	Kehittämistyön toteutus	16
5.1	Prosessi	16
5.2	Tuplatimantti-malli	16
5.3	Määrällinen kysely	17
5.4	Kyselyn toteuttaminen	17
5.5	Puolistrukturoitu haastattelu	18
6	Kyselyn tuloksia	19
6.1	Uimaopettajien taustatiedot	19
6.2	Uimakoulutoimijoiden taustatiedot	20
6.3	Lapsiperheet	20
6.4	SUH:n logon tunnistettavuus	21
6.5	Suoritusmerkkien tunnettavuus	23
6.6	Vanhemmille suunnattuja kysymyksiä	24
6.7	Uimaopettajille suunnattuja kysymyksiä	26
6.7.1	Jatkohaastattelut uimaopettajille	27

6.8	Uimakoulutoimijoille suunnattuja kysymyksiä	28
6.8.1	Jatkohaastattelut uimakoulutoimijoille	32
7	Kehittämistyön tulokset.....	33
7.1	Brändi-ilme lapsiperheiden näkökulmasta	33
7.2	Brändi-ilme uimakouluopettajien ja uimakoulutoimijoiden näkökulmasta	35
7.3	Viestintä	35
7.4	Suoritusmerkkien käytettävyyden lisääminen	36
8	Pohdinta.....	38
8.1	Tausta prosessille	38
8.2	Prosessin eteneminen.....	39
8.3	Jatkotoimenpiteet	39
	Lähteet.....	40
	Liitteet	44
	Liite 1. Suoritusmerkkikysely kysymyspohjat	44
	Liite 2. Jatkohaastattelun kysymyspohja.....	58
	Liite 3. Suoritusmerkkikyselyn tulokset	59

1 Johdanto

Uimataito on merkityksellinen taito meidän jokaisen elämässä. Se voi pelastaa meidät hädän hetkellä tai sen avulla voimme kuntouttaa vammojamme kehoa liikaa kuormittamatta. Uimataito mahdollistaa myös liikkumisen heille, joilla liikkuminen kuivalla maalla on haastavaa tai jopa mahdotonta. Uimataito on myös elämänkaarilaji. Jo vauvana voi kokea ensimmäiset tuntemukset vedessä vauva- ja perheuinnin yhteydessä. Uinnin avulla toimintakykyään voi ylläpitää pitkälle vanhuuden vuosiin.

Suomessa uimataitoisuus arvotetaan kansalaistaidoksi, jonka jokaisen tulisi osata. Näin ei ole. Vuonna 2011 Suomessa asuvista 15–64-vuotiaista 68% oli uimataitaisia. (Rajala & Kankaanpää 2011, 33) Kuudesluokkalaisista 55 % osaa uida. Vuosittain Suomessa hukkuu 100 - 150 henkilöä, osa näistäkin heikkouimataitaisia tai henkilöitä, jotka ovat arvioineet taitonsa väärin.

Käsite uimamaisteri tulee usein esille, kun 40–50-vuotiaat puhuvat uimataidoistaan. 70–80-luvun kesien uimakouluissa suoritettut merkit muistuvat mieleen ja niitä tuodaan esille keskusteluissa. Merkkien arvostus on vuosien saatossa hiipunut, samoin kuin merkkien suoritusmäärät. Uimakoulutoimintaa on Suomessa järjestetty jo melkein 150 vuotta. Uimaopetus on koskettanut meitä jokaista, viimeistään kouluissa järjestettävän uimaopetuksen myötä.

Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto visiona on, että jokainen Suomessa asuva osaa uida ja ennakoida mahdollisia vaaratilanteita vesillä ja jäällä sekä omaa riittävät tiedot ja taidot itsensä tai toisen pelastamiseen veden varasta. (Pinnalla 2025 strategia 2020)

Uimakouluissa käytettävät suoritusmerkit ovat merkittävässä roolissa Suomessa asuvien lasten uimataitoisuutta kehitettäessä. Uintimerkkien tilausmäärät vuositasolla ovat tasaisesti laskeneet pitkällä ajanjaksolla. Myöskään merkkien markkinointiin ei ole tehty merkittäviä panostuksia tilausmäärien ollessa kohtuullisella tasolla. Suoritusmerkkijärjestelmä on uimaopettajien työväline uimakoulutoiminnan suunnitteluun. Suoritettavien merkkien myynnistä koostuva tulo on merkittävä osa järjestön omaa varainhankintaa.

Tämän tutkimuksellisen kehittämistyön tarkoituksena on selvittää suoritusmerkkien tämänhetkistä tunnettavuutta sekä käytettävyyttä eri kohderyhmien näkökulmasta. Jatkotoimenpiteenä on suunnitella toimenpiteitä tunnettavuuden lisäämiseksi sekä parantaa käytettävyyttä niin vanhempien ja lasten, kuin uimaopettajien ja uimakoulujen toiminnasta vastaavien näkökulmasta.

2 Uimataito

“Joka ei osaa uida, on pahoin kasvatettu” (Mustonen 2006, 13) Uimataitoisuus oli harvojen osaama taito ennen 1900-luvun alkua. Kylpemisellä, uinnin harrastamisella ja uimataidon osaamisella mahdollistettiin terveellinen elämä. Jo tällöin huomattiin uimataidon rooli vesiturvallisuuksessa ja hukkumiskuolemien, jotka koettiin varsinaisena vitsauksena, vähentämisessä. Vuosisadan vaihteessa suomalaisia hukkui keskimäärin 1000 ihmistä vuodessa. (Mustonen 2006, 12–13)

2.1 Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto

Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto (SUH) perustamiskokous pidettiin 20.11.1956 Helsingissä. Järjestö perustettiin jatkamaan Uimaliiton aloittamaa uimaopettajien koulutustoimintaa. Toisaalta liitolle oli syntynyt rooli yhdistää ja koordinoita uimaopetustoimintaa, joka oli jakautunut useammalle järjestölle. Useat näistä järjestöistä tulivat Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliiton jäsenjärjestöiksi. (Ilmanen 2006, 53)

SUH perustettiin keskusjärjestöksi, jonka tehtävänä oli toimia joka puolella maata. Yhdistysrekisterin vahvistamien sääntöjen mukaan liiton tehtävänä oli tehdä aatteellista ja käytännöllistä neuvonta- ja herätystyötä uinnin opetuksen ja hengenpelastuksen parissa. Lisäksi järjestön tehtävänä oli tehdä toimintaa tukevia tutkimuksia, kehittää uimaopetusta ja valvoa liiton järjestämää uimaopettajakoulutusta sekä uimakoulujen toimintaa. (Ilmanen 2006, 59-60)

2.2 Uimataito Suomessa

Suomessa uimataito on määritelty. Vuonna 1996 pohjoismaisten hengenpelastusliittojen kesken sovittiin uimataidolle yhteinen määritelmä. Pohjoismainen määritelmä kuuluu seuraavasti: henkilö joka uintisyvyiseen veteen pudottuaan ja pintaan päästyään ui yhtäjaksoisesti 200 metriä, josta 50 metriä selällään, on uimataitoinen. (Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto)

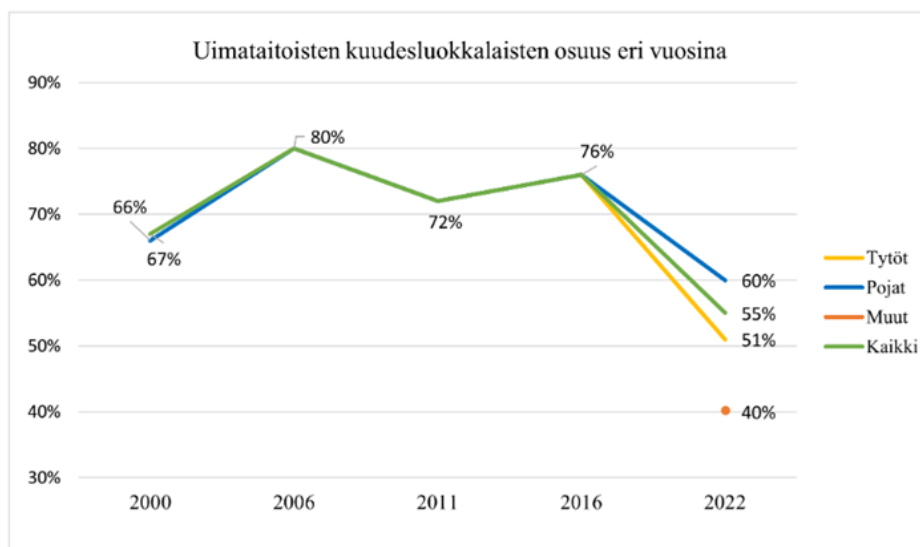
Uimataidon osaaminen on Suomessa arvotettu korkealle. 300000 kilometriä rantaviivaa, 2500–3000 uimarantaa sekä 250 uimahallia ja kylpylää luovat sellaiset olosuhteet, joissa uimataitoisuutta tarvitaan. Liiton vision mukaisesti jokaisen Suomessa asuvan tulisi osata uida ja ennakoida mahdollisia vaaratilanteita vesillä ja jäällä sekä omata riittävät tiedot ja taidot itsensä tai toisen pelastamiseen hätätilanteessa vedestä. Vuosittain Suomessa hukkuu tapaturmaisesti noin 150 henkilöä. (Pinnalla strategia 2025) Hukkumiskuolemat ovat merkittävä ongelma Suomessa. Onnettomuustutkintakeskus teki vuonna 2021 tutkimuksen, jossa selvitettiin taustat kaikille vuonna 2021

tapahtuneille hukkumiskuolemille. Yhtenä seitsemästä esille nostamastaan suosituksesta Onnettomuustutkintakeskus mainitsi seuraavasti.

”Opetushallituksen tulisi asettaa tavoitteeksi ja seurata, että kaikki koululaiset, joilla on edellytykset uimaan oppimiselle, oppisivat uimaan alakoulun aikana. Niillä paikkakunnilla, joilla ei ole uimahalleja, voidaan järjestää esimerkiksi kuljetuksia, leiriopetusta tai käyntejä luonnonvesissä. Yhteistyöhön tulisi ottaa mukaan puolustusvoimat, jonka tehtävänä voisi olla varmistaa, että kaikki varusmiespalveluksen suorittaneet osaavat uida.” (Otkes 2021, 50)

Kansallisessa liikuntataitotutkimuksessa, johon kuuluivat uinnin lisäksi hiihto ja luistelu, 83 % vastaajista arvioi uimataidon osaamisen tärkeäksi tai erittäin tärkeäksi. Vastaajista 78 % koki erittäin tärkeäksi ja 18 % melko tärkeäksi, että jokaisella Suomessa asuvalla tulisi olla mahdollisuus oppia uimaan. (Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto)

Uimataitoisuutta selvitetään Suomessa viiden vuoden välein (kuva 1). Viimeisin uimataitoisuustutkimus valmistui vuonna 2022. Tutkimuksessa selvitettiin kuudesluokkalaisten uimataitoisuutta. Suomalaisista kuudesluokkalaista 55 % on uimataitaisia. Uimataitoisuus jakautuu sukupuolten kesken seuraavasti. 60 % pojista arvioi olevansa uimataitaisia, kun 51 % tytöistä arvioi uimataitonsa vastaavan uimataidon määritelmää. Yleisesti uimataitoisuus on laskenut edellisistä tutkimuksista n. 20 prosenttiyksikköä. (Uimataitotutkimus 2022) Pudotuksen taustalla arvioidaan merkittävältä osalta olevan covid-19 ajan niin koulujen järjestämän uimaopetuksen kuin vapaa-ajalla harrastetun uinnin vähyys uimahallien kiinni olon vuoksi. (Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto 2022)



Kuva 1. Uimataitoisten kuudesluokkalaisten osuus eri vuosina (Uimataitotutkimus 2022)

2.3 Uinnin suoritusmerkit

Suomessa uintimerkkien historia alkaa jo 1800-luvun loppupuolelta. Ensimmäiset suoritusmerkit olivat uimamaisterit seppeleet. Suoritusvaatimukset olivat tulleet Ruotsista, jossa merkkejä suoritettiin jo aiemmin. Ruotsin vanhin uimaseura Upsala simsällskapet on perustettu vuonna 1796. Seuran perustaja Jöns Svanberg järjesti akateemisen promootion, jossa ylensi itsensä ja toverinsa uinnin maistereiksi sekä lähimmät oppilaansa uinnin kandidaateiksi. Uimamaisterit suorituksia pidettiin silloin eräänlaisina testeinä uimaopettajan työhön. (Upsala simsällskapet)

Suomessa uintimerkkien suorittamisesta vastasivat pääasiassa uimaseurat. Merkkien suorittaminen tapahtui pääsääntöisesti kesän uimakoulujen yhteydessä. Uimamaisterit merkkisuoritus on yleisesti vaatinut monipuolista uimataitoisuutta. Merkin suorittamiseksi tulee uimarin osata uida taidokkaasti, osata sukeltaa pituutta ja syvyyssukelluksia, hypätä taidokkaasti korkealta sekä omata riittävät vesipelastustaidot. Kurssin parhaiten suorittanut tyttö tai poikauimari nimettiin usein priimusmaisteriksi. (Ilmanen 2006, 69)



Uimamaisterit ryhmäkuvassa (Helsingfors simsällskapet 1890)

Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliiton aloittaessa uimakoulutoimintaansa uintimerkit tulivat nopeasti käyttöön. Lähtökohtaisesti uintimerkkien rooli oli tukea uimakoulujen toimintaa sekä ohjata hengenpelastuksen taitojen oppimista. Ensimmäiset merkit olivat uintimatka merkkejä, uimakandidaatin-, uimamaisterin- ja primusmaisterin merkki. Lisäksi oli mahdollisuus suorittaa hengenpelastajan merkki. Jotain SUH:n alkuaikojen uimakoulujen suoritusmerkki käytöstä kertoo seuraavat tilastot. Vuosina 1957 – 1966 tilastotiin uimakouluissa käyneen 844 758 uimaria. 259 585

uimaria suoritti taitotasoaan vastaavan merkin ja 113 897 suoritti uimakanditaatin tai uimamaisterin tutkinnon. (Ilmanen 2006, 68, 76)

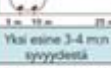
2.4 Suoritusmerkkijärjestelmä

Suoritusmerkit ovat tehty uimakoulutoimintaa varten. Merkkisuoritukset ovat tehty kannustamaan uimareita suorittamaan annettuja tehtäviä. Merkkijärjestelmä alkaa helpoimmasta suoritusmerkistä, joka on varhaistaitomerkki. Suoritusmerkkien tehtävät vaikeutuvat sitä mukaa kun uimarin taidot kehittyvät päättyen primusmaisterin suoritusmerkkiin. (Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto, 2018) Uinnin tavoitetaulukossa (kuva1.) näkyvät kaikki suoritusmerkit. Merkin suorittaakseen tulee suorittaa riittävä määrä tehtäviä eri perusalueilta. Suoritukset tulee suorittaa suoritusmerkin kanssa samalla vaakalinjalla olevista tehtävistä. Uimakanditaatin ja uimamaisterin merkkien kohdalla uimarin tulee suorittaa tehtäviä eri perusalueilta niin, että tarvittava pistemäärä täyttyy. Primusmaisterin tulee suorittaa tasolta 10 kaikki seitsemän perusalueen tehtävää hyväksytysti. (Suomen Uimaopetus – ja Hengenpelastusliitto, 2018)



UINNIN TAVOITETAULUKKO

PERUSALUEET

Pisteet	Selkäuinti	Rintauinti	Krooluinti	Pituussukellus	Syvyysukellus	Hyppy	Vesturvallisuus	Merkki vaatimukset
0,5	Korvien kastaminen selkäuintiasennossa 5 s.	Kelluminen paikallaan apuvälineen kanssa kavat vedessä 5 s.	Itsenäinen liikkuminen vedessä uintiasennossa kädet pohjassa 5 m	Liikkuminen hypyjen, juosten 5 m	Kastautuminen	Itsenäinen altaaseen tulo reunalta ja nousu reunalle	Osaan nousta itsenäisesti seisomaan uintiasennossa	Varhaistaitomerkki
1	Liikkuminen potkuihin itsenäisesti selkäuintiasennossa apuvälineen avulla	Kelluminen paikallaan x-asennossa 5 s.	Itsenäinen liikkuminen vaakatasossa apuvälineen avulla	Liuku pinnalla apuvälineen kanssa	Esine vyötärön syvyydestä	Hyppy rinnan syyntä veteen	Vatsalta selälleen tai selältä vatsalleen kääntyminen apuvälineellä	Vesitaitomerkki
2	Alkiselkäuinti 10 m	Alkairintauinti 10 m	Myyräuinti 10 m	Luuku pinnalla 3 m	Esine rinnan syvyydestä	Jalat edellä uintisyntä veteen	Kanisterin heitto pelattavalle 5 m ja veto reunan	Alkeismerkki
3	Alkiselkäuinti 25 m	Alkairintauinti 25 m	Myyräuinti 25 m	5 min sukellus	Käsinseisonta rinnan syyntä vedessä	Keräkaato reunalta	Veden polkeminen 20 s. uintisyvyydessä vedessä	Harrastusmerkki
4	Selkäkrooli 25 m	Rintauinti 25 m	Krooluinti 25 m	8 min sukellus		Pää edellä reunalta	Pelatturenkaan heitto veteen, ja renkaan hinaaminen 50 m	Tekniikka-merkki
5	Selkäkrooli 50 m	Rintauinti 50 m	Krooluinti 50 m	10 min sukellus		Taitokaato n. 1 m	Uimataitotesti 200 m kato ohjeet	Taito-merkki
6	Selkäkrooli 100 m	Rintauinti 100 m	Krooluinti 100 m	12 min sukellus		Pää edellä ponnistuksen n. 1 mstä	25 min uinti + 25 min kuljetus renkaalla, pelattettava renkaasta	
7	Selkäkrooli 200 m	Rintauinti 200 m	Krooluinti 200 m	15 min sukellus		Voitto reunalta kerästä veteen	25 min uinti + 25 min kuljetus, ote leuasta	Uimakanditaatti
8	Selkäkrooli 300 m tai 50 m 55 s.	Rintauinti 300 m tai 50 m 50 s.	Krooluinti 300 m tai 50 m 45 s.	18 min sukellus	Yksi esine 3-4 min syvyydestä	Jalat edellä 3 mstä	Vahteissa uinti 50 m ja riuuminen	
9	Selkäkrooli 400 m tai 50 m 50 s.	Rintauinti 400 m tai 50 m 50 s.	Krooluinti 400 m tai 50 m 40 s.	20 min sukellus	Kaksi esinettä 3-4 min syvyydestä yksi kerrallaan	Jalat edellä 5 mstä tai voitti korokkeelta	25 min uinti + 25 min kuljetus vaatteet päällä 3,30 min	Uimamaisteri
10	Selkäkrooli 700 m tai 100 m 1,40 min	Rintauinti 700 m tai 100 m 1,45 min	Krooluinti 700 m tai 100 m 1,25 min	25 min sukellus	Kolme esinettä 4 min syvyydestä yksi kerrallaan	Pää edellä 3 mstä tai voitti laudalta	Uinninvalvojan testi-uinti kato ohjeet	Primusmaisteri

Kuva 1. Uinnin tavoitetaulukko (Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto 2018)

2.5 Uimakoulutoiminta

Suomessa uimakoulutoimintaa järjestivät uimaseurojen lisäksi yhdistykset, joilla oli enemmän sosiaalinen ja kansanterveydellinen tulokulma uinnin harrastamiseen. Esimerkiksi Mannerheimin lastensuojeluliitto oli alueosastoineen merkittävä uimakoulujen järjestäjä. Jo toimintansa alkuaikoina alkoi SUH järjestelmällisesti mahdollistamaan uimakoulutoimintaa kaikissa Suomen lääneissä. Jokaiseen lääniin perustettiin uimaopetus ja hengenpelastustoimikunta urheilulautakuntien alle ylläpitämään ja valvomaan alueen uimakoulutoimintaa. Yleinen tapa oli varmistaa kuntaa järjestämään uimakoululle riittävät olosuhteet kunnan uimarannoilla. Uimakoulutoiminnan alkaessa uintimerkeillä ja uintitutkinnoilla oli merkittävä rooli SUH:n jäsenjärjestöjen järjestämässä uimakouluissa. Liiton talouden näkökulmasta jo alkuaikoina uintimerkeistä ja muista myytävistä tuotteista saadut tulot kattoivat kolmasosan liiton kaikista menoista. Huomioitavaa on tuohon aikaan (1960-luku) järjestöissä vahvana elänyt yhteisöllisyys sekä vapaaehtoistoiminta, joka tuki alueellisesti uimakoulujen järjestämistä. Jäsenjärjestöjen sitoutuminen merkkijärjestelmän käyttämiseen lisäsi merkittävästi merkkimyyntiä. Myös järjestöjen järjestämä uimaopettajakoulutus tuki merkkien käyttämistä näissä uimakouluissa. Huomioitavaa on myös, että suurin osa tuon ajan uimakouluista järjestettiin kesäaikaan uimarannoilla. (Ilmala 2006 72, 107-108)

2.6 Uimahallirakentaminen ja peruskoulun synty

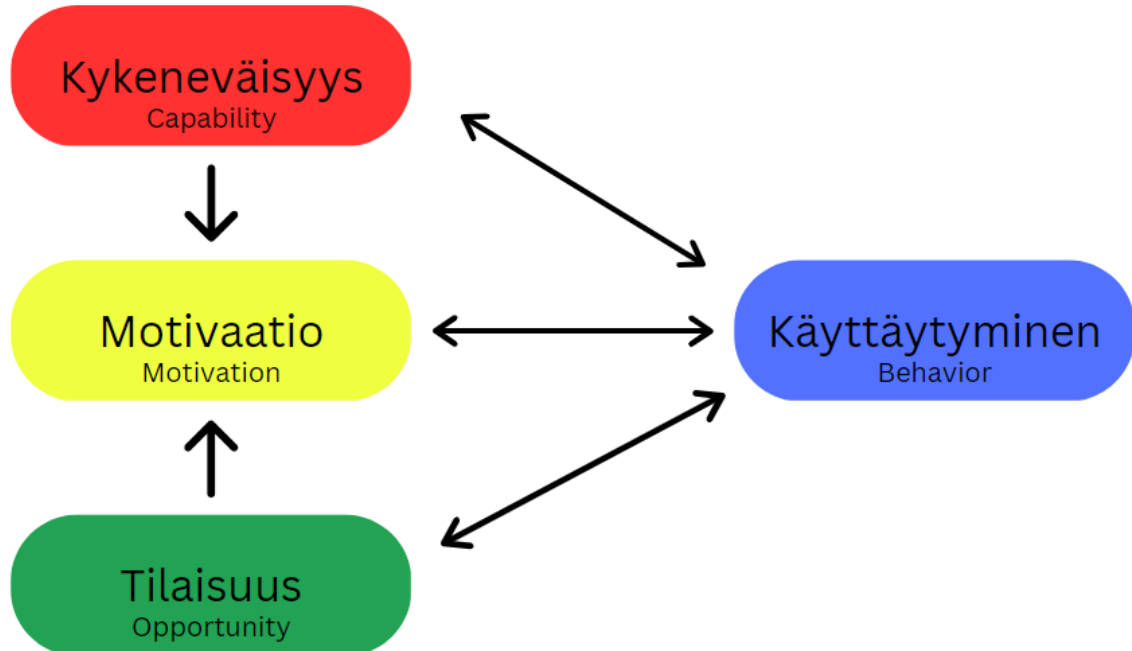
Uimahallien rakentaminen lisääntyi merkittävästi 1970-luvulla. 1973 pidetyillä uimahallien edustajien neuvottelupäivillä oli edustaja 44 uimahallista. Tämä osaltaan vaikutti siihen, että uimakoulutoiminta muuttui yhä useammalla paikkakunnalla ympärivuotiseksi toiminnaksi. Myös uinnin harrastaminen muuttui ympärivuotiseksi, joka omalta osaltaan lisäsi uimataitoisuutta. Vuonna 1972 tuli koulu-uudistus ja oppivelvollisuus, joka mahdollisti kaikille lapsille koulussa käymisen. Koulujen uimaopetus lisääntyi ja uimataidon oppiminen mahdollistui useammalle koululaiselle. (Ilmala 2006, 102, 133-134) Uimataidon oppiminen kuuluu edelleenkin perusopetuksen opetussuunnitelman perusteisiin. (Opetushallitus 2022)

3 Teoreettinen viitekehys

Teoreettisessa viitekehyksessä käsitellään käyttäytymiseen liittyviä teemoja. Mitkä tekijät vaikuttavat käyttäjäryhmien tietoisuuteen suoritusmerkeistä sekä kyvykkyyteen hyödyntää niitä omassa toiminnassaan, eli uimataitoisuuden parantamisessa.

3.1 COM-B

Susan Michie avaa omassa artikkelissaan käyttäytymiseen liittyviä komponentteja (kuva 4.), jotka yhdessä vaikuttavat jokapäiväisiin valintoihin ja päätöksiin, mitä teemme. Voidaan myös puhua käyttäytymisen alkulähteistä (UKK-instituutti 2017). Komponentit jakautuvat kolmeen osaan. Kykeneväisyys näkyy käyttäytymisessä henkisenä pätevyytinä, minä osaan tai minä pystyn. Se näkyy myös fyysisenä tekemisenä. Onnistumiset ruokkivat motivaatiota. Tilaisuus sisältää mahdollisuudet toteuttaa haluttua käyttäytymistä. Nämä tilaisuudet ovat lähtökohtaisesti ulkopuolisia mahdollisuuksia, jotka rohkaisevat käyttäytymiseen. Kuten kaaviosta näkyy, komponentit vaikuttavat toinen toisiinsa ja muuttavat toisiaan, jonka lopputuloksensa käyttäytyminen muuttuu. (Michie 2011)



Kuva 4. Käyttäytymisen alkulähteet (mukailtu Michie 2011)

3.2 Käyttäytymisen muutospyörä

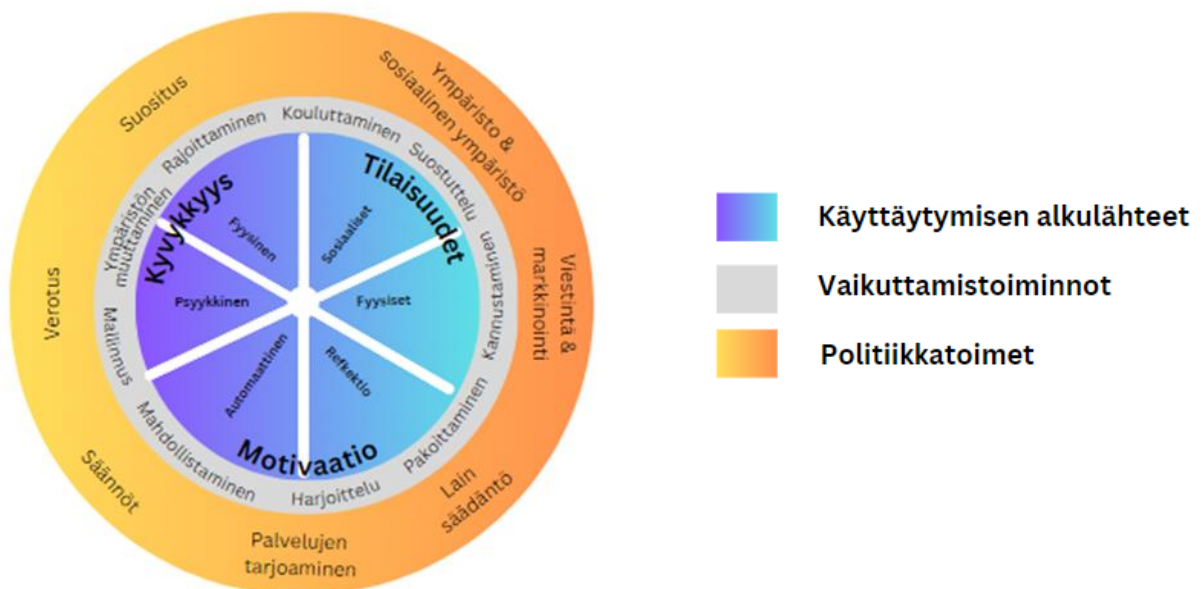
Käyttäytymisen muutospyörä (Behavior change wheel) on suunniteltu avaamaan ihmisen käyttäytymiseen liittyviä toimintamalleja ja antamaan työkaluja erilaisten toimintojen kehittämiseen, joilla käyttäytymistä voitaisiin ohjata haluttuun suuntaan. Muutospyörässä toiminnot jakautuvat kolmeen tasoon. Poliittikkatoimet, vaikuttamistoiminnot ja käyttäytymisen lähteet.

3.2.1 Poliittikkatoimet

Poliittikkatoimien tarkoituksena on vaikuttaa yksilön käyttäytymiseen paikallisilla, alueellisilla tai yhteiskunnallisilla linjauksilla, toimilla tai päätöksillä. Korkeimpana yhteiskunnallisena, käyttäytymiseen vaikuttavana tekijänä, on laki. Islannissa kansalaisten velvollisuus oppia uimataito kirjattiin lakiin vuonna 1940. Kuntien tuli järjestää yksi tunti viikossa uimaopetus jokaisella luokalla peruskoulun aikana (1-10lk.) (Bjarnason 2017) Suomessa uimataito on kirjattu perusopetussuunnitelman perusteisiin. Perusopetuslaki siis velvoittaa uinninopetuksen järjestämisen (OPH 2022)

3.2.2 Vaikuttamistoiminnot

Harmaalle alueelle on jakautunut yhdeksän erilaista toimintoa, joilla käyttäytymiseen ja valintoihin pyritään vaikuttamaan.



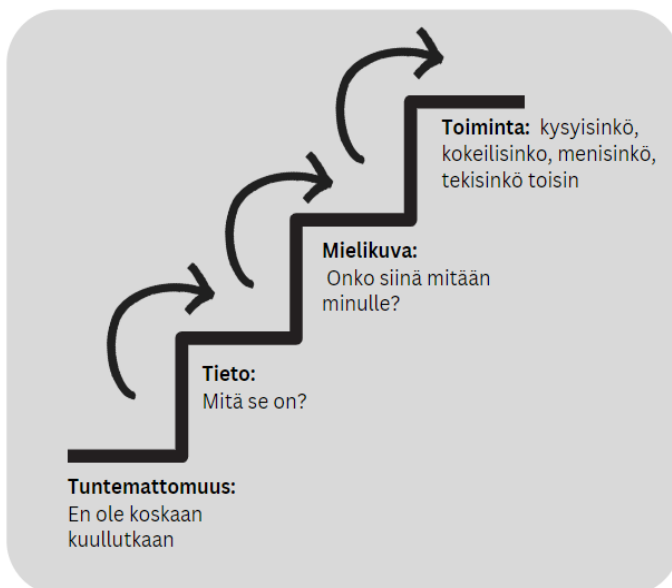
Kuva 5. Käyttäytymisen muutospyörä (mukailtu UKK-instituutti 2017)

3.3 Markkinointi

Jotta tuote tai palvelu tulee tunnetuksi, se löydetään ja ostetaan, tulee sitä markkinoida. Markkinoinnin tavoitteena on saada tuotteelle tunnettavuutta, herättää kiinnostusta ja käytön myötä luottamusta. Markkinointiviestinnän avulla pyritään johdattamaan haluttuja sidosryhmiä toivottuihin tavoitteisiin. Strategisen markkinoinnin tavoitteena on synnyttää arvoa omistajille ja asiakkaille. (Juholin 2017. 198–199)

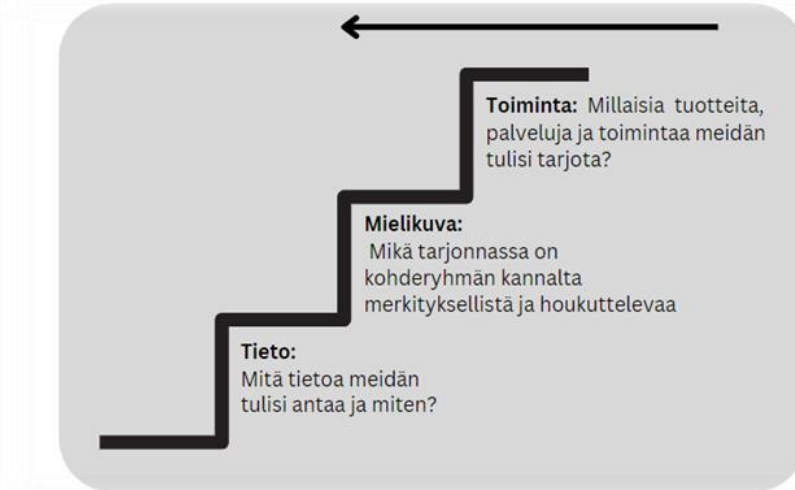
Myös Pirjo Vuokko puhuu vaikuttamisesta, kuinka asiakkaan kiinnostusta pyritään luomaan ja pienentämään tuotteen käytöstä syntyvää uhrausta (aikaa, rahaa, työtä). (Vuokko 2004. 39)

Kuinka päätös palvelun käytöstä tapahtuu? Mitkä ovat tekijät sen takana? Vaikutuksen portaavat (kuvio 1) avaavat asiakkaan vaiheita päätöksen teossa. Tieto tuotteesta, mielikuva sen käytöstä tai saavuttamisesta tai luomasta arvosta ja toiminta. Mitä minun tulisi tehdä tämän tuotteen tai palvelun saavuttamiseksi? Markkinoinnin kohdalla tulee huomioida asiakaslähtöisyys. Palveluntuottajan tulee löytää ne tekijät, jotka yhdistävät asiakkaan tuotteeseen ja sen käyttöön. (Keskinen & Lipiäinen 2013. 37) Portaiden alapäässä on ensimmäinen porras, jossa tuotteesta tai palvelusta ei olla koskaan kuultukaan. Tietämättömyys estää tuotteen tai palvelun käytön. Se ei haittaa, jos näille ei ole muutenkaan käyttöä. Ensimmäisellä portaalla herätetään asiakkaan tietoisuus tuotteesta/palvelusta ja synnytetään mielenkiinto pohtimaan tarkemmin mitä on tarjolla? Seuraavalla portaalla asiakas ryhtyy pohtimaan tuotteen tai palvelun hyötyä itselle. Pirjo Vuokko (2004) sanoo mielikuvien olevan käsityksiämme todellisuudesta. Tuotteesta tai palvelusta syntynyt mielikuva vahvistaa imagoa.



Kuvio 1. Vaikutuksen portaavat (mukailtu Vuokko 2004. 41)

Markkinointia suunniteltaessa, tulisi suunnittelun alkaa pohtimalla tuotetta tai palvelua toiminnan tasolta. Vaikuttamisen portaat (kuvio 2.) kuvaavat prosessia, kuinka tuotteen tai palvelun käytettävyyttä ja näkyvyyttä tulisi kehittää, jotta se olisi kohderyhmälle houkutteleva. (Vuokko 2004. 43)



Kuvio 2. Vaikuttamisen portaat (mukailtu Vuokko 2004. 43)

3.4 Viestintä

Sidosryhmien hahmottaminen on tärkeä osa viestintää. Organisaatio elää sidosryhmistään. On tärkeää löytää organisaatiolle oikeat sidosryhmät, ja selvittää mitä mieltä he ovat organisaation palveluista tai tuotteista

Tuotteiden käyttäjien kohdalla neljän A:n täyttymisestä liittyen viestintään ja ostokäyttäytymiseen: awareness, attitude, action ja action again.

Ensimmäinen A on awareness eli tietoisuus tuotteesta. Tämä voidaan jakaa kolmeen erilaiseen näkökulmaan. Ensimmäisen näkökulman mukaan kyseisen tuote tulee ensimmäisenä mieleen, kun kysytään kyseisen tuotekategorian tuotteita. Toisena tulee tietoisuus yleisesti tuotekategorian tuotteista, jotka tulevat mieleen edellä mainitun ensimmäiseksi mieleen tulleen jälkeen. Kolmantena tulee avustetusti mieleen tulevat tuotteet. Esimerkkinä, nyt kun tiedät nämä tuotteet, oletko kuullut tuotteesta x? Jos kysymykseen vastataan myöntävästi, tuote tunnistetaan. Monilla hyvillä tuotteilla tulee vastaan haaste, että kohderyhmä ei pohdi niiden käyttöä, koska eivät ole tietoisia kyseisistä tuotteista.

Toisena A:na on attitude eli asennoituminen tuotetta kohtaan. Kyseessä voi olla pidempi aikainen käsityksen kehittyminen tuotetta kohtaan ennen valinnan tekemistä. Se tapahtuu tutustumalla tuotemainoksiin, tuttujen kommentteihin, mahdolliseen koekäyttöön tai muihin tutkimuksiin tai selvityksiin tuotteesta. Prosessi voi myös olla impulsiivisempi ja nopeampi. Tällöin valintaan voi brändin lisäksi vaikuttaa pakkaus, tuotteen esille tuonti tai hinta.

Lopulliseen päätökseen vaikuttavat sekä positiiviset käsitykset tuotteesta että ostoaikeet. Ostoaikoiden heikkenemiseen voivat taas vaikuttaa tuotteen korkea hinta sekä epäsäännöllinen ostosykli. Kolmas A on action eli toiminta. Positiivinen käsitys tuotteesta johtaa tuotteen käyttämiseen, lisätiedon keräämiseen tuotteesta tai jopa tuotteesta viestimiseen sosiaalisessa mediassa ja täten brändin luomiseen tuotteesta. Neljäs A on action again. Lopullisena tavoitteena on asiakassuhteen jatkuminen, jolloin tuotetta ostettaisiin uudestaan ja uudestaan.

Kun katsotaan neljän A:n merkitystä tuotteen viestinnässä ja markkinoinnissa, niin viestinnällä luodaan tietoisuus ja käsitys tuotteesta. Markkinoinnilla vaikutetaan tuotteen kokeiluun ja käyttöön.

(Hiebing & Cooper & Wehverberg 2012. 235)

3.5 Brändi

Brändiä voi lähestyä muutamasta eri suunnasta. Se voi olla tunnetun tuotemerkin lisäksi näkyä lupauksena jostakin tai mielikuvana, jolla kuluttajan päätöstä vahvistetaan. Brändi voi myös poistaa epävarmuuden tekijöitä, jotka liittyvät ostopäätökseen. (Raatikainen 2008. 96) Poliisin brändin taustalla ovat laadukas koulutus ja korkea etiikka, joka vahvistaa ihmisten luottamusta poliisin toimintaa. Muita vahvan brändin tunnusmerkkejä julkisella sektorilla toimiessa ovat vahva luottamus, hyvät kokemukset sekä vahvat arvot (Korpijaakko & Nuutinen 2020. 109) Myös katsastuspalvelut ovat kilpailun avautumisen myötä muuttaneet toimintatapaansa ja joutuneet pohtimaan uudestaan palvelutoimintaansa. Asiakaskeskeisyys nousi yhdeksi yrityksen brändin avainarvoista (kuva 6). (Korpijaakko & Nuutinen 2020. 234) Voidaan ajatella, että brändin rakentamisen taustalla rakennetaan tuotteelle tai palvelulle persoonallisuutta, jolla erotutaan joukosta. (Jokinen 2022) Myös Leena Raatikainen puhuu tuotemerkin sielukkuudesta ja mielikuvista, joiden pohjata se tunnustetaan. (Raatikainen 2008. 91)

Kun omalla toiminnalla pyritään erottumaan muista alan toimijoista, tulevat kyseeseen kilpailuetu ja arvot. Mitä ovat ne tekijät, joilla erotutaan muista toimijoista eduksemme? Löytyykö yrityksen arvoista merkittäviä eroja kanssa kilpaileviin palveluihin tai tuotteisiin? Erottumisen näkökulmasta merkityksellisintä on brändin persoonallisuus. Esimerkki brändissä persoonallisuutta kasvatti lähes 30 vuotta vanha slogan, joka oli jäänyt elämään brändin mukana. Taustalla oli myös erottuva ja erikoinen viestintä kaikilla viestintäkanavilla ja kohderyhmälle merkityksellisen viestinnän tekeminen. (Jokinen 2022)



Kuva 6. A-katsastuksen mainos (Korpijaakko & Nuutinen 2020. 234)

Brändin uudistaminen ja kehittäminen on tärkeää kaupallisesta näkökulmasta. Sukupolvien vaihtuessa brändi tulisi saada pidettyä edelleen kiinnostavana, huomioiden uusien sukupolvien odotukset. Tietynlainen nostalgian ihannoiti osuu paremmin varttuneeseen kuluttajaan, muttei samalla lailla nuorempiin. On löydettävä uusien käyttäjien näkökulmasta ne tunnesiteet, jotka heitä kosketavat. (Korpijaakko & Nuutinen 2020. 271) Antero Jokinen (Jokinen 2022) haastoi esityksessään brändin rakentamisen taustasyyt. Lähdetäänkö brändiä rakentamaan vanhan tuotteen esille tuomiseksi tai painavatko historialliset syyt valinnoissa? Onko yrityksen sisäisillä syillä merkittävä painoarvo brändikuvan rakentamisessa? Tulisiko brändiä suunnitellessa pohtia kuitenkin myös asiakkaan tai toimintaympäristön näkökulmaa?

3.6 Palvelumuotoilu

Tämän päivän palvelumuotoilun alku sijoittuu 1990-luvun alkuun. Kölnin kansainvälisessä muotoilukoulussa, joka vastaa suomalaista ammattikorkeakoulua, koulun professorit Erihoff ja Mager toivat esille palvelumuotoilun uutena, omana, muotoilun osaamisalanaan. Kuitenkin ensimmäinen palvelumuotoiluun erikoistunut konsulttiyritys, Livework, syntyi vuonna 2001 Lontooseen. Suomalaisen palvelumuotoilun ensimmäisiä toimijoita oli vuonna 1997 perustetun Satama Interactiven työntekijät. (Tuulaniemi 2016, 61)

Palvelumuotoilun keskeisenä tavoitteena on palvelun kehittäminen asiakkaan näkökulmasta. Asiakkaalle pyritään kehittämään palveluja, jotka täyttävät asiakkaan toiveet ja tarpeet. Asiakasymmärrys on tässä avainasemassa. On ymmärrettävä, mitkä ovat ne asiat tuotteessa tai palvelussa, joita asiakas arvostaa ja joista asiakas on valmis maksamaan. (Tuulaniemi 2016, 70)

Tuotteiden myyntiä voidaan lähteä ajattelemaan kolmesta eri näkökulmasta. Perinteisesti tuotteiden myynti on lähtenyt tuotelähtöisestä ajattelusta. Yritys on nähnyt tuotteen itsessään arvokkaana ja sen eteenpäin myynnin myötä tuotteen arvo yritykselle menettää merkityksensä.

Palvelulähtöisessä ajattelussa huomio kiinnittyy asiakkaan ja yrityksen väliseen vuorovaikutukseen. Tämän myötä tuotteen myynnin edelle nousee tuotteen käyttöön liittyvät lisäpalvelut ja niiden arvo sekä hyödyt niin yritykselle kuin asiakkaalle.

Kolmantena tulokulmana on viime vuosina korostunut asiakaskeskeinen ajattelu, jos vielä vahvemmin huomioidaan yrityksen rooli asiakkaan liiketoiminnassa. Tällöin yrityksen tulee vielä vahvemmin ymmärtää asiakkaan roolia omassa toiminnassaan ja pohtia toimenpiteitä, joilla tarjoaa asiakkaan näkökulmasta mielenkiintoisia, haluttavia ja asiakkaalle arvoa tuottavia tuotteita ja palveluja. “asiakaskeskeisen ajattelun myötä yritysten tulisi keskittyä siihen, millaisia tavoitteita asiakkaat haluavat tuotteilla tavoittaa”. (Koivisto & Säynäjäkangas & Forsberg. 2019. 17–19) Käyttäjakeskeisen suunnittelun kautta pyritään vastaamaan tähän samaan. Tuotteita ja palveluja kehitetään huomioiden niitä käyttävä ihminen. (Kautonen 2019) Merkittäviä käyttäjä näkökulmia ovat tarvekeskeisyys, inklusiivisuus, yhteiskehittäminen, iteratiivisuus. (Lukka & Häkli, 2020) Myös Roope Ruotsalainen puhuu asiakaskeskeisyydestä, joka sisältää niin asiakasymmärryksen kuin asiakaskokemuksen. Palveluntuottajalla on iso rooli, kuinka hän muokkaa toimintatapojaan suuntaan, jossa tunnistaa asiakkaan tarpeet ja pystyy tuotteillaan tai toiminnallaan tarjoamaan positiivisen asiakaskokemuksen. (Ruotsalainen 2021)

3.6.1 Palvelun tulee näkyä

“Palvelumuotoilun yksi keskeinen tehtävä onkin muodon antaminen tyhjälle; palvelun tekeminen näkyväksi visualisoinneilla ja prototyypeillä. Tarjottavasta palvelusta annetaan konkreettisia näytteitä ja laatutasosta viestitään esimerkiksi arvokkailla materiaaleilla. Tasavallan presidentin itsenäisyyspäivän kutsu on käsin kirjoitettuine nimineen ja yksityiskohtineen juhlava palvelutodiste, joka viestii tilaisuuden arvokkaasta luonteesta ja luo suurta odotusarvoa.” (Tuulaniemi 2016, 92)

3.6.2 Prosessi palvelun kehittämiseksi

Palvelumuotoiluprosessi lähtee nykyisen toimintamallin haasteista ja niiden määrittelystä. Lisäksi tulevalle prosessille määritellään tavoite. Seuraavaksi pyritään saamaan näkemys ja ymmärrys nykyisestä toimintaympäristöstä, asiakkaiden tarpeista ja odotuksista sekä resursseista. Kolmantena vaiheena on ideointivaihe, jossa hyödynnetään edellisen tutkimusosan kautta saatua ymmärrystä tämänhetkisestä tilanteesta sekä odotuksista.

4 Kehittämistyön tavoite

Työntilaajan Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliiton kanssa käydyn keskustelun tuloksena päädyimme kehittämään järjestön varainhankintana myytävien uimakoulun suoritusmerkkien ja uinnin matkamerkkien näkyvyyttä ja käytettävyyttä eri kohderyhmien näkökulmasta. Suoritusmerkkien markkinoinnin eteen ei järjestössä ole tehty suunnitelmaa, eikä suoritusmerkkien käytettävyydestä ole tehty tarkempaa kartoitusta.

Tavoitteena oli kerätä kattavasti tietoa tämänhetkisestä tilanteesta kahdella eri tavalla. Ensimmäinen on kysely kolmelle eri kohderyhmälle. Ensimmäinen kohderyhmä on lapsiperheiden vanhemmat. Toinen kohderyhmä ovat uimakoulutoimijat, jotka järjestävät Suomessa uimaopetusta. Uimakoulutoimijat jakautuvat lähtökohtaisesti kolmeen eri toimijaryhmään, kunnat, uimaseurat ja yksityiset toimijat. Kolmantena kohderyhmänä ovat uimaopettajat. Kyselyn jälkeen tehdään muutamien uimakoulutoimijoiden ja uimaopettajien kanssa tarkentavia haastatteluja. Kerätyn tietoa tullaan hyödyntämään suunniteltaessa toimenpiteitä suoritusmerkkijärjestelmän tunnettavuuden lisäämiseksi, brändikuvan uudistamiseksi sekä käytettävyyden parantamiseksi. Mittareina pidemmällä ajalla ovat sekä suoritusmerkkien käytön lisääntyminen että suoritusmerkkien tunnettavuuden lisääntyminen.

Uinnin suoritusmerkkien tämänhetkistä käyttöä haluttiin selvittää

- Kuinka uintimerkit tunnistetaan nykyään?
- Mikä niiden käytettävyys on uimaopetuksessa?
- Millä toimenpiteillä uintimerkkien tunnettavuutta ja käytettävyyttä voidaan lisätä?

Kohderyhmiä oli kolme

1. Lapsiperheiden vanhemmat
2. Uimakouluissa toimivat uimaopettajat
3. Uimakoulujen esihenkilöt, jotka vastaavat uimakoulun hankinnoista, tässä tapauksessa suoritusmerkkien käytöstä uimakouluissa

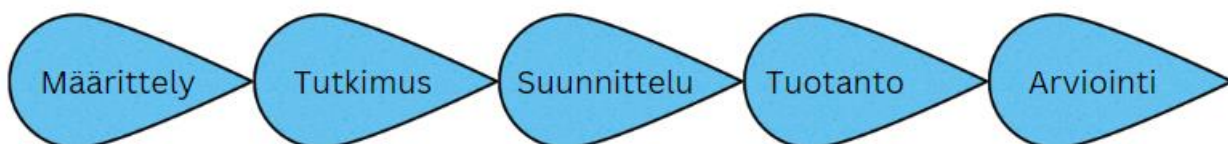
Aihetta selvitettiin määrällisillä kyselyillä, jotta pystyttäisiin selvittämään uinnin suoritusmerkkejä käyttävien ryhmien kokemuksia ja näkemyksiä. Palvelumuotoilun näkökulmasta kyselyn avulla selvitetään asiakkaiden näkemyksiä merkkien tunnettavuudesta ja saavutettavuudesta. Tunnettavuuden näkökulmasta kaikilta kohderyhmiltä kysyttiin organisaation tunnettavuutta ja millaisia mielikuvia Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto tuo mieleen. Tarkoitus oli selvittää tietoa, kuinka organisaatio koetaan ulkoapäin? Samalla selvitettiin suoritusmerkkien tunnettavuutta kohderyhmillä.

5 Kehittämistyön toteutus

Tässä kehittämistyössä käytettiin toteutusmallina palvelumuotoiluprosessia, koska kyseessä oli palvelumallin, tässä tapauksessa suoritusmerkkijärjestelmän käytön lisääminen ja käytettävyyden kehittäminen. Avainasemassa olivat suoritusmerkkien käyttäjät, eli lapsiperheet, uimaopettajat ja uimakoulutoimijat. Tämän kehittämistyön tehtävänä oli aloittaa prosessi ja löytää tarvittavat vastaukset, joiden pohjalta voidaan myöhemmin jatkaa uusien toimintatapojen ideoimista ja aloittaa palvelukonseptien testaaminen ja löytää uusi toimintamalli suoritusmerkkijärjestelmän käyttöön.

5.1 Prosessi

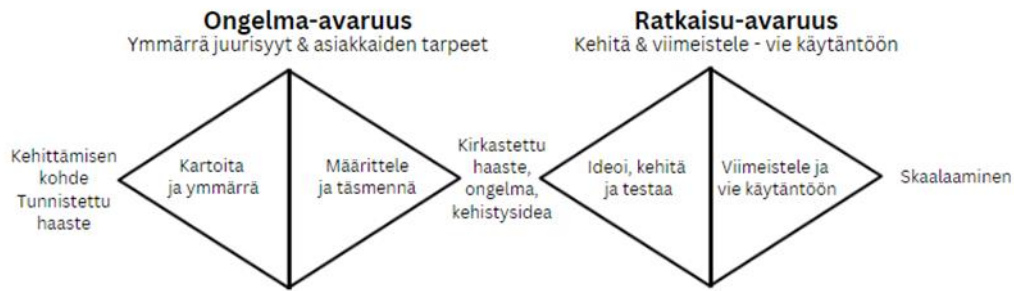
Palvelumuotoilun näkökulmasta prosessi jakautui seuraavanlaisesti. (kuva 2.) Määrittelyvaiheessa kartoitettiin ongelmaa tai haastetta, joka suoritusmerkkijärjestelmän käytössä on tällä hetkellä. Samalla pyrittiin luomaan kokonaiskuva tämänhetkisestä tilanteesta ja tavoitteista prosessin suhteen. Seuraavana vaiheena tuli tutkimusvaihe, jossa laajennettiin näkemystä keräämällä tietoa asiakailta ja muilta palvelua käyttäviltä kohderyhmiltä. Kolmantena vaiheena tuli suunnittelu. Tässä vaiheessa hyödynnetään kerättyä tietoa ja ideoidaan uusia toimivampia toimintatapoja tai konsepteja palvelun tuottamiseen. Suunnittelun yhteydessä voidaan lähteä testaamaan uusia toimintatapoja ja keräämään informaatiota niiden toimivuudesta. Neljänten vaiheeseen, palveluntuotanto, kuuluu uuden toimintatavan pilotointi ja lanseeraus. Viimeisenä vaiheena on palvelun arviointi ja jatkuva kehittäminen. (Tuulaniemi 2011, 127)



Kuva 2. Mukailtu kuva palvelumuotoiluprosessista (Tuulaniemi 2011, 127)

5.2 Tuplatimantti-malli

Tässä kehittämistyössä hyödynnettiin palvelumuotoilusta tuttua tuplatimantti-mallia (kuva 3.) Ensimmäisenä valitaan kehitettävä kokonaisuus tai kohde. Tämän jälkeen tulisi laajentaa näkemystä kyseisestä ongelmasta ja löytää juurisyytä ongelman taustalla. Ensimmäisen timantin päätteeksi tulisi olla kokonaiskuva ongelmasta tai saatu vastauksia, kuinka ongelma tulisi ratkoa. Tämän jälkeen lähdetään ideoimaan erilaisia tulokulmia, kuinka alkuperäiseen ongelmaan voitaisiin löytää ratkaisuja. Ratkaisumalleja voidaan koeponnistaa ja kerätä kokemuksia niiden toimivuudesta. Kun kokemukset on kerätty kasaan, viimeistellään uusi kokonaisuus ja lähdetään toimimaan sen avulla. (Kinnunen 2022)



Kuva 3. Tuplatimantti-malli (mukailtu Kinnunen 2022)

5.3 Määrällinen kysely

Kyselyn rakenteessa lähdettiin selvittämään eri kohderyhmien kyvykkyyttä, mahdollisuuksia ja motivaatiota suoritusmerkkien käyttöön. Taustalla on teoria, jonka pohjalta tämänhetkiseen käyttäytymiseen vaikuttavat kolme edellä mainittua käyttäytymisen osatekijää. Kyselyn tavoitteena oli löytää vastauksia, joiden pohjalta suoritusmerkkien tunnettavuutta ja käytettävyyttä olisi mahdollista läheteä lisäämään.

Vanhempien näkökulmasta kyselyn tavoite oli selvittää: tunnistaako tai onko tietoinen suoritusmerkeistä? Onko valmiuksia suorituttaa merkkejä lapsellaan? Kokeeko merkkien suorittamisen tärkeäksi uimataidon näkökulmasta? Uimaopettajien näkökulmasta kyselyn tavoite oli selvittää: tunnistaako tai onko tietoinen suoritusmerkeistä, onko mahdollista käyttää suoritusmerkkejä työssään, millaisia haasteita kokee merkkien käytössä? Uimakoulujen esihenkilöt: tunnistaako tai onko tietoinen suoritusmerkeistä? Mitä haasteita kokee suoritusmerkkien käytöstä uimakoulussaan, kuinka arvottaa suoritusmerkit osana uimakouluaan?

5.4 Kyselyn toteuttaminen

Kysely toteutettiin sähköisesti SurveyPal-kyselytyökalun avulla. Jokaiselle kohderyhmälle tehtiin omat kyselypohjat (Liite 2.) Kyselypohja jakautui kolmeen osaan: taustakysymyksiin, kysymyksiin organisaatiosta ja kysymyksiin suoritusmerkkijärjestelmästä.

Lapsiperheiden kohdalla tavoiteltiin kohderyhmiä, joilla ei olisi suoraa kontaktia Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliittoon. Tällä tavalla pyrittiin löytämään vastaajia, joilla ei olisi ennestään jo valmiiksi työn tai harrastuksen vuoksi kosketusta järjestöön tai suoritusmerkkijärjestelmään. Kyselyt julkaistiin sosiaalisen median kautta sellaisissa sosiaalisen median ryhmissä, jotka eivät ole suorassa yhteydessä järjestöömme. Uimaopettajien kyselyn jaoimme uimaopettajien omassa sosiaalisen median yhteisössä, johon kuuluu 760 jäsentä. Uimakoulutoimijoita lähestyimme

sähköpostitse. Sähköposti lähetettiin 249 uimakoulutoimijalle, sisältäen: kunnat, uimaseurat ja yksityiset uimakoulutoimijat.

5.5 Puolistrukturoitu haastattelu

Määrällisen kyselyn lisäksi haastattelimme muutamia uimaopettajia ja uimakoulutoimijoita puolistrukturoidulla haastattelulla, jota sanotaan myös teemahaastatteluksi. Haastateltavia oli yhteensä yksitoista henkilöä. Haastateltavat olivat antaneet kyselyn yhteydessä yhteystietonsa ja luvan yhteydenottoon jatkohaastattelua varten. Ensisijaisesti haastateltavat valikoituvat niistä henkilöistä, jotka olivat vastauksissa ilmoittaneet, etteivät käytä suoritusmerkkijärjestelmää. Kaikki edellä mainituista henkilöistä eivät päässeet haastateltavaksi, joten valitsimme mukaan kaksi haastateltavaa, joilla suoritusmerkkijärjestelmä oli jo käytössä.

Haastattelua pidetään yhtenä käytetyimmistä tavoista kerätä tietoa. Myös vapaamuotoisuus haastatteluissa on lisääntynyt, eikä sitä koeta enää ongelmallisena tapana kerätä tietoa verrattaessa strukturoituun haastatteluun. Tässä kehitystyössä puolistrukturoituhaastattelu sopi hyvin. Kehittämisprosessin näkökulmasta haastattelun tehtävä oli kerätä ja välittää näkemyksiä haastateltavan ajatuksista, kokemuksista ja tunteista. Tämän tyyppisessä haastattelussa edetään yksityiskohtaisten kysymysten sijaan tietyssä teemassa. (Hirsjärvi 2022)

6 Kyselyn tuloksia

Yhteenvedon kyselyn vastauksista teki Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto. Liiton os aikainen tutkimusavustaja kirjoitti tuloksista raportin (Liite 2). Seuraavassa käydään yleisesti keskeisiä tuloksia läpi ja vertaillen vastauksia kohderyhmittäin.

Osa kyselyssä käsitellyistä kysymyksistä olivat yhteisiä kaikille kohderyhmille. Osa kysymyksistä oli eritehty kohderyhmittäin. Kyselyyn saatiin vastauksia riittävästi kohderyhmittäin. Lapsiperheiden vanhemmille suunnattuun kyselyyn saatiin yhteensä 117 vastausta. Uimakoulutoimijoiden osalta tutkimukseen saatiin yhteensä 68 vastausta. Uimaopettajien kyselyyn saatiin yhteensä 99 vastausta.

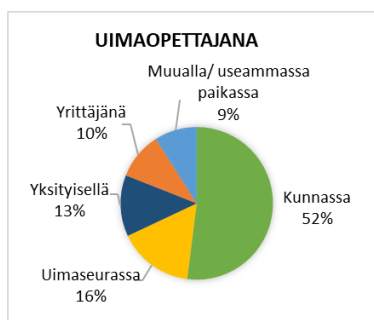
Vastaajat vastasivat kyselyyn anonyyminä. Selvitimme muutamia taustakysymyksiä, jotta voisimme löytää vastauksia meitä askarruttaviin kysymyksiin. Lapsiperheiden kohdalla muuttujia ovat vastaajan ikä, uintiharrastuneisuus sekä lasten ikä. Uimaopettajilla muuttujia ovat työnantaja, työvuodet sekä koulutus (uimaopettaja vai uintivalmentaja). Uimakoulutoimijoilla muuttujia taustatiedoissa ovat uimakoulutoimijan rooli (kunta, seura tai yritys) sekä vastaajan rooli.

Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto työsti tutkimusavustajan avulla vastauksista mittavana tulospaketin, joka on liitteenä (Liite 4). Seuraavassa keskeiset nostot kyselyn tuloksista.

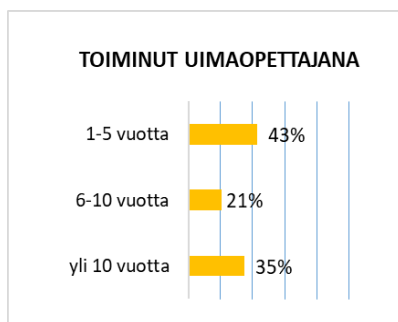
6.1 Uimaopettajien taustatiedot

Uimaopettajien taustatiedoissa selvitettiin työnantajaa (kuvio 1.), työnuran pituutta (kuvio 2.) sekä uimaopettajan pätevyyttä. (kuvio 3.) Merkittävä osa (52 %) vastanneista toimi uimaopettajana kunnan palveluksessa. Muutoin jakautuvat tasaisesti uimaseuroissa toimiviin, yksityisessä uimakoulussa toimiviin sekä itsenäisiin yrittäjiin. Lisäksi osa vastaajista työskentelee useamman työnantajan palveluksessa.

Työkokemuksen kohdalla 1-5 vuotta uimaopettajana toimineita oli melkein puolet vastaajia (43 %). Yli 10 vuotta työskennelleitä oli 35 % vastanneista. Lähes kaikki vastaajista olivat suorittaneet uimaopettajakurssin (97 %).



Kuvio 1.



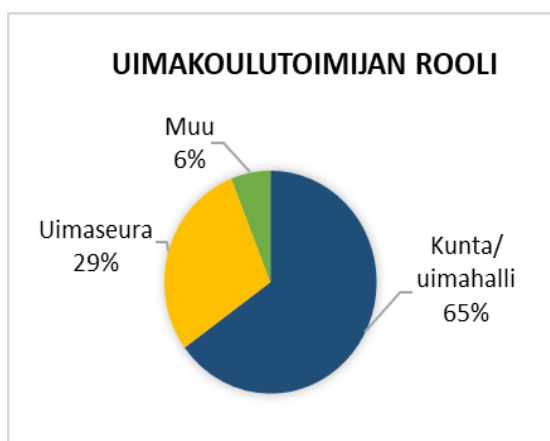
Kuvio 2.



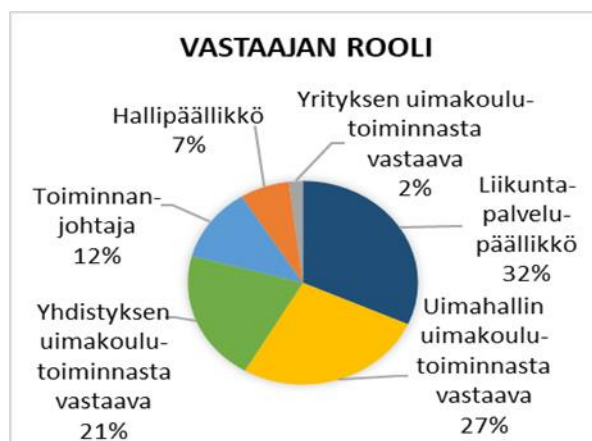
Kuvio 3.

6.2 Uimakoulutoimijoiden taustatiedot

Uimakoulutoimijoiden kohdalla taustatiedoissa selvitimme uimakoulutoimijan roolia (kuvio 4.). Onko kyseessä kunta, uimaseura tai muu toimija. Lisäksi selvitimme kyselyyn vastaajan roolin (kuvio 5.). Merkittävä osa kyselyyn vastaajista oli kunta/uimahalli (65 %). Myös uimaseuroilla (29 %) on merkittävä rooli uimakoulujen järjestämisessä. Enemmistö vastaajista toimi joko liikuntapalvelupäällikönä (33 %), uimahallin uimakoulutoiminnasta vastaavana (27 %) tai yhdistyksen uimakoulutoiminnasta vastaavana (21 %). Lisäksi vastauksia saatiin toiminnanjohtajilta (12 %), hallipäälliköiltä (7 %) ja yrityksen uimakoulutoiminnasta vastaavilta (2 %).



Kuvio 4.

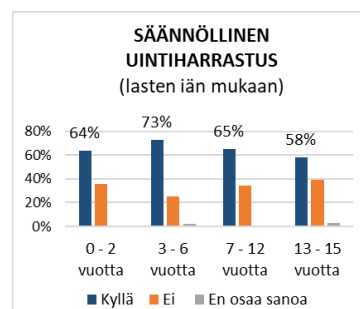
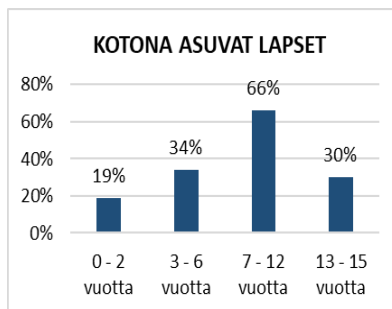
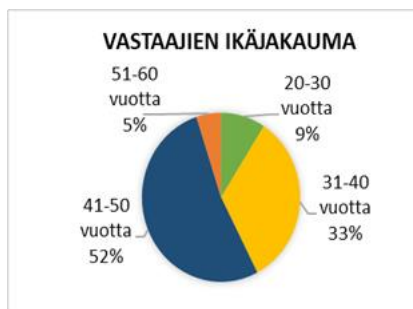


Kuvio 5.

6.3 Lapsiperheet

Lapsiperheiden vanhemmille suunnatun kyselyn taustakysymyksissä kartoitettiin vastaajien ikää (kuvio 6.), kotona asuvien lasten määrää (kuvio 7.) ja uinnin harrastamisen säännöllisyyttä (kuvio 8.). Enemmistö vastaajista (84 %) oli naisia, noin prosentti muun sukupuolisia ja loput miehiä. Vastaajien ikä vaihteli 20 ja 60 ikävuoden välillä, enemmistön ollessa 41–50-vuotiaita. Jokaisella vastaajalla oli kotona asuvia, iältään 0–15-vuotiaita lapsia. Enemmistöllä vastaajista kotona asuvat lapset olivat 7–12-vuotiaita. Yli puolet vastaajista (65 %) kertoi käyvänsä säännöllisesti, eli

vähintään kerran kuukaudessa uimassa joko yksin tai perheen kanssa yhdessä. Kotona asuvien lasten iällä ei ollut tilastollisesti merkitsevää yhteyttä vastaajien uintiharrastuksen säännöllisyyteen, vaikkakin vastaajat, joilla oli 3–6-vuotiaita lapsia kävivät hieman muita ikäryhmiä useammin uimassa joko yksin tai perheen kanssa. Vastaajan iällä tai sukupuolella ei ollut vaikutusta uimassa käymisen säännöllisyyteen



Kuvio 6.

Kuvio 7.

Kuvio 8.

6.4 SUH:n logon tunnistettavuus

Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitosta tehtiin kolme kysymystä. Ensimmäisessä kysymyksessä selvitettiin SUH:n logon tunnettavuutta lyhyen videon perusteella. Videolla katsojat näkivät lyhyen hetken eri logoja (kuva 7.), joista heidän tuli tunnistaa oikea logo. Vastaajista noin puolet (48 %) tunnisti SUH:n logon viiden logon joukosta. Vastaajat, jotka kävivät uimassa yksin tai perheen kanssa vähintään kerran kuukaudessa, tunnistivat oikean logon useammin (53 %) kuin vastaajat, jotka eivät käyneet säännöllisesti uimassa (36 %). Ero ei kuitenkaan ollut tilastollisesti merkitsevä. Myöskään vastaajan sukupuoli, ikä tai kotona asuvien lasten iät eivät vaikuttaneet siihen, tunnistiko vastaaja SUH:n logon. Yhtä vastaajaa lukuun ottamatta kaikki uimakoulutoimijat (99 %) tunnistivat SUH:n logon viiden logon joukosta. Kaikki uimakouluopettajat tunnistivat SUH:n logon viiden logon joukosta.

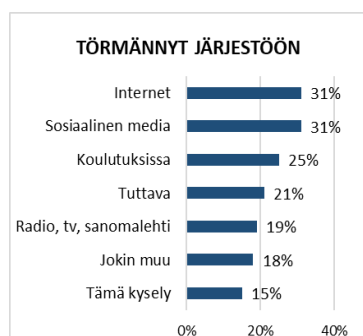


Kuva 7.

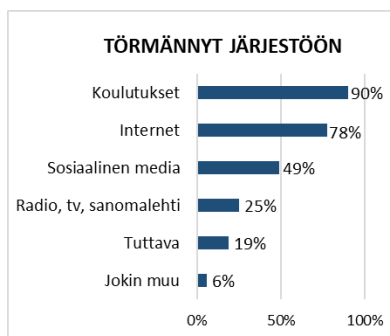
Selvitimme viestinnän näkökulmasta järjestön näkyvyyttä. Noin kolmannes (31 %) lapsiperheiden vanhemmista (kuvio 8.) oli törmännyt järjestön toimintaan sosiaalisen median tai internetin kautta, neljäsos SUH:n koulutusten kautta ja noin joka viidennes tuttavien kautta (21 %) tai muita kanavia, kuten radion tai television kautta (19 %). Järjestö oli uusi tuttavuus osalle vastaajista, sillä 15 prosenttia heistä ilmoitti, että törmäsi järjestöön ensimmäisen kerran tämän kyselyn kautta.

Enemmistö uimakoulutoimijoista (kuvio 9.) (90 %) oli törmännyt SUH:n toimintaan koulutusten kautta. Lisäksi järjestö oli tullut tutuksi internetin (78 %), sosiaalisen median (49 %) ja muiden kanavien, kuten radion, television ja sanomalehtien kautta (25 %). Noin viidesosa (19 %) vastaajista oli tutustunut järjestöön tuttavien kautta. Lisäksi osa vastaajista oli törmännyt järjestön toimintaan oman työnsä tai erilaisten kyselyiden ja tiedotteiden kautta.

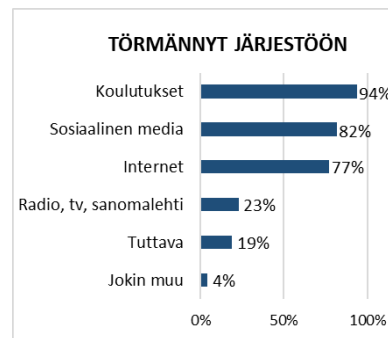
Myös uimaopettajista suurin osa (kuvio 10.) (94 %) oli törmännyt SUH:n toimintaan koulutusten kautta. Lisäksi toiminta oli tullut tutuksi sosiaalisen median (82 %), internetin (77 %), muiden kanavien, kuten television, sanomalehden ja radion (23 %) sekä tuttavien (19 %) kautta. Lisäksi osa vastaajista oli törmännyt SUH:n toimintaan töiden tai lastensa uimakoulujen kautta.



Kuvio 8. (vanhemmat)



Kuvio 9. (uimakoulutoimijat)



Kuvio 10. (uimaopettajat)

Kolmantena kysymyksenä pyydettiin kirjaamaan kolme sana, jotka tulevat mieleen Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitosta. Jokaisen kohderyhmän tuloksista rakennettiin sanapilvi, jossa isoimmiksi nousevat ne sanat, jotka on mainittu useimmin vastauksissa. Uimaopettajien (kuvio 11.) vastauksissa esiintyivät useimmiten sanat uimataito, turvallisuus, vesi, koulutus ja opetus.

Uimakoulutoimijoiden (kuvio 12.) vastauksissa esiintyivät useimmiten sanat koulutus, vesi, uimataito ja turvallinen. Vanhempien (kuvio 13.) vastauksissa esiintyivät useimmiten sanat uimataito, turvallisuus, tärkeä, vesi, uimakoulu ja pelastusrenkas.



Kuvio 11. (uimaopettajat)



Kuvio 12. (uimakoulutoimijat)



Kuvio 13. (uimaopettajat)

6.5 Suoritusmerkkien tunnettavuus

Seuraavaksi kohderyhmiltä selvitettiin, onko suoritusmerkkijärjestelmä (kuva 8.) kohderyhmille tuttu. Vanhemmista 63 prosenttia kertoi, että merkkijärjestelmä oli heille entuudestaan tuttu. Uimakoulutoimijoista SUH:n uimakoulun suoritusmerkkijärjestelmä oli entuudestaan tuttu lähes jokaiselle vastaajalle (99 %). Ainoastaan yhdelle yhdistyksen uimakoulutoiminnasta vastaavalle merkkijärjestelmä ei ollut entuudestaan tuttu. Uimaopettajista SUH:n suoritusmerkkijärjestelmä ja uinnin tavoitetaulukko olivat entuudestaan tuttuja lähes kaikille vastaajille (98 %). Kaksi vastaajaa ei tunnistanut suoritusmerkkijärjestelmää entuudestaan.

PERUSALUEET								
Pisteet	Selkäuinti	Rintauinti	Krooluinti	Pituussukellus	Syvyysukellus	Hyppy	Vesturallisuus	Merkkivaatimukset
0.5	Korvien kastaminen selkäuintiasennossa 5 s.	Kelluminen paikallaan apuvälineen kanssa kävot vedessä 5 s.	Istunainen liikkuminen vedessä uintiasennossa kädet pohjassa 5 m	Liikkuminen hyp-pien, juosten 5 m	Kastautuminen	Istunainen tulo reunalta ja nousu reunalta	Osaan nousta itse-näisesti seisomaan uintiasennossa	Varhais-taitomerkki
1	Liikkuminen polkui- taan istunaisesti selkä- uintiasennossa apu- välineen avulla	Kelluminen paikallaan x-sennossa 5 s.	Istunainen liikkumi- nen vaakatasossa apuvälineen avulla	Luku pinnalla apu- välineen avulla	Esine vyötärön syvyydestä	Hyppy rinnan syv- veteen	Vatsalta selälleen tai selältä vatsalleen kää- nymisen avulla	Veistai- tomerkki
2	Alkeiselkäuinti 10 m	Alkeisrintauinti 10 m	Myyräuinti 10 m	Luku pinnalla 3 m	Esine rinnan syvyydestä	Jalat edellä uintay- veteen	Käntien heitto pelas- tustavalle 5 m ja veto reunaan	Alkeis- merkki
3	Alkeiselkäuinti 25 m	Alkeisrintauinti 25 m	Myyräuinti 25 m	5 m:n sukellus	Käänneuinti rinnan- syv. vedessä	Keräkaato reunalta	Veden polkemisen 20 s uintayvyssä	Harrastus- merkki
4	Selkäkrooli 25 m	Rintauinti 25 m	Krooluinti 25 m	8 m:n sukellus		Pää edellä reunalta	Pelastusrenkaan heitto veteen, ja renkaan hinaaminen 50 m	Selkika- merkki
5	Selkäkrooli 50 m	Rintauinti 50 m	Krooluinti 50 m	10 m:n sukellus		Taivonta n. 1 m	Uimatoteesti 200 m kato ohjeet	Taito- merkki
6	Selkäkrooli 100 m	Rintauinti 100 m	Krooluinti 100 m	12 m:n sukellus		Pää edellä ponnistaen n. 1 m:stä	25 m:n uinti + 25 m:n kuljetus renkaalla, pelastettava renkaassa	
7	Selkäkrooli 200 m	Rintauinti 200 m	Krooluinti 200 m	15 m:n sukellus		Voitti reunalta keräsi- veteen	25 m:n uinti + 25 m:n kuljetus, ote leuasta	Uima- kandidaatti
8	Selkäkrooli 300 m tai 50 m 55 s.	Rintauinti 300 m tai 50 m 50 s.	Krooluinti 300 m tai 50 m 45 s.	18 m:n sukellus		Jalat edellä 3 m:stä	Vaateissa uinti 50 m ja riisuminen	
9	Selkäkrooli 400 m tai 50 m 50 s.	Rintauinti 400 m tai 50 m 50 s.	Krooluinti 400 m tai 50 m 40 s.	20 m:n sukellus		Jalat edellä 5 m:stä tai voitti korokkeelta	25 m:n uinti + 25 m:n kuljetus vaatteet päällä 3-30 min	Uima- maisteri
10	Selkäkrooli 700 m tai 100 m 1,40 min	Rintauinti 700 m tai 100 m 1,45 min	Krooluinti 700 m tai 100 m 1,25 min	25 m:n sukellus		Pää edellä 3 m:stä tai voitti laudalta	Uinninvalvoja testi- uinti kato ohjeet	Primus- maisteri

Kuva 8.

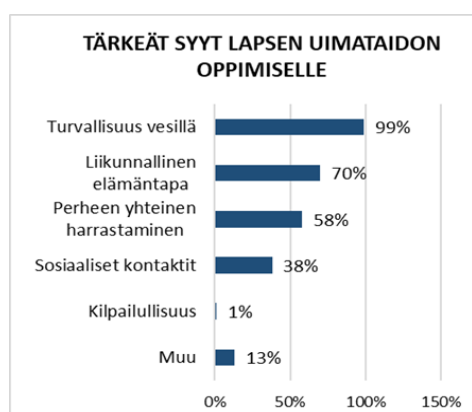
6.6 Vanhemmille suunnattuja kysymyksiä

Selvitimme vanhempien kokemuksia suoritusmerkkien suorittamisesta lapsuudessaan uimakoulussa (kuvio 14.) Puolet vastaajista oli suorittanut suoritusmerkkejä omassa lapsuudessaan. Noin 40 prosenttia vastaajista kertoi, ettei ollut suorittanut merkkejä lapsuudessaan ja loput vastaajat eivät tieneet tai muistaneet, olivatko suorittaneet merkkejä

Tilastollisesti merkitsevää eroavaisuutta esiintyi ainoastaan siten, että vastaajat, jotka törmäsivät järjestöön ensimmäisen kerran tämän kyselyn kautta, olivat suorittaneet selvästi muita harvemmin suoritusmerkkejä lapsuudessaan ($p < .01$).

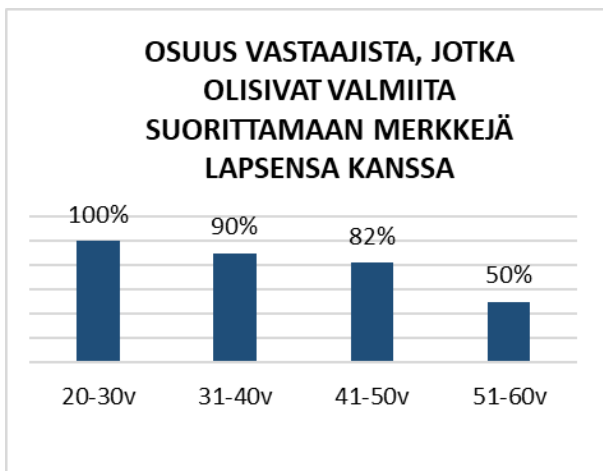
Selvitimme vanhempien näkemystä lapsensa uimataidon arvioimisesta. 90 % vanhemmista sanoin osaavansa arvioida lapsensa uimataitoisuuden. Aktiivisesti uimassa käyvistä vastaajista 92 prosenttia osasi arvionsa mukaan arvioida lapsensa uimataidon, kun taas harvemmin uimassa käyvien kohdalla osuus oli 85 prosenttia. Aktiivisuudella tarkoitettiin tässä kyselyssä vähintään kerran kuukaudessa uimassa käymistä.

Kaikki vanhemmat kokivat lapsensa uimataidon oppimisen tärkeäksi. Kun selvitettiin tarkentavalla kysymyksellä syitä uimataidon oppimiselle vanhempien näkökulmasta, nousi tärkeimmäksi perusteluksi turvallisuus (99 %) uima-altaalla ja uimarannalla. Seuraavana nousivat liikunnallinen elämäntapa (70 %), perheen yhteisen harrastamisen (58 %) ja sosiaaliset kontaktit (38 %). Sen sijaan kilpailullisuutta ei koettu tärkeänä osana lasten uimataitoa, sillä ainoastaan yksi vastaaja (1 %) ilmoitti tämän tärkeäksi syyksi lapsen uimataidon oppimiselle. Vastaajat, jotka olivat valinneet sarakkeen muu (13 %), nostivat esille uimataidon kansalaistaitona, jonka jokaisen Suomessa asuvan tulisi osata. Lisäksi avovesien läheisyydessä, mökkirannoilla oleilu nousi tärkeäksi argumentiksi uimataidon oppimiseen.

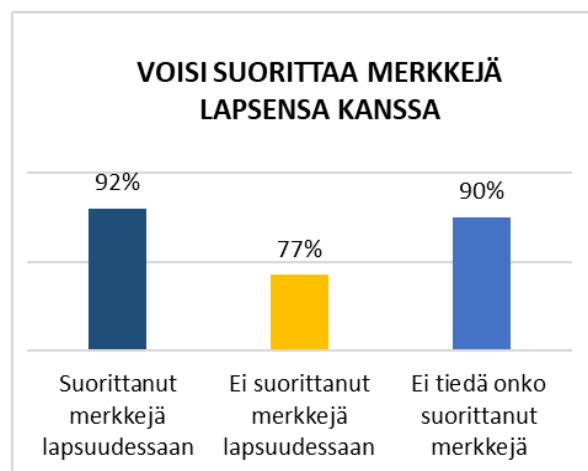


Kuvio 14.

Selvitimme vanhempien sitoutuneisuutta suorittaa uintimerkkejä yhdessä lastensa kanssa. Vastaa- jista 85 prosenttia olisi valmis suorittamaan lapsensa kanssa uimataitoon liittyviä merkkejä, jos se olisi mahdollista. Viisi prosenttia vastaajista jättäisi merkkien suorittamisen uimakouluille. Kolme prosenttia vastaajista uskoi, ettei osaisi suorittaa merkkejä lapsensa kanssa ja neljä prosenttia vas- taajista koki, ettei merkkien suorittamisella ole merkitystä lapsen uimataidon kehittymisen kannalta. Tuloksista selvisi myös, että nuoremmat vanhemmista olisivat innokkaimpia suorittamaan suoritus- merkkejä lastensa kanssa (kuvio 15). Huomioitavaa on, että vanhemmat, jotka ovat lapsuudessaan suorittaneet suoritusmerkkejä, ovat valmiimpia suorittamaan suoritusmerkkejä, kuin ne vanhem- mat, jotka eivät ole suorittaneet (kuvio 16.).



Kuvio 15.

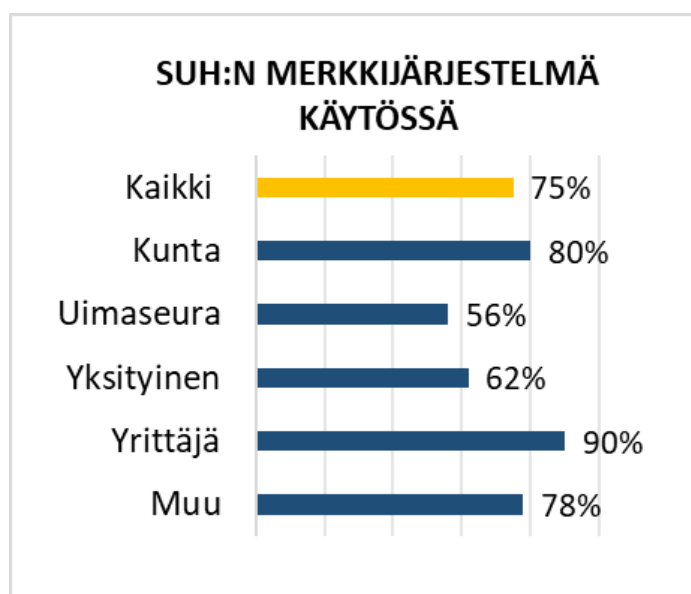


Kuvio 16.

6.7 Uimaopettajille suunnattuja kysymyksiä

Uimaopettajien kyselyyn vastasi 99 vastaajaa. Uimaopettajille suunnatuissa erillisissä kysymyksissä haluttiin selvittää suoritusmerkkien suorituttamiseen liittyviä haasteita.

Suoritusmerkkijärjestelmä oli käytössä (75 %) vastaajista (kuvio 17.). Kunnat, joita on puolet vastaanneista (52 %) käyttävät suoritusmerkkejä uimakouluissa yleisemmin kuin muut toimijat. Uima-seuroista suoritusmerkki järjestelmää käyttää vain noin puolet (56 %). Niiltä vastaajilta, jotka kertoivat, että heillä ei ollut käytössään SUH:n suoritusmerkkijärjestelmää, tiedusteltiin, olisiko heillä mahdollisuus halutessaan käyttää merkkijärjestelmää työssään ja ostaa uintimerkkejä sekä muita uimakoulumateriaaleja. Heistä noin puolet (52 %) ilmoitti, että tämä olisi mahdollista.

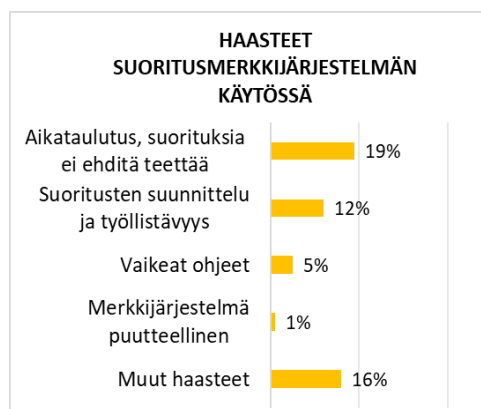


Kuvio 17.

Uimaopettajilta, joilla oli merkkijärjestelmä käytössään, kysyttiin, kokivatko he joitain haasteita sen käytössä (kuvio 18.). Heistä noin kolmannes ilmoitti kohtaavansa jonkinlaisia haasteita. Suurimmiksi haasteiksi (kuvio 19.) vastaajat kokivat suoritusten aikataulutuksen (19 %), suoritusten vastaanottamisen suunnittelun ja prosessin työllistävyyden (12 %), vaikeasti ymmärrettävät ohjeet (5 %) sekä muut syyt (16 %). Ainoastaan yksi vastaaja koki, että suoritusmerkkijärjestelmä on kokonaisuudessaan puutteellinen. Avoimissa vastauksissa haasteiksi nostettiin muun muassa merkkijärjestelmän suorituskeskeisyys ja sen lapsille tuottamat paineet, allasolosuhteet kuten altaiden pituus sekä rantauimakoulut sekä suorituskuvien epäselvyys. Osa vastaajista koki, että merkkijärjestelmän käyttäminen vaatii soveltamista ja saattaa aiheuttaa erimielisyyksiä suoritustavoista kollegoiden kesken.



Kuvio 18.



Kuvio 19.

6.7.1 Jatkohaastattelut uimaopettajille

Kyselyyn vastanneiden uimaopettajien joukosta valittiin kuusi uimaopettajaa, jotka olivat antaneet hyväksyntänsä jatkohaastattelulle. Ryhmästä yksi oli kunnalla työskentelevä uimaopettaja, yksi uimaseuran uimaopettaja ja neljä yksityisessä uimakoulussa toimivia uimaopettajia. Kunnan uimaopettaja käytti suoritusmerkkejä työssään. Uimaseuran uimaopettaja ei käyttänyt suoritusmerkkijärjestelmää. Neljästä yksityisessä uimakoulussa toimivasta uimaopettajasta kaksi käytti merkkijärjestelmää omassa toiminnassaan ja kaksi ei käyttänyt.

Puolistrukturoidussa haastattelussa käytiin läpi liitteen 3. kysymykset. Keskustelun pohjalta tehtiin jatkokysymyksiä suoritusmerkkien käytön haasteiden tai käyttämättömyyteen liittyvien syiden löytämiseksi.

Kaikki uimaopettajat tunnistivat suoritusmerkkijärjestelmän ja osasivat tarvittaessa käyttää sitä toiminnassaan. Suoritusmerkkijärjestelmän käytöstä uimaopetuksessa haastatelluilla uimaopettajilla ei ollut huomautettavaa. Keskusteltaessa syistä miksi suoritusmerkkijärjestelmää ei käytetä omassa toiminnassa, uimaseuran uimaopettaja nosti esille Uimaliiton merkkijärjestelmän. Tämä tuli esille useammallakin uimaseuralla, joka ei kokenut tarpeelliseksi käyttää SUH:n suoritusmerkkijärjestelmää. Uimaseuran uimakoulutoiminnan taustalla on uimarin polku. Uimaliiton suoritusmerkkijärjestelmän koetaan tukevan paremmin tätä polkua, joskin haastateltava uimaopettaja totesi suoritusmerkkijärjestelmien olevan sisällöltään melko samanlaiset.

Yksityisten toimijoiden uimaopettajista kaksi nosti esille uimakoulujensa erilaiset jaksosuunnitelmat ja uimakoulun asettamat tavoitteet, jotka ovat erilaiset kuin SUH suoritusmerkkijärjestelmä. Vaikka sinällään opetetaan samoja asioita, uimakoulut ovat linjanneet omat tavoitteensa.

Yksi kunnan uimaopettaja ja kaksi yksityisen uimakoulun opettajaa käyttivät suoritusmerkkejä toiminnassaan. He eivät kokeneet merkkijärjestelmän käytössä haasteita. Yksi uimaopettajista mainitsi suoritusmerkkijärjestelmän käytön oppimisen vievän aikaa. Uimakoululaisille jaettavista materiaaleista (uimakoulutodistus, suoritusmerkki ja uintikirja), uintikirjan käyttö mietitytti kahta haastateltavaa. Toista uimaopettajista pohditutti kirjan hyödynnettävyys ja käytännöllisyys uimahalliolosuhteissa.

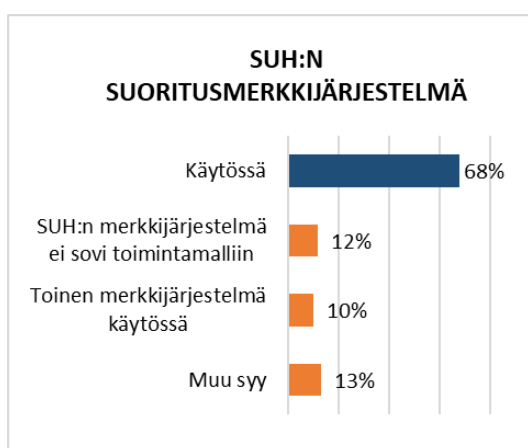
6.8 Uimakoulutoimijoille suunnattuja kysymyksiä

Uimakoulutoimijoille suunnatuissa kysymyksissä pyrittiin selvittämään suoritusmerkkijärjestelmän tunnettavuutta ja käytettävyyttä uimakoulutoiminnassa heidän näkökulmastaan.

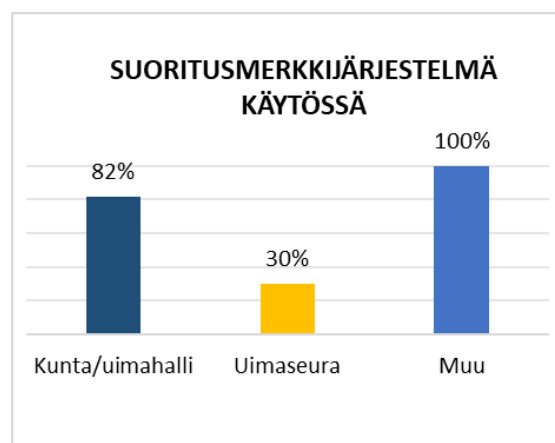
SUH:n uimakoulun suoritusmerkkijärjestelmä oli entuudestaan tuttu lähes jokaiselle vastaajalle (99 %). Ainoastaan yhdelle yhdistyksen uimakoulutoiminnasta vastaavalle merkkijärjestelmä ei ollut entuudestaan tuttu.

Suoritusmerkkijärjestelmä (kuvio 20.) oli käytössä 68 prosentilla vastaajista. Vastaajista 12 prosenttia ilmoitti, että SUH:n merkkijärjestelmä ei sovi heidän toimintamalliinsa ja joka kymmenes ilmoitti, että heillä on käytössä toinen merkkijärjestelmä. Osa vastaajista ilmoitti, että he käyttävät uinnin tavoitetaulukkoja uimakoulutoiminnassaan, mutta eivät jaa varsinaisia merkkejä. Lisäksi merkkijärjestelmän puuttumisen syiksi yksittäiset vastaajat mainitsivat muun muassa koordinaattorin puuttumisen, koronan ja henkilöstön vaihtumisen sekä merkkien kokemisen toissijaisena uinninopetuksessa.

Suoritusmerkkijärjestelmän käyttö (kuvio 21.) vaihteli merkitsevästi vastaajien roolin mukaan. Kunnan/uimahallin palveluksessa toimivista vastaajista yli 80 prosenttia ilmoitti, että heillä oli käytössä SUH:n suoritusmerkkijärjestelmä, kun taas uimaseurojen kohdalla vastaava osuus oli vain 30 prosenttia



Kuvio 20.



Kuvio 21.

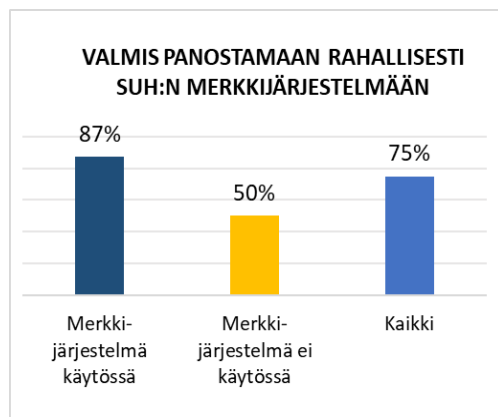
Niistä toimijoista (n=22), joilla ei ollut SUH:n merkkijärjestelmää käytössä, 82 % ilmoitti, että heillä olisi siihen tarvittavat valmiudet olosuhteiden puolesta (kuvio 22.). Siten ainoastaan 6 prosenttia vastaajista (n = 4) ilmoitti, että heillä ei olisi valmiuksia ottaa SUH:n suoritusmerkkijärjestelmää käyttöönsä. Syiksi ilmoitettiin uimahallin sopimattomuus merkkien suorittamiseen (n = 2) sekä se, että uimakoulujen jakso- tai tuntisuunnitelmat eivät mahdollista merkkien suorittamista tällä hetkellä (n = 1). Lisäksi yksi vastaaja ilmoitti syyksi aikaresurssit sekä merkkien hinnat.



Kuvio 22.

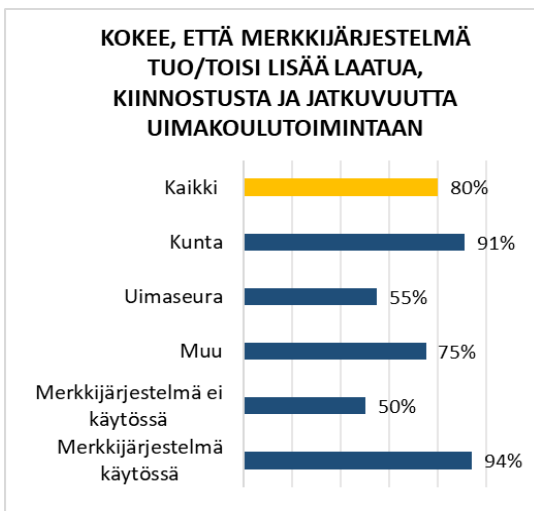
Vastaajilta tiedusteltiin, olisivatko he valmiita sijoittamaan taloudellisesti suoritusmerkkijärjestelmän käyttöönottoon (3–5 €/oppilas), mikäli se toisi uimarin myös jatkossa toimijan uimakouluun (kuvio 23.). Kolme neljäsosaa vastaajista oli valmis taloudelliseen panostukseen suoritusmerkkijärjestelmän käyttöönottamiseksi.

Valmius taloudelliseen panostamiseen erosi vastaajien kesken siten, että 87 prosenttia toimijoista, joilla oli jo merkkijärjestelmä käytössään, oli valmis sijoittamaan siihen taloudellisesti, kun taas ainoastaan puolet toimijoista, joilla ei ollut merkkijärjestelmää vielä käytössään, olivat valmiita taloudelliseen panostukseen (p <.001).



Kuvio 23.

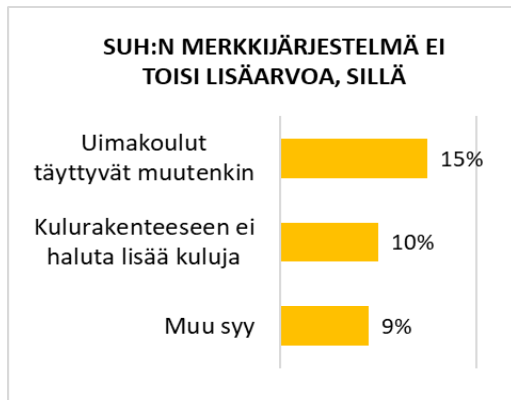
Uimakoulutoimijoiden näkemystä suoritusmerkkijärjestelmän tuomasta lisäarvosta selvitettiin kysymällä seuraavasti. Kokevatko uimakoulutoimija suoritusmerkkijärjestelmän käytön tuovan uimakoulutoimintaan lisää laatua, kiinnostusta, jatkuvuutta? Enemmistö vastaajista (80 %) koki, että SUH:n merkkijärjestelmän käyttö tuo tai voisi tuoda uimakoulutoimintaan lisää laatua, kiinnostusta ja jatkuvuutta (kuvio 24.). Toimijat, joilla merkkijärjestelmä oli jo käytössä, kokivat selvästi useammin sen tuovan mukanaan erilaisia hyötyjä (94 %) kuin toimijat, joilla se ei ollut käytössä (50 %) ($p < .001$). Samaten kuntapuolen toimijat kokivat merkkijärjestelmän tuovan lisäarvoa uimakoulutoimintaan muita toimijoita useammin ($p < .005$). Vastaajat, jotka olivat valmiita panostamaan taloudellisesti suoritusmerkkijärjestelmään, kokivat useammin (88 %), että merkkijärjestelmä toisi laatua ja jatkuvuutta uimakoulutoimintaan verrattuna vastaajiin, jotka eivät olisi valmiita panostamaan taloudellisesti suoritusmerkkijärjestelmään (53 %) ($p < .005$).



Kuvio 24.

Joka viidennes vastaaja koki, että merkkijärjestelmä ei toisi erityistä lisäarvoa uimakoulutoimintaan (kuvio 25.). Suurimmiksi syiksi vastaajat luettelivat uimakoulun täyttymisen ilman tarvetta markkinoida uimakoulua uintimerkkien avulla (15 %), kulujen hillinnän (10 %) ja muut syyt (9 %), kuten oman suoritusjärjestelmän paremman palvelevuuden. Yksikään vastaaja ei nostanut syyksi sitä, että eivät usko merkkien kiinnostavan lapsia.

Uimaseuratoimijan rooli vaikutti vastauksiin siten, että uimaseurat kokivat muita useammin, että uimakoulut täyttyvät muutenkin (30 %), eikä SUH:n uimamerkeille ole siten tarvetta ($p < .05$). Yli kolmasosa (35 %) uimaseuratoimijoista vastasi myös, ettei kulurakenteeseen haluta enempää kuluja, kun taas yksikään kuntapuolen toimijoista tai muista toimijoista ei nostanut tätä syyksi suoritusmerkkijärjestelmän puuttumiselle ($p < .001$).



Kuvio 25.

Vastaajat, jotka eivät olleet valmiita sijoittamaan taloudellisesti suoritusmerkkijärjestelmään, kokivat muita useammin, että uimakoulut tulevat täyteen ilmankin ($p < .001$). He nostivat muita useammin syyksi myös sen, että kulurakenteeseen ei haluta lisää kuluja ($p < .001$). (kuvio 26)



Kuvio 26.

6.8.1 Jatkohaastattelut uimakoulutoimijoille

Uimakoulutoimijoista haastateltiin viittä henkilöä. Kaksi heistä edustin kunnan uimakouluja, yksi uimaseuran uimakouluja ja kaksi yksityisiä toimijoita. Haastelluista vain toinen kunnan uimakouluista ja uimaseura oli ainoita vastaajia, jotka eivät käyttäneet suoritusmerkkijärjestelmää.

Kunnan uimaopetuksen järjestelyistä vastaava mainitsi isoimmaksi syyksi suoritusmerkkien käyttämättömyydelle henkilökunnan vaihtuvuuden sekä vastuuhenkilön puuttumisen. Esille nousi myös lasten tietämättömyys suoritusmerkkijärjestelmästä ja sitä kautta haluttomuus suorittaa niitä. Myös yksityisen uimakoulun toimija mainitsi haastattelussaan ensisijaisesti vanhempien ja sitä kautta lasten tietämättömyydestä koskien suoritusmerkkijärjestelmää. Kunnan uimakoulutoimija nosti myös tietämättömyyden ensi kertaa uimakouluihin osallistuvien lasten kohdalla.

Uimaseuran toimija nosti esille uimaliiton uimarin polun ja merkkijärjestelmän, joka palvelee uimakoulutoiminnan tavoitteiden näkökulmasta paremmin harrastus- ja kilpatoimintaan ohjautuvia uimareita.

Yksityisen uimakoulun toimija nosti esille toiminnanjärjestämisestä aiheutuneiden yleisten kulujen nousun, jonka vaikutti päätökseen pudottaa lapsille jaettava uintikirja pois materiaalikustannuksista. Näin itse uimakoulun osallistumismaksu ei nousut.

7 Kehittämistyön tulokset

Kyselyiden tulosten ja jatkohaastattelujen pohjalta suoritusmerkkijärjestelmän näkyvyyttä ja käytettävyyttä tulee lähteä edistämään kohderyhmät huomioiden. Tulosten pohjalta niin suoritusmerkkijärjestelmän että uintimerkkien käyttöä voidaan tulevaisuudessa lisätä määrätietoisella työllä. Merkitsevässä osassa on yleisen tietoisuuden lisääminen merkkijärjestelmän roolista uimataitoisuuden lisääjänä sekä määrittäjänä. On huomioitava, että eri kohderyhmillä on eri tarpeet suoritusmerkkien käytölle. Näin ollen merkeistä viestiminen ja merkkien käytön opastaminen tulee olla kohdennettua käyttäjäryhmät huomioiden. Seuraavassa linjauksia ja toimenpiteitä, joiden pohjalta tulevaisuudessa suoritusmerkkijärjestelmän viestintää, brändäystä ja käytettävyyttä voitaisiin lisätä.

Jos suoritusmerkkijärjestelmää pohditaan brändin näkökulmasta, on sen ilme vanhentunut ja roikkuu uimamaisteri -nimikkeen varassa. Nostalgia koskettaa ja innostaa enemmänkin vanhempia ikäluokkia kuin lapsia tai nuorisoa. Vanhemmista vai 63 % tunnisti merkkijärjestä kuvan. Jos miettään SUH:n logoa brändimerkinä, sen tunnisti 48 % vastaajista. Uimahallissa toimiville sekä SUH:n logo, että suoritusmerkkijärjestelmä olivat tuttuja. Jos taas katsotaan millaisena SUH nähdään kaikkien kohderyhmien näkökulmasta, nousevat seuraavat sanat esille: uimataito, turvallisuus ja vesi. Lapsiperheiden vanhempien näkemys uimataidon oppimisen tärkeyden syistä tuo esille vahvasti turvallisuuden, liikunnallisen elämän tavan ja yhdessä perheenä harrastamisen.

7.1 Brändi-ilme lapsiperheiden näkökulmasta

Lähdettäessä rakentamaan brändi-ilmettä vanhempien näkökulmasta, tulisi mielikuvien vahvistaa turvallisuuden tunnetta, yhdessä harrastamisen mahdollistamista yhdessä perheenä ja myöhemmin ystävien kanssa. Uimakouluun osallistuvien lasten näkökulmasta merkkien suorittamiseen liittyvät tavoitteet ovat ainakin aluksi toisarvoisia itse uimakoulun aikana, mutta uimakoulun päätteeksi saatuina tärkeä muisto. Lasten näkemyksiä suoritusmerkeistä ei tässä työssä selvitetty. Vanhempien ja uimakoulujen näkökulmasta SUH:n brändi-ilmeen vahvistamista suoritusmerkkijärjestelmän taustalla tulisi lisätä. Se toisi uimakoulujärjestäjille lisäarvoa ja nostaisi heidän arvoaan uimakoulutoimijana. Vanhempien näkökulmasta uimakoulun valinta kulminoituu niihin arvolupauksiin turvallisuudesta ja uimataidosta, joihin toiminnalla pyritään pääsemään (kuva 9).



Kuva 9.

Lasten näkökulmasta merkityksellistä on elämyksellisyys ja tutut hahmot, joiden kautta tutustua uintiin. Alan Bryman on tuonut esille käsitteen disneysaatio kirjassaan Disneyzation of society. Kyseessä on tietyn hahmon tai teeman vaikutus ja näkyvyys yhteiskunnassa. Myös McDonalds:n kohdalla on puhuttu samanlaisesta vaikutuksesta yhteiskunnan kaikkiin luokkiin (Bryman 2004). Tee- moitettu uimakoulu voidaan tehdä yhteistyössä jo ennestään tutun hahmon kanssa tai rakenta- malla. (Tuulaniemi 2012, 270). Tällöin puhutaan franshise-tyyppisestä toiminnasta, jossa toinen organisaatio lisenssin turvin hyödyntää toisen tuotemerkin näkyvyyttä oman tuotteen myynnissä. (Bryman 2004). STA England on hyödyntänyt omassa uimakoulutoiminnassaan mediasta tuttuja hahmoja. Järjestö on julkaissut Ryhmä Hau- suoritusmerkki sarjan (kuva 10.), jonka avulla innoste- taan 2-6 -vuotiaita lapsia harjoittelemaan uinnin alkeistaitoja, kuten esimerkiksi turvallinen altaa- seen tulo tai altaasta nousu. Järjestön markkinointijohtaja Zoe Cooper mainitsee brändi yhteistyön olevan yhden järjestön suurimmista. (Swimming teaching association 2023)



Kuva 10. (Swimming teaching association 2023)

7.2 Brändi-ilme uimakouluopettajien ja uimakoulutoimijoiden näkökulmasta

Miksi uimakoulut käyttäisivät suoritusmerkkijärjestelmää? Mitä arvoa se tuo heidän toimintaansa? SUH:n näkökulmasta uimakoulutoiminnan tulisi olla turvallista ja itse opetuksen laadukasta. Laadun yhtenä merkinä on toiminnan suunnitelmallisuus ja mittarointi. Molemmat toteutuvat suoritusmerkkijärjestelmässä. Onko arvovalinta kaikilla uimakoulutoimijoilla sama? Turvallisuus nousi esille, kun kysyttiin SUH:n liittyviä mielikuvia. Yhtenä mahdollisuutena on lanseerata kaikkien suoritusmerkkijärjestelmää hyödyntävien uimakoulujen yhteinen brändi, jossa laadukas uimaopetus ja turvallisuus nousisivat vahvasti esille.

35 % uimakoulutoimijoista nosti kulurakenteen merkittäväksi haasteeksi ottaa suoritusmerkkijärjestelmä käyttöön. Tässä kohdataan osittain tuotteen käyttöön liittyvä arvottaminen ja toisaalta myös palvelumuotoiluun liittyvät haasteet. Jos brändi arvotetaan riittävän korkealle, ollaan sen käytöstä valmiita maksamaan.

7.3 Viestintä

Viestinnän näkökulmasta on paljon tehtävää. Tärkein viestinnän aihe on uimataito. Mikä on riittävä uimataito? Mitä se mahdollistaa ja kuinka se on mahdollista oppia? Myös vanhempien roolia lastensa uimataidon oppimisen mahdollistamisessa tulee painottaa. Kaikki vastaajat arvottivat lastensa uimataidon oppimisen tärkeäksi. Viestinnän avulla on tavoite antaa työkaluja uimataidon opetteluun. Yleisesti suoritusmerkkijärjestelmää tulisi viestiä säännöllisesti kaikille. Ensisijainen kohderyhmä ovat lapsiperheiden äidit, jotka ovat yleisesti kiinnostuneet lastensa hyvinvoinnista ja turvallisuudesta. Suuri osa kyselyyn vastanneista oli valmis suorittamaan suoritusmerkkejä lapsensa kanssa. Markkinoinnissa tulisi viestiä riittävän uimataidon oppimiseen ja sen toteamiseen suoritusmerkkien avulla. Kun lapsi on suorittanut tietyn merkin osaa hän uida riittävän hyvin.

Merkittävimpiä viestintäkanavia ovat internet (31 %) ja sosiaalisen median kanavat (31 %) myös perinteisemmät media (tv, radio ja sanomalehdet) (19 %) tavoittavat ihmisiä.

Viestinnän tulisi olla yleistä viestintää uimataidosta ja sen oppimisesta sekä tarkempaa viestintämateriaalia suoritusmerkeistä ja niiden suorittamisesta. Seuraavassa kuviossa (kuvio 27.) on kohderyhmittäin jaoteltu mielikuvat, kanavat ja ydinviestit.

Kohderyhmät	Mielikuvat	Kanavat	Millä ydinviesteillä lähestytään	Huomioita
Lapsiperheet (aikuiset)	Turvallisuus, liikunnallinen elämäntapa, perheen kanssa harrastaminen	Internet-sivut, facebook, instagram, yhteisöt, radio,tv, lehtijulkaisut, uimakoulut, tapahtumat	Turvallinen lapsuus, tärkeän taidon oppiminen, yhdessä tekeminen	Vastaajista suurin osa naisia. Valmiita ottaamaan vastuuta lasten uintimerkkien suorittamisesta
Lapsiperheet (lapset)	Ilo, hauskuus, temput, seikkailu tekeminen, vesi, kaverit	Youtube, tiktok, tapahtumat, uimakoulut	Ikäryhmään vetoavat teemat ja tutut hahmot	Lapsille viestitään aikuisten kautta
Uimakoulutoimijat	Laatu, turvallisuus, suunnitelmallisuus, helppous	Koulutukset, internet-sivut, sähköiset uutiskirjeet	Investointi, uimakoulujatkumo	
Uimaopettajat	Laatu, turvallisuus, suunnitelmallisuus, helppous	Koulutukset, internet-sivut, sähköiset uutiskirjeet	Laadukas uimaopetus, helppo toteuttaa, me autamme, monipuolinen uimataito	

Kuvio 27.

7.4 Suoritusmerkkien käytettävyyden lisääminen

Suoritusmerkkijärjestelmälle tulee tulevaisuudessa rakentaa selkeä konsepti ja toimintamallit, kuinka merkkisuorituksia otetaan uimakoulun yhteydessä vastaan ja kuinka ratkotaan erilaisia merkkisuoritusten vastaanottamiseen liittyviä haasteita, joita tuli esille kyselyn vastauksissa.

Lapsiperheille rakennetaan valmis opi uimaan-paketti mahdollisen yhteistyökumppanin kanssa. Paketti sisältäisi ohjeet merkin suorittamiseen, itse suoritusmerkin ja yhteistyökumppanin materiaalia. Paketit tulisi olla mahdollista saada tavoitettavissa, vaikka lähimmästä kaupasta.

Suoritusmerkkien yhteydessä käytettävän uintikirjan roolia tulee pohtia ja mahdollisesti miettiä sähköistä kirjaa tai sovellusta. Tätä tulee tulevaisuudessa selvittää tarkemmin.

Uimaliiton uimaseurojen kohdalla suoritusmerkkijärjestelmän hyödynnettävyyttä tulisi tarkastella tarkemmin. Olisiko suoritusmerkkijärjestelmät mahdollista yhdistää toimimaan yhdessä, jolloin SUH:n järjestelmä tukisi uimarin polulla kehittymistä.

Uimaopettajakurssilla tutustutaan suoritusmerkkijärjestelmään ja opetellaan sen käyttöä. Koulutuksen yhteydessä tulee painottaa entisestään suoritusmerkkijärjestelmän roolia uimakoulun opetussuunnitelmana. Kurssilaisten tulee saada riittävästi harjoitusta suoritusmerkkijärjestelmän käytöstä, jotta heille on valmiudet käyttää sitä työssään uimaopettajana.

Uimaopettajille tulee tehdä erillinen tukimateriaali suoritusmerkkijärjestelmän käytöstä uimakouluissa. Lisäksi tulee pohtia oman yhteisön rakentamista uimaopettajille, jotka aktiivisesti käyttävät suoritusmerkkejä työssään.

Lopullisen päätöksen suoritusmerkkien käytöstä tekee uimakoulutoimija, joka on vastuussa uimakoulujen aikataulutuksesta, uimaopettajien rekrytoinnista sekä uimakoulujen tuottavuudesta. Uimakoulutoimijata arvottavat suoritusmerkkijärjestelmän käytön korkealle. Käyttämättömyyden taustalla on merkkien käytöstä nousevat kulut ja sekä uimakoulujen täyttyminen. Näin ollen suoritusmerkkien kohdalla esille tulisi korostaa uimakoulujen toiminnan tavoitteet sekä suoritusmerkkijärjestelmän rooli tavoitteeseen pääsyssä. Myös suoritusmerkkien ja uimakoulutodistusten merkitystä uimakoululaisille tulee viestiä uimakoulutoimijoille

8 Pohdinta

8.1 Tausta prosessille

Tämä kehitystyö on opettanut paljon palvelumuotoilusta ja tuotteen kehittämisestä, markkinoinnista sekä asiakaspalvelusta. Palvelumuotoilu on ohjannut pohtimaan nykyisen suoritusmerkkijärjestelmän historiaa, nykytilannetta ja tulevaisuutta. Isona oppina on se, että jokaisen tuotteen tai palvelun toimivuutta tulee järjestelmällisesti seurata ja reagoida asetettuihin mittareihin tai varoittaviin signaaleihin. Pahimmassa tapauksessa reagointi voi tapahtua liian myöhään ja tuotteella tai palvelulla ei ole enää asiakkaita ja sen käytölle tarvetta.

Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliiton uimakouluissa käytettävä suoritusmerkkijärjestelmä täyttää kolmen vuoden päästä 70 vuotta. Suomi on muuttunut tänä aikana paljon. Myös perheiden ja lasten arki ja vapaa-aika on muuttunut. Ne toimintaympäristöt ja toimintamallit, joissa suoritusmerkkejä suoritettiin, ovat ajan saatossa vaihtuneet.

Aikanaan uimamaisterin kangasmerkki uimapuvussa viesti uimarin tasosta. Jokainen uimarannalla kesäisin aikaansa viettävä nuori halusi merkin uimapukuunsa ja harjoitteli sitä varten kavereiden kanssa vapaa-ajalla ja kesän uimakouluissa. Parasta markkinointiviestintää olivat kesäisi suoritettavat promootiot, joissa uimarit saivat juhlallisin menoin seppeleen päähänsä ja uimamaisterin merkin. Toimintaa järjestivät paikalliset toimijat, jotka olivat sitoutuneet suoritusmerkkijärjestelmän käyttöön järjestöjen välisen yhteistyön puitteissa.

Kun toimintaympäristö muuttui rannoilta uimahalleihin ja toimijat vaihtuvat järjestöistä kuntiin, uima-seuroihin ja yksityisiin toimijoihin, alkoi ensimmäinen muutos suoritusmerkkien suorittamisessa. Toiminta muuttui filantrooppisesta toiminnasta pikkuhiljaa kaupalliseksi toiminnaksi, jossa toiminnasta tulevalla tuotolla alkaa olla merkitystä. Kuntasektorilla muutos on ollut hidasta ja merkkijärjestelmää on käytetty edelleen uimakoulutoiminnassa, osittain historian ohjaamana. Myös säästötoimenpiteet, tilaresurssit ja pikkuhiljaa kasvava tietämättömyys merkkijärjestelmästä ovat vaikuttaneet suoritusmerkkien poistumiseen joistain uimakouluista. Kilpailevia merkkijärjestelmiä on myös tullut ajan myötä uimakoulutoimintaan.

1800-luvun lopulla syntyneen uimamaisterin tuotemerkin markkinointi ja siitä viestiminen on ollut hallitsematonta. Tuotemerkki on näkynyt uimarannoilla ja halleissa ja herättänyt kohderyhmien huomion kuin itsestään. Uimakoulut ovat saaneet innokkaita merkkien suorittajia uimaan ilman suurempaa työtä.

8.2 Prosessin eteneminen

Suoritusmerkkijärjestelmän viestinnän ja käytettävyyden uudistaminen on iso prosessi. Prosessin työstäminen palvelumuotoilun keinoin on mielestäni oikea. Saimme kyselyiden ja haastatteluiden avulla valtavan määrän tietoa, miten meidän tulisi lähteä kehittämään viestintää eri kohderyhmille. Kyselyiden tulosten analysoinnissa yhteistyö SUH:n tutkimusavustajan kanssa oli todella tärkeää. Hyvin tehdyn yhteenvedon pohjalta on hyvä lähteä tekemään jatkosuunnitelmia palvelujen kehittämiseksi. Opinnäytetyön näkökulmasta prosessi on ollut haastava. Työn laajuus aiheutti sen, että aiheen käsittely on jäänyt joiltain osin pintapuoliseksi. Kuitenkin työn merkittävyyden, aloitetun prosessin ja kerätyn tiedon näkökulmasta oli tärkeää, että kyselyt tehtiin kaikille kohderyhmille näin laajasti samalla kertaa. Koen, että rajatumpana työnä olisin ehtinyt käsitellä aihetta laajemmin, mutta en olisi saanut riittävästi tietoa jatkotoimenpiteiden suunnittelemiseksi.

8.3 Jatkotoimenpiteet

Prosessi etenee tulevaisuudessa ideointivaiheen seuraavaan osaan, jossa suunnitellaan tarkempi toimenpidelista suoritusmerkkijärjestelmän viestinnän ja brändi-ilmeen kehittämiseksi. Tällä hetkellä lapsiperheiden tietoisuus suoritusmerkistä on vähäinen. Suoritusmerkkien markkinointiin ja niistä viestimiseen tulee löytää ratkaisuja, joilla kohderyhmät löydetään. Jos aikaisemmin asiakkaat tulivat palvelun luokse, tulee nyt käyttää oikeita viestintävälineitä ja viestejä löytääksemme asiakkaat, jotka voisivat käyttää tuotteitamme tai palvelujamme. Huomioitavaa on, että tuotteen tai palvelun tulisi vastata asiakkaiden sille asettamia toiveita ja odotuksia. Brändi-ilmeen näkökulmasta tulisi jatkossa kartoittaa mahdollisia yhteistyökumppaneita.

Lähteet

Aittasalo, M. 2017, UKK-instituutti. Käyttäytymisen muutospyörä (BCW), Liikuntatieteen päivät 31.8.2017. Luettavissa: https://www.lts.fi/media/lts_tapahtumat/ltp17/aittasalo_minna_liikuntamotiivaatio-teemasessio.pdf . Luettu 25.4.2023

Bjarnason E. Pool-landia.2017. Luettavissa: <https://hakaimagazine.com/features/pool-landia/> Luettu: 30.4.2023

Bryman A. 2004 The disneyization of society. Sage publications. Lontoo. E-kirja: <https://ebookcentral.proquest.com/lib/haaga/reader.action?docID=254754> Luettu: 23.4.2023

Farquhar J. 2012. Case study research for business. Sage publication E-kirja: <https://r1.vle-reader.com/Reader?ean=9781446258767#> Luettu 19.4.2023

Helsingfors simsällskapetin uimamaisterit ryhmäkuvassa. 1890. Luettavissa: https://www.helsinki-kuvia.fi/search/details/?image_id=hkm.DDBA2E1A-A845-40FC-81B1-A37A86AFA703 Luettu: 28.3.2023

Jokinen A. 11.5.2022. Brändikonseptit. Markkinointiliitto. Webinaari. Katsottavissa: <https://www.markme.fi/webinar-tallenne/brandikonseptit-antero-jokinen/> Katsottu: 20.3.2023

Laakso M. 2003, Brändit kilpailuetuna, miten rakennan ja kehitän tuotemerkkiä Talentum, Helsinki

Hirsjärvi S. 2022, Tutkimushaastattelu, teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus E-kirja. Luettu 15.4.2023

Kananen J. Opinnäytetyön kirjoittajan opas Suomen Yliopistonpaino Oy 2015

Kautonen H. 2019 Malli käyttäjakeskeisen suunnittelun johtamiseen julkisella sektorilla Luettavissa: <https://journal.fi/inf/article/view/79857/40832?acceptCookies=1> Luettu: 15.3.2023

Keskinen, T ja Lipiäinen, J 2013, Asiakkaan matkassa, tuotekeskeisyydestä symbioosistrategiaan, Talentum Helsinki

Kinnunen Outi 23.5.2022. Palvelumuotoilu. Markkinointiliitto. Webinaari. Katsottavissa:
<https://www.markme.fi/vapaa-sisalto/palvelumuotoilun-perusteet-outi-kinnunen/> Katsottu 20.3.2023

Koivisto M. Säynäjäkangas J. Forsberg S. Palvelumuotoilun bisneskirja. 2019. Balto print

Korpijaakko M. Nuutinen H. Merkkejä maineesta 2020. Grano, Helsinki

Lukka, L. Häkli, T. 2020. Kehityskompassi, Suomen Kuntaliitto, Helsinki. Luettavissa:
<https://www.kuntaliitto.fi/julkaisut/2020/2032-kehityskompassi> Luettu: 15.3.2023

Mustonen P. Sata altaassa. 2006 Edita Prima oy, Helsinki

Michie, S. 3.10.2020. Professor of Health Psychology. Applying behavioural science to policy and interventions: a tool for collaboration. Helsingin yliopisto. Seminaariesitys. Helsinki. Katsottavissa:
<https://unitube.it.helsinki.fi/unitube/embed.html?id=0fbd8f6d-ff4a401b-bc39-033d5d7711b5>.
Katsottu 15.3.2023

Michie, S. 2011. The behaviour change wheel: A new method for characterising and designing behaviour change interventions. Luettavissa: <https://implementationscience.biomedcentral.com/articles/10.1186/1748-5908-6-42#Sec2> Luettu: 2.3.2023

Opetushallitus 2022. Luettavissa: <https://www.oph.fi/fi/usein-kysyttya/miten-uima-ja-vesipelastustaitojen-vaje-paikataan-perusopetuksessa-korona-ajan> Luettu 29.4.2022

Onnettomuustutkintakeskus (Otkes). Tutkintaselostus Y2021-S1 Tapaturmaiset hukkumiset 2021 Luettavissa: https://turvallisuustutkinta.fi/material/collections/20220621100810/HkLM-qndHT/Y2021-S1_Hukkumiset.pdf Luettu: 20.3.2023

Raatikainen L. Asiakas, tuote ja Markkinat. 2008. EditaPrima, Helsinki.

Ruotsalainen R. 29.11.2021. Asiakaskeskeisyys, Markkinointiliitto webinaari. Katsottavissa:
<https://www.markme.fi/webinar-tallenne/asiakaskeskeisyys-roope-ruotsalainen/> Katsottu: 21.3.2023

Swimming teaching association. Luettavissa: <https://www.sta.co.uk/international-learn-to-swim-programme/awards/> Luettu: 16.3.2023

Swimming teaching association. Luettavissa: <https://www.sta.co.uk/news/2023/02/20/all-paws-on-deck-sta-is-launching-a-new-paw-patrol-swimming-awards-series/> Luettu: 20.3.2023

Hiebing R. Cooper S. Wehrenberg S. The successful marketing plan: how to create dynamic, results-oriented marketing. 2012. McGraw-Hill. New York

Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto, Pinnalla 2025. Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliiton (SUH) strategia 2021–2025. Luettavissa: https://www.suh.fi/files/2990/Pinnalla_2025_strategia.pdf Luettu: 20.2.2023

Suomen Uimaopetus – ja Hengenpelastusliitto Kuva: Luettavissa: https://www.suh.fi/files/2207/Uinnin_tavoitetaulukko.pdf Luettu: 19.3.2023

Suomen Uimaopetus – ja Hengenpelastusliitto. Mediatiedote, kansalliset liikuntataidot 2022. Luettavissa: https://www.suh.fi/tiedotus/ajankohtaista/uinti_hiihto_ja_luistelu_-_miten_tarkeina_taitoja_pidetaan_suomessa_ja_miten_suomalaiset_osaavat_naita_kansallisia_liikuntataitoja.4793.news Luettu:15.4.2023

Suomen Uimaopetus – ja Hengenpelastusliitto 2018. Luettavissa: <https://www.suh.fi/toiminta/uimaopetus/uintimerkit> Luettu: 19.3.2023

Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto Luettavissa: <https://www.suh.fi/koulutus> Luettu: 10.2.2023

Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto 2022. Selvitys kuntien esi- ja alakoulujen uimaopetuksesta. 2022 Luettavissa: https://www.suh.fi/files/3663/SUH_Selvitys_kuntien_esi-ja_alakoulujen_uimaopetuksesta_2022.pdf Luettu: 13.3.2023

Tuulaniemi, J. Palvelumuotoilu 2011, Talentum Media Oy E-kirja. Luettu 13.3.2023

Uimataitotutkimus 2022. Luettavissa: https://www.suh.fi/files/3824/Uimataitotutkimus_2022_Selvitys_kuudesluokkalaisten_ja_esikoululaisten_uimataidosta_seka_koronapandemian_vaikutuksista_koulujen_uinninopetukseen.pdf Luettu: 12.3.2023

Upsala simsällskap Luettavissa: <https://upsalasismsallskap.myclub.se/menu/pages/11677> Luettu: 1.3.2023

UKK-instituutti. 2020. Uinti on monipuolista liikuntaa. 2020. Luettavissa: <https://ukkinstituutti.fi/liik-kuminen/liikuntalajit-ja-liikkumismuodot/uinti/> Luettu: 20.3.2023

UKK-instituutti 2020 Käyttäytymisen muutospyörä Luettavissa: <https://ukkinstituutti.fi/elintapaoh-jaus/edistamismallit/kayttaytymisen-muutospyora/> Luettu: 26.4.2023

Vuokko P, Nonprofit-organisaatioiden markkinointi, Sanoma pro oy 2010, Helsinki

Valli R, Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. 2018 Otava kirjapaino, Keuruu

Liitteet

Liite 1. Suoritusmerkkikysely kysymyspohjat

Kysely uimaopettajille

Tämä kysely on osa Haaga-Helian ylemmän ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliiton uimakoulujen suoritusmerkkijärjestelmän tunnettavuutta ja käytettävyyttä uimakoulutoiminnassa, uimaopettajan näkökulmasta.

Tämä kysely on suunnattu uimaopettajan työssä oleville henkilöille.

Kysely kestää n. 10 minuuttia ja sisältää lähtökohtaisesti monivalintakysymyksiä.

Kyselyyn vastataan anonyyminä.

Kyselyyn osallistuneet voivat osallistua halutessaan erilliseen arvontaan. Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan tuotepalkintoja.

Lisätietoja kyselystä antaa

Koulutussuunnittelija Tero Savolainen

gsm 050 491 7444

s.posti: tero.savolainen@suh.fi

Taustakysymykset

Muutama kysymys vastaajan taustasta

Toimin uimaopettajana*



Kunnassa



Uimaseurassa



Yksityisellä yrittäjällä työntekijänä



Yksityisenä yrittäjänä



Jokin muu, mikä

Olen työskennellyt uimaopettajana*

1 - 5 vuotta

6 - 10 vuotta

yli 10 vuotta

Oletko suorittanut uimaopettajakurssin?*

Kyllä

Ei

Kysymysoasio

Kysymykset organisaatiostamme

Tunnistatko ensisilmäyksellä alla olevan videon logoista Suomen uimaopetus- ja hengenvastusliiton logon? Katso video ja merkitse kirjaimella se logo, joka mielestäsi on järjestömme logo.*

A

B

C

D

E

Onko järjestöemme uimakoulujen suoritusmerkkijärjestelmä tai tavoitetaulukko sinulle ennestään tuttu?*

Kyllä, tunnistan.

Ei, en tunnista

Onko teillä tämä suoritusmerkkijärjestelmä käytössä?*

Kyllä

Ei

Osaisitko ottaa edellä mainittuja merkkisuorituksia vastaan?*

Kyllä

Ei

Saako sinua tarvittaessa jatkohaastatella tästä aiheesta*

Kyllä

Ei

Haluatko osallistua kyselyn yhteydessä arvontaan? Arvontaan osallistuvia ei voida yhdistää annettuihin vastauksiin. *

Kyllä

Ei

Uimakoulujen suoritusmerkkikysely uimakoulutoimijoille

Tämä kysely on osa Haaga-Helian ylemmän ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliiton (SUH) uimakoulujen suoritusmerkkijärjestelmän tunnettavuutta ja käytettävyyttä uimakoulutoiminnassa, **uimakoulutoimijoiden näkökulmasta**

Kysely kestää n. 10 minuuttia ja sisältää lähtökohtaisesti monivalintakysymyksiä.

Kyselyyn vastataan anonyyminä.

Kyselyyn osallistuneet voivat osallistua halutessaan erilliseen arvontaan. Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan SUH:n tuotepalkintoja.

Lisätietoja kyselystä antaa

Koulutussuunnittelija Tero Savolainen

gsm 050 491 7444

s.posti: tero.savolainen@suh.fi

Taustakysymykset

Uimakoulutoimijan rooli*

Kunta/uimahalli

Uimaseura

Yksityinen yritys

Jokin muu, mikä

Rooli*

Hallipäällikkö

Liikuntapalvelupäällikkö

Toiminnanjohtaja



Uimahallin uimakoulutoiminnasta vastaava



Yrityksen uimakoulutoiminnasta vastaava



Yhdistyksen uimakoulutoiminnasta vastaava

Kysymysosio

Kysymykset organisaatiomme tunnettavuudesta

Tunnistatko ensisilmäyksellä alla olevan videon logoista Suomen uimaopetus- ja hengenvastusliiton logon? Katso video ja merkitse kirjaimella se logo, joka mielestäsi on järjetömmen logo.*

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto.



A



B



C



D



E

Mainitse kolmella erillisellä sanalla, mitä mielikuvia tai asioita Suomen Uimaopetus- ja Hengenvastusliitto sinussa herättää. Esimerkiksi: harmaa, yritteliäs, vene, uimaranta...*

Missä yhteydessä olet törmännyt järjestöömme?*

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto.

Koulutuksissa

Sosiaalisen median kanavissa (TikTok, Instagram, Twitter, Facebook...)

Internetissä

Tuttavan kautta, (ystävä, perheenjäsen)

Muita kanavia pitkin (radio, tv, sanomalehti...)

Ensimmäisen kerran tämän kyselyn kautta

Jokin muu, mikä

Kysymykset SUH:n suoritusmerkkijärjestelmästä

UINNIN TAVOITETAULUKKO						
PERUSLUOKAT						
Koulu	Selkäranta	Ranta	Koulu	Pinnaselätkä	Syväselätkä	Pöytä
0.5	Kuljettu matkan pituus 5 s	Kuljettu matkan pituus 5 s	Uinnin lähtö- ja lopetusmerkit	Uinnin lähtö- ja lopetusmerkit	Katsojanmerkit	Uinnin lähtö- ja lopetusmerkit
1	Uinnin lähtö- ja lopetusmerkit 5 s	Kuljettu matkan pituus 5 s	Uinnin lähtö- ja lopetusmerkit 5 s	Uinnin lähtö- ja lopetusmerkit 5 s	Uinnin lähtö- ja lopetusmerkit 5 s	Uinnin lähtö- ja lopetusmerkit 5 s
2	Aikavälillä 25 m	Aikavälillä 25 m	Myyräkallio 10 m	Lukijalla 3 m	Ei ole	Ei ole
4	Selkäranta 25 m	Ranta 25 m	Koulu 25 m	5 min selätkä	Käsitteellisesti	Käsitteellisesti
5	Selkäranta 50 m	Ranta 50 m	Koulu 50 m	10 min selätkä	10 min selätkä	10 min selätkä
6	Selkäranta 100 m	Ranta 100 m	Koulu 100 m	12 min selätkä	12 min selätkä	12 min selätkä
7	Selkäranta 200 m	Ranta 200 m	Koulu 200 m	15 min selätkä	15 min selätkä	15 min selätkä
8	Selkäranta 400 m tai 50 m x 8 s	Ranta 400 m tai 50 m x 8 s	Koulu 400 m tai 50 m x 8 s	20 min selätkä	20 min selätkä	20 min selätkä
9	Selkäranta 800 m tai 100 m x 8 s	Ranta 800 m tai 100 m x 8 s	Koulu 800 m tai 100 m x 8 s	25 min selätkä	25 min selätkä	25 min selätkä
10	Selkäranta 1200 m tai 150 m x 8 s	Ranta 1200 m tai 150 m x 8 s	Koulu 1200 m tai 150 m x 8 s	30 min selätkä	30 min selätkä	30 min selätkä

Onko SUH:n uimakoulun suoritusmerkkijärjestelmä sinulle ennestään tuttu?*

Kyllä

Ei

Onko SUH:n suoritusmerkkijärjestelmä teillä käytössä?*

Kyllä

Ei

Olisiko teillä valmiudet ottaa SUH:n merkkijärjestelmä käyttöönne uimakouluissanne? Koulutetut uimaopettajat, riittävät olosuhteet merkin käyttöön.*

Kyllä

Ei

Olisitteko valmis sijoittamaan taloudellisesti suoritusmerkkijärjestelmän käyttöönottoon (3-5€/oppilas), jos se toisi uimarin toistamiseen uimakouluihinne jatkossa? *

Kyllä

Ei

Koetteko, että SUH:n merkkijärjestelmän käyttö tuo tai voisi tuoda uimakoulutoimintaanne lisää laatua, kiinnostusta, jatkuvuutta?*

Kyllä

Ei

Voiko sinuun tarvittaessa ottaa yhteyttä aiheen tiimoilta ja jatkohaastatella?*

Kyllä



Ei

Haluatko osallistua kyselyn yhteydessä arvontaan? Arvontaan osallistuvia ei voida yhdistää annettuihin vastauksiin.*



Kyllä



En

Kysely uimakoulun suoritusmerkeistä lapsiperheiden vanhemmille

Tämä kysely on osa Haaga-Helian ylemmän ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliiton (SUH) uimakoulujen suoritusmerkkijärjestelmän tunnettavuutta ja käytettävyyttä.

Kysely kestää n. 10minuuttia ja sisältää lähtökohtaisesti monivalintakysymyksiä.

Kyselyyn vastataan anonyyminä.

Kyselyyn osallistuneet voivat halutessaan osallistua erilliseen arvontaan. Kaikkien vastanneiden kesken arvotaan 10kpl SUH:n tuotepalkintoja.

Lisätietoja kyselystä antaa

Koulutussuunnittelija Tero Savolainen

gsm 050 491 7444

s.posti: tero.savolainen@suh.fi

Taustakysymykset

Sukupuoli*

Nainen

Mies

Muu sukupuolinen

En halua kertoa

Ikä*

20-30v

31-40v

41-50v

51-60v



yli 61v

Kotona asuvien lasten iät*

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto.



0 - 2 vuotta



3 - 6 vuotta



7 - 12 vuotta



13 - 15 vuotta

Käytkö itse tai perheesi kanssa säännöllisesti uimassa, vähintään kerran kuukaudessa?*



Kyllä



Ei



En osaa sanoa

Kysymysosio

Kysymykset organisaatiomme tunnettavuudesta

Tunnistatko ensisilmäyksellä alla olevan videon logoista Suomen uimaopetus- ja hengenpelastusliiton logon? Katso video ja merkitse kirjaimella se logo, joka mielestäsi on järjetömme logo.*



A



B



C



D



E



En tunnistanut logoa

Mainitse kolmella erillisellä sanalla, mitä mielikuvia tai asioita Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto sinussa herättää. Esimerkiksi: harmaa, yritteliäs, vene, uimaranta... Jos ei herätä mitään mielikuvia, vastaa "ei mitään"*

Missä olet törmännyt järjestöömme?*

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto.

Koulutuksissa

Sosiaalisen median kanavissa (TikTok, Instagram, Twitter, Facebook...)

Internetissä

Tuttavan kautta, (ystävä, perheenjäsen)

Muita kanavia pitkin (radio, tv, sanomalehti...)

Ensimmäisen kerran tämän kyselyn kautta

Jokin muu, mikä

Suorittaisitko yhdessä lapsesi kanssa uimataitoon liittyviä merkkejä, jos se olisi mahdollista?*

Kyllä, voisin suorittaa

En suorittaisi

Haluatko osallistua kyselyn yhteydessä arvontaan? Arvontaan osallistuvia ei voida yhdistää annettuihin vastauksiin.*

Kyllä

En

Liite 2. Jatkohaastattelun kysymyspohja

Moikka!

Olette vastanneet kyselyyn SUH:n suoritusmerkeistä ja antaneet yhteystietonne jatkohaastatteluun. Haluaisin vielä haastatella teitä teams:n kautta muutamalla kysymyksellä. Tarkoitus ei ole kyseenalaistaa merkkien käyttämättömyyttä. Lähinnä saada näkemyksiänne siitä, mikä on suurin puute suoritusmerkkijärjestelmässä ja millä tavoin merkkien käyttö voisi olla mahdollista teidän toiminnassa? Miten suoritusmerkkijärjestelmän tulisi muuttua, jotta ottaisitte sen käyttöönne toiminnassanne?

Olisiko teillä mahdollista pysähtyä juttelemaan tulevana perjantaina tai mahdollisesti ensi viikon keskiviikkona? Ehdotelkaa ajankohtia, niin katsotaan löytyisikö yhteistä aikaa.

Kaikki vastaukset käsitellään anonyymisti opinnäytetyössäni.

yt. Tero

Tero Savolainen
Koulutussuunnittelija(uimaopetus)
Suomen Uimaopetus- ja Hengenpelastusliitto
Elimäenkatu 20a, 00510 Helsinki
0504917444
tero.savolainen@suh.fi

Liite 3. Suoritusmerkkikyselyn tulokset



SUORITUS -MERKKI- TUTKIMUS

Selvitys SUI:n suoritusmerkkijärjestelmän tunnettavuudesta ja käytettävyydestä uimakoulutoiminnassa

Taustatiedot

Lapsiperheiden vanhemmille suunnattuun kyselyyn saatiin yhteensä 117 vastausta. Kaikki vastaajat olivat suomenkielisiä. Enemmistö vastaajista (84%) oli naisia, noin prosentti muun sukupuolisia ja loput miehiä. Vastaajien ikä vaihteli 20 ja 60 ikävuoden välillä, enemmistön ollessa 41–50-vuotiaita.

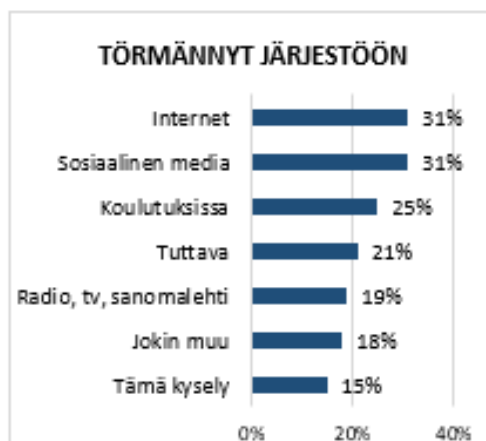
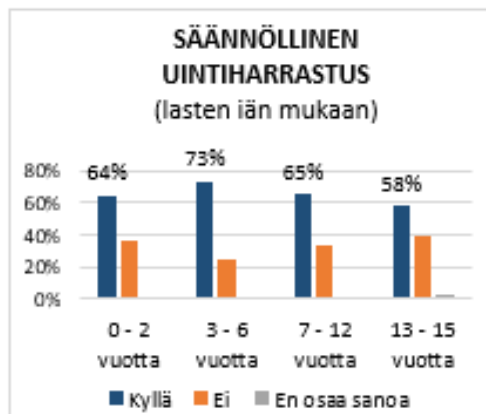
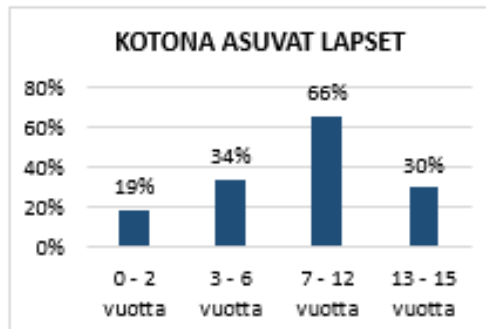
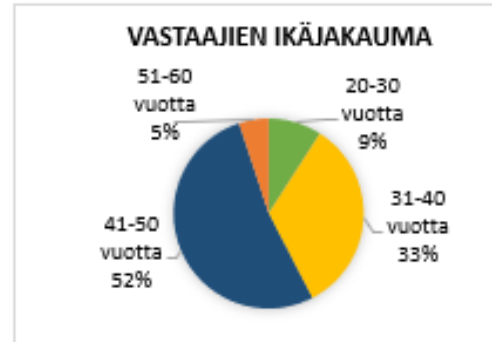
Jokaisella vastaajalla oli kotona asuvia, iältään 0–15-vuotiaita lapsia. Enemmistöllä vastaajista kotona asuvat lapset olivat 7–12-vuotiaita.

Yli puolet vastaajista (65%) kertoi käyvänsä säännöllisesti, eli vähintään kerran kuukaudessa uimassa joko yksin tai perheen kanssa yhdessä. Kotona asuvien lasten iällä ei ollut tilastollisesti merkitsevää yhteyttä vastaajien uintiharrastuksen säännöllisyyteen, vaikkakin vastaajat, joilla oli 3–6-vuotiaita lapsia kävivät hieman muita ikäryhmiä useammin uimassa joko yksin tai perheen kanssa. Vastaajan iällä tai sukupuolella ei ollut vaikutusta uimassa käymisen säännöllisyyteen.

SUH:n tunnettavuus

Vastaajilta tiedusteltiin, missä he olivat törmänneet SUH:n toimintaan. Vajaa kolmannes (31%) vastaajista oli törmännyt järjestön toimintaan sosiaalisen median tai internetin kautta, neljännes SUH:n koulutusten kautta ja noin joka viidennes tuttavien kautta (21%) tai muita kanavia, kuten radion tai television kautta (19%). Järjestö oli uusi tuttavuus osalle vastaajista, sillä 15 prosenttia heistä ilmoitti, että törmäsi järjestöön ensimmäisen kerran tämän kyselyn kautta.

Taustamuuttujittain tarkasteltuna tilastollisesti melkein merkitsevää eroavaisuutta ($p < .05$) esiintyi ainoastaan siten, että 51–60-vuotiaista vastaajista



kolmasosa ilmoitti, että oli törmännyt järjestöön jotakin muuta kautta.

Esille nousi myös muita eroja, jotka eivät kuitenkaan olleet tilastollisesti merkitseviä. Nuorimpien vastaajien (20–30 v.) kohdalla korostui netin käyttäminen, sillä heistä 64 % oli törmännyt järjestöön netin kautta, kun muissa ikäryhmissä osuus vaihteli 26–33 % välillä. Naisista viidennes oli törmännyt järjestöön radion, television tai sanomalehden välityksellä, kun miehistä vastaava osuus oli vain kuusi prosenttia. Säännöllisesti uintia harrastavista vastaajista lähes kolmannes (31%) oli tutustunut järjestön toimintaan SUH:n koulutuksissa, kun taas uimassa epäsäännöllisesti käyvien kohdalla osuus jäi 13 prosenttiin.

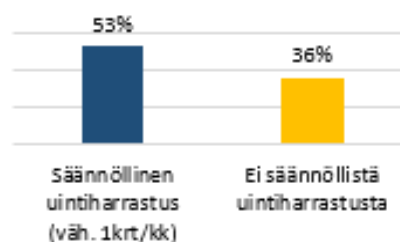
Vastaajista noin puolet (48%) tunnisti SUH:n logon viiden logon joukosta. Vastaajat, jotka kävivät uimassa yksin tai perheen kanssa vähintään kerran kuukaudessa, tunnistivat oikean logon useammin (53%) kuin vastaajat, jotka eivät käyneet säännöllisesti uimassa (36%). Ero ei kuitenkaan ollut tilastollisesti merkitsevä. Myöskään vastaajan sukupuoli, ikä tai kotona asuvien lasten iät eivät vaikuttaneet siihen, tunnistiko vastaaja SUH:n logon.

Odotetusti vastaajat, jotka olivat lapsuudessaan suorittaneet SUH:n uimakoulujen suoritusmerkkejä tunnistivat logon useammin, kuin vastaajat, jotka eivät olleet suorittaneet merkkejä lapsuudessaan ($p < .001$).

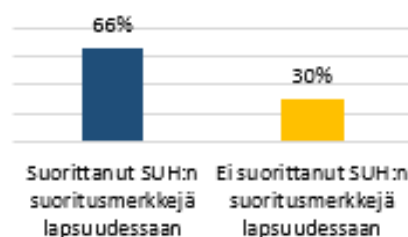
Myös sillä, missä vastaaja oli kertonut törmänneensä järjestöön, oli vaikutusta oikean logon tunnistamisessa. Parhaiten logon tunnistivat vastaajat, jotka olivat tutustuneet järjestöön koulutuksissa (86% oikein, $p < .001$), sosiaalisen median kanavissa (72% oikein, $p < .001$) tai internetin



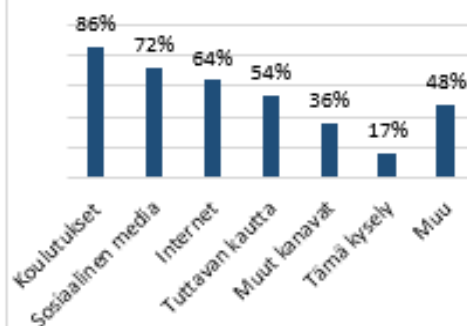
OSUUS VASTAAJISTA, JOTKA TUNNISTIVAT SUH:N LOGON



OSUUS VASTAAJISTA, JOTKA TUNNISTIVAT SUH:N LOGON



OSUUS VASTAAJISTA, JOTKA TUNNISTIVAT SUH:N LOGON (törmännyt järjestön toimintaan)



järjestöön oli tämän kyselyn kautta, ainoastaan 17 prosenttia ilmoitti, että suoritusmerkkijärjestelmä oli heille entuudestaan tuttu.

Puolet vastaajista oli suorittanut suoritusmerkkejä omassa lapsuudessaan. Noin 40 prosenttia vastaajista kertoi, ettei ollut suorittanut merkkejä lapsuudessaan ja loput vastaajat eivät tieneet tai muistaneet, olivatko suorittaneet merkkejä.

Merkkien suorittaminen lapsuudessa ei ollut riippuvainen vastaajien taustamuuttujista, kuten sukupuolesta, iästä tai säännöllisestä uintiharrastuksesta, vaikkakin säännöllisesti uimista harrastavat olivat hieman muita useammin suorittaneet suoritusmerkkejä lapsuudessaan.

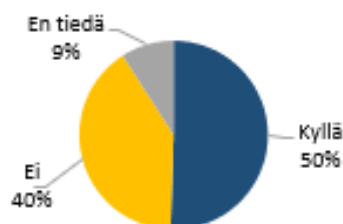
Tilastollisesti merkitsevää eroavaisuutta esiintyi ainoastaan siten, että vastaajat, jotka törmäsivät järjestöön ensimmäisen kerran tämän kyselyn kautta, olivat suorittaneet selvästi muita harvemmin suoritusmerkkejä lapsuudessaan ($p < .01$).

Lasten uimataito

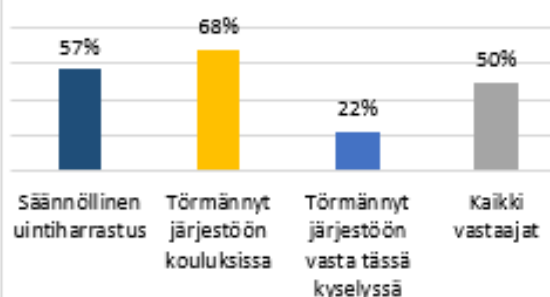
Enemmistö (90%) vastaajista arveli osaavansa arvioida lapsensa/lastensa tämänhetkisen uimataidon. Naisista 91 prosenttia ($n = 89$) ja miehistä 88 prosenttia ($n = 15$) kertoi osaavansa arvioida lapsensa/lastensa uimataidon. Muun sukupuolisilta saatiin kysymykseen vain yksi vastaus, jonka mukaan vastaaja ei osannut arvioida lapsensa uimataitoa.

Arviointiin ei vaikuttanut vastaajan ikä ja säännöllisellä uintiharrastuksellakin oli vain pieni vaikutus, joskaan se ei ollut tilastollisesti merkitsevä. Aktiivisesti uimassa käyvistä vastaajista 92 prosenttia osasi arvionsa mukaan arvioida lapsensa

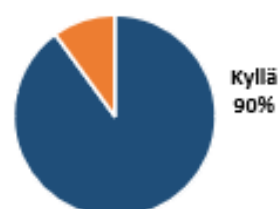
SUORITTANUT MERKKEJÄ LAPSUUDESSAAN



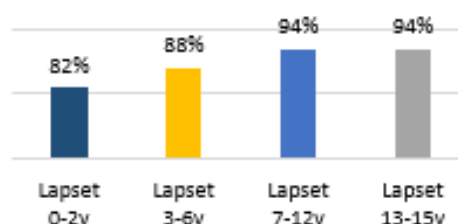
OSUUS VASTAAJISTA, JOTKA OVAT SUORITTANEET MERKKEJÄ LAPSUUDESSAAN



OSAA ARVIOIDA LAPSEN UIMATAIDON



OSUUS VASTAAJISTA, JOTKA OSAAVAT ARVIOIDA LAPSEN UIMATAIDON



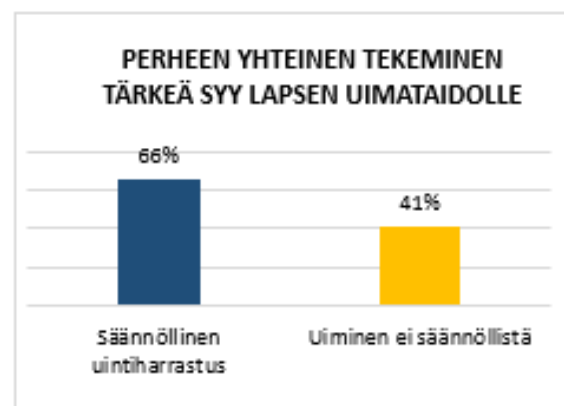
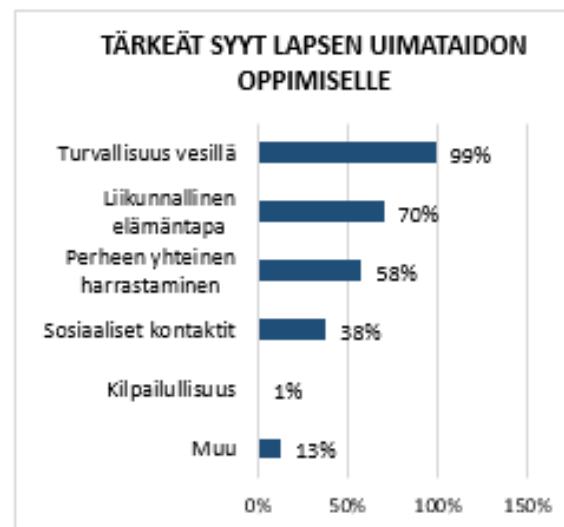
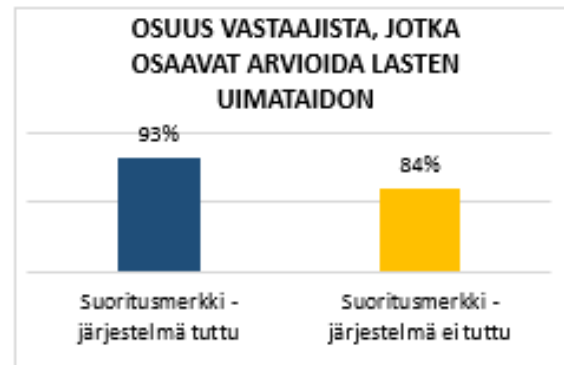
uimataidon, kun taas harvemmin uimassa käyvien kohdalla osuus oli 85 prosenttia.

Vastaajat kokivat hieman helpommaksi 7–15-vuotiaiden lasten, kuin sitä nuorempien lasten uimataidon arvioinnin. Vanhemmat, joille SUH:n suoritusmerkkijärjestelmä oli tuttu, kokivat hieman muita helpommaksi lastensa uimataidon arvioinnin, vaikkakaan ero ei ollut tilastollisesti merkitsevää.

Kaikki vastaajat kokivat lapsen uimataidon oppimisen tärkeäksi. Tärkeimmiksi syiksi he kokivat turvallisuuden vesillä (99%), liikunnallisen elämäntavan (70%), perheen yhteisen harrastamisen (58%) ja sosiaaliset kontaktit (38%). Sen sijaan kilpailullisuutta ei koettu tärkeänä osana lasten uimataitoa, sillä ainoastaan yksi vastaaja (1%) ilmoitti tämän tärkeäksi syyksi lapsen uimataidon oppimiselle. Muiksi syiksi vastaajat nostivat muun muassa uimisen kansalaistaitona, turvallisuuden rannalla ja uimisesta ja vedestä nauttimisen.

Taustamuuttujittain tarkasteltuna esille nousi vain muutama tilastollisesti merkitsevää ero. Vastaajien iän perusteella esiintyi eroa siten, että 20–50-vuotiaista kaikki pitivät tärkeänä syynä turvallisuutta vesillä, kun taas vanhimmassa ikäluokassa (51–60 v.) turvallisuutta piti tärkeänä 83 prosenttia ($p < .001$). Tätä selittää mahdollisesti se, että turvallisuusasiat korostuvat erityisesti pienten lasten vanhemmilla.

Toiseksi vastaajat, jotka kävivät säännöllisesti uimassa, pitivät perheen yhteistä harrastamista tärkeämpänä syynä kuin vastaajat, jotka eivät käyneet uimassa säännöllisesti ($p < .05$). Lisäksi vastaajat, joille suoritusmerkkijärjestelmä oli ennestään tuttu, pitivät liikunnallista elämäntapaa useammin (78%) tärkeänä syynä kuin vastaajat, joille merkkijärjestelmä ei ollut tuttu (56%) ($p < .01$).



Uimataitomerkkien suorittaminen

Vastaajista 85 prosenttia olisi valmis suorittamaan lapsensa kanssa uimataitoon liittyviä merkkejä, jos se olisi mahdollista. Viisi prosenttia vastaajista jättäisi merkkien suorittamisen uimakouluille. Kolme prosenttia vastaajista uskoi, ettei osaisi suorittaa merkkejä lapsensa kanssa ja neljä prosenttia vastaajista koki, ettei merkkien suorittamisella ole merkitystä lapsen uimataidon kehittymisen kannalta.

Lisäksi osa vastaajista koki, ettei ollut itse innostunut uimisesta tai merkkien suorittamisesta, vaan mieluummin harrasti uimista ilman ohjausta ja suorituspaineita. Lisäksi yksi vanhempi koki, ettei uintimerkkien suorittaminen lapsen kanssa ollut enää ajankohtaista.

Suoritushalukkuus ei vaihdellut sukupuolen mukaan, mutta iän mukaan eroavaisuuksia esiintyi. Nuorimmat vanhemmat olivat valmiita suorittamaan merkkejä lapsensa kanssa useammin kuin vanhemmat ikäryhmät ($p < .05$). Tämä selittynee sillä, että nuoremmissa ikäryhmissä kotona asuvat lapset ovat säännöllisesti pienempiä ja uintimerkkien suorittaminen mahdollisesti koetaan ajankohtaisemmaksi ja hyödyllisemmäksi kuin vanhemmissa ikäryhmissä.

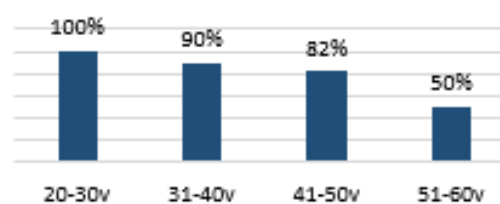
Vastaajat, jotka olivat suorittaneet lapsuudessaan suoritusmerkkejä olivat useammin (92%) valmiita suorittamaan merkkejä lastensa kanssa kuin vastaajat, jotka eivät olleet merkkejä omassa lapsuudessaan suorittaneet (77%) ($p < .05$).

Myös vanhemmat, jotka pitivät perheen yhteistä harrastamista tärkeänä syynä lapsen uimataidolle, olivat muita useammin valmiita suorittamaan merkkejä lastensa kanssa

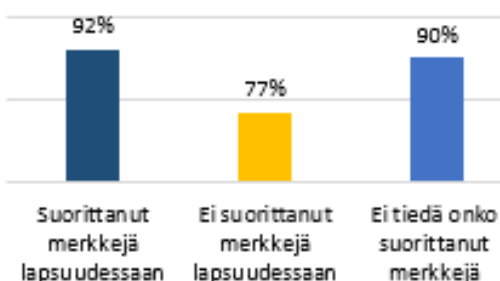
SUORITTAISI LAPSENSA KANSSA UINTIMERKKEJÄ



OSUUS VASTAAJISTA, JOTKA OLISIVAT VALMIITA SUORITTAMAAN MERKKEJÄ LAPSENSA KANSSA



VOISI SUORITTAI MERKKEJÄ LAPSENSA KANSSA



(91% vs. 76%, $p < .05$). Samaten liikunnallista elämäntapaa tärkeänä syynä lapsen uimataidolle pitävät vastaajat olivat muita useammin valmiita suorittamaan merkkejä lastensa kanssa (90% vs. 71%, $p < .01$).



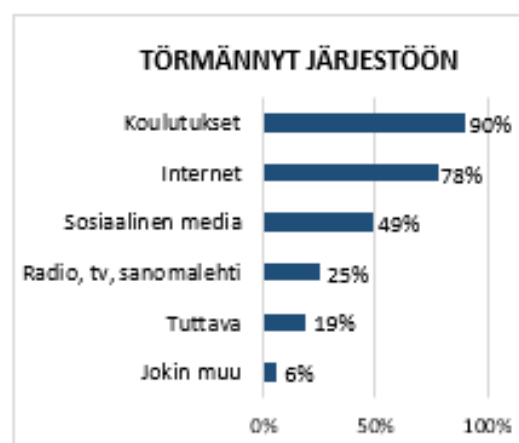
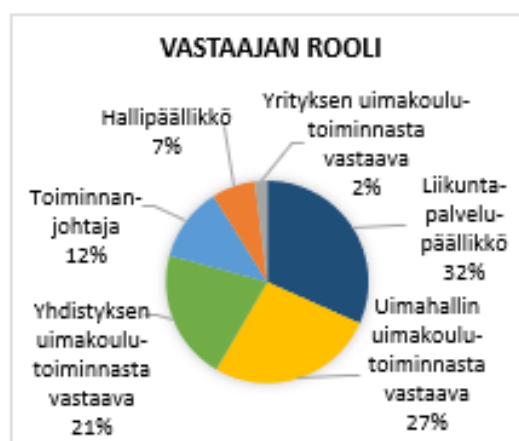
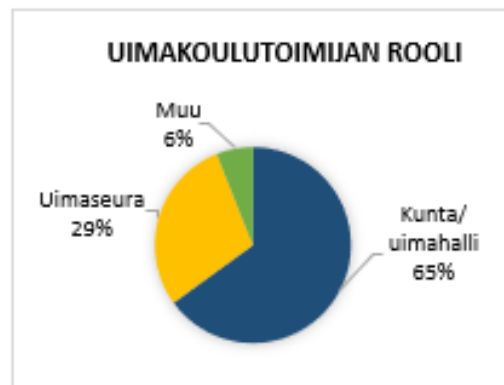
Taustatiedot

Uimakoulutoimijoiden osalta tutkimukseen saatiin yhteensä 68 vastausta. Kaikki vastaajat olivat suomenkielisiä ja enemmistö heistä (65%) toimi kunnan tai uimahallin palveluksessa. Vajaa kolmannes vastaajista edusti uimaseuraa. Enemmistö vastaajista toimi joko liikuntapalvelupäällikkönä (33%), uimahallin uimakoulutoiminnasta vastaavana (27%) tai yhdistyksen uimakoulutoiminnasta vastaavana (21%). Lisäksi vastauksia saatiin toiminnanjohtajilta (12%), hallipäälliköiltä (7%) ja yrityksen uimakoulutoiminnasta vastaavilta (2%).

SUH:n tunnettavuus

Enemmistö vastaajista (90%) oli **törmännyt SUH:n toimintaan** koulutusten kautta. Lisäksi järjestö oli tullut tutuksi internetin (78%), sosiaalisen median (49%) ja muiden kanavien, kuten radion, television ja sanomalehtien kautta (25%). Noin viidesosa (19%) vastaajista oli tutustunut järjestöön tuttavan kautta. Lisäksi osa vastaajista oli törmännyt järjestön toimintaan oman työnsä tai erilaisten kyselyiden ja tiedotteiden kautta.

Vastaajan rooli tai toimiala ei vaikuttanut merkittävästi siihen, mitä kautta vastaaja oli tutustunut SUH:n toimintaan. Tilastollisesti melkein merkittävää eroa ($p < .05$) esiintyi ainoastaan siten, että kaikki hallimestarit ja toiminnanjohtajat olivat törmänneet järjestön toimintaan koulutusten kautta, kun taas liikuntapalvelupäällikköiden ja yhdistyksen uimakoulutoiminnasta vastaavien kohdalla osuus oli reilut 90 prosenttia ja uimahallin uimakoulutoiminnasta vastaavien kohdalla reilut 80 prosenttia.



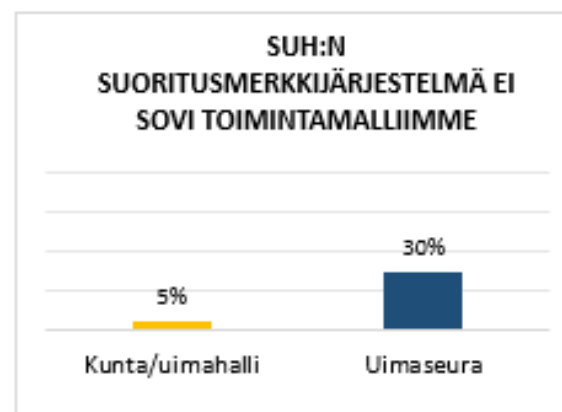
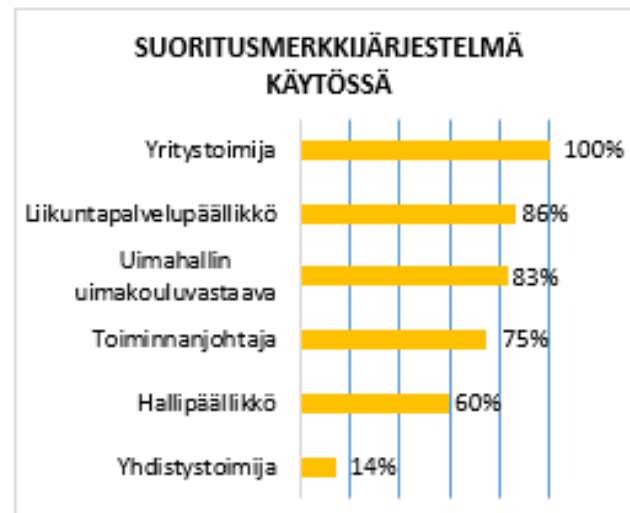
Vastaajien roolia tarkemmin tarkasteltaessa esiintyi myös tilastollisesti merkitseviä eroavaisuuksia ($p < .001$). Yrityksen uimakoulutoimijoista kaikki ($n = 1$), liikuntapalvelupäälliköistä ja uimahallin uimakouluvastaajista yli 80 prosenttia ja toiminnanjohtajista 75 prosenttia ilmoitti, että heillä oli käytössään SUH:n suoritusmerkkijärjestelmä. Sen sijaan yhdistyksen uimakoulutoimijoista vain 14 prosenttia ($n = 2$) ilmoitti, että heillä oli suoritusmerkkijärjestelmä käytössä.

Kolmasosa (32%) vastaajista ilmoitti, että heillä ei ollut käytössään SUH:n suoritusmerkkijärjestelmää.

Uimakoulutoimijan rooli vaikutti syihin, joiden vuoksi järjestelmää ei ollut otettu käyttöön ($p < .05$). Hieman vajaa kolmannes (30%) uimaseuratoimijoista koki, että SUH:n merkkijärjestelmä ei sovi heidän toimintamalliinsa. Kuntapuolen toimijoista vastaava osuus oli noin 5 prosenttia. Hieman yli kolmannes uimaseuratoimijoista (35%) ilmoitti, että heillä oli käytössään toinen merkkijärjestelmä.

Enemmistö vastaajista (94%) ilmoitti, että heillä on valmiudet ottaa SUH:n merkkijärjestelmä käyttöön uimakouluissa (koulutetut uimaopettajat ja riittävät olosuhteet merkin käyttöön). Niistä toimijoista, joilla ei ollut SUH:n merkkijärjestelmää käytössä, 82% ilmoitti, että heillä olisi siihen tarvittavat valmiudet olosuhteiden puolesta.

Siten ainoastaan 6 prosenttia vastaajista ($n = 4$) ilmoitti, että heillä ei olisi valmiuksia ottaa SUH:n suoritusmerkkijärjestelmää käyttöönsä. Syiksi ilmoitettiin uimahallin sopimattomuus merkkien suorittamiseen ($n = 2$) sekä se, että uimakoulujen jakso- tai tuntisuunnitelmat eivät mahdollista merkkien



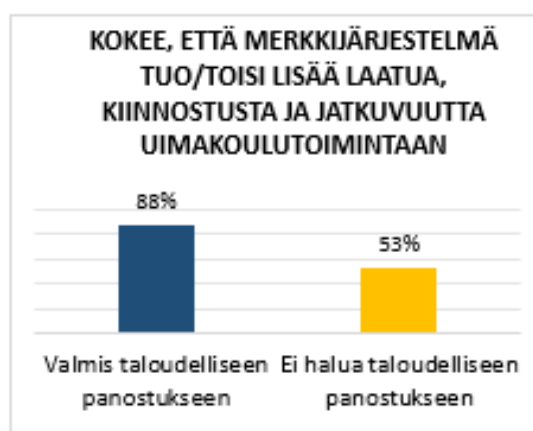
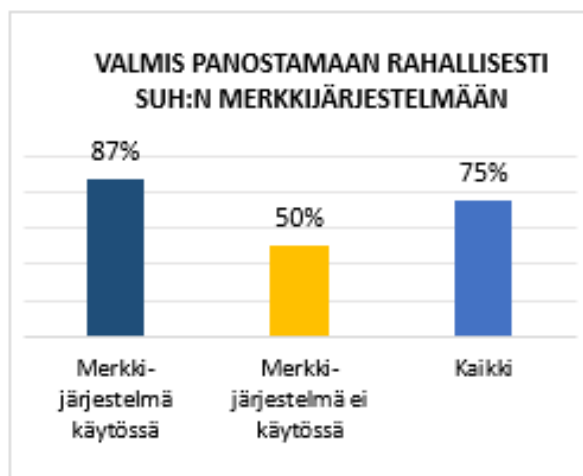
suorittamista tällä hetkellä (n =1). Lisäksi yksi vastaaja ilmoitti syyksi aikaresurssit sekä merkkien hinnat.

Vastaajilta tiedusteltiin, olisivatko he valmiita sijoittamaan taloudellisesti suoritusmerkkijärjestelmän käyttöönottoon (3–5 €/oppilas), mikäli se toisi uimarin myös jatkossa toimijan uimakouluun. Kolme neljäsosaa vastaajista oli valmis taloudelliseen panostukseen suoritusmerkkijärjestelmän käyttöönottamiseksi.

Valmius taloudelliseen panostamiseen erosi vastaajien kesken siten, että 87 prosenttia toimijoista, joilla oli jo merkkijärjestelmä käytössään, oli valmis sijoittamaan siihen taloudellisesti, kun taas ainoastaan puolet toimijoista, joilla ei ollut merkkijärjestelmää vielä käytössään, olivat valmiita taloudelliseen panostukseen (p < .001).

Enemmistö vastaajista (80%) koki, että SUH:n merkkijärjestelmän käyttö tuo tai voisi tuoda uimakoulutoimintaan lisää laatua, kiinnostusta ja jatkuvuutta. Toimijat, joilla merkkijärjestelmä oli jo käytössä, kokivat selvästi useammin sen tuovan mukanaan erilaisia hyötyjä (94%) kuin toimijat, joilla se ei ollut käytössä (50%) (p < .001). Samaten kuntapuolen toimijat kokivat merkkijärjestelmän tuovan lisäarvoa uimakoulutoimintaan muita toimijoita useammin (p < .005). Vastaajat, jotka olivat valmiita panostamaan taloudellisesti suoritusmerkkijärjestelmään, kokivat useammin (88%), että merkkijärjestelmä toisi laatua ja jatkuvuutta uimakoulutoimintaan verrattuna vastaajiin, jotka eivät olisi valmiita panostamaan taloudellisesti suoritusmerkkijärjestelmään (53%) (p < .005).

Joka viidennes vastaaja koki, että merkkijärjestelmä ei toisi erityistä lisäarvoa

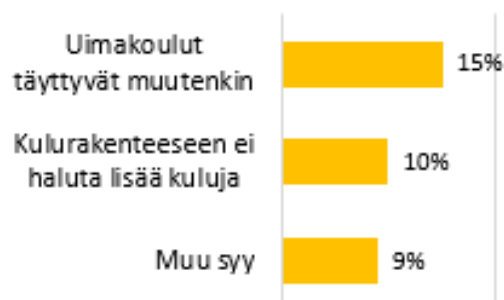


uimakoulutoimintaan. Suurimmiksi syiksi vastaajat luettelivat uimakoulun täyttymisen ilman tarvetta markkinoida uimakoulua uintimerkkien avulla (15%), kulujen hillinnän (10%) ja muut syyt (9%), kuten oman suoritusjärjestelmän paremman palvelevuuden. Yksikään vastaaja ei nostanut syyksi sitä, että eivät usko merkkien kiinnostavan lapsia.

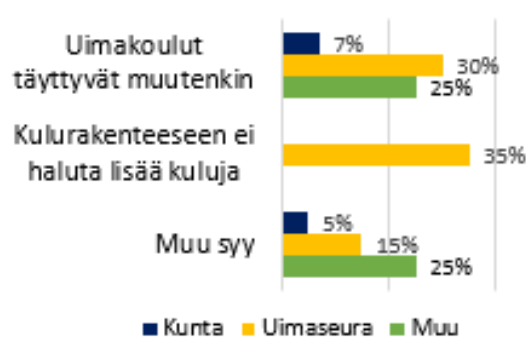
Uimaseuratoimijan rooli vaikutti vastauksiin siten, että uimaseurat kokivat muita useammin, että uimakoulut täyttyvät muutenkin (30%), eikä SUH:n uimamerkeille ole siten tarvetta ($p < .05$). Yli kolmasosa (35%) uimaseuratoimijoista vastasi myös, ettei kulurakenteeseen haluta enempää kuluja, kun taas yksikään kuntapuolen toimijoista tai muista toimijoista ei nostanut tätä syyksi suoritusmerkkijärjestelmän puuttumiselle ($p < .001$).

Vastaajat, jotka eivät olleet valmiita sijoittamaan taloudellisesti suoritusmerkkijärjestelmään, kokivat muita useammin, että uimakoulut tulevat täyteen ilmankin ($p < .001$). He nostivat muita useammin syyksi myös sen, että kulurakenteeseen ei haluta lisää kuluja ($p < .001$).

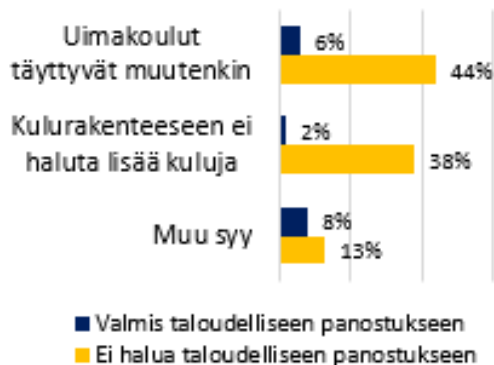
SUH:N MERKKIJÄRJESTELMÄ EI TOISI LISÄARVOA, SILLÄ



SUH:N MERKKIJÄRJESTELMÄ EI TOISI LISÄARVOA, SILLÄ



SUH:N MERKKIJÄRJESTELMÄ EI TOISI LISÄARVOA, SILLÄ



Taustatiedot

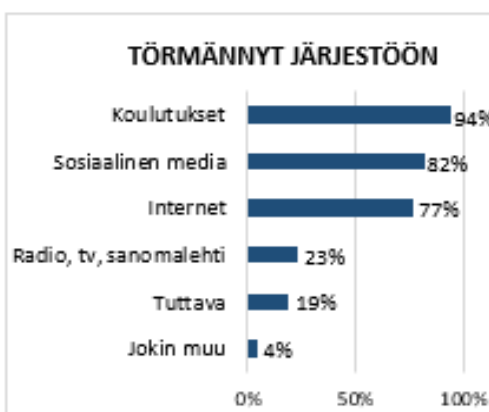
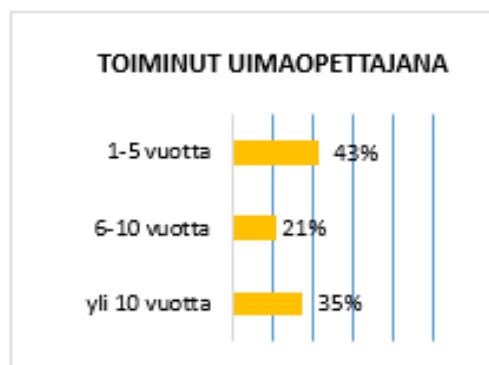
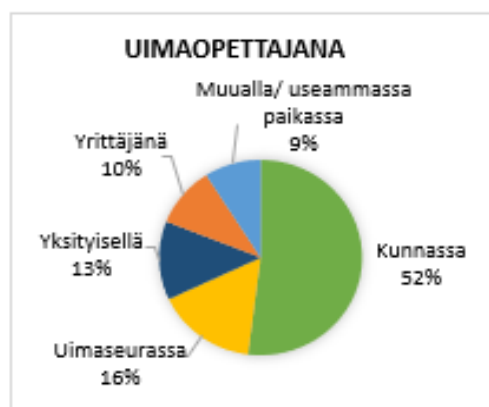
Uimaopettajien kyselyyn saatiin yhteensä 99 vastausta. Kaikki vastaajat olivat suomenkielisiä. Noin puolet vastaajista (52%) toimi uimaopettajana kunnassa, 16 prosenttia uimaseurassa, 13 prosenttia yksityisellä yrittäjällä ja noin kymmenesosa joko yksityisenä yrittäjänä tai jossain muualla, kuten järjestössä tai koulussa. Osa vastaajista työskenteli uimaopettajana useammalla toimialalla.

Enemmistö vastaajista (43%) oli työskennellyt uimaopettajana 1–5 vuoden ajan. Joka viidennes oli työskennellyt uimaopettajana 6–10 vuotta ja reilu kolmasosa yli 10 vuoden ajan. Lähes kaikki vastaajat (97%) olivat suorittaneet uimaopettajakurssin. Kaikki kolme vastaajaa, jotka eivät olleet suorittaneet uimaopettajakurssia työskentelivät kunnalla ja olivat työskennelleet uimaopettajana 1–5 vuoden ajan.

SUH:n tunnettavuus

Enemmistö vastaajista (94%) oli törmännyt SUH:n toimintaan koulutusten kautta. Lisäksi toiminta oli tullut tutuksi sosiaalisen median (82%), internetin (77%), muiden kanavien, kuten television, sanomalehden ja radion (23%) sekä tuttavien (19%) kautta. Lisäksi osa vastaajista oli törmännyt SUH:n toimintaan töiden tai lastensa uimakoulujen kautta.

Vastaajan toimialasektori ei vaikuttanut tilastollisesti merkittävästi siihen, mitä kautta hän oli törmännyt SUH:n toimintaan, vaikkakin muut kanavat, kuten radio, televisio ja sanomalehti, korostuivat yrittäjinä toimivien uimaopettajien vastauksissa (44%). Sen sijaan sillä oli vaikutusta, kuinka kauan vastaaja oli toiminut uimaopettajana. Vastaajat, jotka olivat toimineet



uimaopettajina yli 10 vuotta, olivat törmänneet muita useammin SUH:n toimintaan radion, television ja sanomalehtien välityksellä ($p < .05$). He olivat tutustuneet SUH:n toimintaan muita useammin myös tuttavien kautta ($p < .05$).

Kaikki uimakouluopettajat tunnistivat **SUH:n logon** viiden logon joukosta.

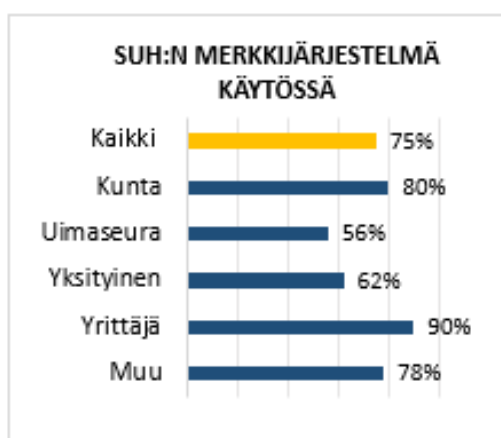
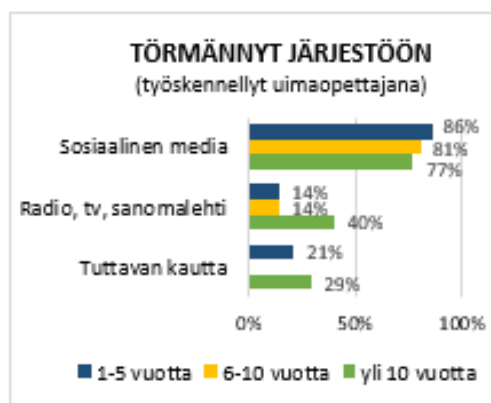
Myös uimaopettajia pyydettiin listamaan kolmella sanalla **mielikuvia** tai asioita, joita SUH heissä herätti. Vastauksissa esiintyvät useimmiten sanat uimataito, turvallisuus, vesi, koulutus ja opetus.

Suoritusmerkkijärjestelmä

SUH:n suoritusmerkkijärjestelmä ja uinnin tavoitetaulukko olivat entuudestaan tuttuja lähes kaikille vastaajille (98%). Kaksi vastaajaa ei tunnistanut suoritusmerkkijärjestelmää entuudestaan. Molemmat heistä toimivat uimaopettajana kunnassa ja toinen heistä oli suorittanut uimaopettajakurssin.

Kolme neljäsosaa vastaajista (75%) ilmoitti, että heillä oli käytössään SUH:n suoritusmerkkijärjestelmä. Vastaajien taustatiedoilla ei ollut tilastollisesti merkitsevää vaikutusta siihen, oliko heillä merkkijärjestelmä käytössään, vaikkakin se oli aktiivisemmin käytössä yksityisillä yrittäjillä ja kuntapuolella. Uimaopettajakurssin suorittaneista 76 prosenttia raportoi, että heillä oli merkkijärjestelmä käytössään, kun taas niillä, jotka kurssia eivät olleet suorittaneet osuus jäi 33 prosenttiin.

Niiltä vastaajilta, jotka kertoivat, että heillä ei ollut käytössään SUH:n suoritusmerkkijärjestelmää, tiedusteltiin, olisiko heillä mahdollisuus halutessaan käyttää merkkijärjestelmää työssään ja



ostaa uintimerkkejä sekä muita uimakoulumateriaaleja. Heistä noin puolet (52 %) ilmoitti, että tämä olisi mahdollista.

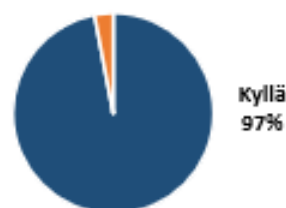
Uimaopettajista lähes kaikki (97 %) ilmoittivat, että osaisivat ottaa vastaan merkkisuorituksia. Siten ainoastaan kolme vastaajaa arvioi, ettei osaisi ottaa vastaan suorituksia. Heistä kaksi työskenteli uimaseurassa ja yksi kunnassa, ja kaksi oli suorittanut uimaopettajakurssin.

Uimaopettajilta, joilla oli merkkijärjestelmä käytössään, kysyttiin, kokivatko he joitain haasteita sen käytössä. Heistä noin kolmannes ilmoitti kohtaavansa jonkinlaisia haasteita. Suurimmiksi haasteiksi vastaajat kokivat suoritusten aikataulutuksen (19 %), suoritusten suunnittelun ja työllistävyyden (12%), vaikeasti ymmärrettävät ohjeet (5%) sekä muut syyt (16%). Ainoastaan yksi vastaaja koki, että suoritusmerkkijärjestelmä on kokonaisuudessaan puutteellinen. Avoimissa vastauksissa haasteiksi nostettiin muun muassa merkkijärjestelmän suorituskeskeisyys ja sen lapsille tuottamat paineet, allasolosuhteet kuten altaiden pituus sekä rantauimakoulu sekä suorituskuvien epäselvyys. Osa vastaajista koki, että merkkijärjestelmän käyttäminen vaatii soveltamista ja saattaa aiheuttaa erimielisyyksiä suoritustavoista kollegoiden kesken.

Vastaajien taustatiedoilla, kuten toimialasektorilla, työkokemuksen pituudella tai uimaopettajakoulutuksella ei ollut tilastollisesti merkitsevää vaikutusta koettuihin haasteisiin, vaikkakin yksityisellä yrittäjällä työskentelevät uimaopettajat kokivat kohtaavansa haasteita suoritusmerkkijärjestelmän käytössä useammin kuin muut vastaajat.

Kuntapuolen uimaopettajat kokivat muita useammin haasteeksi suoritusten

OSAA OTTAA VASTAAN MERKKISUORITUKSIA



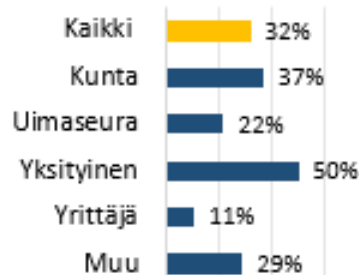
KOKEE HAASTEITA SUORITUSMERKKIJÄRJESTELMÄÄ KÄYTTÄESSÄÄN



HAASTEET SUORITUSMERKKIJÄRJESTELMÄN KÄYTÖSSÄ



HAASTEITA SUORITUSMERKKIJÄRJESTELMÄN KÄYTÖSSÄ



aikataulutuksen sekä suoritusvaatimusten ja ohjeiden vaikeaselkoisuuden. Yksityisellä puolella korostui hieman muita useammin suunnittelun työllistävyys sekä muut haasteet.

