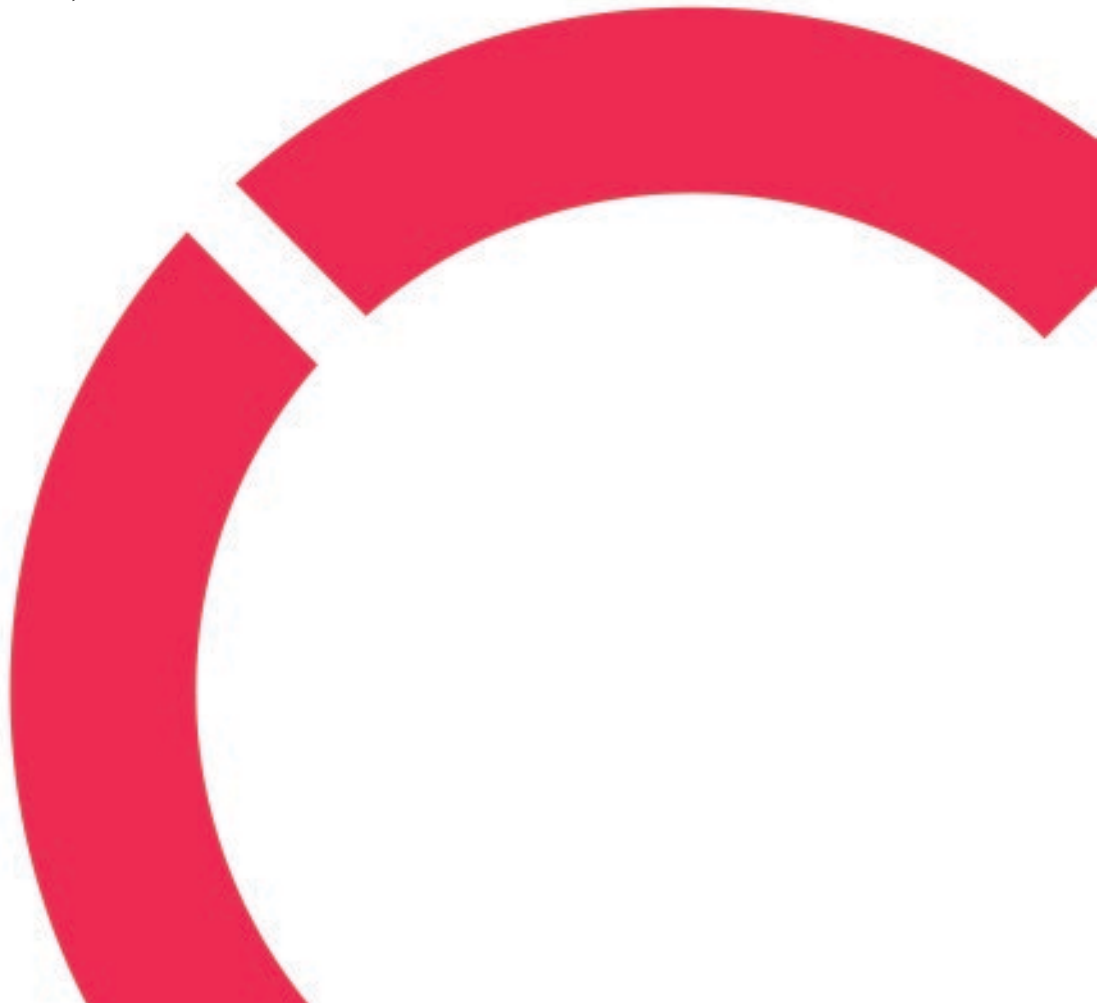


**Jenna Tossavainen**

**KITINKANKAAN VIRKISTYSALUEEN KEHITTÄMISTUTKIMUS  
JA MARKKINOINTISUUNNITELMA**

**Opinnäytetyö  
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU  
Tradenomi (ylempi AMK), Liiketoimintaosaaminen  
Kesäkuu 2024**



## TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

<b>Centria-ammattikorkeakoulu</b>	<b>Aika</b> Kesäkuu 2024	<b>Tekijä/tekijät</b> Jenna Tossavainen
<b>Koulutus</b> Tradenomi (ylempi AMK), Liiketoimintaosaaminen		<input type="checkbox"/> AMK <input checked="" type="checkbox"/> YAMK
<b>Työn nimi</b> KITINKANKAAN VIRKISTYSALUEEN KEHITTÄMISTUTKIMUS JA MARKKINOINTISUUNNITELMA		
<b>Työn ohjaaja</b> Marko Ovaskainen		<b>Sivumäärä</b> 82 + 3 liitettä
<b>Työelämäohjaaja</b> Jukka Oravainen		
<p>Opinnäytetyön toimeksiantaja oli YritysKannus Oy. Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää Kannuksessa sijaitsevan Kitinkankaan virkistysalueen käyttäjäkuntaa, käyttöastetta sekä kokemuksia palveluiden laadusta, tarjonnasta sekä saavutettavuudesta. Lisäksi työssä tarkasteltiin, miten Kitinkankaan virkistysaluetta tulisi markkinoida paikallisella sekä myös laajemmalla tasolla.</p> <p>Työn tietoperustassa käsiteltiin palvelua kokonaisuutena, erityisesti laadun, tuotteistamisen, palvelumuotoilun sekä markkinoinnin näkökulmasta.</p> <p>Empiirisen opinnäytetyön tutkimusaineisto kerättiin kvantitatiivisella eli määrällisellä menetelmällä, joka sisälsi myös kvalitatiivisen eli laadullisen menetelmän elementtejä. Vastaajille laadittiin kyselylomake, johon oli toukokuussa 2022 mahdollista vastata verkossa Webropol-kyselynä. Lisäksi kyselyn paperilomakkeeseen oli mahdollista vastata Kannuksessa järjestetyillä SYKE-messuilla sekä kaupungin eri palvelupisteissä. Avoimesta kyselystä tiedotettiin Kannuksen kaupungin kotisivuilla sekä muissa sosiaalisen median kanavissa.</p> <p>Kyselyn tuloksissa oli havaittavissa selkeästi tekijöitä, jotka kohdennetun markkinoinnin keinoin voisivat lisätä Kitinkankaan virkistysalueen ja Kannuksen kaupungin tunnettuutta sekä vetovoimaisuutta. Palvelutarjonta ja sen laatu koettiin yleisesti hyvänä, lisäksi tuloksista ilmeni potentiaalisia kehitettäviä kohteita virkistysalueella.</p> <p>Johtopäätöksiä sekä ehdotelmia jatkotoimenpiteistä muodostettiin saatujen tulosten pohjalta. Jatkotoimenpide-ehdotuksissa pyrittiin ottamaan huomioon käytettävissä olevat resurssit sekä mahdollinen tarve lisäselvityksille.</p> <p>Tutkimuksen pohjalta laadittiin myös kalenterivuoden kattava markkinointisuunnitelma syksyllä 2023 käynnistyneen Kitinkankaan virkistysalueen kehittämishankkeen tueksi.</p>		

<b>Asiasanat</b> asiakaskokemus, markkinointisuunnitelma, palveluiden laatu, palveluiden markkinointi, palvelumuotoilu
---

## ABSTRACT

<b>Centria University of Applied Sciences</b>	<b>Date</b> June 2024	<b>Author</b> Jenna Tossavainen
<b>Degree programme</b> Master of Business Administration, Business Competence		
<b>Name of thesis</b> DEVELOPMENT RESEARCH AND MARKETING PLAN OF KITINKANGAS RECREATION AREA		
<b>Centria supervisor</b> Marko Ovaskainen	<b>Pages</b> 82 + 3 attachments	
<b>Instructor representing commissioning institution or company</b> Jukka Oravainen		
<p>This thesis was commissioned by YritysKannus Oy. The purpose of this research was to find out the user base, usage rate and experiences with the quality, supply and accessibility of the services regarding Kitinkangas recreation area located in Kannus. In addition, the thesis looked at how the recreation area of Kitinkangas should be marketed on a local and domestic level.</p> <p>The theoretical part of this thesis focused on service as a whole, especially from the perspective of quality, productization, service design and marketing.</p> <p>The research material for the empirical thesis was collected using a quantitative method which also included elements of a qualitative method. A questionnaire was prepared for the respondents, which they could answer online as a Webropol survey in May 2022. It was also possible to answer the questions on the paper form of the survey at the SYKE fair that was organized in Kannus and at various service points in the city. The open survey was announced on the website of the city of Kannus and on other social media channels.</p> <p>In the results of the survey, it was noticeable that targeted marketing could increase the awareness and attractiveness of the recreation area of Kitinkangas and the city of Kannus. The service offering and its quality were perceived to be generally good, and the results revealed potential development sites in the recreation area.</p> <p>Conclusions and proposals for further measures were formed based on the results obtained. In the proposals for a follow-up measure, an effort was made to take into account the available resources and the possible need for additional clarifications.</p> <p>Based on the research, a marketing plan was also compiled for a period of one year. The marketing plan was made to support the development project of the Kitinkangas recreation area, which started in the fall of 2023.</p>		
<b>Key words</b> Customer experience, marketing of services, marketing plan, quality of services, service design		

**TIIVISTELMÄ  
ABSTRACT  
SISÄLLYS**

<b>1 JOHDANTO</b> .....	<b>1</b>
<b>2 PALVELUN LAATU JA PALVELUKOKEMUS</b> .....	<b>3</b>
2.1 Palveluiden määritelmä .....	3
2.2 Palveluprosessi.....	4
2.3 Palveluiden laatutekijät .....	4
2.4 Palvelu- ja asiakaskokemus.....	5
<b>3 PALVELUIDEN TUOTTEISTAMINEN JA PALVELUMUOTOILU</b> .....	<b>9</b>
3.1 Palveluiden tuotteistaminen, muotoilu ja prosessit.....	9
3.1.1 Asiakasymmärrys.....	11
3.1.2 Arvon muodostuminen ja arvot osana asiakkaan kokemusta .....	12
3.1.3 Käyttäjälähtöinen innovointi .....	13
3.1.4 Palvelupolku .....	14
3.1.5 Blueprint .....	15
3.2 Uuden palvelun luominen yhteistyöverkostossa.....	16
3.3 Olemassa olevan palvelun uudistaminen .....	17
3.4 Palveluiden tuottamisen erityispiirteet julkisessa organisaatiossa.....	18
3.5 Tunnelma- ja tarinalähtöinen muotoilu.....	18
<b>4 PALVELUIDEN MARKKINOINTI</b> .....	<b>21</b>
4.1 Markkinointi osana kaupungin kehittämistyötä.....	21
4.2 Paikan markkinointi ja alueellinen brändäys .....	22
4.2.1 Brändi-imago ja mielikuva.....	24
4.2.2 Vetovoimatekijät .....	25
4.3 Inklusiivinen markkinointi.....	26
4.4 Palveluiden markkinoinnin trendit.....	28
4.5 Markkinoinnin viestintäkanavat ja mittarit .....	29
<b>5 TOIMEKSIANNON KUVAUS JA OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS</b> .....	<b>32</b>
5.1 Toimeksiantajan esittely ja opinnäytetyön lähtökohdat .....	32
5.2 Kitinkankaan virkistysalueen tarjoamat palvelut .....	33
5.3 Tutkimusmenetelmä ja aineisto .....	34
5.4 Validiteetti ja reliabiliteetti .....	35
<b>6 OPINNÄYTETYÖN TULOKSET</b> .....	<b>37</b>
6.1 Vastaaajien taustatiedot .....	37
6.2 Kitinkankaan virkistysalueen palvelut ja niiden käyttö .....	39
6.3 Palvelukokemus.....	47
6.4 Avoimet kysymykset .....	51
<b>7 MARKKINOINTI- JA VIESTINTÄSUUNNITELMA</b> .....	<b>53</b>
7.1 Markkinointi- ja viestintäsuunnitelman laadinta ja prosessi .....	53
7.2 Suunnitelmaan sisällytetyjä tärkeitä erityisteemoja .....	54
7.3 Suunnitelman hyödyntäminen osana virkistysalueen kehittämistä .....	56

<b>8 POHDINTA, JOHTOPÄÄTÖKSET JA JATKOTOIMENPITEET .....</b>	<b>58</b>
<b>8.1 Pohdinta .....</b>	<b>58</b>
<b>8.2 Johtopäätökset.....</b>	<b>63</b>
<b>8.3 Jatkotoimenpiteet.....</b>	<b>71</b>

<b>LÄHTEET .....</b>	<b>79</b>
----------------------	-----------

#### **LIITTEET**

LIITE 1. Kitinkankaan virkistysalueen kehittämistutkimus, kyselylomake

LIITE 2. Kitinkankaan virkistysalueen kehittämistutkimus, kyselylomakkeen avoimet vastaukset

LIITE 3. Markkinointi- ja viestintäsuunnitelma, luottamuksellinen asiakirja

#### **KUVIOT**

KUVIO 1. Asiakaskokemuksen kohtaamispisteet .....	7
KUVIO 2. Asiakaslähtöisyys palvelumuotoilun perustana .....	14
KUVIO 3. Palvelubrändin kehittämisprosessi .....	25
KUVIO 4. Vastaajien sukupuoli .....	37
KUVIO 5. Vastaajien ikäluokka .....	38
KUVIO 6. Vastaajien asuinkaupunki.....	39
KUVIO 7. Kitinkankaan virkistysalueen palvelut ja niiden tuntemus.....	40
KUVIO 8. Mitä virkistysalueen palveluita vastaajat ovat käyttäneet? .....	41
KUVIO 9. Kiinnostavimmat virkistysalueen palvelut.....	43
KUVIO 10. Kuinka usein vastaajat käyttävät palveluita? .....	45
KUVIO 11. Kenen tai keiden kanssa vastaajat käyttävät palveluita?.....	46
KUVIO 12. Tyytyväisyys palveluihin .....	47
KUVIO 13. Mitä saan vapaa-aika palveluihin osallistumisesta?.....	48
KUVIO 14. Miten vastaajat haluavat lisätietoa palveluista? .....	50
KUVIO 15. Opinnäytetyön prosessikuvaus.....	62
KUVIO 16. Mihin palveluihin olette erityisen tyytyväinen? Miksi?.....	65
KUVIO 17. Mihin palveluihin olette tyytymätön? Miksi? .....	66
KUVIO 18. Miten Kitinkankaan aluetta ja sen olemassa olevia palveluita voitaisiin kehittää? .....	68
KUVIO 19. Millaisia uusia palveluita, toimijoita tai tapahtumia toivoisitte alueelle?.....	69
KUVIO 20. Millaista tietoa haluaisitte saada Kitinkankaan alueen palveluista? .....	70

#### **KUVAT**

KUVA 1. Kitinkankaan virkistysalue .....	34
--	----

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää Kannuksessa sijaitsevan Kitinkankaan virkistysalueen käyttäjäkuntaa sekä käyttöastetta. Lisäksi työssä tarkasteltiin, miten Kitinkankaan virkistysaluetta tulisi markkinoida paikallisella sekä myös laajemmalla tasolla. Tarve työlle lähti pyrkimyksestä määritellä tarkemmin alueen palveluiden käyttäjät sekä heidän kokemuksensa palveluiden laadusta, tarjonnasta sekä saavutettavuudesta. Lisäksi haluttiin selvittää käyttäjien toiveita alueen kehittymisen näkökulmasta. Työstä saatavaa tietoa on tavoitteena hyödyntää alueen kehittämisesä esimerkiksi hanketoiminnan sekä yritysten välisen yhteistyön kautta.

Opinnäytetyön toimeksiantaja oli Kannuksen kaupungin 100 % omistama elinkeinoyhtiö YritysKannus Oy, joka tarjoaa Kannuksen alueella yrityksille elinkeinoelämän neuvontapalveluita sekä vastaa esimerkiksi Kannuksen yritysrekisterin ylläpidosta. (YritysKannus 2022.)

Keski-Pohjanmaalla sijaitsevan Kannuksen asukasluku on noin 5400 henkeä. Kannuksen rajanaapurikuntia ovat Kalajoki, Kokkola, Toholampi sekä Sievi. Kannus on maaseutumainen kaupunki, jossa halutaan panostaa menestyvään elinkeino- sekä hyvinvointipalvelutoimintaan. Kitinkankaan virkistysalue tarjoaa paikkakunnalla laajat mahdollisuudet harrastaa liikunta-, urheilu- sekä muuta virkistystoimintaa. (Kannuksen kaupunki 2022.)

Opinnäytetyön päätutkimuskysymys on:

Millaisia käsityksiä Kitinkankaan virkistysalueen nykyisillä ja potentiaalisilla käyttäjillä on alueen palvelutarjonnasta, palvelujen tasosta sekä niiden kehittämistarpeista?

Työlle määritetty alatutkimuskysymys on:

Miten Kitinkankaan virkistysaluetta tulisi markkinoida alueen nykyisille sekä uusille käyttäjille paikallisella sekä laajemmalla tasolla?

Empiirinen tutkimus toteutettiin kvantitatiivista eli määrällistä menetelmää käyttäen, mutta se sisälsi myös kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän ominaisuuksia. Tutkimusaineisto kerättiin strukturoidulla kyselylomakkeella, joka sisälsi sekä suljettuja että avoimia kysymyksiä. Suljettujen kysymysten vastausvaihtoehdot oli määritelty valmiiksi ja avoimiin kysymyksiin oli vapaa vastausmahdollisuus.

Opinnäytetyö rakentuu teoria-, tutkimus- sekä toiminnallisesta osuudesta. Lopuksi käsitellään pohdinta opinnäyteprosessista sekä esitetään jatkotoimenpide- ja kehitysehdotukset.

Opinnäytetyön tutkimusosion pohjalta toteutettiin toiminnallisena tuotoksena markkinointisuunnitelma Kitinkankaan virkistysalueen kehittämisen tueksi. Markkinointisuunnitelma konstruoidtiin teoreettiseen tietämykseen sekä käytännölliseen tiedon hankkimiseen pohjastaen. Näin ollen opinnäytetyöhön oli sidottu myös konstruktiivisen tutkimustavan mukaisia elementtejä. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2015, 65.)

Työn tietoperustassa hyödynnettiin aikaisempaa tutkimus- sekä teoretietoa, joka keskittyy opinnäytetyön kannalta keskeisiin näkökulmiin. Tietoperusta pyrittiin laatimaan johdonmukaisesti sekä lähdekriittistä tutkimustyöskentelyä noudattaen. Luvussa kaksi käsitellään yleisesti palvelun laatua ja palvelukokemusta. Luvussa kolme syvennyttään palveluiden tuotteistamisen ja palvelumuotoilun teorioihin. Luvussa neljä käsitellään palveluiden markkinointia. Tietoperustassa käytetään sekä ilmaisua asiakas että käyttäjä, sillä opinnäytetyön tekijänä koin, että asiakkaan sekä käyttäjän erottelu ei ole tarpeellista palveluiden ominaispiirteiden kannalta. Tässä työssä teoreettista lähdemateriaalia on sovellettu opinnäytetyöhön ja sen kontekstiin, sillä kirjallisuutta julkisen organisaation näkökulmasta esimerkiksi virkistys- ja erillisalueiden palvelumuotoiluun on saatavilla rajoitetusti.

Tietoperustassa korostuu myös opinnäytetyön tekijänä valitsemani erityisnäkökulmat, joihin olen syventynyt. Palveluiden tuotteistamisen ja palvelumuotoilun teoreettisessa osiossa tarkastelen tunnelma- ja tarinalähtöistä muotoilua osana palvelumuotoilun ajankohtaista toimintaympäristöä. Markkinoinnin teoreettisessa osiossa käsitelen vastuullisuuden ja monimuotoisuuden pohjaavaa inklusiivisuutta, erityisesti esteettömyyden kannalta.

Opinnäytetyön tutkimustulokset raportoidaan omassa luvussaan. Tutkimustulokset pyritään esittelemään rakenteellisesti johdonmukaisessa järjestyksessä asetettujen tutkimuskysymysten kannalta. Tulokset havainnollistetaan ja informaation hahmottamisen tukena käytetään kuvioita. Lisäksi saadut avoimet vastaukset on koottu erilliseksi liitetiedostoksi opinnäytetyöhön, josta ne ovat luettavissa siten, että vastauksia on ryhmitelty kategorioittain.

Opinnäytetyö on rajattu Kitinkankaan virkistysalueen kehittämisen kannalta keskeisimpiin substansseihin. Alueen nykyiset ja potentiaaliset palvelut, niiden kehittäminen sekä markkinoinnin näkökulma ovat työn tärkeimmät kulmakivet.

## 2 PALVELUN LAATU JA PALVELUKOKEMUS

Palvelu on vuorovaikutusprosessi, jossa keskeistä on asiakasymmärrys. Palvelulla pyritään ratkaisemaan asiakkaan tarpeita sekä lisäämään sitoutuneisuutta ja tyytyväisyyttä. Palvelut muodostuvat moniulotteisista kokonaisuuksista, jotka kytkeytyvät sekä tukeutuvat toisiinsa palveluiden tuotannon tai kulutuksen aikana. Hyvin suunniteltu ja toteutettu palvelu avaa mahdollisuuksia erottua ja saada kilpailukykyä markkinoilla, sillä palvelua on haastava kopioida. (Tuulaniemi 2011, 18-19.)

Hyvä palvelu on markkinointia. Tyytyväinen asiakas palaa käyttämään palvelua uudestaan, ja kertoo hyvästä palvelukokemuksestaan eteenpäin. Hyvää palvelukokemusta asiakkaalle voidaan pyrkiä luomaan esimerkiksi kehittämällä asiantuntijuutta tai kohdistamalla huomiota asiakkaan tarpeisiin palvelutapahtuman eri vaiheissa. Asiakkaan kokemukseen perustuva markkinointihyöty on todettu erittäin tehokkaaksi. (Eräsalo 2011, 16.)

### 2.1 Palveluiden määritelmä

Palvelu on kompleksinen aikaan sidottu kokonaisuus, jonka keskiössä on ihminen. Se koostuu ymmärryksestä, vuorovaikutuksesta, toiminnasta, kokemuksista sekä esimerkiksi ympäristöstä. Palvelut ovat aineettomia, mutta niihin voidaan liittää myös konkreettisia tavaroita ja hyödykkeitä. Palveluun ei ole mahdollista luoda omistussuhdetta eikä sitä voi kuluttaa loppuun. (Tuulaniemi 2011, 59.)

Palvelutapahtuman tulee pystyä muuntautumaan käyttäjän erilaisten tarpeiden ja vaihtuvien olosuhteiden mukaisesti, sillä ihmiset kokevat palvelun eri tavoin. Kokemukset voivat muodostua esimerkiksi palvelun oikea-aikaisuuden, nopeuden tai palveluympäristön siisteyden ja viihtyisyyden perusteella. (Eräsalo 2011, 12-13.)

Nykypäivän palveluiden suunnittelua sekä toimintakenttää ohjaavat vastuullisuuden ja kestävästi liiketoiminnan asettamat vaatimukset. Näitä vaatimuksia ovat esimerkiksi monimuotoisuuden, yhdenvertaisuuden ja tasa-arvon kehittäminen sekä työllisyyden ja työturvallisuuden edistäminen. Kyse on kestävästä toimintamallista, jossa huomioidaan palveluiden kohderyhmien lisäksi myös sidosryhmät ja heidän odotuksensa. Vastuullisuus luo kilpailuetua ja toimii strategiaa määrittävänä tekijänä yhteisten päämäärien saavuttamiseksi. (Palvelualojen työnantajat PALTA ry 2023.)



Suomessa palvelusektori on auktoritatiivinen yhteiskunnallisen hyvinvoinnin rakentaja. Palvelualat kantavat harteillaan merkittävää ympäristö – sekä myös sosiaalista ja taloudellista vastuuta. Suomeen halutaan luoda toimintaympäristöä, joka kannustaa investoimaan ja tukemaan talouskasvua tulevaisuuden palveluratkaisuiden ja innovaatioiden avulla. Ympäristön kannalta tavoitteena ovat esimerkiksi ilmastonmuutoksen hillitseminen, päästöjen vähentäminen sekä luontovaikutusten huomioiminen. (Palvelualojen työnantajat PALTA ry 2023.) Lähtökohtaisesti on optimaalista, että palveluiden tuottaminen ei pääasiallisesti kuluta yhtä paljon energiaa kuin konkreettiset tavarat ja hyödykkeet. Ne eivät vaadi varastointitilaa tai esimerkiksi luonnonvaroja samoissa määrin. Omistamisen sijaan palveluille on tyypillistä, että niitä lainataan, vuokrataan tai sovelletaan leasing-toimintaa. (Tuulaniemi 2011, 17.)

## **2.2 Palveluprosessi**

Palveluprosesseilla tarkoitetaan toisiinsa kytköksissä olevien toimintojen sarjaa, joiden tuloksena käyttäjä saa tarvitsemansa palvelun. Palveluprosessit voidaan jakaa sisäisiin ja ulkoisiin prosesseihin. Sisäiset prosessit koostuvat tapahtumasarjoista osana palveluiden suunnittelua ja tuotantoa. Ulkoiset prosessit ovat vuorovaikutuksellisia toimintoja palveluiden käyttäjien kanssa. Palveluiden käyttäjille näkyvää on vain ulkoisten prosessien osa-alue. (Grönroos 2009, 79-80.) Palveluprosessia toteuttaa palvelua tuottava organisaatio. Organisaation liiketoiminnalliset päämäärät ja käytettävissä olevat resurssit ohjaavat palveluvalikoimaa ja sen suunnittelua. Suunnittelussa pyritään yhdistämään asiakasymmärrys liiketoiminnan tavoitteisiin. (Tuulaniemi 2011, 104.)

Service Blueprinting palvelumalli on menetelmä, jonka avulla palveluprosessia ja sen piirteitä on mahdollista tarkastella lähemmin visuaalisuutta hyödyntäen. Menetelmässä palveluprosessi pilkotaan osiin, ja havainnoidaan prosessia sen käynnistymisestä toteutukseen sekä lopettamiseen saakka. Tarkoituksena on määritellä palvelun osapuolet, missä vaiheessa he palveluun osallistuvat sekä jaksottaa nämä tekijät ja tapahtumat ajallisesti. (Tuulaniemi 2011, 210.)

## **2.3 Palveluiden laatutekijät**

Palvelun laatu kuvaa käyttäjän subjektiivisten ja henkilökohtaisten mielikuvien ja odotusten suhdetta toteutuneeseen palvelutapahtumaan- ja prosessiin. Palvelun laatu voidaan jakaa kahteen eri osa-alueeseen, jotka ovat tekninen- sekä toiminnallinen laatu. Tekninen laatu kertoo, mitä käyttäjä saa, kun

tuotteita tai palveluita tuotetaan käyttäjälle tai käyttäjän kanssa yhdessä. Toiminnallisella laadulla tarkoitetaan käyttäjän kokemusta tuotanto- tai palvelun kulutusprosessista ja sen sujuvuudesta. (Grönroos 2009, 100-102.)

Palvelun laadusta ja sen osa-alueista alettiin kiinnostumaan erityisesti 1970-luvun lopulla (Grönroos 2009, 99). Tuolloin havainnoitiin, että asiakkaiden ostokäyttäytymiseen on mahdollista vaikuttaa vuorovaikutusta ja sen laatua hyödyntämällä. Yhteiskunnan tuotannollisista rakenteista on siirrytty nykyaikaiseen palvelullistamiseen eli tuote-palvelukokonaisuuksien tarjoamiseen. (Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 17.)

Laatu on käsitteenä haastava, sillä laadun mittaa aina asiakas. Palvelun tuottajien toimintaa ohjaavat erilaiset sertifiikatit, laatumääritykset sekä ohjeistukset. Näiden tekijöiden avulla on kuitenkin mahdollista määrittää vain vähimmäistaso kokonaislaadulle. (Eräsalo 2011, 17.)

Palvelun laatu on luonteeltaan henkilökohtaista. Se syntyy omistautumisesta ja läsnä olemisesta, palvelua ei tule suorittaa prosessinomaisesti. Palvelutilanteet ovat vaihtuvia myös nopeuden suhteen, jolloin palvelutilanteen kesto kompensoi koettua laadun tasoa. Lyhytkestoinen palvelutilanne luo haasteita korkean laadun ylläpitämiseen, sillä asiakkaat odottavat saavansa nopeastikin hyvää ja korkeatasoista palvelua. (Eräsalo 2011, 21-22.)

Imago eli mielikuva vaikuttaa käyttäjän laatukokemukseen. Myönteinen mielikuva antaa anteeksi pieniä virheitä ja epäonnistumisia helpommin. Kielteinen mielikuva, joka on ehtinyt muodostumaan toistuvien epäkohtien myötä, voi olla haasteellinen korjata. Laatukokemuksen kehittäminen tulee olla koko organisaation yhteinen tahtotila. Palveluhenkilöstön tehtävä on kannustaa asiakasrajapinnassa käyttäjiä kertomaan tarkemmin kokemuksistaan, toiveistaan sekä odotuksistaan palvelun laadussa. Kertomalla esimerkiksi kielteisestä kokemuksestaan, käyttäjä antaa palveluntarjoajalle mahdollisuuden korjata toimintaansa. Saatuun signaaliin tulee reagoida viipymättä, sillä informaatio on laatutyöskentelyssä, palvelutarjonnan kehittämisessä ja imagon hallinnassa arvokasta. (Eräsalo 2011, 20-21.)

## **2.4 Palvelu- ja asiakaskokemus**

Kaikki yksityiset ja julkiset organisaatiot, koosta ja toimialasta riippumatta, tuottavat erilaisia asiakkaan palvelukokemuksia (Saarijärvi & Puustinen 2020, 29). Palvelukokemus on henkilökohtainen,

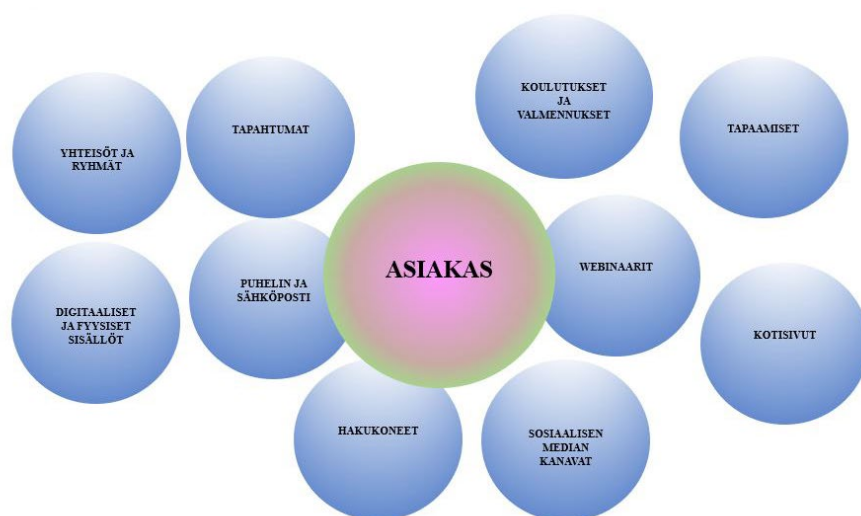
joten sitä ei voi suunnitella etukäteen. Se muodostuu asiakkaalle jokaisen palvelutapahtuman aikana. Palveluntuottajan on pyrittävä optimoimaan subjektiivinen palvelukokemus keskittymällä mahdollisimman hyvään palveluprosessiin, työskentelytapoihin, tiloihin, vuorovaikutukseen sekä häiriötekijöiden minimoimiseen. (Tuulaniemi 2011, 26.) Monipuoliset ja muuttuvat palvelusisällöt sekä eri taustoista tulevat asiakkaat edellyttävät asiakasrajapinnassa työskenteleviltä henkilöiltä vuorovaikutteista moniosaamista. Muuntautumiskykyistä osaamista palvelukokemuksen tuottamisessa tarvitaan aina toimistotyöskentelystä ulkona tapahtuviin käytännön toimiin asti. (Tonder 2013, 37.)

Asiakaskokemus on moniulotteinen ja alkaa varhaisessa vaiheessa, kun potentiaalinen asiakas etsii tietoa palveluista. Tiedonhaku ja tarvemäärittely on ensimmäinen vaihe, jossa asiakas tulee vakuuttaa ja herättää kiinnostus. Digitaalinen aikakausi antaa erinomaiset mahdollisuudet löytää ja valita palveluntarjoaja oikeassa paikassa, oikeaan aikaan. Digitaaliset työkalut ja fyysisessä ympäristössä tapahtuva kohtaaminen tarjoavat viimeistellysti toteutettuna asiakkaalle merkityksellisen palvelukokemuksen. Tämä johtaa usein asiakaskokemuksen vaiheeseen, jossa asiakas toimii lopulta myös palvelun suosittelijana. (Ahvenainen, Gylling & Leino 2017, 10-11.) Myös Saarelaisen mukaan (2019) asiakaskokemuksen ainutlaatuisuus johtaa usein suositteluun, tuoden uusia asiakkaita sekä parantaen yrityskuvaa. Ylivoimaisia asiakaskokemuksia voidaan tuottaa kehittämällä ja erilaistamalla palveluita käyttäjakeskeisen suunnittelun eli palvelumuotoilun menetelmin. Tärkeintä on persoonallisuus ja erottuvuus, kustannusten ei tarvitse olla korkeita. (Saarelainen 2019, 73-74.)

Asiakaskokemus koostuu kolmesta osatekijästä, joita ovat fyysinen kohtaaminen, digitaalinen kohtaaminen sekä tiedostamaton kohtaaminen eli brändi. Näiden osatekijöiden pohjalta syntyy asiakkaan todellinen ja pitkäkestoinen tunnekokemus. Fyysinen ja tunnistettavin kokemus syntyy, kun asiakas ja palveluntarjoajan edustaja kohtaavat kasvotusten. Toisena yhä tärkeämmäksi kohtaamisen muodoksi on noussut digitaalinen kohtaaminen, asiakkaan käydessä itsenäisesti tutustumassa verkossa eri vaihtoehtoihin etsien sopivaa ratkaisua. Tiedostamattomalla kohtaamisella tarkoitetaan tunnekokemuksia, jotka muodostuvat aiemmista olettamuksista, mielikuvista tai näkemyksistä. Nämä vaikuttavat brändimielikuvan syntyyn. (Ahvenainen ym. 2017, 33-34.)

Ahvenainen ym. (2017) vertaavat asiakaskokemusta mielenkiintoisesti pallomeren palloihin. Ennakoon ei voida tietää, missä kanavassa asiakas ensimmäisen kerran kohtaa palveluntarjoajan. Kun asiakaskokemusta lähdetään kehittämään, tulee muistaa, että asiakas koskettaa ensin yhtä kohtaamispistettä eli tässä vertauskuvassa palloa, mutta käsittelee kokonaisuutta pallomerenä. Kohtaamispisteiden ja kokemusten yhdistelmät muodostavat asiakaskokemuksen. Asiakas saattaa saada toisessa kanavassa

erinomaista palvelua, mutta toisen kohtaamispisteen kohdalla hän voi joutua syystä tai toisesta pettymään. Erityisesti tämän vuoksi asiakkaan palveluprosessia tulee käsitellä yhtenäisenä eheänä kokonaisuutena ja kommunikaatioon ja tiedonkulkuun panostaa. (Ahvenainen ym. 2017, 66-68.) Keskittämällä huomiota niihin kohtaamispisteisiin, joista tulee eniten kriittistä palautetta, voidaan lähteä korjaamaan palveluprosessia tasalaatuisemmaksi. Palveluprosessin suunnittelun ja optimoinnin avulla palvelun laadun vaihtuvuus tasoittuu. Tämä on merkityksellinen työkalu erityisesti palveluympäristöissä, joissa useat henkilökunnan edustajat ja työntekijät palvelevat asiakasta. (Saarelainen 2019, 73.) Kuviossa 1 on esitetty asiakaskokemuksen kohtaamispisteet vertauskuvallisesti pallomerellä.



KUVIO 1. Asiakaskokemuksen kohtaamispisteet (mukaillen Ahvenainen, Gylling & Leino 2017, 66-67)

Kohtaamispisteiden johtamisen lisäksi asiakaskokemuksen johtamiseen voidaan käyttää myös erilaisia strategisen johtamisen menetelmiä ja malleja. Menetelmien valinta ja soveltuvuuden arviointi riippuu toimialasta ja tavoitellusta asiakaskokemuksesta. Menetelmiä ovat esimerkiksi sinisen meren strategia, SWOT-analyysi, Porterin viisi kilpailuvoimaa, strategiakartta, VRIO-malli sekä Kano-malli. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 161-163.)

Elämme asiakkaan aikakautta, joka edellyttää asiakkaiden tarpeiden etusijalle asettamista päätöksenteossa. Asiakaskokemusta johdetaan tuottamalla positiivista työntekijäkokemusta ja siirtämällä positiivista kokemusta asiakkaalle yksityiskohtia hiomalla ja asiakkaan tarpeet ylittämällä. (Koivisto ym. 2019, 22.) Puhutaan tunnekohtaamisesta, jonka juuret ovat palveluntarjoajan henkilöstössä ja organisaation kulttuurissa. Paras asiakaskokemus syntyy tunnevuorovaikutuksen määrittelemänä, osaamisen

ja johtamisen kautta. Tunneosaaminen luo läsnäoloa ja parhaansa tekemisen ilmapiiriä. Se välittyy asiakkaalle. (Killström 2020, 95-97.)

Nykyaikana asiakaskokemuksen tunnistamisessa on tullut avuksi teknologian avulla saatava informaatio, jossa ihmisten tunteita pystytään havaitsemaan tekoälyn avustamana. Tekoälyn avulla voidaan tulkita esimerkiksi kasvojen ilmeitä. Tekniikka ja sen hyödyntäminen tunteiden tulkinnassa lisääntyy koko ajan palvelualalla. Hyötynä on esimerkiksi mahdollisuus mukauttaa reaaliaikaista palvelua ja näin tuottaa asiakkaalle laadukkaampi palvelukokemus. (Killström 2020, 149.)

### 3 PALVELUIDEN TUOTTEISTAMINEN JA PALVELUMUOTOILU

Palvelumuotoilu on muotoiluajatteluun pohjautuva osaamisala. Se on erikoistunut kehittämään asiakas- ja työntekijäkokemuksia sekä palveluliiketoimintaa. Palvelun käyttäjä on kehittämisen keskipiste roolista riippumatta. Rooleja voivat olla esimerkiksi asiakkaan, asiakaspalvelijan tai yhteistyökumppanin rooli. Palvelumuotoilu kehittää yrityksen kaikkia toimintoja käyttäjälähtöisemmiksi. Sen menetelmillä voidaan edistää palveluiden sujuvuutta, helppoutta, elämyksellisyyttä sekä vedota tunteisiin ja arvoihin. (Koivisto ym. 2019, 34-35.)

Palvelumuotoilun keinoin voidaan lisätä asiakaslähtöisyyttä ja selkeyttä ydin- ja tukitoimintoja sekä luoda uudenlaisia elementtejä palveluympäristöön. Palvelumuotoilun työkalupakki tarjoaa avaimia strategisten mahdollisuuksien löytämiseen, olemassa olevien palveluiden kehittämiseen sekä uusien mahdollisuuksien ideoimiseen ja jalostamiseen ja lopulta tuotteistamiseen konkreettisiksi palveluiksi. Se tuo perinteisestä muotoilusta tutut elementit palveluihin ja niiden kehittämisen menetelmiin. (Tuulaniemi 2011, 24.) Palveluiden tuotteistaminen sekä muotoilu ovat globaalisti yksi lähitulevaisuuden suurimmista innovaatioalustoista (Tuulaniemi 2011, 19).

#### 3.1 Palveluiden tuotteistaminen, muotoilu ja prosessit

Palvelumuotoilu oli vielä joitakin vuosia sitten jokseenkin tuntematon kehitysmenetelmä. Nykyisin vain harva palvelualan toimija ei ole kuullut siitä. Alkuun palvelumuotoilua hyödynnettiin lähinnä yksittäisissä projekteissa ja yhteistyössä palvelumuotoilun ammattilaisten kanssa. Tänä päivänä suuntaus on organisaatioiden oman sisäisen palvelumuotoilun osaamisen vahvistamisessa. Mahdollisuuksiin on havahduttu ja menetelmän tarjoamia oppeja aloitettu soveltamaan liiketoiminnan kehittämistyössä. Suomessa palvelumuotoilu on kehittynyt hiljalleen ensiarvoiseksi edelläkävijöiden työkaluksi. (Koivisto ym. 2019, 10.) Palvelumuotoilun suosioon on vaikuttanut myös merkittävästi asiakaslähtöisyyden ja asiakaskokemuksen korostuminen strategisena kilpailukeinona (Koivisto ym. 2019, 20).

Tuotteistamisen perusta on asiakkaan tarpeisiin vastaaminen. Jotta asiakkaan tarve tai ongelma voidaan ratkaista, on asiakasymmärrys ja tuntemus välttämätöntä. Juurisyys ymmärtämällä voidaan tuotteistaa vetovoimainen ja kilpailukykyinen tuote tai palvelu. On tehtävä havaintoja mitkä tekijät ovat asiakkaan silmissä merkityksellisiä ja ennen kaikkea mistä syystä ne ovat sitä. (Tonder 2013, 39.)

Perinteisesti muotoilu mielletään materiaalisten kohteiden, kuten esineiden ja tilojen, suunnitteluun liittyväksi työskentelyksi. Perinteinen muotoilu on esteettistä toimintaa, jota on hyödynnetty tuotekehitysprosessin loppupäässä valmiiksi kehitettyyn tuotteeseen tai palveluun. Palvelumuotoilussa on siirrytty strategisempaan rooliin organisaation kokonaisvaltaisissa prosesseissa. Muotoilun rooli on vahvistunut tarpeiden tulkitsijana ja ihmislähtöisenä innovointiprosessina. (Koivisto ym. 2019, 31.) Ilman prosesseja lopputulos on sattumanvarainen ja kehittäminen vaikeaa, sillä prosessit pitävät sisällään toimenpiteet ja järjestyksen tekemiselle. Ne määrittävät resurssit, tilan, ajan sekä asiantuntijuuden. Prosesseja tarvitaan onnistumiseen. (Rantanen 2016, 48.)

Palvelumuotoilun kokeilut aloitetaan usein yksittäisten projektien kautta, ulkopuolisia ammattilaisia hyödyntäen. Samalla kokeileva organisaatio oppii muotoilun menetelmiä, ja pienin askelin niitä voidaan lähteä myös itse testaamaan. Kokeiluvaiheen jälkeen siirrytään hiljalleen prosessin kehittämisen vaiheeseen, kun muotoilun haltuunotto on onnistuneesti toteutettu organisaatiossa. Projektin omistajuutta lähdetään jalkauttamaan sisäiseen organisaatioon, muodostamalla johtajuutta, designtiimejä ja palvelumuotoilun omia toimintatapoja. Sisäistä viestintää tulee tukea ja lisätä, jotta uusiin tapoihin ja työkaluihin on helpompi sitoutua ja toimintaa vakiinnuttaa. Kokeilevien projektien avulla pyritään saamaan näyttöä uusien toimintatapojen tuomista hyödyistä. Projektien tavoitteet tulee määritellä tarkasti mitattaviksi, rajata projekti ja työskentely dokumentoida, jotta siihen voidaan palata oppimaan. (Koivisto ym. 2019, 200-214.)

Palvelumuotoilu edellyttää asioiden tarkastelua laajemmasta näkökulmasta, jossa myös aikaisemmat kokemukset ja mielikuvat huomioidaan. Nykytilaan pohjautuvat mielipidekyselyt eivät yksinään tuota riittävästi informaatiota, mitä kaikkea uutta voitaisiin luoda ja kehittää. Havainnoimalla kokonaisvaltaisemmin sekä menneessä että nykyhetkessä ihmisten erilaisia tapoja toimia sekä heidän odotuksiaan, voidaan saada tärkeää lisäinformaatiota erilaisten tutkimuksien tueksi. Pyrkimällä ymmärtämään myös menneisyyttä ja ottamalla huomioon käyttäjien aikaisemmat tunteet ja kokemukset, voidaan palvelupolkua vahvistaa käyttäjälähtöisemmäksi laajemmalle käyttäjäkunnalle. (Rantanen 2016, 13-14.)

Palvelumuotoilu voidaan jakaa viiteen kehittämisen osa-alueeseen. Osa-alueista ensimmäinen on palveluprosessien ja kontaktipisteiden kehittäminen, joka tarkoittaa asiakkaan ja palveluntarjoajan välissä olevaa rajapintaa, jossa vuorovaikutus tapahtuu ajallisena prosessina joko fyysisessä tai digitaalisessa ympäristössä. Toisena osa-alueena palvelutuotteiden ja tarjooman kehittäminen keskittyy uusiin ja olemassa oleviin tuotteisiin sekä palveluihin. Kolmantena osa-alueena palveluviestinnän, -myynnin ja markkinoinnin kehittämisen keskiössä ovat brändäys, myyntikanavat sekä markkinointimenetelmät.

Yrityksen sisäisen toiminnan kehittäminen keskittyy neljäntenä osa-alueena sisäiseen palvelukulttuuriin, rakenteisiin sekä toimintamalleihin. Viides osa-alue on yrityksen liiketoiminnan kehittäminen, jota kutsutaan myös liiketoimintamuotoiluksi. (Koivisto ym. 2019, 57-61.)

### 3.1.1 Asiakasymmärrys

Palvelumuotoilu perustuu asiakasymmärrykseen. Asiakkaalle merkitykselliset ja tärkeät tekijät ovat arvokasta tietoa ja asiakkaan tarpeita ja toiveita pyritäänkin ymmärtämään mahdollisimman syvästi. Luottamus asiakkaaseen on tärkeää, sillä usein palveluntuottajan näkemykset asiakkaalle merkityksellisistä tekijöistä voivat erota huomattavasti tarkasteltuna asiakkaan omasta näkökulmasta. Tuotelähtöinen ajattelutapa on muuttunut palvelulähtöiseksi, ja tämä voi edellyttää uudelleenjärjestelyä palveluntarjoajan arvontuotantoverkostossa. (Koivisto ym. 2019, 18-19.) Eräsalo (2011) korostaa asiakasymmärryksessä myös palautteen merkitystä. Hän kehottaa suhtautumaan asiakkailta saatuun palautteeseen ja mahdolliseen kritiikkiin mahdollisuutena kehittää toimintaa. Palaute voi olla hyvin monipuolista, ja sen vastaanottaminen vaatii taitoa ja kykyä reflektoida saatua tietoa. (Eräsalo 2011, 108.)

Asiakkaan kokema motivaatio, arvo ja merkityksen tunne ovat hintaa tärkeämpiä kilpailutekijöitä. Ihmiset ovat valmiita panostamaan heille merkityksellisiin asioihin. (Tuulaniemi 2011, 30.) Motivaatio ohjaa ihmisiä, ja motivaatioon perustuva palveluiden segmentointi on havaittu tehokkaaksi. Päätöksiä tehdään todennäköisemmin henkilökohtaisten mielenkiinnon kohteiden perusteella kuin sosio-demografisten muuttujien, kuten iän, sukupuolen, koulutuksen tai tuloluokan mukaan. On havaittu, että motivaatioon liittyvien tekijöiden vaikutus on hyvin voimakasta ihmisten osto- ja kulutuskäyttäytymiseen. (Tonder 2013, 44-45.)

Asiakas on yksilö, mutta palvelumuotoilun menetelmät huomioivat myös asiakkaiden muodostamia ryhmiä ja niiden yhteisiä piirteitä. Näitä yhdistäviä piirteitä voivat olla esimerkiksi yritysasiakkaat, perheet, yksityisasiakkaat tai turistit. Asiakasryhmistä huomioidaan yksilöllisiä eroja, mutta pyritään myös tunnistamaan palvelutapahtumaan kohdistuvia samankaltaisia odotuksia. Tämä auttaa palveluntarjoajaa arvioimaan yleiskuvaa mitä palvelulta asiakasryhmien tarpeisiin odotetaan. (Eräsalo 2011, 94.)

Käytännöllisesti katsoen, organisaatioiden on jalkauduttava kentälle ja vietävä tekeminen sinne, missä asiakkaat voidaan tavoittaa. Päämääränä on muodostaa reitti, jossa organisaatio ja asiakas kohtaavat.



Asiakasymmärryksen kannalta kunnan arvoista tietoa haalitaan mm. siitä, miten asiakkaat kokevat toiminnan, mikä heitä inspiroi, sykkähdyttää, motivoi tai jopa aiheuttaa kielteisiä tuntemuksia. Pitkällä tähtäimellä asiakkaiden kielellä kommunikointi on ainoa tuloksellinen toimintatapa. (Keronen & Tanni 2017, 21.)

### **3.1.2 Arvon muodostuminen ja arvot osana asiakkaan kokemusta**

Ihmisen ajattelua ja toimintaa ohjaa persoonallisuuteen yhteydessä oleva arvopohja. Arvot ohjaavat käsityksiä merkityksellisistä asioista, joita pidetään tärkeänä tai halutaan tavoitella. Arvot voidaan jakotella esimerkiksi varsinaisiin arvoihin, ihanteisiin, aineellisiin tai aineettomiin arvostuksiin sekä arvokkaisiin kokemuksiin. Varsinaiset arvot perustuvat moraalisiin arvoihin. Varsinaisten arvojen jälkeen tulevat ihanteet, jotka ovat yleisesti tavoittelemisen arvoiksi hyväksyttäviä asioita, kuten oikeudenmukaisuus, luotettavuus sekä tasa-arvoisuus. Aineelliset tai aineettomat arvostukset, kuten raha tai elämän laatu voivat olla yksilön henkilökohtaisia arvon mittareita. Arvokkaat kokemukset taas tuottavat hyvää oloa yksilölle itselleen. (Eräsalo 2011, 36-37.)

Mielenkiintoinen arvoa muodostava osa-alue pohjautuu ympäristöarvoihin, jossa ympäristöön liitetyt arvot ovat sidoksissa ihmisen luontosuhteeseen sekä kokemukseen elinympäristöstään. Esimerkiksi paikkoihin kytkeytyvät muistot, kokemukset tai havainnot luovat ainutlaatuisia aineettomia ympäristöarvoja. Paikallinen kokemustieto ja ympäristöarvot ovatkin usein sidoksissa toisiinsa. Ympäristöarvoja voivat olla esimerkiksi hiljaisuus, virkistys tai kaunis maisema. (Markkula 2023.)

Globaalisti arvot ovat digitalisaation myötä jokseenkin yhdentyneet yhä enemmän. Pitkällä aikavälillä on havaittu esimerkiksi ympäristö- ja vastuullisuuden liittyvien arvojen vahvojakin muutoksia. Havaintoja on tehty erityisesti nuoremman väestöluokan keskuudessa ja erityisesti heidän ostokäyttäytymisessään. Arvot ovat kulttuurisidonnaisia, ja yhteisten arvojen löytäminen eri kulttuurien kesken tapahtuu yleisesti ottaen hitaasti, mutta yksilötasolla muutokset voidaan omaksua nopeammin. (Hänti 2021, 15.)

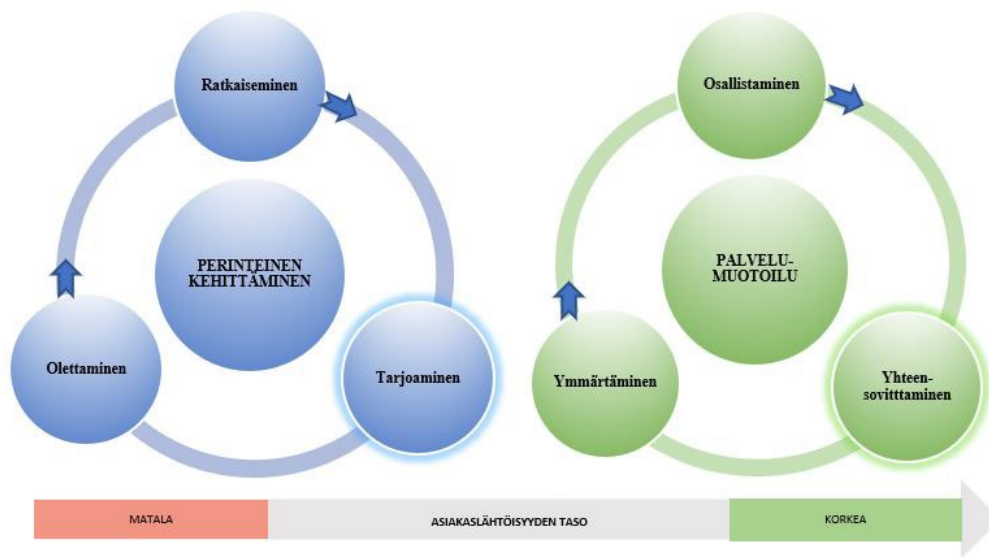
### 3.1.3 Käyttäjälähtöinen innovointi

Käyttäjälähtöisellä innovoinnilla tarkoitetaan asiakasta osallistavaa suunnittelun työskentelytapaa, joka hyödyntää yhteissuunnittelun ja iteraation prosesseja. Yhteissuunnittelussa asiakas voi osallistua tuotteiden tai palveluiden suunnitteluun yhdessä muotoilutiimin kanssa. Iteraatiolla tarkoitetaan prosessin suunnittelua, joka perustuu kehittämiseen, kokeilemiseen ja tulosten arvioimisen toistuvuuteen. Päämääränä on saada ketterästi informaatiota ja luoda käsitystä muotoiltavien palveluiden toimivuudesta käytännössä. (Miettinen 2011, 23.) Tuulaniemi (2011) kuvaa iteratiivisuuden tarkoittavan ratkaisuja, joista kehitetään ensimmäinen kokeileva versio. Kehitystyöskentelyä jatketaan iteroiden eli työvaiheita toistaen niin kauan, kunnes haluttu tavoite saavutetaan. (Tuulaniemi 2011, 112.)

Hänti (2021) kuvaa iteratiivista asiakkaan kuuntelun ja osallistamisen prosessia kiintoisasti sanalla kehkeyttäminen. Asiakkaan tarvetta kehkeytetään, sekä hahmotellaan erilaisia tapoja ja menetelmiä, joilla asiakkaan tarve voidaan ratkaista. Prosessin vaiheita kuvataan kehkeyttämisessä rattaiksi, joista pikkuhiljaa muodostuu vauhtipyörä, joka saa vakuuttumaan yhteistyön ainutlaatuisesta vetovoimasta ja muodostuvasta arvosta eli arvolupauksesta. (Hänti 2021, 153-155.)

Käyttäjälähtöinen innovaatiotoiminta on erityisesti julkiselle sektorille toimiva työkalu. Sen avulla voidaan tehostaa käytettävissä olevien resurssien ja varojen kohdistamista. Käyttäjälähtöistä innovaatiotoimintaa Suomessa ovat erityisesti hyödyntäneet jo kansainväliset yritykset. Pk-yritysten ja julkisen sektorin tulisi tulevaisuudessa hyödyntää sitä myös aiempaa voimakkaammin. (Lehto 2011, 10-11.)

Palvelumuotoilu perustuu asiakaslähtöisyyteen. Kuvio 2 kiteyttää perinteisen kehittämisen ja palvelumuotoilun periaatteet sekä lineaarisen toiminnan etenemismallin.



KUVIO 2. Asiakslähtöisyys palvelumuotoilun perustana (mukaillen Koivisto, Säynäjäkangas & Forsberg 2019, 48)

Perinteisen kehittämistyöskentelyn painopiste on siirtynyt yhä enemmän käyttäjä- ja asiakaslähtöisemmäksi palvelumuotoilun menetelmiä hyödyntämällä. Asiakas on innovaation lähde, kehittämisen lähtökohta sekä aktiivinen osallistuja. Perinteinen kehittäminen ja palvelumuotoilu voidaan nähdä toistensa vastapareina, mutta usein kuitenkin liikutaan näiden kahden menetelmän välimaastossa. Asiakkaan nostaminen etusijalle päätöksenteossa on strateginen keino nostaa menestys korkeimmalle tasolle. (Koivisto ym. 2019, 48-49.)

### 3.1.4 Palvelupolku

Palvelumuotoilusta juurettu polkuajattelu on tapa kuvata kohtaamishetket ajanjaksollisena sarjana. Koetut palveluhetket esitetään kronologisessa järjestyksessä vaihe vaiheelta. Palvelupolku on työkalu, jonka avulla voidaan tutkia asiakkaiden mieltymyksiä, kouluttaa uusia työntekijöitä tai suunnitella esimerkiksi kehityskeskusteluita. Palvelupolun määrittäminen auttaa löytämään asioiden pullonkauloja sekä kehittämään uusia ideoita. Aineeton palvelu tuodaan näkyväksi kuvaukseksi, jotta palvelupolun eri vaiheissa tapahtuviin kohtaamishetkiin voidaan reagoida tarvittaessa. (Rantanen 2016, 51-53.)

Palvelupolku sisältää asiakaskokemuksen muodostavia kosketuspisteitä sen eri vaiheissa. Palvelupolulla sijaitsevat kosketuspisteet tulisivat olla yhdenmukaisia ja yhdistettävissä toisiinsa sisällöltään ja

tyyliltään. Viestinnällisesti hyvin rakennettu asiakaskokemus eri kanaviin ei toimi, mikäli asiakas ei palvelupolun eri vaiheissa osaa yhdistää niitä toisiinsa. Digitalisaatio ja kehittynyt kilpailu ovat luoneet valtavan määrän uusia kosketuspisteitä, ja moninaistaneet vuorovaikutusta. (Saarijärvi & Puustinen, 2020, 27-28, 207.)

Palvelupolku on oivallinen alusta erilaisten innovaatioiden kokeiluun. Palvelupolulle luotu yllätyksellisyys ja esimerkiksi sen tarinallistaminen luovat mielenpainuvuutta kohtaamishetkiin. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 106-107.) Esimerkiksi tapahtumamarkkinoinnissa asiakaskokemus palvelupolulla voidaan etukäteen testata ja pyrkiä määrittämään asiakkaan näkökulmasta. Käytännössä määrittely lähtee aina kutsukortista jälkimarkkinointiin saakka jatkuen. (Vallo & Häyrinen 2016, 299.)

### 3.1.5 Blueprint

Blueprint menetelmää käytetään, kun tuotantoprosessista halutaan saada selkeä kokonaiskuva ja luoda yksityiskohtaista näkemystä palveluprosessin eri vaiheista sekä tasoista. Menetelmässä asiakkaan ja palveluntarjoajan prosessit erotetaan toisistaan. Blueprint on tuotantoprosessista muodostettu kuva tai vuokaavio, jota käytetään työkaluna palvelun keskeisten ja kriittisten vaiheiden tunnistamisessa. Siinä määritellään toimijoiden ja toimenpiteiden työjärjestys, toimintojen kesto sekä tarkastellaan tiedonkulkua näiden välillä. Blueprint muodostaa tuotantoprosessille kehykset, jotta yhtenäinen kuva tapahtumien sarjasta on helpompi hahmottaa. Kaikki osa-alueet, palvelun vaiheet sekä toimijoiden roolit realistisesti kuvattuna auttavat havainnoimaan esimerkiksi konseptoinnin yhteydessä huomaamatta jääneitä puutteita. (Tonder 2013, 97-98.)

Blueprint havainnollistaa asiakkaan sekä palvelua tuottavan organisaation välistä vuorovaikutusta ja asiakaskokemuksen rakentamista. Menetelmä täydentää asiakkaan palvelupolkua ja kohtaamishetkiä, koska se erittelee lisäksi organisaation sisäiset prosessit, joita tarvitaan kohtaamispisteiden toteuttamiseksi. Blueprintingin avulla voidaan edistää tavoitellun asiakaskokemuksen tuloksellista toteuttamista. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 206.)

Mallissa palveluntuottajan ja asiakkaan kohtaamisen tasot kuvataan sekä näkyvän että näkymättömän toiminnan tasoina. Kaikki kerrokset vaikuttavat osaltaan palvelun kokemukseen ja tunnelmaan. Blueprinting on alkuunsa rakennusarkkitehtien käyttämä työkalu. Blue-sana tulee mallin alkuperäisestä

versiosta, jossa valkoista tekstiä kirjoitettiin siniselle pohjalle, jotta sitä voitiin lukea myös pimeässä. (Rantanen 2016, 53-54.)

### 3.2 Uuden palvelun luominen yhteistyöverkostossa

Uuden palvelun tuotteistaminen aloitetaan palvelukonseptin rakentamisella. Se tarkoittaa palvelun sisällön eri ulottuvuuksien määrittelyä, hiomista sekä kohderyhmän erityistarpeiden huomioimista. Erityistarpeita voivat olla mm. palveluiden käyttäjien liikkumiskykyyn, muihin intresseihin tai aikaisempiin kokemuksiin liittyvät asiat. Esimerkiksi matkailupalveluilla kuvataan olevan kolme eri sisällöllistä ulottuvuutta. Nämä ulottuvuudet ovat fyysinen ulottuvuus, toiminnallinen ulottuvuus sekä symbolinen ulottuvuus. Fyysinen ulottuvuus käsittää palveluympäristössä olevat puitteet, materiaalit sekä esimerkiksi käytettävissä olevat välineet. Ulkona tapahtuvissa aktiviteeteissa fyysinen ulottuvuus näkyy esimerkiksi opasteiden, varusteiden sekä rakenteiden muodossa. Tulee havainnoida, miten palvelun käyttäjä kokee fyysisen ulottuvuuden, onko syytä paneutua esimerkiksi esteettömyyteen ja sen toteutumiseen. Toiminnallisella ulottuvuudella tarkoitetaan palvelun käyttäjän, palveluntarjoajan sekä yhteistyöverkostojen yhdessä muodostamaa palvelusisältöä, joka koostuu esimerkiksi palvelutilanteista ja ympäristöstä. Toiminnallisuutta suunnitellaan ja mitoitetaan palvelun käyttäjien toiveiden ja tarpeiden mukaan. Myös palvelupolku sisältyy toiminnalliseen ulottuvuuteen. Kolmas ulottuvuus on symbolinen ulottuvuus, jossa tutkitaan palvelun tuottamaa merkityssisältöä sekä vaikuttavuutta. (Tonder 2013, 79-80.)

Palveluympäristön turvallisuus on aina oletusarvo, mutta sitä voidaan lähteä tietoisesti kehittämään ja tuotteistamaan lisäarvoa tuottavaksi vetovoimatekijäksi. Turvallisuutta voidaan kehittää vahvistamalla esimerkiksi yhteistyötä sekä verkostoitumalla. Yhteistyöverkostojen avulla voidaan varautua paremmin toimintaympäristön muutoksiin. Lisäksi voidaan muodostaa resursseiltaan kilpailukykyisempiä kokonaisuuksia sekä tuottaa sisällöltään rikkaampia ja vaihtelevampia palveluita. Nykypäivänä erityisesti ympäristöystävälliset ja eettisesti tuotetut palvelut kasvattavat merkitystään. Ympäristötietoiset asiakkaat kasvattavat vaatimuksia palveluntarjoajille. (Tonder 2013, 34-36.)

Parhaimmat innovaatiot syntyvät hyvässä vuorovaikutuksessa, siten että annetaan mahdollisuus kaikkein hulluimmille ajatuksille ja ideoille. Ollaan rohkeita ja uskalletaan tehdä toisin, sillä uteliaisuus on kehittymisen elinehto. (Rantanen 2016, 25.) Innovaatiot ja uudet ideat osana palveluiden tuotteistamista perustuvat kuitenkin aina todennettuun tarpeeseen. Kaikille asiakasryhmille ei ole mahdollista

tuottaa räätälöityjä palveluja. Segmentointi ja asiakasprofilointi ovat hyödyllisiä palveluiden kohdentamisen työkaluja osana markkinointi- ja palveluiden kehittämisen strategiaa. Menestyspalvelu voidaan tuotteistaa, kun vastaavuus käyttötärpeeseen on todennettu. (Tonder 2013, 44.)

### 3.3 Olemassa olevan palvelun uudistaminen

Palveluita voidaan uudistaa kehittämällä ja kokeilemalla. Kokeilujen avulla luodaan ymmärrystä tuttavasta asiakastarpeesta ja sen ilmiöistä. Jo ennen teknisen ratkaisun olemassaoloa asiakastarpeita testataan ja kutsutaan käyttäjiä kehitysprosessiin mukaan. Usein käyttäjät ovat aidosti kiinnostuneita olemaan osana kehitysprosessia ja tulemaan huomioiduksi. (Hassi, Paju & Maila 2015, 9-11.)

Kokeilemalla kehittämisen menetelmä on tullut perinteisen suunnittelun rinnalle. Se sopii hyvin kompleksisuutta sekä epävarmuutta sisältäviin tulevaisuuden näkymiin, sillä epävarmuus on edellytys innovatiiviselle työskentelylle. Usein kuitenkin ongelmana on, että innovatiivisia hankkeita pyritään tarkastelemaan liikaa suunnitelmallisen projektinhallinnan kautta, jossa epävarmuudelle ei ole juurikaan tilaa. Kokeilemalla kehittämisen menetelmä hyväksyy lähtökohdaksi lopputuloksen, joka ei ole ennakoitavissa. Suunnittelussa nojataan pitkälti oletuksiin ja väitteisiin. Moni innovatiivinen projekti on kohdannut epäonnistumisia, koska suunnitelmallisen projektinhallinnan käytännöt eivät ole pystyneet reagoimaan tai mukautumaan riittävän nopeasti yllättäviin tilanteisiin. Kokeileva kehittäminen tekee päätöksiä, kun tarve ilmenee ja tarvittava tieto on saavutettu. Se testaa kehitettävään ideaan liittyviä väitteitä ja oletuksia käytännössä. Pienet ja yksinkertaiset kokeilut synnyttävät välitöntä tietoa siitä, mikä toimii ja mikä ei. Ne ovat myös kustannustehokkaita ja riskit pieniä ja hallittuja. (Hassi ym. 2015, 24-28.)

Toisaalta kokeilemalla kehittämisen menetelmä voidaan nähdä välineenä, jonka avulla muodostetaan tarkempi suunnitelma alkavalle projektille. Tällöin yksityiskohtaista projektisuunnitelmaa ei tehdä, ennen kuin kokeilujen kautta on opittu enemmän, miten projektin päämäärä voidaan saavuttaa. (Hassi ym. 2015, 65.) Onnistunut kokeilu tarkentaa olemassa olevia ja luo uusia relevantteja ideoita sekä käytännöllisiä oppeja toteuttamiseen ja tavoitteiden saavuttamiseen (Hassi ym. 2015, 44).

Suomessa kokeilukulttuurin metodeja on tuloksellisesti käytetty aikaisemmin esimerkiksi Kokeileva Suomi -hankkeessa. Hanke ja sen brändi luotiin tukemaan kokeilevaa toimintakulttuuria. Lisäksi hankkeen aikana luotiin Kokeilun paikka -alusta, jossa idearikkaat toteuttajat, sparraajat sekä rahoittajat

pystyvät yhdistämään voimavaransa ja kehittämään uusia ketteriä toimintamalleja. (Lappalainen 2019.)

### **3.4 Palveluiden tuottamisen erityispiirteet julkisessa organisaatiossa**

Julkisyhteisöjen, kuten valtion, kaupunkien sekä kuntien tärkein rooli ja toiminta-alue on ensiluokkaisen palveluiden tuottaminen ja hyvinvoinnin takaaminen kansalaisille ja asukkaille. Palvelumuotoilulle onkin muodostunut vahva yhteiskunnallisen kehittämisen missio. Julkisen sektorin niukkenevat resurssit sekä ikääntyvä väestö aiheuttavat haasteita palveluiden tuottamiseen ja rahoittamiseen. Palvelumuotoilun menetelmien hyödyntäminen palveluratkaisuissa sekä innovaatioissa onkin julkiselle sektorille tulevaisuuden haasteiden kannalta ensiarvoista. (Tuulaniemi 2011, 279.) Muotoilun tarjoamien menetelmien avulla julkisen sektorin mahdollisuudet tuottaa toimivampia palveluja kasvavat sekä esimerkiksi kaupunkien ja kuntien sisäisen toiminnan tehostuessa myös kustannukset laskevat ja syntyy säästöjä. Lisäksi palvelumuotoilu edistää erottuvuutta kotimaisen ja kansainvälisen kilpailun kasvaessa. (Lappalainen 2019.)

Vahva brändikuva on julkisen sektorin vetotekijä palveluiden tuottajana. Resurssien niukkuuden ja jatkuvan muutoksen aikakaudella, ainoa tapa vakuuttaa ja luoda erilaistumispestettä on brändin kehittäminen. Koska sidosryhmien käsitykset palveluiden tuottamisesta ovat menestyksen kannalta ratkaisevia, tarve hallita ja rakentaa vahvaa brändikuvaa on olennaisen tärkeää. Palveluiden myönteisen vaikuttavuuden kehittäminen brändityöskentelyn avulla edistää myös tuki- ja rahoitusmahdollisuuksien parempaa saavutettavuutta. (Temporal 2015, 7.)

### **3.5 Tunnelma- ja tarinalähtöinen muotoilu**

Palvelumuotoilu tarjoaa loistavia työkaluja kohtaamisiin ja niiden kautta muodostuviin asiakaskokemuksiin. Yksi näistä on tunnelmamuotoiluksi kutsuttu kokemuksiin perustuva muotoilun laji. Tunnelmamuotoilulla pyritään vaikuttamaan palvelun käyttäjän tunnetilaan yksityiskohtien, ympäristön, luovuuden ja improvisoinnin keinoin. (Rantanen 2016, 13-15.) Palveluita voidaan muotoilla myös tarinalähtöisesti, jolloin palvelupolku käsikirjoitetaan ja palvelut kuvataan tarinankerronnan

näkökulmasta. Palveluympäristöjen ja prosessien tarinamuotoilu alkaa suunnittelusta jatkuen aina palvelun tai tuotteen käyttämiseen ja jälkimarkkinointiin saakka. (Kalliomäki 2014, 46-47.)

Hyvän palvelun merkitys korostuu kohokohtia luodessa. Ihminen muistaa kokemukset niiden kestosta riippumatta sarjana kohtauksia eli hetkiä. Myös tunnepitoiset hetket jäävät mieleen neutraaleita tilanteita paremmin. Kohtaamisen keskivertainen tunne ei useinkaan määritä tunnemuistoa, vaan todennäköisempää on, että sen määrittää kohtaamisen voimakkain tunnekokemus. Tunnetila palvelutilanteen päättyessä on yksi mieleen jäävimmistä hetkistä. (Killström 2020, 78-80.) Asiakkaan tunnelmakokemukseen tulee siis sen alkamisesta lähtien luoda huippuhetkiä ja lopettaa palvelukerta positiivisessa tunnelmassa. Asiakasta pyritään yllättämään huippukohdilla niin, että nämä huippukohdat linkittyvät ja tukevat toisiaan. Tämä on mahdollista, kun pyritään aktiivisesti tunnistamaan asiakkaalle tärkeimpiä kosketuspisteitä ja tunnekohtia palvelussa. Myös negatiiviset tunnekokemukset pitää pyrkiä tunnistamaan ja minimoimaan. Ongelmien varalle kannattaa laatia suunnitelma, jotta tilanne voidaan korjata heti kohtaamisen aikana ja tuottaa aitoa välittämisen tunnelmaa. (Killström 2020, 83-84.) Samaa mieltä kosketuspisteistä ja niiden tunnistamisesta on myös Hänti (2021), kokemushuipulla ja kokemuksen lopulla on kokemuksen välivaiheita suurempi merkitys. Ne määrittävät jääkö kokemusmuistiin positiivinen vai kielteinen mielikuva. (Hänti 2021, 35.) Asiakkaan kokema merkityksellisyys vahvistuu erityisesti tunnelman ja tunteen johdattelemana. Asiakaskokemuksen tunnelmaa voidaan pyrkiä kehittämään kouluttamalla henkilöstöä tunnelmakoulutuksella tuottamaan positiivisia asiakaselämyksiä. (Killström 2020, 103.)

Tunnelma syntyy kohtaamisissa, aistikokemusten, ajatuksien ja tunteiden muokkaamana. Ympäristöä aistitaan monin eri tavoin, kuten näkemällä, kuulemalla ja tuntemalla. Esimerkiksi näköaistiin vaikuttaa valaistus, muotokieli, väriyhdistelmät, pinnat ja erilaiset teemat. Kuuloaistiin voi vaikuttaa esimerkiksi äänimaiseman, musiikin, äänensävyjen tai jopa hiljaisuuden avulla. (Rantanen 2016, 123-124.) Vireys- ja stressitasoja tunnistamalla voidaan palvelukokemuksia ohjata haluttuun suuntaan. Aistien yhteisvaikutuksen on havaittu myös edistävän ihmisten hyvinvointia. Palvelukokemuksesta voi tehdä käyttäjälle merkityksellisen ja jopa taianomaisen panostamalla aistiystävällisten tilojen sekä digitaalisten ympäristöjen suunnitteluun. (Rantanen 2016, 32, 37.) Ympäristön tunnelmaa johdetaan kohdistamalla huomiota siihen, ovatko palvelualueet tarkoituksenmukaiset, mikä saa ihmiset viihtymään, miten liikkuminen on huomioitu tai millaisia elämyksiä aisteille tarjotaan (Rantanen 2018, 52-53).

Globaalilla tasolla on havaittu, miten tärkeää on lisäksi johtaa henkilöstön tunnelmaa, sillä hyvä työntekijäkokemus on yhteydessä laadukkaaseen asiakaskokemukseen. Tunnelmajohtamisen avulla



voidaan lisätä tuottavuutta, kohdata paremmin haasteita, sitouttaa sekä onnistua tekemään parempia päätöksiä. Tekeminen voi nousta aivan uudelle tasolle. (Rantanen 2018, 32-33.)

Tänä päivänä eletään niin sanotussa elämystaloudessa, jossa keskeistä tarjoomaa eivät ole tuotteet ja palvelut itsessään, vaan vuorovaikutuksessa tuotetut kokemukset ja elämykset. (Koivisto ym. 2019, 23.) Palveluita suunnitellaan lisäksi yksilöllisiin tarpeisiin yhä enemmän. Erilaiset seikkailut, uuden oppiminen sekä henkilökohtainen kehittyminen luovat elämyksellisyyttä. Oppiminen ja itsensä kehittäminen sekoittuvat viihteellisyyteen. Erityisesti matkailualalla tämän on arveltu olevan yksi merkittävimmistä sosiokulttuurisista trendeistä tulevaisuudessa. (Tonder 2013, 33.)

Tarinallistaminen tarkoittaa palveluvalikoiman innovointia, kehittämistä ja suunnittelua tarinalähtöisesti. Sen avulla pyritään erottumaan ja luomaan omaperäinen leima tunnistettavan tarinan ansiosta. (Kalliomäki 2014, 14-15.) Tarinanäyttämö koostuu tarinaintiteetistä, tunnistettavasta ydintarinasta, palveluympäristöstä sekä yksittäisten palveluiden tarinakäsikirjoituksista (Kalliomäki 2014, 78-79).

Tarinalla tulee olla selkeä rakenne alun, keskikohdan ja loppuhuipennuksen muodossa. Tarina on tapahtumien sarja, jossa on syy-seuraus-suhteita eli juonellisuutta. Tarinan lajeja voivat olla esimerkiksi visiotarina, taustatarina, syntytarina, palvelun tarina, asiakkaan tarina tai tuotteen tarina. Tarina on yksi sisällön tuottamisen muodoista, jolla haluttuja kohderyhmiä voidaan tavoitella. (Kalliomäki 2014, 22-23.)

Hahmoja käytetään usein tarinallistamisen tukena. Hahmo ja tarina toimivat yhdessä kiehtovana kokonaisuutena, ja hahmo muodostuu osaksi koko palveluympäristöä ja viestintää. Hahmot voivat olla todellisesta elämästä tai myös fiktiivisesti luotuja. (Kalliomäki 2014, 110-113.)

## 4 PALVELUIDEN MARKKINOINTI

Palvelu edellyttää markkinointia. Kohderyhmien kiinnostusta luodaan ja luottamusta herätetään antamalla relevanttia informaatiota mahdollisimman varhaisessa vaiheessa palveluprosessia. Informaatiota palvelutarjonnasta haetaan usein ensisijaisesti digitaalisesta ympäristöstä eli verkosta, mutta myös lukuisten muiden markkinointikanavien ja kosketuspisteiden kautta. Sujuva liikkeellelähtö edesauttaa tilannetta, jossa palvelun käyttäjä ja palveluntarjoaja mahdollisesti myöhemmin kohtaavat fyysisessä ympäristössä. (Ahvenainen ym. 2017, 42-43.)

Palveluiden markkinoinnin ollessa keskittynyt brändättyyn paikkaan tai alueeseen, kohdistuu huomio paikallisiin erityispiirteisiin. Paikat ovat ominaisuuksiltaan kompleksisempia kuin perinteiset tuotteet, palvelut ja muut markkinoilla olevat hyödykkeet. Tämän vuoksi paikkojen markkinointi on monitasoisempaa ja tulee toteuttaa noudattaen tavoitehakuista suunnitelmallisuutta. Tuotteiden ja palveluiden markkinointityön tavoite on perinteisesti tuottaa liiketoiminnallista voittoa. Paikan markkinoinnin sisältämät osa-alueet taas voivat sisältää eri intressiryhmien kesken erikaltaisia päämääriä ja esimerkiksi voiton tavoittelun sijaan toinen intressiryhmä voi kohdistaa tavoitteensa hyöty-kustannussuhteen maksimointiin. (Rainisto 2008, 46.)

### 4.1 Markkinointi osana kaupungin kehittämistyötä

Rainiston (2008) mukaan, myös kaupunkia voidaan kehittää tuotteiden ja palveluiden tavoin merkkituotteena. Merkkituotteistaminen on työkalu paikan vetovoimaisuuden kasvattamiseen ja identiteetin rakentamiseen. Kaupungit voivat hyödyntää yritysten ja organisaatioiden käyttämiä markkinoinnin ja merkkituotestrategian toimintamalleja vetovoimaisuuden kehittämistyössä. Lisäksi kaupungit voivat muodostaa omia vahvuuksiaan kuvastavan tuotemerkin sekä käyttää sitä paikan keskeisenä tunnuksena. Markkinointiviestinnän avulla kohderyhmälle välitetään imagokuvaa, jolla pyritään houkuttelemaan uusia yrityksiä, asukkaita sekä matkailijoita seudulle. Kaupungin markkinointi ja sen onnistuminen edellyttää julkisen organisaation sekä yksityisen sektorin saumatonta yhteistyötä. (Rainisto 2008, 6.)

Perinteinen kaupunkien ja kuntien markkinointi on muuttunut tarpeeksi erottautua uudennlaisin keinoin. Kaupungin elinvoimainen imago on hyödyllinen yrityksille ja organisaatioille, joten sektoreiden välinen yhteistyö korostuu. Kaupungit ja kunnat toimivatkin nykyisin yhä useammin ns. brändialustoina

y yrityksille, lisäten esimerkiksi tunnettavuutta ja positiivisia mielikuvia. (Heikka 2022.) Kaupunki voi siis erottautua sekä profiloitua ainutlaatuisena osaamiskeskuksena tuottamalla palveluita kohdistetusti eri käyttäjäryhmille. (Rainisto 2008, 45). Vetovoimainen kaupunki on alueellisesti omaleimainen ja omaa vahvan alueidentiteetin (Rainisto 2008, 36).

Kaupunkien markkinoinnin sekä brändien kehittäminen eroaa tuote-, palvelu- tai yritysbrändien kehittämisestä, koska ne ovat sidoksissa aina poliittisiin päätöksentekoelementteihin. Brändiprosessissa on kuunneltava päätöksentekijöitä, tavallisia asukkaita, liike-elämän yksiköitä sekä otettava huomioon monitasoisia näkökulmia. Brändiä ei voida ostaa valmiina, vaan tarvitaan aitoja tarinoita, asiakaskokemuksen luomista sekä konkreettisia tekoja. (Tiihonen 2019.) Kaupunkien brändäykseen ja merkkituotteistamiseen tähtäävä työskentely soveltaa markkinointistrategisia periaatteita ottamalla huomioon nämä erityispiirteet (Rainisto 2008, 140).

Kaupunkien brändäys alkaa usein brändisuunnittelutyöryhmän perustamisella, jonka ensimmäinen tavoite on tunnistaa nykytila, tehdä taustatutkimusta sekä pyrkiä ymmärtämään kohderyhmää. Analyytinen työskentely esimerkiksi SWOT-analyysin avulla sekä vision ja tavoitteiden määrittely 10-15 vuoden päähän linjaavat halutut päämäärät. Tämän jälkeen määritellään brändistrategia sekä sen keinot ja jalkautetaan toimintamalli käytäntöön. (Tiihonen 2019.)

Brändiä kannattaa rakentaa verkostoyhteistyöllä. Julkisen sektorin brändi linkitetään tapahtuma- ja kulttuuripalveluihin, matkailupalveluihin, yrityksiin, kouluihin jne. Tavoitteena on mahdollisimman laaja näkemys yhteisistä päämääristä, intresseistä sekä visiosta. Parhaimmillaan brändin verkostoyhteistyöstä syntyy oppimisprosessi, joka tuottaa uusia yhteistyökuvioita, investointeja sekä työkaluja strategiatyöhön. Yhteiseen menestykseen vaaditaan positiivisia mielikuvia, tekoja, toimintaa, onnistumisia sekä kertomusvirtaa. Vahva brändi tehostaa markkinointitoimenpiteiden hyötyjä, luo yhteistä tarinaa sekä vähentää kustannuksia. (Tiihonen 2019.) Julkinen sektori on usein markkinointiurakan liikkeellepanija, jonka jälkeen muu elinkeinoelämä kutsutaan mukaan (Ruuska 2008).

## **4.2 Paikan markkinointi ja alueellinen brändäys**

Paikan markkinointi kiteyttää alueelliset vahvuustekijät eri sektorit ja toimijat yhdistäen. Kokonaiskuvaa alueen vahvuuksista luodaan yhteisen kattobrändin avulla, jolloin yhteismarkkinointi kokoaa alueen eri toimijat yhteen. Yhteismarkkinointi laajentaa perspektiiviä, sillä yhdessä työstäminen ja toteuttaminen

verkottaa toimijoita näkemään laajemmin. Kun yhteistyön malli sekä markkinoinnin kärjet määritellään tavoitteellisesti, voidaan lähteä erilaistumaan ja muodostamaan alueelle yhtenäistä ja houkuttelevaa kokonaiskuvaa. (Ruuska 2008.)

Paikkojen tulevaisuus on pitkälti sidottu julkisen sektorin yksiköiden sekä yksityisen sektorin liikeyritysten ja muiden sidosryhmien yhteistyökyvykkyydestä (Rainisto 2008, 78-79). Yhteismarkkinointi ja verkostokyvykkyys edistävät paikan elinvoimaisuutta sekä yhtenäisesti rakentuvaa brändiä. Verkostokyvykkyydellä tarkoitetaan paikan tai alueen toimijoiden kompetenssia rakentaa ja kehittää yhteisiä verkostoja sekä ylläpitää niitä. Jokaisen tuotetun palvelun laatu heijastuu alueen kokonaisvaltaiseen ja yhtenäiseen brändiin sekä imagoon. (Tuulaniemi 2011, 262-263.) Nykypäivänä verkostoituminen on yhä tärkeämpää. Verkostoissa jaetaan kokemuksia, voitetaan yhdessä haasteita sekä suositellaan toisia. Vahva asema erilaisissa verkostoissa luo todennäköisyyttä olla ensisijainen alueellinen vaihtoehto ja palveluntarjoaja. (Keronen & Tanni 2017, 23.)

Kilpailun ollessa globaalia, maailmanlaajuisilla kehityssuunnilla on suuri merkitys kaupunkien, paikkojen sekä alueiden tulevaisuuteen. Niche-markkinointistrategia on malli, jossa brändi suojautuu suuremmilta kilpailijoilta, kaventamalla omaa focustaan, ja keskittymällä pienempään markkinarakoon eli nichen johonkin osa-alueeseen. Kaupunkeihin, paikkoihin ja alueisiin sovellettuna niche-strategian on havaittu olevan varsin käyttökelpoinen, sillä näiltä löytyy usein omat erikoistumisalueensa, joita markkinoinnissa kannattaa korostaa. (Rainisto 2008, 59, 62-63.) Alueiden ja paikkakuntien tavoitteellinen brändäys on elinvoimaisuuden kannalta ratkaisevaa, sillä nykyisessä globaalisti verkottuneessa maailmassa paikat kilpailevat huomiosta, investoinneista, yrityksistä ja arvostuksesta (Tuulaniemi 2011, 266-267).

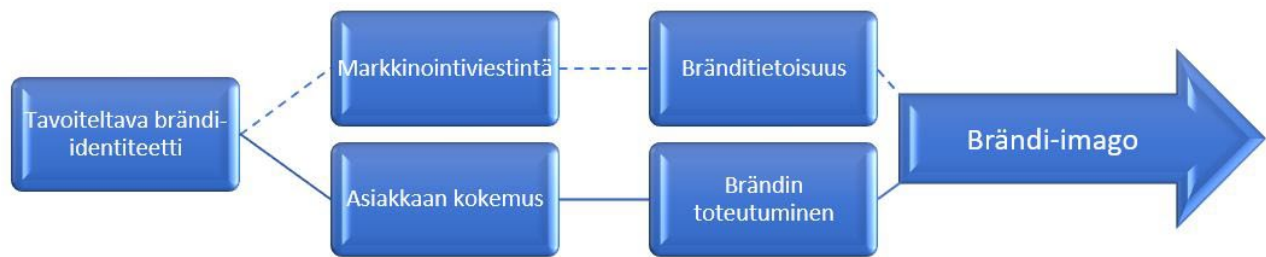
Suomessa vuosittain järjestettävien Kuntamarkkinoinnin SM-kilpailuiden tavoitteena on kehittää markkinointi- ja viestintäosaamista sekä kuntien elinvoimaisuutta. Brändityön kehittämisen lisäksi tavoitellaan markkinoinnin ja viestinnän vaikuttavuutta ja laajempaa hyödyntämistä. Kilpailun järjestävinä tahoina toimivat Suomen Kuntaliitto, seudulliset kehittämissyhteisöt SEKES ry sekä Suomen matkailuorganisaatiot SUOMA ry. Kilpailuun voivat osallistua kunnat, seudut, alueet sekä kuntien omistamat ja rahoittamat organisaatiot. Kaupunkien ja kuntien markkinoinnin sekä kehittämistyön kannalta kilpailu on hyödyllinen kanava tarkastella ja kehittää omia vahvuuksia. Kilpailussa korostuu innovatiivisuus, omaperäisyys sekä erottuvuus. (Kuntaliitto 2022a.)

Mielenkiintoinen esimerkki paikan brändäyksestä on Puolangan kunnan toteuttama ulkomainonta, jossa tienvarsikylteissä alettiin hyödyntämään huumoria. Perinteisistä ”Tervetuloa” tienvarsikylteistä poiketen kyltissä lukikin ”Puolanka, vielä ehdit kääntyä pois”. Humoristinen kyltti toi Puolangan kunnalle runsaasti näkyvyyttä. Positiivinen pessimismi jalkautettiin myöhemmin myös muuhun kunnan markkinointiin. (Korhonen 2018.) Pessimismistä on kasvanut Puolangan kunnalle markkinointibrändi ja Puolangan pessimismipäivät ovat myös menestyneet esimerkiksi juuri Kuntamarkkinoinnin SM-kilpailuissa (Rasi 2018).

Porissa brändiuudistamiseen osallistui noin 5500 asukasta. Keskustaan perustettiin viihtyisä toimisto, jossa ihmiset saivat kertoa mielipiteitään ja kokemuksiaan Porista. Näiden kokemusten perusteella toteutettiin osallistava brändiuudistus, jonka takana oli jopa 86 % porilaisista. Osallistaminen on tarinallista markkinointia ja hyvien ideoiden taustalla on aina oltava jotain konkreettista, jolle tarinallisuus voidaan rakentaa. Porissa kokeiltiin lisäksi lähettää tunteisiin vetoava rakkauskirje 13 000 entiselle porilaiselle. Tavoite oli toivottaa heidät takaisin Poriin paluumuuttajina. Tapaus sai runsaasti sosiaalisen median huomiota, ja erikseen perustetulla kampanjasivustolla vierailijamäärät kasvoivat merkittävästi. Tavanomaisuudesta poikkeava tunnevetoinen tarina ja konsepti muodostavat hyvän pohjan brändityöhön. (Keskiäho 2022.)

#### **4.2.1 Brändi-imago ja mielikuva**

Brändin luovat todellisuudessa asiakkaat ja sidosryhmät. Palvelubrändin kehittämisprosessi alkaa tavoiteltavasta brändi-identiteetistä ja sen analyysistä. Markkinointiviestintä on tukitoiminto, jonka avulla asiakkaat ja sidosryhmät tehdään tietoisiksi palveluista eli lisätään bränditietoisuutta. Lisäksi markkinointiviestinnällä on tärkeä rooli vahvistaa saatuja kokemuksia palveluntarjoajasta- sekä prosessista. Brändin kehitysprosessia voidaan organisoida ja hallita, mutta sen toteutumisessa ja imagon muodostumisessa asiakkaiden sekä sidosryhmien reaaliaikainen ja todellinen palvelukokemus ratkaisee. (Grönroos 2009, 392-393.) Kuviossa 3 on havainnollistettu palvelubrändin kehittämisprosessi. Katkoviivat kuvaavat markkinointiviestintää brändin muodostumista tukevana toimintona.



KUVIO 3. Palvelubrändin kehittämisprosessi (mukaien Grönroos 2009, 392)

Brändin merkitys ja imago perustuvat ihmisten kokemuksiin, uskomuksiin sekä miellelyhtymiin. Lisäksi puhutaan brändin persoonallisuudesta, jossa brändin ominaisuuksia verrataan ihmisten persoonallisiin piirteisiin. Brändin persoonallisuutta voidaan kehittää ryhtymällä tietoisiin markkinointitoimiin, jotka lisäävät brändin inhimillistä yleiskuvaa. Antropomorfismi tarkoittaa inhimillisten ominaisuuksien liittämistä ei-inhimillisiin tekijöihin, kuten brändiin esimerkiksi hahmojen avulla. Brändin inhimillistäminen antropomorfismin ja persoonallisuuden lisäämisen menetelmin on hyvä tapa erottua ja yksi tulevaisuuden brändistrategian keinoista. (Solomon, Marshall & Stuart 2020, 339.)

Brändi-imago ja mielikuvamarkkinointi voidaan linkittää henkilökohtaisiin kokemuksiin perustuvaan asiakassuhteiden rakentamistyöhön. Tavoitteena on suositteluvaa, asiakaskokemuksiin pohjautuvaa markkinointia hyödyntämällä saada kohderyhmä samaistumaan toisiinsa palvelun kannalta myönteisessä yhteydessä, vahvistaen imagoa sekä mielikuvaa palveluntarjoajasta. Imagoa ja mielikuvaa rakennetaan sekä tuotteistetaan jo ennen palvelutapahtumaa, sen aikana sekä palveluvaiheen jälkeen. (Tonder 2013, 66.)

#### 4.2.2 Vetovoimatekijät

Vetovoimaisuus jaetaan usein koviin ja pehmeisiin vetovoimatekijöihin. Kovia vetovoimatekijöitä kaupungeilla, paikoilla ja alueilla ovat esimerkiksi asuinympäristö, työllistymismahdollisuudet, koulutusmahdollisuudet, saavutettavuus, kaupalliset palvelut sekä muu tarjonta. Pehmeitä

vetovoimatekijöitä ovat esimerkiksi viihtyisyys, vireys, kulttuuri- ja vapaa-ajan palvelut, turvallisuus, ilmapiiri, persoonallisuus sekä erottuvuus. (Kuntaliitto 2022b.)

Erotautuminen suhteessa muihin kaupunkeihin, paikkoihin sekä alueisiin rakennetaan panostamalla erityisesti pehmeisiin vetovoimatekijöihin. Esimerkiksi matkailun näkökulmasta, kauempana sijaitsevat kaupungit, paikat sekä muut kohteet kiinnostavat kävijöitä uusina kokemuksina. Aktiivinen ja persoonallinen markkinointiviestintä imago- ja brändityössä lisäävät positiivista vetovoimaisuutta. Pehmeitä vetovoimatekijöitä kannattaa suosia viestinnän sisällössä. (Seutukaupunkiohjelma 2020-2022.)

### 4.3 Inklusiivinen markkinointi

Inklusiivisuus on globaalisti kasvava ilmiö, joka tavoittelee yhdenvertaista kestäväää kehitystä. Se tarkoittaa palveluiden, kohteiden sekä tuotteiden jatkuvaa kehittämistä kaikille käyttäjäryhmille siten, että niiden saavutettavuus olisi mahdollisimman tasa-arvoista. Jo palveluiden suunnitteluvaiheessa esimerkiksi digitaalinen saavutettavuus, fyysiset tilaratkaisut sekä ympärivuotinen tarjonta pyritään toteuttamaan mahdollisimman monelle käyttäjäryhmälle soveltuvaksi palvelupolun kaikkiin vaiheisiin. Inklusiivinen ajattelumalli integroituu koko organisaatiokulttuuriin ja sen jokaiseen osastoon. (Business Finland 2021, 3-7.) Inklusiivisilla toimenpiteillä rakennetaan fyysisesti ja psykologisesti turvallista ympäristöä. Inklusiivisuus on sidoksissa monimuotoisuuteen (moninaisuus) sekä sosiaaliseen vastuullisuuteen edistäen järjestelmällisesti osallisuutta ja sitä parantavia rakenteita. Toimintamalli edistää laajempaa yhteiskunnallista hyvinvointia ja ekologisesti kestävämmän yhteiskunnan rakentamista. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2022.)

Avoin, yhdenvertainen, osallisuutta edistävä sekä tasa-arvoinen yhteiskunta tukee kestävään kehityksen tavoitteita. Toimijoiden tulisi kehittää sekä tarjota palveluita mahdollisimman monelle kohderyhmälle sopivaksi, kuten seniorit, perheet, liikunta- tai aistirajoitteiset matkailijat tai muut vähemmistöjen tai uskontokuntien edustajat. (Visit Finland 2023.) Palvelut ja kohteet valitaan usein inklusiivisen tarjonnan mukaan, mikäli ryhmässä on yksikin erityistarpeita tarvitseva henkilö. Jo pienet parannukset toiminnoissa palvelevat paremmin asiakasryhmiä. Kokonaisvaltainen investointi inklusiivisuuteen voi auttaa tavoittamaan uusia kohderyhmiä ja markkinoita. (Business Finland 2021, 7.)

Esteettömät palvelut ovat yksi tärkeä osa-alue inklusiivisuuden kulmakivistä. Maailman terveysjärjestön WHO:n (2011) mukaan esteettömiä palveluita maailman väestöstä tarvitsee noin 15 prosenttia. Jos

mukaan lasketaan henkilöt, joiden esteettömien palveluiden tarve on väliaikainen, nousee luku noin 40 prosenttiin. Esteettömien palveluiden tarve on yleensä suurin senioreilla sekä eri tavoin toimintarajoitteisilla henkilöillä. Erityisesti luonnossa liikkumisen suosio on kasvanut tasaisesti viime vuosina. Luontoon liittyviä mahdollisuuksia kannattaa laajentaa ja eritasoisten reittien ja ulkoilumahdollisuuksien esteettömyyttä edistää. Lisäksi viestinnässä reitti-informaation saavutettavuus on osa esteetöntä luontoa. Luontomerkkejä on mahdollista myös merkitä. ”Esteetön luontoreitti”- ja ”vaativa esteetön luontoreitti” -merkit ovat löytyneet Suomen Standardoimisliitto SFS:n merkkivalikoimasta vuodesta 2020 lähtien. (Business Finland 2021, 7, 16.)

Digitaalinen saavutettavuus on tärkeä osa inkluusivista markkinointia ja esteetöntä viestintää. Lisäksi inspiroiva sisältö luo merkityksellisyyttä vuorovaikutukseen. Viestinnän saavutettavuuteen kuuluu esimerkiksi verkkosivujen esteettömyys, tiedon helppo löytyminen sekä looginen ja johdonmukainen rakenne. Tämä koskee myös sosiaalista mediaa, esitteitä sekä muita viestintä ja markkinointikanavia. Lisäksi kielivaihtoehdot, selkokielen käyttö sekä muut vaihtoehtoiset tavat viestiä ovat osa saavutettavuuden tarkastelua. Ulko-asu, kuten kirjaisinkoko ja fonttien selkeys sekä värit korostuvat. Tilojen ja palveluiden osalta saavutettavuusinformaation tukena voidaan hyödyntää saavutettavuussymboleja. (Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry 2023.) Inkluusivisesti inspiroiva sisältö markkinointiviestinnässä on osa brändiä ja positiivista imagoa. Viestinnässä kannattaa korostaa elämyksiä ja mielikuvia palveluista, jotka soveltuvat hyvin eri kohderyhmille. Markkinoinnissa toistuu usein ongelma, jossa esimerkiksi esteettömyys tuodaan esiin vain tilojen tai opastaulujen muodossa. Jotta sisältö olisi houkuttelevaa, tulisi esimerkiksi visuaalisessa mainonnassa korostaa maisema- tai aktiviteettikuvia, joissa näkyy selkeästi toiminta- tai liikuntarajoitteisia henkilöitä ja apuvälineitä. (Business Finland 2021, 28.)

Inkluusivuudesta puhutaan usein kattokäsitteenä. Inkluusivisuus ja saavutettavuus ovat termejä, jotka sivuavat toisiaan ja ovat palvelumuotoilun maailmassa pääosin vaihtokelpoisia. Niiden eroavaisuudet voidaan kuitenkin pyrkiä määrittelemään siten, että esteetön muotoilu tarjoaa saavutettavuuden kannalta perustan sille, että kaikki voivat tasavertaisesti käyttää palveluita. Esteettömyys vaatii käytännöllisyyttä ja logiikkaa, ja se perustuu objektiivisiin, mitattavissa oleviin tekijöihin, kuten fyysisiin tilaratkaisuihin sekä digitaaliseen saavutettavuuteen. Inkluusivisuus on subjektiivisempaa ja pohjautuu myös emootioihin. Inkluusivisuus on osallistavaa suunnittelua ja monimuotoisuuden kannalta esimerkiksi inkluusivista markkinointia tarkastellaan yleisön näkökulmasta. Tarkoituksenmukaista on saada informaatiota, koetaanko palvelut tasa-arvoisina, monimuotoisina sekä hyödyllisinä. Hyödyntämällä inkluusivisuutta ja saavutettavuutta toisiaan täydentäen, voidaan luoda kokemus, joka ottaa monipuolisesti huomioon eri käyttäjäryhmien toiveet ja tarpeet. (Critchley 2021.)



#### 4.4 Palveluiden markkinoinnin trendit

Markkinoinnissa korostuvia trendejä vuonna 2023 olivat asiantuntijoiden mukaan esimerkiksi strateginen luovuus, viihdyttävyyys, tekoäly, reagointikyky, työnantajamielikuva sekä aitous. Poikkeuksellisten näkökulmien ja puhuttelevuuden ollessa strategisesti harkittua, viihdyttävyyys ja elämyksellisyys antavat mahdollisuuden entistä rennompaan ja hauskempaan sisältöön. Tekoäly onkin loistava apuväline tekstinsuunnittelussa tai muussa visuaalisessa työskentelyssä sisältöä tuottaessa. Lisäksi se tehostaa nopeutta ja ketterää palvelupolkua, jonka merkitys on ratkaisevaa. Työnantajamielikuva trendinä ja sen merkitys linkittyy vahvasti brändiin ja sen rakennukseen. Brändit valloittavat jatkossa yhä enemmän ihmisiä puolelleen, heijastamalla arvovalintoja esimerkiksi oman henkilöstön hyvinvoinnin kautta. (Sanoma Media Finland 2022.)

Digitaaliseen palveluiden markkinoinnin kenttään rantautuneet trendit ovat myös kiintoisia. Digitaalisella alustalla lyhytvideot ja ääniohjaus kasvattavat käyttöastettaan. Jopa 90 prosenttia lyhytvideoita toteuttaneista markkinointitahoista aikoo lisätä panostustaan lyhytvideomainonnan suhteen, sillä ne ovat osoittautuneet erittäin tehokkaiksi ja tuottaviksi. On ennustettu, että lähitulevaisuudessa noin puolet hakutoiminnoista tehdään ääniohjattuna. Brändimarkkinointiin ääniohjauksen voi integroida esimerkiksi käyttämällä ääniavustajien tarjoamia vastaustoimintoja brändiin tai palveluihin liittyvissä kysymyksissä. (Hurme 2022.) Lisäksi virtuaalisten sisältöjen yhdistäminen ei-digitaalisiin ympäristöihin on jännittävä uutuus markkinoinnin trendien maailmassa. Esimerkiksi puettavien linssien avulla voidaan tuoda virtuaalinen todellisuus oikean konkreettisen ympäristön lisäkerrokseksi. Puhutaan lisästä todellisuudesta. Personoitu käyttökokemus syntyy, kun aikaisemmin tietokoneen tai puhelimen ruudulta nähdyt asiat muuttuvat realistisen aidon tuntuiseksi. (Dufva & Rekola 2023.)

Vastuullisuusvaatimukset ovat kiristymässä ja vastuullisuusteema on yksi tärkeimmistä prioriteeteista, joka linkittyy vahvasti palveluiden markkinoinnin trendeihin. Tiedostava kuluttaja tekee yhä enemmän kestäväen kehityksen mukaisia valintoja, joiden kohteena ovat luonto, ihmiset sekä taloudellinen ympäristö. Lisäksi tärkeää on vaikuttaa oman asuinympäristön elinvoimaisuuteen käyttämällä lähellä tuotettuja hyödykkeitä ja palveluita. Myös energiatehokkuus, materiaalivalinnat, kierrätys sekä esimerkiksi päästöt korostuvat tiedottamisessa ja palveluiden informatiivisessa markkinoinnissa. (Saarelainen 2019, 62-64.)

Yhteiskunnallinen eli sosiaalinen markkinointi ajankohtaisena ilmiönä tarjoaa yrityksille ja organisaatioille mahdollisuuden laajempaan yhteiskunnalliseen vaikuttavuuteen. Käsitteenä se kuvaa

lähestymistapaa ja prosessia, jolla pyritään edistämään hyvinvointia ja terveyttä ja siihen liittyvää käyttäytymistä sekä arjen valintoja. Lähestymistapa vahvistaa asiakaslähtöisyyttä ja tavoittelee pysyvää käyttäytymisen muutosta, kuten arkiliikunnan lisäämistä tai esimerkiksi terveellisen ruokavalion omaksumista. (Peltonen 2018.) Yhteiskunnallinen markkinointi eroaa kaupallisesta markkinoinnista siten, että kaupallisen markkinoinnin hyödyttäessä asiakasta ja yritystä, yhteiskunnallinen markkinointi hyödyttää yksilöiden lisäksi koko yhteiskuntaa. Punainen lanka on muuttaa käyttäytymistä. (Malkamäki 2014.) Yhteiskunnallisen markkinoinnin hyödyntäminen lisää kustannustehokkuutta, helpottaa projektien suunnittelua sekä parantaa kampanjoiden vaikuttavuutta. Se sopii kaikille toimialasta riippumatta. (Tukia, Wilskman & Lähteenmäki 2012, 2.)

Markkinoinnin trendisuuntauksissa vuodelle 2023 korostuu lisäksi vaikuttajamarkkinointi yhdistettynä arvovalintoihin. Vaikuttajien välityksellä toteutettu markkinointi on yhä suosituempaa. Vaikuttajamarkkinoinnin avulla pyritään kasvattamaan bränditietoisuutta, luomaan luottamusta sekä tavoittamaan kohdeyleisö tehokkaammin. (Hurme 2022.) Vaikuttajamarkkinointia suosittelevat myös Keronen ja Tanni (2017), joiden mukaan vaikuttajien käyttäminen on tehokasta, ja merkittävä osa kohderyhmästä tekee päätöksiä vaikuttajien suositusten perusteella. Vaikuttajat lisäävät palveluiden näkyvyyttä ja niihin kohdistuvaa arvostusta. (Keronen & Tanni 2017, 51-52.) Arvovalinnat pohjautuvat yhä enemmän eettisiin arvoihin. Arvovalintoihin osallistetaan mukaan esimerkiksi hyväntekeväisyys kampanjoilla, joissa vaikuttajia voidaan hyödyntää. Myös moninaisuuden ja inklusiivisuuden huomioiminen on arvopohjaista ja siihen tähtäävää markkinointityötä. (Hurme 2022.)

Aitous ja tarinallisuus ovat vahvistaneet asemaansa korostaen yksilöllisyyttä sekä asiakas- ja palvelukokemusta. Tunteiden herättäminen ja fiiliksen luominen ovat nousseet markkinoinnin ilmiöiksi. (Killström 2020, 14.) Tarinallisuus erilaistaa markkinointia ja sitouttaa. Trendinä on osallistaa ihmisiä mukaan tarinaan, samaistuttaa sekä luoda arvoa. Hyvä tarina saa oivaltamaan, haluamaan tietää lisää ja sen parissa viihdytään pidempään. Myös monikanavainen tarinankerronta on nouseva suuntaus. Se tarkoittaa tarinallisen sanoman viestimistä kohderyhmälle usean eri viestintäkanavan kautta. (Kalliomäki 2014, 59-61.)

#### **4.5 Markkinoinnin viestintäkanavat ja mittarit**

Asiakas- ja kohderyhmät ovat nykypäivänä yhä enemmän hajautuneet, sillä yksilöllisyyden merkitys on kasvanut. Markkinoinnin perusolemus on muuttunut perinteisestä tiedottamisesta yksilölliseksi

kohdemarkkinoinniksi. Oleellista on tunnistaa oikeat kohderyhmien viestintäkanavat ja niiden tuomat mahdollisuudet erityispiirteinen. (Tonder 2013, 37.)

Digimarkkinoinnilla tarkoitetaan mainontaa ja markkinointia, joka tapahtuu digitaalisia kanavia hyödyntäen. Näitä kanavia ovat esimerkiksi erilaiset verkkosivustot, kuten kotisivut, verkkokauppa, uutismediat, sosiaalisen median kanavat sekä sähköiset uutiskirjeet. Digitaalista markkinointia voidaan toteuttaa lisäksi sisältömarkkinoinnin muodossa. Sisältömarkkinoinnilla tarkoitetaan tapaa markkinoida tuotteita tai palveluita usean eri kanavan kautta tarjoamalla monipuolista ja vaihtelevaa sisältöä. Tavoite on tarjota sisältöä houkuttelevaksi ja saada yleisö viettämään aikaa sisältöjen parissa, esimerkiksi blogien, videoiden tai podcastien muodossa. (Alma Media 2022.) Kotisivut ovat kaikista digimarkkinoinnin kanavista ratkaisevimmat niiden toimiessa lähtökohtana kaikelle verkossa tapahtuvalle markkinoinnille. On kriittisen tärkeää, että kotisivut ovat laadukkaat sekä informatiiviset. (Saarelainen 2019, 105.)

Markkinoinnin digitaalisissa viestintäkanavissa korostuu sitouttavan sisällön merkitys vakuuttaa ja tavoittaa potentiaalisia kohderyhmiä. Sitouttavan sisällön tarkoitus on rakentaa positiivista suhdetta ja muistijälkeä sekä luoda käyttöarvoa auttaen löytämään oikeita vaihtoehtoja ja menetelmiä. Sitouttavan sisällön elinkaari voi olla jopa useiden vuosien mittainen, esimerkkinä blogit, artikkelit tai ladattavat oppaat. Laadukas sitouttava sisältö kannattaa myös pyrkiä sijoittamaan hakukoneoptimointiin korkealle ja näin lisätä sen näkyvyyttä ja löydettävyyttä. (Keronen & Tanni 2017, 88-93.)

Digitaalisen markkinoinnin merkittävimmät hyödyt ovat sen kohdennettavuus sekä mitattavuus. Markkinoinnin toimenpiteitä voidaan mitata ja asiakasymmärrystä lisätä keräämällä dataa, kuten missä kanavissa yleisö tavoitetaan parhaiten sekä miten sisältöjen vaikuttavuudessa on onnistuttu. Datainformaatio edesauttaa tulevien kampanjoiden suunnittelua, sillä sen pohjalta voidaan tarkastella aikaisemmin toteutettujen kampanjoiden onnistumista ja toimivuutta. Digitaalinen markkinointi on läsnäoloa, yksilöllistä vaikuttamista sekä sitouttamista kanavissa, joissa kohderyhmä on läsnä. (Alma Media 2022.)

Perinteisellä markkinoinnilla tarkoitetaan kaikkia markkinoinnin keinoja, jotka eivät ole digitaalisia, kuten lehtimainonta, tv- ja radiomainonta, mainostaulut sekä esitteet ja muu painettu materiaali. Perinteinen markkinointi eroaa digitaalisesta markkinoinnista ei-sähköisen muotonsa lisäksi myös mitattavuudeltaan, joka on haastavampaa verrattuna digitaaliseen markkinointiin, jossa datainformaatiota on saatavilla runsaammin. Perinteisessä markkinoinnissa mainoksia sekä kampanjoita suunnitellaan

palvelemaan pidemmällä aikavälillä, kun taas digitaalisen puolen mainontaa toteutetaan ja muokataan tarpeen mukaan nopeallakin reaktioajalla. Usein päädytään hyödyntämään molempien tapojen keinovalikoimaa, kanavia sekä parhaita ominaisuuksia. (Suomen hakukonemestarit 2022.)

Digitaalisen ja perinteisen markkinoinnin lisäksi tapahtumamarkkinointi on tehokas keino tavoittaa ihmisiä. Tapahtumamarkkinoinnilla tarkoitetaan brändiä ja imagoa vahvistavaa toimintaa, jossa kohde- ja sidosryhmät kohdataan etukäteen suunnitelluissa tilanteissa ja ympäristössä elämyksellisten tapahtumien kautta. Tapahtumamarkkinointi integroituu osaksi markkinointi- ja viestintästrategiaa esimerkiksi messujen, promootioiden, tapahtumasponsoroinnin ja muiden tempausten kautta. (Vallo & Häyri- nen 2016, 21-22.) Co-branding toiminnassa tapahtumia ja niiden markkinointia toteutetaan yhdessä sidos- ja yhteistyökumppaneiden kanssa. Yhteistapahtumat vähentävät kustannuksia, ja eri tahot saavat toisistaan tukea myös omalle brändilleen. Lisäksi tapahtumista saadaan toteutettua laajempia ja verkostoiltaan moniulotteisempia. (Vallo & Häyri- nen 2016, 63.)

Markkinoinnin viestintäkanavien kenttä on kattava. Yksi kanavista on ulkomainonta, jonka kyky tavoittaa yleisöä on parhaimmillaan huomattavan korkea. Ulkomainonta on kustannustehokas massamedia, jota hyödynnetään julkisilla paikoilla sekä vapaa-ajan sijainneissa, kuten liikuntapaikoilla. Se voi toimia tuloksellisesti myös erilaisten mainoskampanjoiden tukena, ohjaamalla yleisöä esimerkiksi kotisivuille saamaan lisäinformaatiota. (Outdoor Finland 2022.)

Kun toteutetaan markkinointisuunnitelmaa hyödyntäen markkinoinnin monipuolisia viestintäkanavia, on erittäin tärkeää huomioida ketteryys muutoksiin. Valittuja viestintäkanavia ja niiden tarkoituksen- mukaisuutta voidaan tarpeen mukaan asettaa uudelleen sekä muokata prosessin aikana. Markkinointi- suunnitelma ei ole kiveen kirjoitettu, joten on oltava riittävän joustava, muutosten ollessa perusteltuja. (Solomon ym. 2020, 111.)

## 5 TOIMEKSIANNON KUVAUS JA OPINNÄYTETYÖN TOTEUTUS

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää millaisia käsityksiä Kannuksessa sijaitsevan Kitinkankaan virkistysalueen nykyisillä ja potentiaalisilla käyttäjillä on alueen palvelutarjonnasta, palvelujen laadusta, saavutettavuudesta sekä kehittämistarpeista. Lisäksi työssä tarkastellaan, miten Kitinkankaan virkistysaluetta tulisi markkinoida paikallisella sekä myös laajemmalla tasolla.

### 5.1 Toimeksiantajan esittely ja opinnäytetyön lähtökohdat

YritysKannus Oy on Kannuksen kaupungin 100 % omistama elinkeinoyhtiö. Se tarjoaa neuvontapalveluita olemassa oleville sekä aloittaville yrityksille tai yritystoimintaa suunnitteleville. YritysKannus Oy vastaa myös Kannuksen yritysrekisterin ylläpidosta. Lisäksi se tarjoaa Kannuksen kaupungin kanssa yhdessä toimitilapalveluita, pienrahoitusta sekä kehittämislainoja kannuslaisille yrityksille. (YritysKannus Oy 2022.)

Lähtökohtaisesti tutkimus on saanut alkunsa tarpeesta kartoittaa Kitinkankaan virkistysalueen käyttäjäkuntaa, tyytyväisyyttä palveluihin sekä käyttöastetta. Virkistysalue on suosittu ja saanut kiitosta monipuolisista harrastusmahdollisuuksistaan, mutta sen todellinen potentiaali ja vetovoima osana alueellista kehitystyötä tulee selvittää. Kannuksen liikuntapalveluista on toteutettu aikaisemmin erilaisia tutkimuksia, mutta Kitinkankaan virkistysaluetta laajempaan kokonaisuuteen ei oltu vielä toistaiseksi tarkemmin kartoitettu. Tulevaisuudessa aluetta halutaan vahvistaa esimerkiksi palvelumuotoilun keinoin ja lisätä tietoutta sen tarjoamista mahdollisuuksista tehokasta markkinointia hyödyntämällä.

Tutkimus ja ymmärryksen kasvattaminen kohderyhmän odotuksista, tarpeista sekä motiiveista on palvelumuotoilun yksi kriittisimmistä vaiheista. Tarkoituksenmukainen tiedonhankinta ja analyysi materiaalista, jota voidaan hyödyntää tulevaisuuden suunnittelun ohjaamisessa, auttaa toteuttamaan palveluista käyttäjien todellisia tarpeita vastaavia. (Tuulaniemi 2011, 142.)

Kannus on Suomen elävin maaseutumainen kunta, kertoo konsulttiyhtiö Rambollin vuonna 2021 julkaistu tutkimus. Korkeimmat pisteet Kannuksen kaupungille on annettu viher- ja virkistysympäristöjen toteutuksesta sekä ylläpidosta. Kitinkankaan virkistysalueen pitkäjänteinen kehitystyö koetaan edesauttaneen menestystä Rambollin julkaisemassa tutkimuksessa. Esimerkiksi alueella sijaitsevaan

uimahalliin on tehty merkittävä kuuden miljoonan euron investointi jo 2010-luvun alussa. (Kluukeri 2021.) Lisäksi Kannuksen uimahalli Kitinvapari valittiin vuoden 2022 vesiliikuntapaikaksi. Se saavutti vuonna 2022 kävijäennätyksensä yli 36 000 asiakaskäynnillä. Valintaan vaikuttivat erityisesti hallin monipuolisuus, henkilökunnan osaaminen sekä turvallisuusasioiden kokonaisvaltainen hallinta. (Kluukeri 2023.)

Kitinkankaan virkistysalueeseen ja sen kehittämiseen on panostettu niin investointien, vuorovaikutuksen kuin yhteistyön muodossa. Alueen kehitystyö on kuitenkin jatkuva prosessi, ja tämän opinnäytetyön tarkoitus on olla myös omalta osaltaan suunnannäyttävä alueen tulevaisuuden innovoinnissa ja työskentelyssä.

Menestys edellyttää sitä, että viedään aktiivisesti kehitystä eteenpäin ja toimitaan samalla kehityksen moottoreina. Globalisoituva, verkottuva sekä nopeasti muuttuva toimintaympäristö luovat voimakkaat edellytykset kehitystarpeille, pelkkä sopeutuminen ei riitä. Toteutuneiden tavoitteiden arviointi sekä tulevaisuuden kehitysnäkymien silmälläpitäminen ja varautuminen edistävät pitkäaikaisten tavoitteiden saavuttamista. (Ojasalo ym. 2015, 13.) Prosessinomaista kehittämistyötä tarvitaan kannattavuuden parantamiseen, kasvun luomiseen sekä tulevaisuuden kysynnän ja muiden toimintaan vaikuttavien tekijöiden ennakoimiseen (Ojasalo ym. 2015, 12).

## **5.2 Kitinkankaan virkistysalueen tarjoamat palvelut**

Kannuksessa sijaitseva Kitinkankaan virkistysalue tarjoaa monipuolisesti palveluita ympäri vuoden. Alueelta löytyy Kitinvaparin vapaa-aikakeskus, jossa toimii lipunmyynti, kahvila sekä alueen liikuntapalveluista uimahalli, kuntosali, juoksusuora, peilisali sekä sisäliikuntahalli.

Lisäksi alueelta löytyy yleisurheilukenttä, pesäpallostadion, tennishalli, skeittiparkki, DiscGolfPark (frisbeegolf), ulkotenniskentät, ulkosalibandy, beachvolley-kenttä, jääkiekkokaukalo, hiihtolatuja, lenkipolkuja, lumikenkäreittejä, hiihtostadion, maastopyöräreittejä, laavu sekä pulkkamäki. Myös koira-hiihtoa on tarjolla.

Viimeisimmät alueelle toteutetut palvelut ovat trendikäs pumtrack-rata sekä suositut kuntoportaat. Alueella toimii myös yksityinen kuntoutuskeskus Kitinkannus, jonka palvelutarjontaan kuuluu lisäksi lounasravintola sekä majoituspalveluita. (Kannuksen kaupunki 2022.)

Kuva 1 havainnollistaa Kitinkankaan virkistysalueen palveluita alueella (KUVA 1).



KUVA 1. Kitinkankaan virkistysalue (YritysKannus Oy 2022)

Kuvassa 1 esitetään Kitinkankaan virkistysalueen palvelut sekä niiden sijainti alueella. Kuvaa käytettiin myös opinnäytetyön tutkimuksellisen osion vastaajille laaditussa kyselylomakkeessa havainnollistamisen keinona.

### 5.3 Tutkimusmenetelmä ja aineisto

Tämä tutkimus on toteutettu kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena, mutta se sisältää myös kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimusmenetelmän ominaisuuksia. Kvantitatiivisella tutkimuksella tarkoitetaan menetelmää, jossa käytetään esimerkiksi lomakekyselyä tai strukturoitua lomakehaastattelua. Vastaajilta tiedustellaan identtistä kysymysasettelua noudattaen samassa järjestyksessä olevat kysymykset. Vastaajien joukko muodostaa otoksen kohteena olevasta perusjoukosta. Määrälliset eli kvantitatiiviset menetelmät soveltuvat hyvin, kun on esimerkiksi tarkoitus testata pitääkö jokin teoria paikkansa. Saatu data eli informatiivinen materiaali analysoidaan hyödyntäen tilastollisia menetelmiä, jonka jälkeen tulintoja voidaan yleistää. Kvalitatiivisia eli laadullisia menetelmiä käytetään, kun ilmiötä halutaan ymmärtää syvällisemmin sekä kokonaisvaltaisemmin. Tarkoituksena on tuottaa mahdollisimman paljon uutta tietoa, joskus hyvin niukastakin tarkastelun kohteesta. Usein kvalitatiivinen aineiston keruu

toteutetaan osallistuvaa havainnointia tai teema-, avoin- ja ryhmähaastattelua sekä kysymyksiä hyödyn-  
täen. (Ojasalo ym. 2015, 104-105.)

Opinnäytetyön tutkimuksellinen tiedonkeruu toteutettiin kyselylomakkeella, joka sisälsi sekä suljettuja  
että avoimia kysymyksiä. Suljetuilla kysymyksillä tarkoitetaan kysymyksiä, joille on määritelty valmiit  
vastausvaihtoehdot. Avoimiin kysymyksiin vastausmahdollisuus on vapaa. Lomakkeeseen oli mahdol-  
lista vastata verkossa Webropol-kyselynä toukokuussa 2022. Lisäksi vastauksia kerättiin toukokuussa  
2022 järjestetyillä SYKE-messuilla Kannuksessa. Kyselylomake oli myös tarjolla paperiversiona Kan-  
nuksen kaupungintalolla, kirjastossa sekä Kitinvaparin tiloissa.

Kyselylomake sisälsi 16 kysymystä, ja lisäksi yhden täysin vapaan sanan kentän. Lomakkeen kysymyk-  
sillä selvitettiin vastaajien taustatietoja, tyytyväisyyttä Kitinkankaan virkistysalueen tarjoamiin palve-  
luihin, palveluiden käyttöastetta, palvelukokemusta sekä kehitysehdotuksia. Kyselylomakkeessa oli  
myös mukana kysymys, joka on ollut aikaisemmassa Marianne Nivalan toteuttamassa opinnäytetyössä  
vuonna 2020. Opinnäytetyö oli kyselytutkimus Kannuksen kaupungin vapaa-ajan palveluista. Aikaisem-  
min saatuja vastauksia haluttiin vertailla nykyhetkeen ja tarkastella mahdollisia muutoksia.

Kyselylomakkeen myötä hankittu aineisto on käsitelty luottamuksellisesti, eikä yksittäisiä vastaajia  
voida tunnistaa opinnäytetyön julkaistuista tuloksista. Kyselyyn vastanneille annettiin lisäksi mahdolli-  
suus osallistua arvontaan, johon kerättiin henkilötietoja. Nämä henkilötiedot tuhottiin asianmukaisesti  
ilman viivettä heti arvonnän suorittamisen jälkeen.

Tutkimuksellista tiedonkeruuta, teoreettista viitekehystä sekä työn toiminnallista osuutta on käsitelty  
lisää tämän opinnäytetyön luvussa 8.1 Pohdinta.

#### **5.4 Validiteetti ja reliabiliteetti**

Opinnäytetyössä on otettu huomioon validiteetti sekä reliabiliteetti. Tutkimuksen onnistumisen kan-  
nalta näiden tekijöiden huomioiminen on välttämätöntä, sillä kyseessä on tutkimuksen luotettavuuden  
mittaristo. Tutkimuksissa pyritään aina arvioimaan niiden luotettavuutta, ja ehkäisemään virheiden  
syntymisen mahdollisuus. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 231.)



Validiteetilla tarkoitetaan mittarin tarkkuutta. Reliabiliteetilla tarkoitetaan mittauksen luotettavuutta (Ojasalo ym. 2015, 105). Validiteetti kuvaa tutkimusmenetelmän tai mittarin kykyä mitata luotettavasti asetettua ilmiötä. Mitataan oikeaa asiaa tarkasti sekä paikkansapitävästi. Reliabiliteetti tarkoittaa mitaustulosten toistettavuutta eli kykyä antaa tuloksia, jotka eivät ole sattumanvaraisia. Mittauksen tulos on sama, vaikka mittauksen toteuttaisi eri tutkija. (Hirsjärvi ym. 2009, 231.) Kysely- ja haastattelututkimuksessa erityisesti validiteettiin vaikuttaa se, miten onnistuneita kysymykset ovat sekä voidaanko niiden avulla saada tutkimusongelmiin ratkaisu (Heikkilä 2014, 177).

Validiteetti ja reliabiliteetti ovat laadukkaan tutkimuksen perusvaatimukset. Ne muodostavat yhdessä kokonaisluotettavuuden mittaukselle. Esimerkkejä tutkimuksen luotettavuutta alentavista tekijöistä ovat satunnaiset käsittelyvirheet, mittausvirheet tai otantavirheet. Erityisen haitallisia ovat systemaattiset virheet. Satunnaisvirheisiin verrattuna systemaattiset virheet ovat haitallisempia, ja ne alentavat usein sekä validiteettia että reliabiliteettia. Ne voivat syntyä yksittäisestä aineiston keräämiseen liittyvästä tekijästä, joka linjaa ja vääristää koko aineistoa samansuuntaisesti. (Heikkilä 2014, 176-177.)

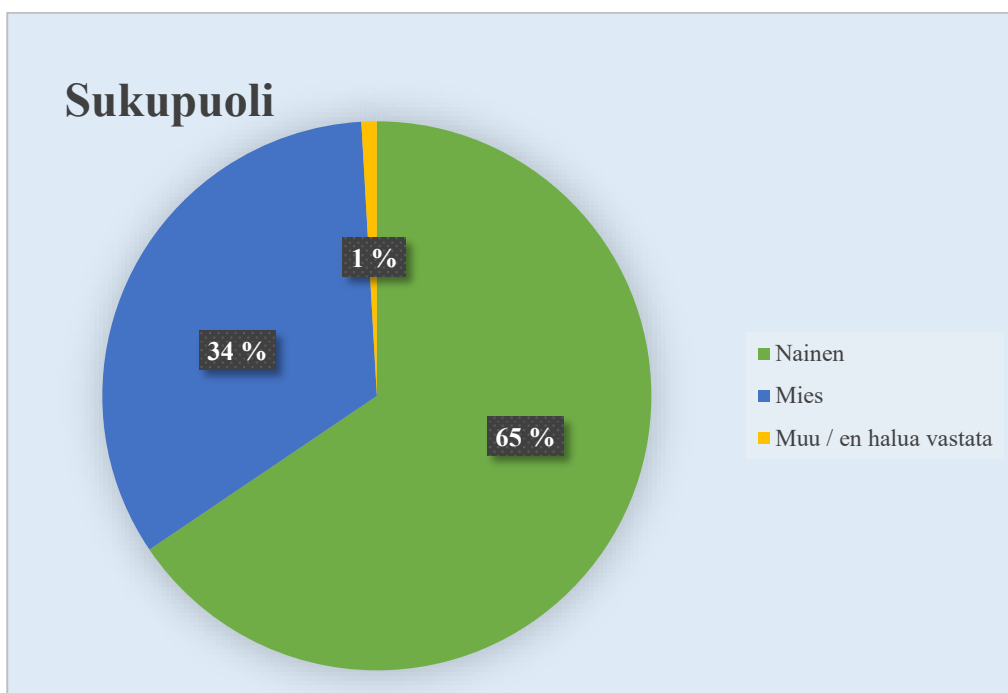
Tutkimuksen luotettavuuden kannalta on tärkeää, että otos on edustava ja sen koko on riittävän suuri. Lisäksi vastausprosentin tulisi olla korkea sekä kysymysten mitata oikeita asioita. (Heikkilä 2014, 178.) Tutkimuksen luotettavuutta on lähtökohtaisesti pyritty vahvistamaan rajaamalla tutkimus riittävän tarkasti sekä käyttämällä mahdollisimman luotettavaa lähdemateriaalia. Ensisijaisesti on pyritty löytämään asiantuntijoiden itse kirjoittamia primaarilähteitä. Lisäksi tutkimuksessa käytetyn lomakkeen kysymysmuotoilu on pyritty toteuttamaan luotettavuutta ylläpitävästi sekä testattu koevastaajilla ennen julkaisua. Otoksen edustavuuteen ja kokoon on kiinnitetty huomiota. Vastaajilta saadun aineiston käsittelyssä ja tutkimustulosten analysoinnissa on noudatettu erityistä huolellisuutta ja tarkkuutta.

## 6 OPINNÄYTETYÖN TULOKSET

Opinnäytetyön tutkimuksellinen osio toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena, mutta se sisälsi myös kvalitatiivisen eli laadullisen tutkimuksen ominaisuuksia. Tiedonkeruun välineenä toimi kyselylomake, joka sisälsi suljettuja kysymyksiä, joiden vastausvaihtoehdot oli määritelty valmiiksi sekä avoimia kysymyksiä joihin vastausmahdollisuus oli vapaa. Opinnäytetyön tutkimuksellisessa tiedonkeruussa toukokuussa 2022 toteutettuun kyselyyn oli mahdollista vastata verkossa sekä paperiselle lomakkeelle. Webropol-kyselyyn verkossa vastasi 306 henkilöä ja paperiseen kyselyyn 139 henkilöä. Yhteensä kyselyyn vastasi 445 henkilöä. Paperinen kyselylomake oli tarjolla Kannuksessa järjestetyillä SYKE-messuilla sekä Kannuksen kaupungintalolla, kirjastossa ja Kitinvaparin tiloissa.

### 6.1 Vastaajien taustatiedot

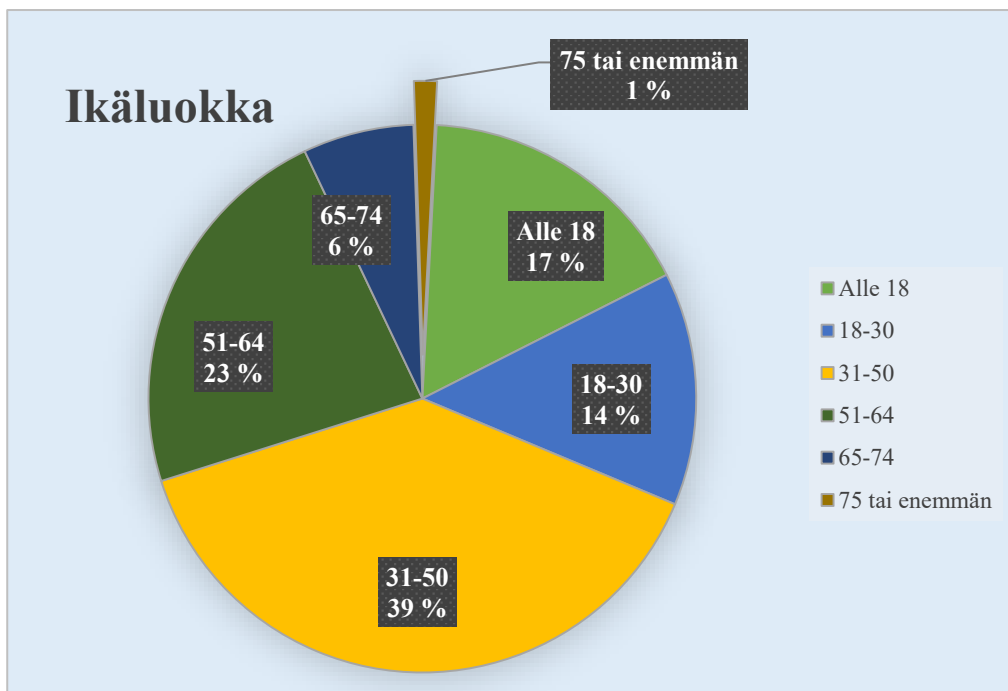
Vastaajien taustatietoja selvitettiin kysymyksillä 1-3. Taustatiedoilla kartoitettiin vastaajien sukupuolta, ikäluokkaa sekä asuinpaikkaa. Taustatiedot olivat tarpeellisia tutkimusaineiston analyysissä lisäten ymmärrystä tutkittavaan aihepiiriin. Lisäksi ne olivat oleellisia asetettujen tutkimuskysymysten ratkaisun kannalta. Kysymys 1 koski vastaajien sukupuolta (KUVIO 4).



KUVIO 4. Vastaajien sukupuoli (n=444)

Kuvio 4 esittää vastaajien sukupuolten jakaamaa. Aktiivisimmin kyselyyn vastasivat naiset, joiden osuus vastaajista oli 65 %. Miesten osuus vastaajista oli noin kolmannesosa eli 34 %. Vastaajista 1 % oli muunsukupuolinen tai ei halunnut kertoa tarkemmin tietoa sukupuolestaan. Kyselyyn vastanneiden sukupuolijakauma oli odotetun mukainen tarkasteltuna Kannuksessa aikaisemmin toteutettuihin vastaaviin tutkimuksiin.

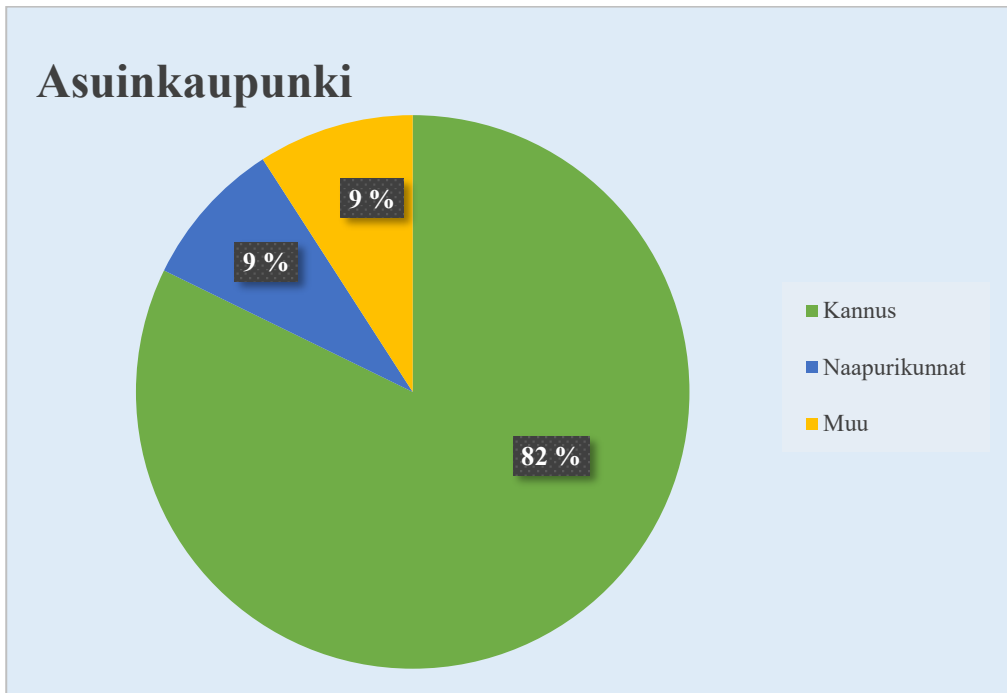
Kysymys 2 koski vastaajien ikäluokkaa (KUVIO 5).



KUVIO 5. Vastaajien ikäluokka (n=443)

Kuvio 5 havainnollistaa kyselyyn vastanneiden ikäjakaamaa. Vastaajia kyselyyn saatiin kaikista ikäluokista. Suurin osa vastaajista 39 % osuudella olivat 31-50 vuoden ikäisiä. Lasten ja nuorten osuus vastaajista oli yhteenlaskettuna 31 %. Yleisesti vastaajien ikäluokat jakautuivat melko tasaisesti, lukuun ottamatta vanhempien ikäluokkien vastausprosenttia, joka jäi muita matalammaksi. 65-74 vuotiaiden osuus vastaajista oli 6 %. 75 vuotta täyttäneiden osuus vastaajista oli 1 %. Kouluikäisten ja nuorten kiinnostus kyselyyn yllätti positiivisesti, ja tämä oli myös erittäin toivottua. Vanhempien ikäluokkien aktiivisuus jäi paperisesta lomakevastaus mahdollisuudesta huolimatta toivottua vähäisemmäksi. Tähän ikäryhmään kannattaa jatkossa kiinnittää yhä enemmän huomiota, jotta osallisuutta tutkimuksiin saadaan lisättyä.

Kysymys 3 koski vastaajien asuinkaupunkia (KUVIO 6).



KUVIO 6. Vastaajien asuinkaupunki (n=439)

Kuvion 6 mukaan 82 % vastaajista asui Kannuksessa. 9 % vastaajista asui naapurikunnissa ja 9 % muualla Suomessa. Kannuksen naapuri ja lähikunnista mainittiin seuraavat paikkakunnat: Kalajoki, Kokkola, Toholampi, Sievi, Ylivieska, Alavieska, Nivala sekä Kaustinen.

Kauempaa asuvilta vastauksia saatiin Helsingistä, Vantaalta, Heinolasta, Hyvinkäältä, Mikkelistä, Turusta, Kaarinasta, Tampereelta, Kuopiosta, Vaasasta, Huittisista, Jyväskylästä, Oulusta, Kempeleestä sekä Kajaanista.

Kannuslaisten vastaajien suuri lukumäärä oli odotettavissa. Tavoite oli, että vastauksia saadaan paikallisten asukkaiden lisäksi myös lähikunnissa sekä muualla Suomessa asuvilta henkilöiltä. Tavoitteessa onnistuttiin ilahduttavasti, lähes viidesosan osuudella vastaajien kokonaismäärästä.

## 6.2 Kitinkankaan virkistysalueen palvelut ja niiden käyttö

Kysymykset 4-8 käsittelivät Kitinkankaan virkistysalueen palveluita sekä niiden käyttöastetta. Kysymyksillä haluttiin kartoittaa, kuinka moni vastaajista on käyttänyt alueen palveluita, mitä palveluita he

ovat käyttäneet, mitkä palvelut koetaan kiinnostavimpana sekä kuinka usein palveluita käytetään tai keiden kanssa. Kysymyksellä 4 selvitettiin ovatko vastaajat käyttäneet Kitinkankaan virkistysalueen palveluita aikaisemmin tai onko alue heille ennestään tuttu (KUVIO 7).

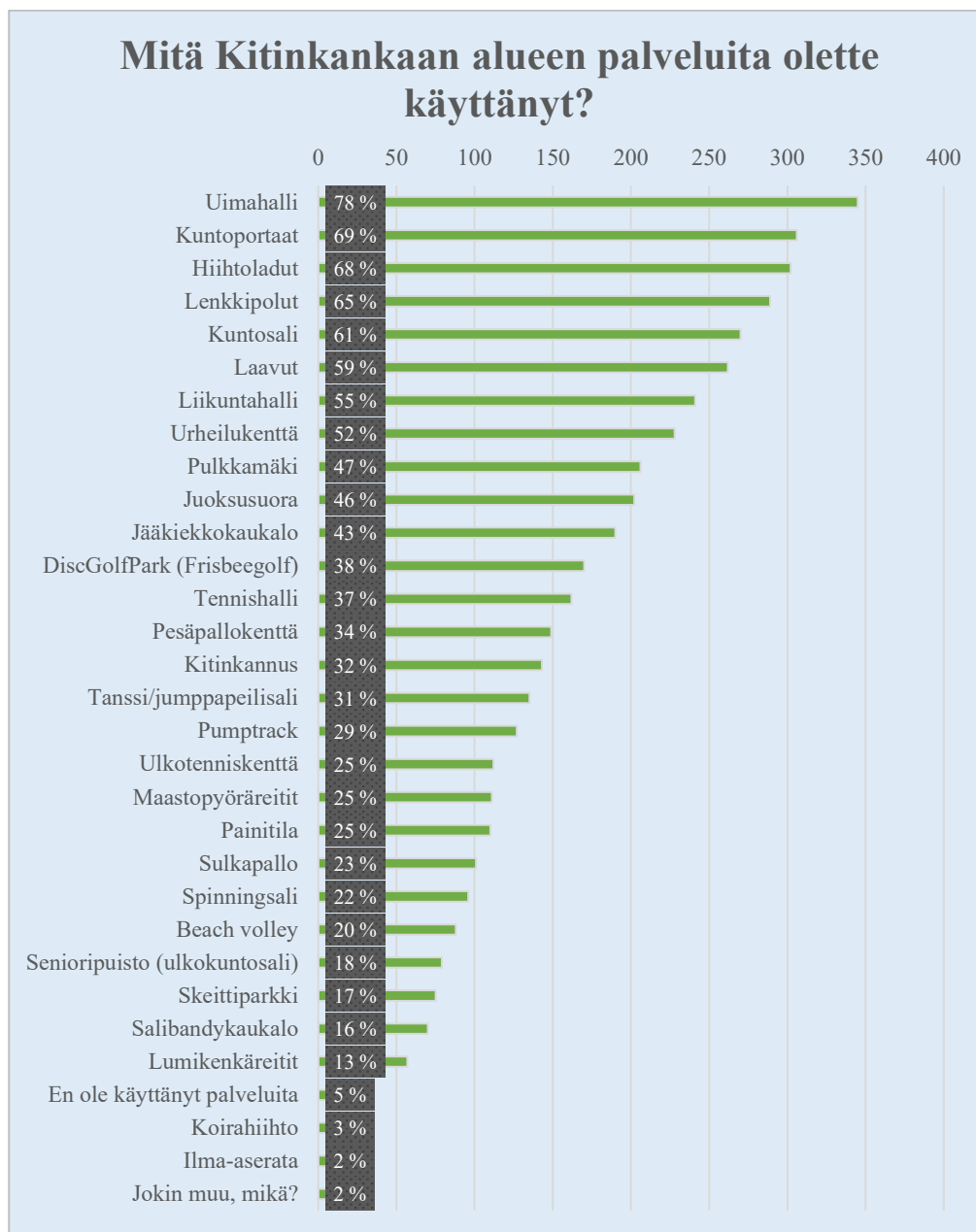


KUVIO 7. Kitinkankaan virkistysalueen palvelut ja niiden tuntemus (n=437)

Kuviosta 7 voidaan havaita, että suurin osa vastaajista 91 % osuudella on käyttänyt Kitinkankaan virkistysalueen palveluita aikaisemmin ja tuntee alueen. Vastaajista 5 % tietää alueen, mutta ei ole käyttänyt palveluita. Vastaajista 4 % ei tuntenut aluetta ennestään.

Kitinkankaan virkistysaluetta käyttäneiden henkilöiden suuri määrä on merkittävä ja todella positiivinen tulos tutkimuksessa, sillä yhdeksän vastaajaa kymmenestä on käyttänyt palveluita. Tulos on tutkimuksen kannalta merkittävä ja viestii alueen potentiaalista ja jatkuvan kehityksen tärkeydestä käyttäjiä ajatellen myös tulevaisuudessa.

Kysymyksellä 5 selvitettiin mitä Kitinkankaan virkistysalueen palveluita vastaajat ovat käyttäneet (KUVIO 8).



KUVIO 8. Mitä virkistysalueen palveluita vastaajat ovat käyttäneet? (n=442)

Kysymyksen 5 saamat vastaukset kentässä Jokin muu, mikä?

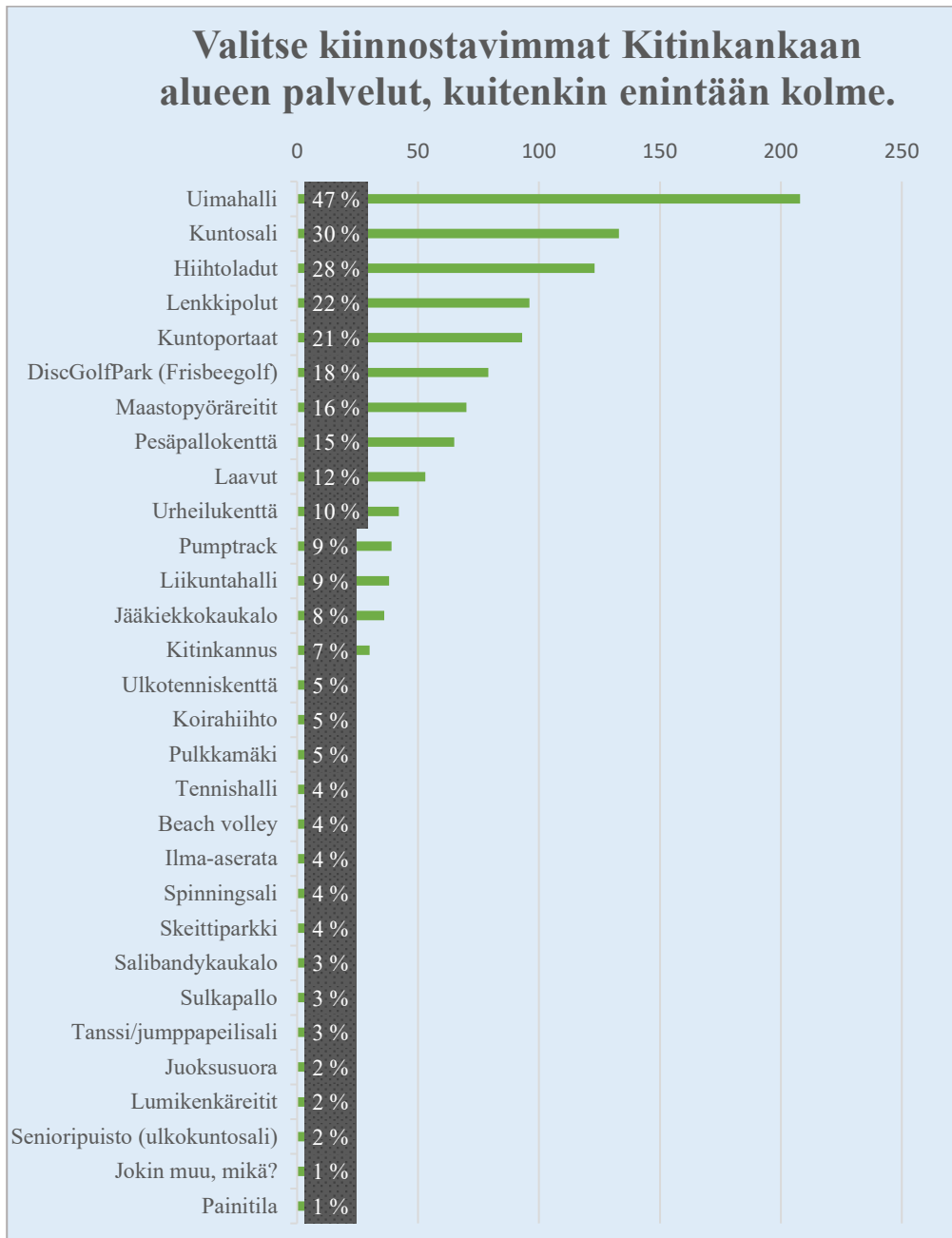
- Jalkapallokenttä
- Pururata, lenkkeillen
- Mobo suunnistus, iltarastit
- Vesijumppa
- Ruokala Amica Kitinkannus
- Polut

- Geokätköily
- 2 x messuilla myymässä
- Ulkosali

Kuviosta 8 voidaan havaita, että eniten käytetty palvelu oli uimahalli 78 % osuudella. Kymmenen käytetyimmän palvelun joukkoon sijoittuivat myös kuntoportaat, hiihtoladut, lenkipolut, kuntosali, laavut, liikuntahalli, urheilukenttä, pulkkamäki sekä juoksusuora. Alueella sijaitsevien palveluiden käyttö oli monipuolista, ja monet vastaajista käyttivät useampaa kuin kolmea palvelua. Vastaajista vain 5 % ei ollut käyttänyt alueen palveluita.

Uimahallin käyttöaste oli odotettavissa oleva, mutta silti positiivisesti yllättävän korkea tulos. Uimahallin suosio viestii, että uimahalliin esimerkiksi aikaisemmin toteutetut investoinnit ovat olleet kannattavia sekä onnistuneita. Yllättävää tuloksissa oli, että ilma-aseradan sekä koirahiihdon käyttöaste oli varsin matala. Mahdollinen syy ja ilmiötä selittävä tekijä voidaan tulkita liittyvän tiedon puutteeseen palveluiden olemassaolosta. Palveluiden kokonaisvaltainen markkinointi on jatkossa todella tärkeää.

Kysymyksellä 6 selvitettiin kiinnostavimpia palveluita Kitinkankaan virkistysalueella (KUVIO 9).



KUVIO 9. Kiinnostavimmat virkistysalueen palvelut (n=441)

Kysymyksen 6 saamat vastaukset kentässä Jokin muu, mikä?

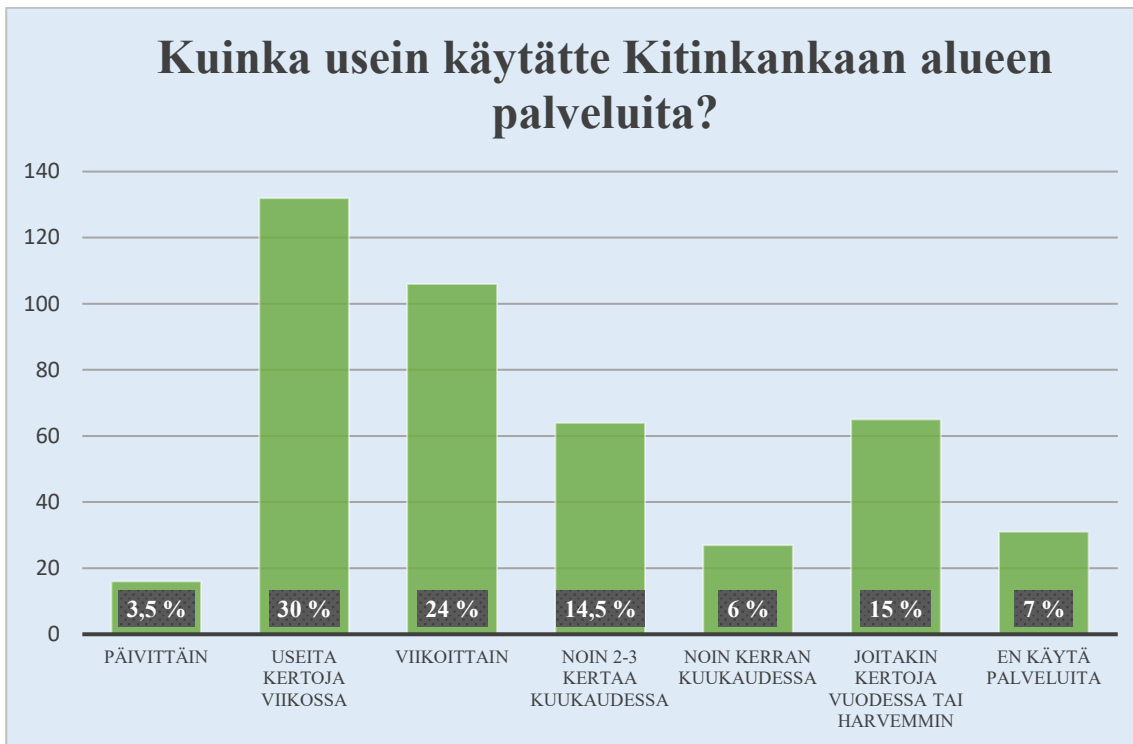
- Jalkapallokenttä (maininta 2 x kertaa)
- Koirapuisto
- Suunnistus kartta alueesta
- Amica ruokala
- En ole täältä päin



Kuvion 9 mukaan kiinnostavin palvelu oli uimahalli 47 % osuudella. Toiseksi kiinnostavin palvelu oli kuntosali 30 % osuudella ja kolmanneksi eniten vastaajia kiinnosti hiihtoladut 28 % osuudella. Kymmenen kiinnostavimman palvelun joukkoon sijoituivat myös lenkkipolut, kuntoportaat, DiscGolfPark, maastopyöräreitit, pesäpallokenttä, laavut sekä urheilukenttä. 47 vastaajaa oli valinnut useamman kuin ohjeistetun enimmäismäärän kolmesta kiinnostavimmasta palvelusta. Nämä vastaukset on hyväksytty mukaan tuloksiin.

Uimahallin suosio näkyi myös tämän kysymyksen tuloksissa. Vaikuttavaa oli, että uimahallin koki mielenkiintoisimmaksi palveluksi lähes puolet vastaajista.

Kysymyksellä 7 kartoitettiin kuinka usein vastaajat käyttävät Kitinkankaan virkistysalueen palveluita (KUVIO 10).



KUVIO 10. Kuinka usein vastaajat käyttävät palveluita? (n=441)

Kuviosta 10 on nähtävissä, että suurin osa vastaajista 33,5 % osuudella käytti palveluita päivittäin tai useita kertoja viikossa. 24 % vastaajista käytti palveluita viikoittain. Näin ollen yli puolet vastaajista 57,5 % osuudella käytti palveluita päivittäin, useita kertoja viikossa tai viikoittain. Noin viidesosa vastaajista käytti palveluita kerran tai useammin kuukaudessa. 15 % vastaajista ilmoitti käyttävänsä palveluita joitakin kertoja vuodessa tai harvemmin.

On hienoa havaita, että Kitinkankaan virkistysalueen palveluita käytetään aktiivisesti, jopa useita kertoja viikossa. Voidaan ajatella, että palvelut ovat lähtökohtaisesti hyvin saavutettavissa. Aktiivisen palveluiden käytön takaamiseksi saavutettavuuteen tulee panostaa myös tulevaisuudessa.

Kysymyksellä 8 selvitettiin kenen tai keiden kanssa palveluita käytetään (KUVIO 11).



KUVIO 11. Kenen tai keiden kanssa vastaajat käyttävät palveluita? (n=442)

Kuvio 11 havainnollistaa vastaajien tapaa käyttää palveluita yksin, muiden seurassa tai erilaisten sosiaalisten verkostojen kautta. Tässä kysymyksessä oli mahdollista valita useampi annetuista vastausvaihtoehdoista. Noin puolet vastaajista käytti palveluita yksin, perheen tai ystävien kanssa. Lemmikin kanssa tai muun ohjatun toiminnan kautta palveluita käytti noin joka kymmenes vastaaja. Lähes joka viides vastaaja käytti palveluita erilaisten urheiluseurojen toiminnan myötä. Palveluita käytettiin myös työpaikan sosiaalisia verkostoja hyödyntämällä, mutta käyttöaste oli matalampi verrattuna muihin annettuihin vastausvaihtoehtoihin 6 % osuudella.

Erityisesti pieni käyttöaste työporukan tai työpaikan mahdollistaman toiminnan kautta on yllättävä sekä myös mielenkiintoinen tulos, sillä potentiaali tällä sektorilla on palveluiden tuottamisen kannalta huomattavasti suurempi.

### 6.3 Palvelukokemus

Kysymyksellä 9 selvitettiin vastaajien tyytyväisyyttä Kitinkankaan virkistysalueen tarjoamiin palveluihin (KUVIO 12).



KUVIO 12. Tyytyväisyys palveluihin (n=441)

Kuvio 12 esittää jakauman vastaajien tyytyväisyydestä Kitinkankaan virkistysalueen tarjoamiin palveluihin. Enemmistö vastaajista 83,5 % osuudella oli tyytyväinen palveluihin ja vain 2 % vastaajista ei ollut tyytyväinen palveluihin ja niiden tasoon. Vastauksista 9 % oli neutraaleja, ”en osaa sanoa” vastausvaihtoehdon muodossa.

Tulos koetusta tyytyväisyydestä virkistysalueen palveluihin on erinomainen. Alueen jatkuva tuloksellinen kehittäminen on selkeästi nähtävissä. Vastaavaa kartoitusta koko virkistysalueen tyytyväisyyden tasosta ei ole aikaisemmin tehty. Näin ollen seuranta on tärkeää myös jatkossa tyytyväisyyden tason ylläpidon ja vertailun kannalta sekä panostaminen kestävien arvojen mukaiseen toimintaan ja laadukkaaseen palvelutarjontaan.

Kysymyksellä 14 haluttiin saada ajankohtaista sekä päivitettyä informaatiota mitä vastaajat saavat vapaa-ajan palveluihin osallistumisesta. Tämä kysymys on esitetty aikaisemmin Marianne Nivalan toteuttamassa opinnäytetyössä vuonna 2020. Opinnäytetyö oli kyselytutkimus Kannuksen kaupungin vapaa-ajan palveluista (KUVIO 13).



KUVIO 13. Mitä saan vapaa-aika palveluihin osallistumisesta? (n=437)

Kysymyksen 14 saamat vastaukset kentässä Muuta, mitä?

- Pidän toimintakykyä yllä.
- Hyvä olo
- Liikun lasten kanssa.
- Raitista ilmaa ja yhteyden luontoon
- Lapsi pääsee kehittämään itseään
- Kitinkangas on paras paikka Kannuksessa
- Lapset pääsevät liikkumaan. Koira saa virikkeitä ja liikuntaa.
- Vahva osa hyvinvointia ja terveyttä (myös mielen)
- Koko perheelle hyödyllistä ja hauskaa yhdessäoloa.
- Hyvinvointia mielelle ja keholle
- Sielu puhdistuu, rentoutusta.
- Saan olla rauhassa
- Rentoudun
- Nautin luonnosta ja kauniista alueesta.
- Rentoutuminen
- Lepoa & liikettä

- Virkistäytyminen
- Saan hyvää oloa
- Hyvä fiilis
- Tekee mielelle hyvää

Kuvio 13 havainnollistaa vastaajien kokemuksia vapaa-ajan palveluiden tarjoamista sosiaalisista sekä muista arvoa tuottavista tekijöistä. Tässä kysymyksessä oli mahdollista valita useampi annetuista vastausvaihtoehdoista sekä vapaan sanan kenttä. Vastaajilta tiedusteltiin, mitä he saavat vapaa-aika palveluihin osallistumisesta. Suurin vastausprosentti 88 % osuudella oli kunnon kohentamisen merkityksellä. Myös itsensä kehittäminen sai 61 % vastaajien äänistä. Noin puolet vastaajista koki merkitykselliseksi sosiaaliset kohtaamiset sekä ystävien ja tuttujen tapaamisen palveluiden parissa. Noin joka neljännes vastaaja halusi uusia kokemuksia ja mukavaa ajanvietettä. Vapamuotoisissa vastauksissa perheen kanssa ajan viettäminen sekä mielenhuolto ja hyvinvointi koettiin mielekkääksi.

Vertaillen tuloksia Kannuksen kaupungin vapaa-ajan palveluiden kyselytutkimukseen vuodelta 2020, voidaan todeta, että tekijät ovat pysyneet pitkälti samankaltaisina. ”Kuntoni kasvaa” on edelleen ensisijainen tekijä vastaajille vapaa-aika palveluihin osallistumisessa ja ”itsensä kehittäminen” toiseksi merkityksellisin tekijä. Sosiaaliset kohtaamiset sekä ystävien ja tuttujen tapaaminen ovat myös edelleen vahvasti merkityksellisiä, ja niiden voidaankin ajatella ehkäisevän omalta osaltaan myös yksinäisyyttä kaiken ikäisillä ihmisillä.

Kysymyksellä 15 selvitettiin miten vastaajat haluavat saada lisätietoa Kitinkankaan virkistysalueen palveluista (KUVIO 14).



KUVIO 14. Miten vastaajat haluavat lisätietoa palveluista? (n=426)

Kysymyksen 15 saamat vastaukset kentässä Muu sosiaalinen media, mikä?

- Tiktok (maininta 4 x kertaa)
- Twitter
- Instagram

Kysymyksen 15 saamat vastaukset kentässä Jokin muu, mikä?

- En tällä hetkellä
- Kaikkia mahdollisia mainonnan keinoja, koska käyttäjiä on eri ikäryhmistä ja eri tilanteista sekä taustoista.
- Mainonta

Kuvio 14 esittää jakaumaa vastaajien näkemyksistä, miten he haluaisivat saada tietoa Kitinkankaan virkistysalueen tarjoamista palveluista ja mahdollisuuksista. Selkeä enemmistö toivoo saavansa informaatiota sosiaalisen median kautta. Facebook on vastausten mukaan suosituin kanava tiedonsaantiin 67 % osuudella. Toiseksi eniten informaatiota haluttiin Instagramin kautta 50 % osuudella. Lähes

puolet halusivat, että informaatio olisi saatavilla internetsivuilla tai perinteisessä paikallislehdessä. Noin joka kolmas vastaaja halusi seurata kaupungin tapahtumakalenteria tai saada erillisiä esitteitä ja mainoksia.

Mielenkiintoista sekä hienoa oli havaita, kuinka paikallislehtien suosio pitää pintansa vetovoimaisena informaation kanavana. Voidaan päätellä, että paikallislehtien lukijauskollisuus sekä niiden tarjoama yksityiskohtaisempi paikallinen viestintä ovat vaikuttavia tekijöitä. Sosiaalisen median suosio informaation kanavana oli lähtökohtaisesti odotettavissa, sillä se on ollut jo pitkään merkittävä väylä saavuttaa moniulotteisia viestinnällisiä tavoitteita.

#### **6.4 Avoimet kysymykset**

Avoimia kysymyksiä kyselylomakkeella oli 5 kpl. Lisäksi lomakkeella oli yksi täysin vapaan sanan kenttä. Avoimet vastaukset on ryhmitelty teemoittain, jotta niiden tulkinta sekä vastausten luettavuus olisi selkeää. Teemoittelun yhteydessä, vastauksista on eroteltu tekstiosioita erillisiin teema-kategorioihin, mikäli yhdessä vastauksessa on käsitelty useampia asiayhteyksiä. Kaikki saadut vastaukset avoimiin kysymyksiin ovat luettavissa ja liitettynä tähän opinnäytetyöhön. (LIITE 2).

Kysymyksellä 10 selvitettiin mihin palveluihin vastaajat ovat erityisen tyytyväisiä ja miksi.

Kysymyksellä 11 selvitettiin mihin palveluihin vastaajat ovat tyytymättömiä ja miksi.

Kysymyksellä 12 selvitettiin miten Kitinkankaan aluetta ja sen olemassa olevia palveluita voitaisiin kehittää.

Kysymyksellä 13 selvitettiin millaisia uusia palveluita, toimijoita tai tapahtumia vastaajat toivoivat alueelle.

Kysymyksellä 16 selvitettiin, millaista tietoa vastaajat haluaisivat saada Kitinkankaan alueen palveluista.

Lopuksi kentässä 17 vastaajille annettiin vapaan sanan mahdollisuus.



Avoimien kysymysten sekä vapaan sanan kentän vastauksia on käsitelty tarkemmin luvussa 8 Pohdinta, johtopäätökset ja jatkotoimenpiteet.

## 7 MARKKINOINTI- JA VIESTINTÄSUUNNITELMA

Tutkimuksellisen opinnäytetyön pohjalta toteutettiin toiminnallisena tuotoksena markkinointi- ja viestintäsuunnitelma Kitinkankaan virkistysalueen kehittämisen tueksi. Suunnitelma on laadittu tutkimustuloksissa esitettyjä jatkotoimenpide-ehdotuksia mukaillen.

### 7.1 Markkinointi- ja viestintäsuunnitelman laadinta ja prosessi

Kitinkankaan virkistysalueen kehittämishanke (Kitinkangas, saavutettavien ja monipuolisten virkistyspalveluiden vastuullinen huippukeskus) käynnistyi syksyllä 2023. Opinnäytetyönä toteutettu kehittämistutkimus ja sen saavuttama informaatio pohjustivat hankkeen suunnitelmallista osuutta. Kehittämistutkimuksen pohjalta laadittiin käynnistyneen hanketoiminnan tueksi markkinointi- ja viestintäsuunnitelma. Suunnitelma toteutettiin kalenterivuodelle 2024.

Tutkimuksellinen opinnäytetyö sai markkinointi- ja viestintäsuunnitelman myötä konstruktiivisen tutkimustavan mukaisia elementtejä. Teoreettiseen tietämykseen pohjaten lähdettiin kehittämään tuotoksena markkinointi- ja viestintäsuunnitelma sisältäen konkreettisia ratkaisuja ja malleja markkinoinnin tueksi. (Ojasalo ym. 2015, 65.)

Markkinointisuunnitelmalla tarkoitetaan konkreettisten toimenpiteiden kokonaisuutta määritellylle aikavälille, kuten vuosineljänneksen tai kokonaisen vuoden ajaksi. Toimenpiteet voivat olla prosessinomaisesti jatkuvia tai kertaluonteisia. Jatkuvia toimenpiteitä ovat esimerkiksi kotisivujen ylläpitäminen sekä säännöllinen viestintä eri markkinointikanavissa. Kertaluonteisia toimenpiteitä ovat esimerkiksi mainoskampanjat ja tapahtumat. Toimenpiteiden strategisessa suunnittelussa otetaan huomioon budjetoinnin lisäksi kohderyhmät, jotka halutaan saavuttaa sekä määritellään toteutusaikataulu ja vastuhenkilöt. (Bergström & Leppänen 2021, luku 1.4.)

Toteutetun markkinointi- ja viestintäsuunnitelman sisältö on ensisijaisesti linjattu strategisten tavoitteiden asettelua tukemaan. Tavoitteita on pyritty määrittelemään sekä lyhyellä ja pitkällä aikavälillä. Myös visio, missio sekä arvot on otettu huomioon lähtökohtaisina suunnittelun kulmakivinä.

Suunnitelma sisältää tiivistetysti nyky- ja lähtötilanneanalyysin, kilpailutekijöiden, -etujen ja omien vahvuuksien määrittelyn, tärkeimpien olemassa olevien ja potentiaalisten verkostojen, sidosryhmien sekä yhteistyökumppaneiden määrittelyn, kuvauksen tavoitteista ja toimenpiteistä kohdeyleisön saavuttamiseksi, markkinoinnin kärkitekijät, markkinointi- ja viestintäkanavat, markkinoinnin teemat, materiaalivalinnat sekä budjetoinnin ja kustannustehokkuuden optimointia.

Suunnitelman erillisiä osa-alueita ovat sosiaalisen median strategia sekä markkinoinnin vuosikelloon integroitu markkinointi- ja viestintäkalendareri vuodelle 2024. Lisäksi kehittämistutkimuksen toimenpide ehdotuksiin pohjautuen toteutettiin erillinen lanseeraussuunnitelma, jonka kohde on toistaiseksi salassa pidettävää tietoa.

Markkinointi- ja viestintäsuunnitelman työstäminen aloitettiin esityssuunnitelman läpikäymisellä yhdessä toimeksiantajan kanssa. Lisäksi toteutettiin syvälinen perehtyminen käynnistyneeseen hankkeeseen. Näin päästiin vaiheittain työstämään suunnitelmaa konkreettisemmalle tasolle. Suunnitelman työstämisen vaiheet edistyivät lineaarisesti säännöllisten osapuolten palavereiden ja kohtaamisten myötä. Tulevaisuudessa suunnitelmaa päivitetään prosessinomaisesti toimeksiantajan toimesta.

Tärkeimpiä toteutetun suunnitelman yksilöiviä päämääriä on ottaa ensimmäisiä askelia kohti yhtenäisen aluekokonaisuuden markkinointia sekä lisätä tietoisuutta alueen palveluista ja tarjonnasta. Lisäksi halutaan vahvistaa ja syventää markkinointiyhteistyötä virkistysalueen toimijoiden kesken. Markkinointitoimenpiteet tarvitsevat suunnitelmallisuutta sekä vetovoimaista yhtenäistä ilmettä.

## **7.2 Suunnitelmaan sisällytetyjä tärkeitä erityisteemoja**

Markkinointi- ja viestintäsuunnitelman laadinnassa ja markkinointimateriaalin määrittelyssä keskeisiä teemoja ovat mm. vastuullisuus, inklusiivisuus, tarinallisuus, elämyksellisyys sekä eläinystävällisyys. Lisäksi suunnitelma keskittyy visuaalisen ilmeen sekä tulevaisuuden brändin kehittämisen näkökulmiin.

Vastuullisuus on teemana keskeinen ja kiinteä osa nykypäivän moniulotteista toimintaympäristöä. Vastuullisuus ja siitä viestiminen edellyttää huolellista suunnittelua, avoimuutta sekä läpinäkyvyyttä. Markkinointi- ja viestintäsuunnitelma tähtää vastuullisuusviestinnän kehittämiseen sekä ympäristö- ja muista arvoista viestimisen laajempaan näkyväksi tekemiseen. Myös sisäinen vastuullisuusviestintä

osana henkilöstökulttuuria on osa suunnitelman näkökulmaa. Suunnitelmassa vastuullisuuden teemoihin on haluttu kytkeä myös hyväntekeväisyys. Tahtotila on olla yksi vastuullisuuden edelläkävijöistä ja suunnannäyttäjistä, erityisesti vastuullisen matkailun ja palveluiden tuottamisen saralla.

Inklusiivinen viestintä on huomioitu erityisesti esteettömyyden kannalta. Esteettömän palvelutarjonnan ja toimintojen lisäksi myös viestinnällinen esteettömyys on kriittisen tärkeää. Esimerkiksi ikääntyneet ja muut yksilöidyt kohderyhmät tavoittava markkinointi edellyttää niiden omien erityispiirteiden tarkastelua. Näitä erityispiirteitä voivat olla esimerkiksi oikeat kanavavalinnat, viestinnän looginen rakenne sekä selkokielen käyttö. Myös inklusiivisesti inspiroivaa visuaalista sisältöä kannattaa hyödyntää. Markkinoinnin saavutettavuuden ja esteettömyyden tavoitetilana on huomioida eri kohderyhmät mahdollisimman laajasti. (Business Finland 2021, 7, 28-32.)

Vaikuttavien tarinoiden yhdistäminen sisältömarkkinointiin on osa markkinointi- ja viestintäsuunnitelman ohjenuoraa. Tarinallinen viestintä ja elämyksellisyys lisäävät palveluntarjoajan muistettavuutta ja tunnettuutta. Niiden avulla pyritään luomaan tunnetta, jossa kohderyhmä kokee ensiosan elämyksestä jo laadukkaan markkinointiviestinnän kautta. Suunnitelma käyttää hyödyksi esimerkiksi kekseliästä sissimarkkinointia, joka on loistava keino erottua myös tarinoiden ja elämyksellisyyden kentässä.

Eläinystävällisyys on Kannuksen kaupungin ja Kitinkankaan virkistysalueen toimintaympäristössä ajankohtainen teema, johon kannattaa paikallisesti panostaa. Eläinystävällisyyden osa-alueena erityisesti koiraystävällisyys korostuu. Kennelliitto palkitsi Kannuksen koiraystävällisyydestä vuonna 2023. Koirat on huomioitu kaupungissa monipuolisesti ja kaupunki on tehnyt koiraystävällisyydestä vetovoimaa edistävän tekijän. (Vihanta 2023.) Myös kehittämistutkimuksen tuloksissa kävi ilmi, että eläinystävälliset palvelut herättävät kiinnostusta ja niitä toivotaan lisää myös jatkossa. Markkinointi- ja viestintäsuunnitelma pureutuu koiraystävällisyyden ja sitä ympäröivien teemojen vahvistamiseen markkinointiviestinnässä. Eläinystävällisyys kytkeytyy erityisesti tapahtumamarkkinointiin.

Markkinointi- ja viestintäsuunnitelman erillisiin osa-alueisiin kuuluvat markkinoinnin vuosikello, markkinointi- ja viestintäkalenteri, sosiaalisen median strategia sekä lanseeraussuunnitelma. Nämä osa-alueet ovat sidoksissa toisiinsa ja tukevat markkinoinnin strategiaa sekä asetettuja tavoitteita. Markkinointi- ja viestintäsuunnitelman kokonaisvaltaiset materiaalit on toteutettu siten, että niiden päivittäminen onnistuu vaivattomasti myös jatkossa.

Markkinoinnin vuosikello on jaksotettu vuosineljännesten eli kvartaalien mukaisesti. Se pitää sisällään kanavittain määriteltyjä palveluiden koostettuja tietoiskuja, tempauksien suunnittelua sekä erilaisia teemoja. Markkinoinnin vuosikelloon on integroitu markkinointi- ja viestintäkalenteri vuodelle 2024. Vuosikellon suunnittelussa on otettu huomioon tutkimuksen tuloksissa ilmennyt toive, jossa vastaajat toivoivat alustaa, josta kaikki tieto palveluista löytyisi kootusti. Alustan toteutumisen ollessa todennäköinen, sen kytkeminen markkinointikanaviin on huomioitu suunnitelmassa. Vuosikellon tarkoituksena on lisäksi mahdollistaa markkinoinnin teemojen hyödyntäminen myös yhteisesti muiden toimijoiden ja verkostojen kanssa.

Sosiaalisen median strategialla tarkoitetaan sen eri kanavilla toimimista hallitusti raameissa ja strategisesti harkiten. Käytännössä toimiminen sosiaalisessa mediassa vaatii taustalleen aina strategian. Strategian avulla voidaan ilmentää, miksi sosiaalisen median markkinointia tehdään. Lisäksi se antaa pohjan, jotta asetettuja tavoitteita voidaan saavuttaa, ylläpitää sekä seurata. (Ståhlhammar 2021.) Suunniteltu strategia sisältää käytettävien viestintäkanavien määrittelyn ja nykytilanteen, kanavien tavoitteet, viestinnällisen sisällön, kohderyhmien määrittelyn, aikataulutuksen sekä onnistumisen mittaamisen määrittelyn menetelmiä. Suunnitelmassa on myös käsitelty aihetunnisteita ja niiden käyttöä osana sosiaalisen median viestintää.

Toteutettu ja toistaiseksi salattu lanseeraussuunnitelma on kehittämistutkimuksen jatkotoimenpide-ehdotuksiin perustuva. Se tarkastelee lanseeraukseen liittyviä tekijöitä erityisesti sisällöntuotannon ja virkistysalueen konseptikehityksen näkökulmasta. Suunnitelman avulla voidaan käynnistää myöhemmässä vaiheessa lanseerauksen toimenpiteet ja julkistaa itse lanseerauksen kohde tukemaan markkinointiviestintää ja kehitettävää brändiä.

### **7.3 Suunnitelman hyödyntäminen osana virkistysalueen kehittämistä**

Markkinointi- ja viestintäsuunnitelman hyödyntäminen aloitettiin käytännössä heti ensimmäisen vuosineljänneksen eli kvartaalin suunnitteluvaiheen valmistuttua. Ensimmäisen vuosineljänneksen aikana markkinoinnin viestintäkanavissa käynnistettiin suunnitelman eri toimintojen toteutus. Toimintoja olivat esimerkiksi Kitinkankaan virkistysalueen palveluiden tietoiskut sekä tempaukset. Hyvänä esimerkkinä suunnitelmassa ehdotettu Kalevalan päivä osana Kitinkankaan kehittämistä, jonka toimeksiantaja valmisteli ja jalosti lopulliseen muotoonsa. Tapahtumaa vietettiin Kannuksessa ensimmäistä kertaa. Teemapäivään osallistui monia eri toimijoita omissa toimipaikoissaan.

Toteutetun markkinointi- ja viestintäsuunnitelman sisältämien toimenpide-ehdotusten toteuttamista voidaan jatkaa suunnittelujakson eli vuoden 2024 loppuun saakka. Tarkoituksenmukaista on, että suunnitelman päivittäminen tämän ajanjakson jälkeen on toimeksiantajalle joustavampaa valmistuneen pohjatyön myötä.

Markkinointi- ja viestintäsuunnitelman dokumentaatio on luottamuksellinen asiakirja.

## 8 POHDINTA, JOHTOPÄÄTÖKSET JA JATKOTOIMENPITEET

Tässä luvussa on tarkasteltu kehittämistutkimuksen tarkoitusta, tavoitteita sekä prosessia kokonaisvaltaisena pohdintana ja yhteenvetona. Lisäksi luvussa on käsitelty tutkimuskysymysten ratkaisumalleja, onnistumisia kehittämistyön prosessissa, kriittistä arviointia ja mahdollista problematiikkaa. Kehittämistutkimuksena toteutetun opinnäytetyön tuloksista on muodostettu johtopäätöksiä sekä esitetty perusteltuja ehdotelmia jatkotoimenpiteiksi.

Työn sisältö ja tutkimuksen myötä saadut tulokset on esitetty suhteutettuna ja sitoen tietoperustaan. Ensisijaisena tutkimuskysymysten ratkaisun näkökulmana on työelämän tarpeiden palvelu sekä henkilökohtaisen oppimisen ja ammatillisen kasvun arviointi.

### 8.1 Pohdinta

Tässä opinnäytetyössä tarkoituksena oli tehdä kehittämistutkimus Kannuksessa sijaitsevan Kitinkankaan virkistysalueesta ja hyödyntää saatuja tutkimustuloksia alueen kehittämistyössä. Tavoite oli saavuttaa informaatiota, jota voidaan käyttää tukemaan alueen kehittämissuunnitelmaa ja investointeja. Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään Kitinkankaan virkistysalueen käyttäjäkuntaa, heidän kokemuksiinsa alueen palvelutarjonnasta sekä kuinka alueen markkinointia voisi kehittää paikallisella sekä laajemmalla tasolla.

Opinnäytetyön prosessi aloitettiin laatimalla työlle toteutussuunnitelma. Suunnitelma on aikataulutettu kuvaus työn etenemisestä, sisältäen osatavoitteet kohti työn asetettua päämäärää. Se pyrittiin muotoilemaan mahdollisimman realistiseksi aikataulun ja työvaiheiden suhteen. Toteutussuunnitelma edistää sekä helpottaa työn kokonais kuvan hahmottamista ja etenemistä sen eri vaiheissa.

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys ja sen muodostaminen oli yksi työn keskeisistä työvaiheista. Työn aiheen teoriaan ja tutkimuksiin perehtyminen luovat pohjan opinnäytetyöprosessin aikana tehtyihin valintoihin ja ratkaisuihin. Teoreettisessa viitekehyksessä käytettävä aineisto on pyritty rajaamaan tutkimuskysymysten kannalta oleellisiin aihepiireihin. Aineiston ajanmukaisuus, tuoreus, luotettavuus sekä relevanssi on huomioitu valintaprosessissa. Alkuperäislähteet ovat olleet ensisijaisia valintoja. Aineistossa on kuitenkin myös mukana vanhempia lähteitä, jotka olen halunnut ottaa mukaan niiden

relevantin luonteen vuoksi. Myös englanninkielistä lähdekirjallisuutta on käytetty rikastamaan informaatiota. Valittua lähdemateriaalia on pyritty käsittelemään opinnäytetyössä riittävän laajasti ja monipuolisesti. Lisäksi kirjallisuuskatsauksen tiedonhaku on toteutettu aihetta kuvaavia hakusanoja monipuolisesti hyödyntäen ja erityyppisiä tiedonlähteitä käyttäen. Opinnäytetyön lukijakunnan kannalta kirjoitusasu on optimoitu olemaan mahdollisimman selkeä ja informatiivinen.

Teoria rajattiin käsittelemään kolmea pääaluetta. Rakenteellisesti teorian ensimmäinen ja toinen osio käsittelevät palvelun laatua, palvelukokemusta, palveluiden tuotteistamista sekä palvelumuotoilua. Asiakasymmärrys on keskeinen käsite työn toteutuksessa, joten se on nostettu teoriaosuudessa avainasemaan. Teorian kolmas osio käsittelee markkinointia. Markkinoinnin teoreettinen osuus käsittelee tässä tutkimuksessa vahvasti paikan markkinoinnin, sen erityispiirteiden sekä imagon vahvistamisen aihepiirejä.

Tutkimuksen tiedonkeruu toteutettiin kyselylomaketta hyödyntäen. Tavoitteena oli saada vastauksia kyselylomakkeeseen mahdollisimman monipuolisesti eri ikäryhmistä ja asuinpaikkakunnilta. Kyselylomake testattiin ensin koevastaajilla. Varsinainen tiedonkeruu tapahtui toukokuussa 2022, jolloin tietoa kerättiin Kannuksessa järjestetyillä hyvinvointiin ja vapaa-aikaan keskittyvillä SYKE-messuilla. Lisäksi kaupungin eri toimipisteissä oli saatavilla kyselylomakkeita. Vastauksia paperisella lomakkeella saatiin 139 kpl. Lisäksi toukokuussa 2022 avoimena oli Webropol-kysely verkossa, johon vastauksia saatiin 306 kpl. Ihmisiä motivoitiin vastaamaan kyselyyn arvonnalla, jossa palkintona oli 2 kpl lahjakortteja kannuslaiseen yritykseen. Myös median avulla tavoiteltiin näkyvyyttä kyselylle.

Kyselylomake pyrittiin toteuttamaan rakenteellisesti loogisessa järjestyksessä taustatiedoista, tyytyväisyyteen ja kehittämisehdotuksiin. Se sisälsi suljettujen kysymysten lisäksi avoimia kysymyksiä, joten vastaajille annettiin hyvin mahdollisuus kertoa omista näkemyksistään ja toiveistaan. Avoimet vastaukset olivat informatiivisuutensa vuoksi tutkimukselle erityisen arvokkaita. Jälkikäteen ajateltuna, korjaisiin vastausaikaa, jonka arvioin vastaajille olevan noin 5 minuuttia. Realistisempi vastausaika olisi ollut 10-15 minuuttia. Kyselylomake tiedonkeruun välineenä tutkimuksessa oli menetelmänä mielestäni soveltuva, ja toteutus sekä sähköisessä että paperisessa muodossa palveli tässä tutkimuksessa hyvin tarkoituksensa. Tavoite oli, että kysely olisi helposti saavutettavissa myös heille, jotka eivät ole aktiivisia verkon käyttäjiä.

Tutkimus aloitettiin käytännössä jokseenkin käänteisessä järjestyksessä tiedonkeruulla, sillä Kannuksen SYKE-messujen ajankohta osui tutkimuksen aloitusvaiheeseen, ja messuja pidettiin



soveltavuudessaan tutkimuksen aihepiiriin tärkeänä tiedonkeruun mahdollistavana tapahtumana. Näin ollen tutkimuslomake toteutettiin hyvin varhaisessa vaiheessa ja tiedonkeruu aloitettiin toukokuussa 2022.

Työn tutkimuskysymykseksi määritettiin:

Millaisia käsityksiä Kitinkankaan virkistysalueen nykyisillä ja potentiaalisilla käyttäjillä on alueen palvelutarjonnasta, palvelujen tasosta, sekä niiden kehittämistarpeista?

Alatutkimuskysymykseksi määritettiin:

Miten Kitinkankaan virkistysaluetta tulisi markkinoida alueen nykyisille sekä uusille käyttäjille paikallisella sekä laajemmalla tasolla?

Teorian työstämisen vaihe tuki tutkimuskysymysten asettelua. Asetettuihin tutkimuskysymyksiin saatiin opinnäytetyön myötä uutta informatiivista tietoa sekä näkökulmia, joita voidaan hyödyntää alueen kehittämistyössä tulevaisuudessa. Mielestäni saadut tutkimustulokset pohjustavat sekä antavat hyvän kokonaiskuvan jatkotoimenpiteille. Tulosten raportointi on pyritty toteuttamaan selkeästi ja tuomaan ongelmanasettelun kannalta olennaiset tulokset esille.

Esittelin tutkimuksen tuloksia lokakuussa 2022 Kannuksen kaupungintalolla. Tilaisuus oli avoin kaikille virkistysalueen kehittämistyöstä kiinnostuneille. Aihe herätti tilaisuudessa hyvää keskustelua sekä vuorovaikutusta. Tutkimuksesta sekä sen tuloksista tiedotettiin myös alueellisessa mediajulkaisussa. Opinnäytetyön olen pyrkinyt toteuttamaan toimeksiantajan toiveet ja erityispiirteet huomioiden. Tavoitteena oli selvittää Kitinkankaan virkistysalueen käyttäjäkuntaa ja kokemuksia alueesta sekä tuottaa kehitysideoita toimeksiantajan hyödynnettäväksi. Opinnäytetyö on rajattu kokonaisuus ja sen mahdollinen laajuus on yhteisesti sovittu toimeksiantajan kanssa. Tutkimustulosten ja kehitysideoiden lisäksi tarkoitus on ollut, että tulokset viitoittavat tietä myös uusille jatkotutkimuksille ja selvityksille. Uskon, että työ palvelee toimeksiantajan strategian toteuttamisen tavoitteita.

Opinnäytetyön tekijänä koen oppineeni merkittävästi julkisen ja yksityisen sektorin rakenteista, toimintamalleista ja yhteistyön kehittämisen työkaluista. Haastavimmat tekijät työn toteutuksen ja onnistumisen suhteen ovat olleet teoreettisen aineiston hankinta, siten että materiaali olisi mahdollisimman ajankohtaista ja tuoretta. Palvelumuotoilun ja markkinoinnin kirjallisuutta on hyvin saatavilla. Kuitenkin tarkemmin jonkin paikan, kuten virkistysalueen, kehittämiseen fokuoitunutta aineistoa on saatavilla rajatumminkin.

Lisäksi työn haasteena on ollut työn laajuus. Rajausta on toteutettu harkiten, mutta työn käsitellessä kokonaista virkistysaluetta, jolla toimii sekä kaupungin että yksityisten toimijoiden tuottamia palveluita, laajuus asettaa tiedon kokonaisvaltaiseen käsittelyyn omat vaatimuksensa. Työskentelyssä vahvuudeksi olen kokenut erityisesti laadukkaan ohjausprosessin sekä toimeksiantajan tuen, jotka ovat viitoittaneet työn etenemistä oikeaan suuntaan. Myös minulle luontaisen itseohjautuvan työskentelytavan olen kokenut vahvuudeksi.

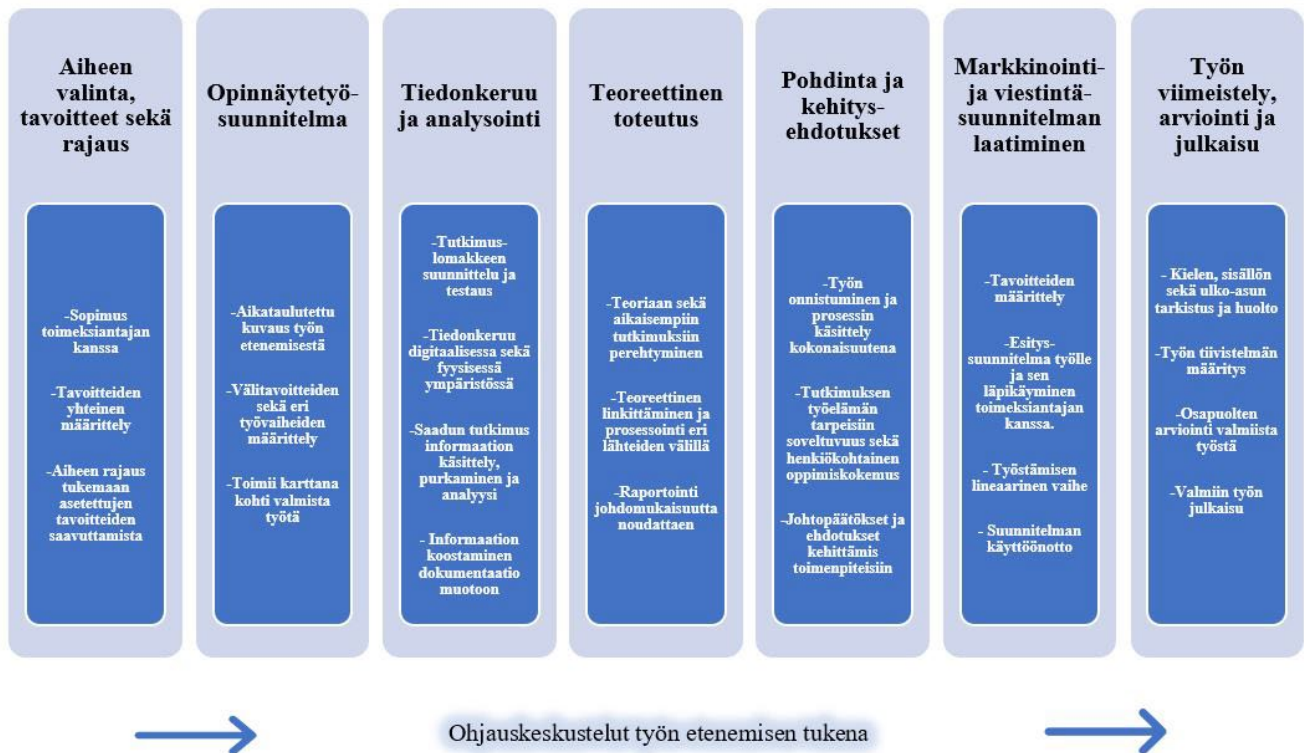
Olen vierailut ajoittain opinnäytetyön toteutusprosessin aikana Kitinkankaan virkistysalueella. Olen pyrkinyt laajentamaan yleiskuvaani alueesta, tarkoituksena hyödyntää saatuja kokemuksia työn tutkimustulosten analysoinnissa sekä kehitysehdotusten esilletuomisessa. Lisäksi olen vierailut Kitinkankaan tutustumassa monipuolisiin kuntoutustiloihin sekä toimijan muuhun palveluympäristöön.

Henkilökohtaisesti olen tyytyväinen työn lopputulokseen ja seuraan suurella mielenkiinnolla Kitinkankaan virkistysalueen kehittymistä jatkossa. Kokonaisuutena koen, että työhön orientoituminen onnistui hyvin. Palveluiden kehittämisen, tuotteistamisen sekä markkinoinnin ideointia on ollut mielekästä toteuttaa. Olen kokenut aiheen merkitykselliseksi ja se on lisännyt motivaatiotani työskentelyssä. Motivaatiota olen pyrkinyt ylläpitämään seuraamalla omia asetettuja tavoitteita ja niiden toteutumista. Koen, että työn toteuttaminen on vahvistanut ammatillista osaamista ja asiantuntemustani. Tutkimuksen työstäminen on lisäksi antanut mahdollisuuden vaikuttaa minulle opiskelijan roolissa omaan alueelliseen asuinympäristöni. Asun itse Ylivieskassa, ja tutkimuksen tekemistä on mielestäni rikastanut näkökulma ulkopaikkakuntalaisen silmin.

Opinnäytetyönä tehdyn kehittämistutkimuksen merkitys ja rooli on ajankohtaisessa asemassa. Tutkimukselle on ollut selkeä tarve ja tavoitteelliset päämäärät. Lisäksi tutkimuksella on kiinteä yhteys työelämään ja työelämälähtöiseen kehittämiseen, uudenlaisen ajattelun, tiedon sekä näkökulmien myötä. Kehittämistutkimus koskettaa laajaa määrää ihmisiä ja on mahdollistanut alueellisesti sekä myös maanlaajuisesti ihmisten mahdollisuuden vaikuttaa ja saada äänensä kuuluville päätöksenteon tueksi. Oikealaatuisen ymmärrystä lisäävän tiedon merkitys on näin ollen korostunut. Jatkossa uskon, että toteutettu tutkimus on luonut hyvän pohjan sekä ennen kaikkea uusia mahdollisuuksia syventäen entisestään koulutussektorin ja toimeksiantajan yhteistyötä. Laadukkaan koulutuksen tuoman osaamisen merkitys tulee jatkossakin korostumaan osana Kitinkankaan virkistysalueen kehittämistä ja yhteisten verkostojen luomista. Kitinkankaan virkistysaluetta on tähän mennessä kehitetty hienosti ja kaikki mahdollisuudet jatkokehittymiselle ovat merkittävät.

Kuvio 15 havainnollistaa opinnäytetyön prosessin toteutumista ja kuvaa sen ominaispiirteitä työn eri vaiheissa.

## Opinnäytetyön prosessikuvaus



KUVIO 15. Opinnäytetyön prosessikuvaus

Kuviossa 15 on esitetty opinnäytetyön prosessin lineaarinen eteneminen vaiheittain. Toteutetun kehittämistutkimuksen myötä on Kitinkankaan virkistysalueen kehittämiseksi esitetty johtopäätökset ja jatko-toimenpide-ehdotukset sekä laadittu toiminnallisena osuutena markkinointi- ja viestintäsuunnitelma.

Markkinointi- ja viestintäsuunnitelma on konstruoitu teoreettiseen tietämykseen sekä käytännölliseen tiedon hankkimiseen pohjastaen. Näin ollen opinnäytetyössä on toteutettu myös konstruktiiivisen tutkimustavan mukaisia periaatteita. (Ojasalo ym. 2015, 65.)

## 8.2 Johtopäätökset

Tutkimuksen tiedonkeruulliseen osioon vastasi yhteensä 445 henkilöä. Vastaajien määrän voidaan arvioida olevan riittävän suuri otoksena, jotta se edustaa populaatiota. Vastaajien lukumäärä sekä monipuolisuus taustatietojen, kuten iän, sukupuolen sekä asuinpaikan suhteen edesauttaa johtopäätösten tekemistä tuloksista sekä antaa mahdollisuuden luoda kokonaisvaltaisempia yleistyksiä. Vastauksia saatiin kaikista kyselyn vastausvaihtoehdoiksi annetuista ikäluokista. Ainoastaan 75 vuotta täyttäneiden vastaajien määrä olisi voinut olla hieman korkeampi, sillä osuus vastaajista oli vain 1 %. Vastaajista suurin osa oli paikallisia, mutta arvokasta tietoa tarjosivat myös muualla asuvilta saadut vastaukset. Naapurikunnista ja kauempaa asuvien henkilöiden antama informaatio oli oma osa-alueensa, jota tutkimuksen avulla haluttiin kartoittaa. Avoimiin kysymyksiin oli vastattu aktiivisesti, mikä kertoo vastaajien positiivisesta kiinnostuksesta olla aktiivisesti mukana Kitinkankaan virkistysalueen kehittämisessä. Vastaajien lukumäärää kyselyssä pidän kohtuullisen hyvänä.

Tutkimuksen tulosten mukaan yhdeksän vastaajaa kymmenestä on käyttänyt Kitinkankaan virkistysalueen palveluita. Tulos kertoo korkeasta käyttäjäasteesta. Oletettavaa on, että käyttäjäastetta nostaa virkistysalueen keskeinen sijainti ja palveluiden löytyminen samalta alueelta. Vapaa-ajan mahdollisuudet soveltuvat hyvin ihmisten arkeen, kun esimerkiksi matkat harrastuksiin ovat lyhyet. Korkea käyttäjäaste luo yhteistä hyötyä ja edistää mahdollisuuksia alueen kehittämiseen ja palveluiden lisäämiseen. Lisäksi hyvä virkistys- ja liikuntapaikkojen saatavuus takaa tasa-arvoiset ja monipuoliset mahdollisuudet kaikille käyttäjille.

Kitinkankaan virkistysalueen palveluista käytetyimpiä olivat uimahalli, kuntoportaat, hiihtoladut, lenkkipolut, kuntosali, laavut, liikuntahalli sekä urheilukenttä. Näitä kaikkia palveluita olivat käyttäneet yli puolet vastaajista, jotka tunsivat Kitinkankaan virkistysalueen ennestään. Lisäksi viisi kiinnostavinta palvelua alueella olivat käytetyimpien palveluiden joukosta löytyvät uimahalli, kuntosali, hiihtoladut, lenkkipolut sekä kuntoportaat. Havaittavissa on, että palveluita käytetään varsin monipuolisesti. Paljon palveluita käyttävät ihmiset muodostavat oman erityisryhmänsä, joiden asiakaskäyttäytymisen ja sen syy- ja seuraussuhteiden tunnistaminen luo arvokasta asiakastietoa.

Palveluiden käyttö oli tulosten mukaan aktiivista. Yli puolet vastaajista käyttivät palveluita useita kertoja viikossa tai viikoittain. Käyttäjien aktiivinen elämäntapa sekä halu pitää yllä kuntoa ja hyvinvointia luovat tarkoituksenmukaista tarvetta ylläpitää ja vahvistaa Kitinkankaan virkistysaluetta. On

kuitenkin huomioitava, että alueen kehittämistyö tulee tehdä matalan kynnyksen toimintamallia vahvistamalla, jotta mahdollisimman moni käyttäjäryhmä voidaan ottaa huomioon aktiiviliikkujien lisäksi.

Palveluita käytettiin eniten perheen ja ystävien kanssa. Lisäksi palveluiden käyttö yksin oli suosittua. Sosiaalisten suhteiden ylläpitäminen ja yhdessä tekeminen motivoi, virkistää sekä kannustaa liikkumaan. Vastapainona omatoinen ja henkilökohtainen aika tarjoaa mahdollisuuden yksin rauhoittumiseen. Tarve myönteisille elämyksille korostuu molemmissa.

Enemmistö virkistysalueen palveluiden käyttäjistä olivat tyytyväisiä alueeseen kokonaisuutena. Monipuolinen palvelutarjonta ja palveluiden taso keräsivät kiitosta. Lisäksi sijainti, josta kaikki palvelut löytyvät samalta alueelta, koettiin tärkeäksi. Vastaajat olivat tyytyväisiä alueen jatkuvaan kehittämistyöhön ja siisteyteen. Palveluista esiin nousi erityisesti uimahalli. Se oli eniten käytetty sekä myös kiinnostavin palvelu. Uimahalli sai kiitosta myös vapaamuotoisissa vastauskentissä. Uimahallin siisteyttä, monipuolisuutta sekä ohjattuja vesiliikuntaryhmiä keuhuttiin. Muista palveluista erityisen tyytyväisiä oltiin kuntosaliin, hiihtolatuihin sekä pesäpallokenttään. Kuntosali sai kiitosta hyvästä laitteistostaan ja hiihtoladut koettiin hyvin hoidetuiksi. Vastaajat antoivat myönteistä palautetta myös viimeaikaisesta panostuksesta pesäpallokenttään ja sen uudistamiseen. Yleisesti ulkoliikuntamahdollisuudet keräsivät kiitosta.

Vastaajien mielikuva Kitinkankaan virkistysalueen tarjoamista vapaa-ajan mahdollisuuksista ja liikuntapaikoista oli hyvä ja vahva paikallinen arvostus alueeseen havaittavissa. Alueen vetovoimaisuus on näkemykseni mukaan strategisesti erittäin kilpailukykyinen. Koska vetovoimaisuus perustuu kasvuun, on alueen jatkuva kehittämistyö äärimmäisen tärkeää. Kasvun osatekijöiden tarkastelu ja vahvistaminen luovat kokonaisvaltaista elinvoimaisuutta.

Kuviossa 16 on havainnollistettu eniten vastauksissa esiintyneitä tekijöitä ja palveluita, joihin vastaajat olivat erityisen tyytyväisiä.

## Mihin palveluihin olette erityisen tyytyväinen? Miksi?

Monipuolinen palvelu- ja aktiviteetti tarjonta	Loistava sijainti, palvelut löytyvät samalta alueelta	Alueen siisteys	Alueen jatkuva kehittämistyö
Ulkoliikunta- mahdollisuudet ovat todella monipuoliset	Palvelut ovat tasokkaita	Asiakaspalvelu on hyvää	Hieno uimahalli, monipuolinen, siisti, hyvät altaat sekä ohjatut ryhmät
Kuntosali, monipuolinen laitteisto sekä siisti	Pesäpalkkenttä on toimiva ja uudistaminen onnistunut	Frisbeegolf, hyvä rata	Hiihtoladut ovat hyvin hoidettuja

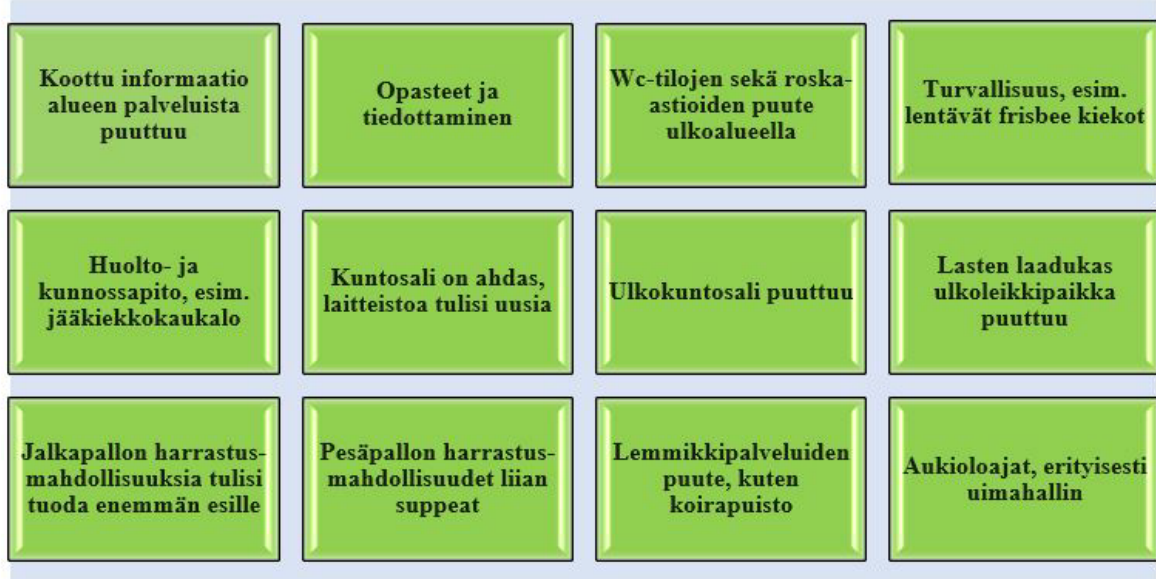
KUVIO 16. Mihin palveluihin olette erityisen tyytyväinen? Miksi? (n=298)

Vastaajilta kysyttiin, onko alueella palveluita, joihin he ovat tyytymättömiä. Vastauksissa korostui aukioloaikoihin liittyvät tekijät, erityisesti uimahallin suhteen. Huoltoon ja kunnossapitoon liittyvät asiat koskivat pääasiassa kuntosalin laitteiden huoltoa, liikuntatilojen ilmastointia, jääkiekkokaukaloa (jäädytys sekä lumen auraus) sekä nurmialueiden hoitoa. Lisäksi wc-tilojen sekä roska-astioiden puute ulkoalueella aiheutti tyytymättömyyttä.

Turvallisuuteen liittyvät tekijät, kuten lentävät frisbeekiekkot koettiin jokseenkin vaarallisiksi. Opasteita ja tiedottamista toivottiin parannettavan, sillä vastaajat kokivat, että karttoja ja kylttejä tulisi olla enemmän saatavilla esimerkiksi laduille ja laavuille. Pesäpallon harrastusmahdollisuuksiin toivottiin parannusta toisen kentän tai harjoitteluhallin muodossa. Huomioitavaa oli myös se, että vaikka kuntosali sai osakseen paljon kiitosta tyytyväisyydestä kysyttäessä, tuli vastaajilta tyytymättömyydestä kysyttäessä myös palautetta kuntosalin ahtaudesta ja tarpeesta uusia laitteistoa. Lasten ulkoleikkipaikan puute aiheutti myös hieman tyytymättömyyttä.

Kuviossa 17 on havainnollistettu eniten vastauksissa esiintyneitä tekijöitä ja palveluita, joihin vastaajat olivat tyytymättömiä.

## Mihin palveluihin olette tyytymätön? Miksi?



KUVIO 17. Mihin palveluihin olette tyytymätön? Miksi? (n=211)

Kehittämistyössä on tärkeää, että palveluiden käyttäjät saavat mahdollisuuden kertoa itse omista näkemyksistään ja kokemuksistaan. Asiakaskokemus syntyy palveluntarjoajan ja asiakkaan kohtaamisista ja on olennaista, että palveluntarjoaja pystyy havainnoimaan ja tunnistamaan palvelutarjontaansa, sen ominaisuuksia sekä niiden vaikutuksia asiakaskokemukseen. Kitinkankaan virkistysalueen tapauksessa kyseessä on asiakaskokemuksen yleinen muoto eli hybridikokemus, jonka Saarijärvi ja Puustinen (2020, 65) kuvaavat usean palvelun, yrityksen tai brändin muodostamaksi yhtenäiskokemukseksi asiakkaalle.

Kehittämissuunnitelmia alueelle ja sen olemassa oleviin palveluihin kysyttäessä vastauksissa korostui toiveet informaatiosta ja sen lisäämisestä. Vastajat toivoivat yhtenäistä alustaa, jossa kaikki tieto palveluista ja niihin liittyvistä tekijöistä olisi kootusti saatavilla. Tiedottamista toivottiin myös naapurikuntaan. Kaiken kaikkiaan mainontaa ja markkinointia haluttiin enemmän. Mielestäni alueen palveluiden markkinointia on toteutettu hyvin, mutta se vaatii lisätoimenpiteitä. Markkinointia tulee toteuttaa jatkossa entistä suunnitelmallisemmin, pitkän aikavälin kokonaisuutena. Suunnitelmallisen markkinoinnin avulla alueelle voidaan saavuttaa käyttäjiä kauempaakin, erityisesti naapurikaupungeista.

Ulkona tapahtuva liikunta ja virkistäytyminen oli keskeinen osa-alue kehittämissuunnitelmassa. Ulko-  
kuntoilun mahdollisuuksia toivottiin lisäävän erityisesti ulkokuntosalin ja ohjatun ulkoliikunnan  
avulla. Vastaajat toivoivat myös lisää laavuja, luontopolkuja ja maastoreittejä.

Kehittämissuunnitelmassa esitettiin toiveita teiden ja kulkuväylien parantamisesta sekä liikennejärjeste-  
lyiden ja parkkipaikkojen uudelleenjärjestelystä. Lisäksi ehdotettiin frisbeegolfradan uudistamista.  
Vastaajat toivoivat jäähallia sekä lisää muita hallitiloja esimerkiksi eri lajien talviharjoittelua varten.  
Myös ehdotuksia lasten palveluista, kuten leikkipuistosta ja lasten tapahtumien lisäämisestä esitettiin.  
Koirapuistoa toivottiin alueelle.

Myös kehittämissuunnitelmassa koskevan kysymyksen vastauksissa esiintyi toivomuksia laajemmista auki-  
oloajoista, opasteiden/kylttien lisäämisestä alueelle sekä turvallisuuden kehittämisestä, esimerkiksi len-  
tävien frisbee kiekkojen suhteen.

Kuviossa 18 on havainnollistettu eniten vastauksissa esiintyneitä kehityssuunnitelmassa virkistysalueelle ja  
sen olemassa oleville palveluille.



## Miten Kitinkankaan aluetta ja sen olemassa olevia palveluita voitaisiin kehittää?

Informaation lisääminen, opasteet, kyltit jne.	Yhtenäinen alusta informaatiolle	Tiedottaminen naapurikuntiin	Lisää mainontaa ja markkinointia
Teiden ja kulkuväylien parantaminen, liikennejärjestelyt ja parkkipaikat	Kunnossapidon ja turvallisuuden kehittäminen	Lisää ulkokuntoilu mahdollisuuksia esim. ulkokuntosali ja ohjattu liikunta	Lisää laavuja, luontopolkuja ja maastoreittejä
Lisää hallitiloja kuten jäähalli ja pesäpallohalli.	Lasten palveluiden ja tapahtumien lisääminen	Lemmikkieläin harrastusmahdollisuuksien lisääminen	Frisbeegolfradan uudistaminen, kuntosalin laajentaminen jne.
Laajemmat aukioloajat	Matalan kynnyksen palveluiden lisääminen	Esteettömyyden huomiointi	Matkailupalveluiden integrointi alueen palveluihin

KUVIO 18. Miten Kitinkankaan aluetta ja sen olemassa olevia palveluita voitaisiin kehittää? (n=266)

Vastaajilta tiedusteltiin millaisia uusia palveluita, toimijoita ja tapahtumia alueelle he toivovat. Uusia palveluita, joita toivottiin eniten, olivat koirapuisto, lasten leikkipuisto sekä ulkokuntoilupuisto. Ravintola- ja kahvilapalveluita haluttiin lisää. Uusista harrastuslajeista ehdotettiin erityisesti padelia sekä keilahallia. Toiveet liikunta- ja monitoimihalleista esiintyivät myös tämän kysymyksen vastauksissa. Matalan kynnyksen harrastusmahdollisuuksien lisääminen sekä erityisryhmät ja vanhuksat huomioiva toiminta korostuivat ehdotuksissa. Osallisuutta lisäävän toiminnan kehittäminen vaatii suunnitelmallista järjestelyä ja organisointia, mutta tuo parhaimmillaan täysin uusia asiakasryhmiä palveluiden piiriin.

Muita palveluiden tuottamiseen kohdistuvia toivomuksia olivat tapahtumat musiikin ja urheilun parissa. Tapahtumia ja aktiviteetteja toivottiin erityisesti lapsille, nuorille sekä perheille. Messut, kurssit, luennot, konsertit, kisat ja muu ohjattu toiminta saivat kannatusta. Lisäksi tarjontaa tapahtumien ja palveluiden muodossa haluttiin eläin- ja lemmikkiharrastajille. Vastaajat halusivat alueelle myös

vuokraus- ja välinepalveluita, esimerkiksi pyörien ja suksien vuokrausta ja voitelua sekä muita välineitä liikuntaan vuokrattavaksi. Mielestäni on havaittavissa, että nykypäivänä halutaan yhä enemmän kokonaisuuksia, joihin kuuluvat ydinpalvelun lisäksi myös muita tukipalveluita sekä kokemuksia.

Kuviossa 19 on havainnollistettu eniten vastauksissa esiintyneitä toiveita alueen uusista palveluista, toimijoista sekä tapahtumista.

### Millaisia uusia palveluita, toimijoita tai tapahtumia toivoisitte alueelle?

Lasten leikkipuisto	Ulkokuntoilupuisto	Koirapuisto	Liikunta- ja monitoimihalli / muita hallitiloja urheiluun
Uusia lajeja ja aktiviteetteja: esim. padel, keilahalli, seikkailupuisto	Lisää matalan kynnyksen harrastusmahdollisuuksia	Ohjattua toimintaa ja lajikokeiluja	Erityisryhmät ja vanhuksien huomioiva toiminta
Ravintola- ja kahvilapalveluita	Vuokraus- ja välinepalveluita	Tapahtumia ja palveluita eläin ja lemmikkiharrastajille	Musiikki- ja urheilutapahtumat, luentoja

KUVIO 19. Millaisia uusia palveluita, toimijoita tai tapahtumia toivoisitte alueelle? (n=227)

Vastaajille esitettiin kysymys ”Mitä saan vapaa-aika palveluihin osallistumisesta?”. Merkittävimpänä tekijänä koettiin oman kunnon kohottaminen. Lisäksi itsensä kehittäminen, tuttujen ja ystävien tapaaminen ja sosiaalisten kohtaamisten saaminen koettiin tärkeäksi. Tämä kysymys esitettiin aikaisemmin Marianne Nivalan toteuttamassa opinnäytetyössä vuonna 2020. Opinnäytetyö oli kyselytutkimus Kannuksen kaupungin vapaa-ajan palveluista. Aikaisemmin saatua informaatiota haluttiin vertailla nykyhetkeen. Vertailussa voidaan todeta, että tulokset ovat pysyneet varsin samankaltaisina kuin vuonna 2020. Koen, että tämä varmentaa sekä luo hyvää informaatiopohjaa virkistysalueen kehittämistyöhön.

Sosiaalinen media on edelleen vahvassa asemassa viestintäkanavana. Lisätietoa palveluista toivottiin eniten Facebookin kautta. Toiseksi eniten tietoa haluttiin Instagramin kautta. Kolmanneksi

suosituimpana kanavana olivat perinteiset internetsivut sekä paikallislehdet. Sosiaalisessa mediassa tieto kulkee nopeasti, ja sen kautta voidaan tavoittaa yhä suurempi osa ihmisistä. Kotisivut ovat tärkeä lähtökohta, rakenne ja pohja, joita sosiaalinen media tukee.

Tutkimuksessa selvitettiin, millaista tietoa Kitinkankaan virkistysalueen palveluista halutaan saada. Kävi ilmi, että eniten kaivattiin tietoa kootusti alueen tarjolla olevista palveluista, tapahtumista sekä aukioloajoista ja aikatauluista. Vastajat halusivat myös kohdistettua mainontaa uusista ja ajankohtaisista asioista.

Kuviossa 20 on havainnollistettu eniten vastauksissa esiintyneitä toiveita tiedosta ja informaatiosta, jota Kitinkankaan virkistysalueen palveluista haluttiin.

### **Millaista tietoa haluaisitte saada Kitinkankaan alueen palveluista?**



KUVIO 20. Millaista tietoa haluaisitte saada Kitinkankaan alueen palveluista? (n=199)

Vapaan sanan kommentteissa kyselylomakkeen lopussa annettiin kiitosta nykyisistä palveluista ja Kannuksen kaupungin panostuksesta liikunta- ja virkistyspalveluihin. Paikkakunnan kokoon katsottuna asiat koettiin olevan erinomaisella tasolla. Koirapuistoa, laajempia aukioloja, lasten ja nuorten palveluita sekä markkinointia toivottiin. Vapaan sanan kenttään vastasi 115 henkilöä.

Opinnäytetyön tutkimuksen tulokset viittaavat vahvasti siihen, että Kitinkankaan virkistysalue on hyvin tunnettu, mutta sen tarjoamien palveluiden monipuolisuus yllätti monet kyselyyn vastanneet henkilöt. Hyvänä esimerkkinä toimii koirahiihto, josta useammat vastaajat kommentoivat, etteivät olleet kuulleet siitä aikaisemmin. Tutkimusaineiston perusteella voidaan havaita, että markkinoinnin merkitys korostuu ratkaisevasti. Alueen laaja palvelutarjonta mahdollistaa käyttäjäkunnan kasvun, myös oman kaupungin ulkopuolelta. Tietous palveluista, esimerkiksi koirahiihdon kohdalla vaatii palveluiden suunnitelmallista markkinointia, jotta käyttöastetta saadaan nostettua.

Havaittavissa on viitteitä lemmikitrendistä. Joka kymmenes vastaaja, joka oli käyttänyt palveluita, käytti niitä lemmikin kanssa. Kyselylomakkeen avoimissa vastauksissa korostui toiveet koirapuistosta sekä muista lemmikin kanssa toteutettavista harrastusmahdollisuuksista. Lemmikkiystävällisten palveluiden, kuten majoituksen lisääminen ja markkinointi voisivat kannustaa myös kotimaan lemmikkiystävällisiä palveluita etsiviä matkailijoita pysähtymään Kannuksessa ja käyttämään Kitinkankaan virkistysalueen palveluita.

Kitinkankaan virkistysalue voisi houkuttaa käyttäjiä kauempaakin. Kannuksen ulkopuolella asuvien vastaajien mielenkiinto aluetta kohtaan, oli havaittavissa tutkimuksen tuloksista. Alueen identiteetti sekä imago muodostavat vetovoimaisen houkuttavuuden. Markkinointimenetelmissä tulisi korostaa alueen erityispiirteitä ja vahvuuksia. Lisäksi vetonaulana voidaan käyttää esimerkiksi suuren suosion saavuttanutta uimahallia ja sen palveluita.

### **8.3 Jatkotoimenpiteet**

Tässä osiossa esittelen Kitinkankaan virkistysalueen kehittämistä edistäviä toimenpidevaihtoehtoja. Tutkimuksen aikana minulle on hahmottunut selkeä kuva tärkeimmistä toimenpiteistä, jotka ovat eniten relevantteja tulevaisuutta silmällä pitäen. Toimenpiteet koostuvat markkinoinnin, asiakaskokemuksen sekä palveluiden kehittämisen sektoreista.

Ennen tätä tutkimusta, listausta kaikista Kitinkankaan virkistysalueen palveluista ei ole ollut olemassa. Tiedon saatavuuden varmistaminen palveluiden nykyisille ja potentiaalisille käyttäjille sekä sidosryhmille tulisi olla ensisijainen tavoite vastaisuudessa ja alueella sijaitsevat toiminnot ja mahdollisuudet koota yhdeksi kokonaisuudeksi.

Organisaation kyky tarjoutua osaksi asiakkaan digitaalista palveluprosessia on ratkaisevan tärkeää. Esimerkiksi Blueprintingin avulla voidaan huomioida palveluprosessin kriittisiä hetkiä, kuten tiedon saatavuutta digitaalisella alustalla. (Saarijärvi & Puustinen 2020, 221.) Mielestäni Kitinkankaan virkistysalue tarvitsee oman informatiivisen verkkosivuston. Sivuston tulisi sisältää kootusti tietoa esimerkiksi palveluista, aikatauluista, aluekartat, tapahtumat sekä yhteystiedot. Sivustolta olisi hyvä löytyä myös yhteydenottolomake, jonka kautta voidaan lähettää palautetta tai vaikkapa räätälöityjä tarjouspyyntöjä virkistyspalveluista ja matkoista alueelle. Verkkosivusto palvelee ja helpottaa tiedon saatavuutta, näin informaatiota ei tarvitse hakea useammasta eri lähteestä.

Lähtisin lisäksi vahvistamaan alueen tunnettuutta brändin rakentamisen keinovalikoimaa hyödyntäen. Oma logo, slogan, sekä hahmo voisivat lisätä tietoisuutta tarjonnasta ja luoda erottuvuutta. Logo on ainutlaatuinen merkki tai symboli, jonka tarkoitus on olla tunnistettava sekä herättää luotettavuutta, myös kansainvälisesti. Logo tukee identiteettiä ja on myös markkinoinnin työväline. Slogan eli omaperäinen iskulause tarvitaan kiteyttämään sanoma palveluntarjoajan asiakaslupauksesta. Alueen oma hahmo, josta voidaan käyttää myös sanaa maskotti, on rooliltaan keskeinen asiakaskokemuksen ja vuorovaikutuksen kehittämisessä. Hahmo on osa tarinallistamista ja elämyksen luontia. Hahmo luo näyttävyyttä ja persoonallisuutta viestintään ja markkinointiin. Myös Kalliomäki (2014, 110) suosittelee hahmon käyttämistä osana tarinalähtöistä palvelumuotoilua ja viestintää.

Oivaltavaa, kekseliästä sekä tehokasta markkinointia kutsutaan usein sissimarkkinoinniksi. Mielikuviuksellinen sissimarkkinointi on kohdeyleisön tavoittamista uusilla ja ainutlaatuisilla tekniikoilla, mutta kuitenkin pienillä resursseilla ja investoinneilla. Se on jännittävä tapa tavoittaa ja kiinnittää ihmisten huomio, yllättää sekä tehdä vaikutus. Sissimarkkinoinnin avulla voidaan erottua ja saada tunnettuutta laajastikin. Suosittelen erityisesti tutustumaan sissimarkkinoinnin työkalupakkiin ja sen tarjoamiin mahdollisuuksiin.

Ehdotan painetun sekä digitaalisen esitteen toteuttamista virkistysalueesta. Mainonta on siirtynyt yhä enemmän digitaaliseen muotoon, mutta huolellisesti suunniteltu painettu esite, luo erottuvuutta. Se on konkreettinen, sen voi säilyttää ja tuntea. Painettua esitettä voitaisiin jakaa Kannuksen sekä rajanaapuri kuntien alueella suorajakeluesitteen muodossa. Digitaalinen esite poikkeaa hieman painetusta, sillä se tarjoaa mielenkiintoisia mahdollisuuksia monipuolisuudellaan. Digitaalinen esite voi esimerkiksi sisältää mediasisältöä, kuten videoita, animaatioita ja ääntä. Molemmat esitteiden toteutustavat ovat tarpeellisia. Esitteiden tukena voi olla myös muuta mainosmateriaalia. Voitaisiin esimerkiksi toteuttaa

QR eli ruutukoodilla olevia virkistysalueen käyntikortteja. QR-koodin takaa aukeaisi lisätietoa alueesta.

Suosittelen kartoittamaan yhteistyön mahdollisuuksia paikallisten yritysten, järjestöjen sekä muiden toimijoiden kanssa. Verkostoituminen ja yritysten välinen yhteistyö korostuu tulevina vuosina yhä enemmän. Yksi pääteema on siis rakentaa kumppanuutta. Lisäksi tulee mahdollistaa vapaaehtoistyökentely alueen hyväksi esimerkiksi työpajojen muodossa. Keronen ja Tanni (2017) kirjoittavat verkostojen vetoavusta, mitä vahvemmat verkostot saadaan rakennettua, sitä nopeampaa voidaan tunnettavuutta kasvattaa ja vahvistaa. Tunnettavuus on sidoksissa lukuisiin kasvukohtiin, edistäen esimerkiksi uuden ja ulkopuolisen rahoituksen saamista, avainhenkilöiden löytymistä sekä kohderyhmien saavuttamista verkostojen yhteisiä tavoitteita mukaillen. (Keronen & Tanni 2017, 96-99.) Keskinäisellä verkostoyhteistyöllä on tärkeä rooli uusien innovaatioiden syntyemisessä ja paikallisten toiminta-alueiden kehittämisessä. Alueelliset innovaatiojärjestelmät muodostuvat yritysten, organisaatioiden sekä muiden toimijoiden verkostoista ja keskinäisistä suhteista. Lisäksi alueella toimivat koulutus- ja tutkimuslaitokset ovat tärkeä osa innovaatiojärjestelmää. (Ojasalo ym. 2015, 14.)

Kitinkankaan virkistysalueella on laaja tarjonta, sitä käytetään aktiivisesti ja sillä on potentiaalia merkittävään kasvuun. Tulevaisuudessa hanketyöskentelyn avulla voitaisiin laatia alueelle pitkän aikavälin yleissuunnitelma. Suunnitelman tulisi pitää sisällään ratkaisuja esimerkiksi palveluiden muotoiluun, uusien palveluiden tuottamiseen, markkinointiin, vastuullisuuteen sekä asiakasosallisuuden kehittämiseen. Suunnitelmassa tulisi selvittää mitä palvelumuotoilun työkaluja tavoitteiden saavuttamiseksi käytetään. Lisäksi siinä tulisi ilmetä tulevaisuuden visio ja suunnitelma rahoituspääomalle.

Markkinointi on kiinteä osa kasvustrategiaa. Tulevaisuuden kehittämis- ja hanketyöskentelyssä markkinointia ja sen päämääriä tulee tarkastella pitkän aikavälin kokonaisuutena sekä strategisia tavoitteita mukaillen. Markkinointisuunnitelma tulee laatia siten, että se huomioi pitkän aikavälin tavoitteet, mutta pureutuu sisällöltään lyhyempään ja määriteltyyn ajanjaksoon, sillä markkinoinnin toimintaympäristö elää ja muuttuu jatkuvasti. Markkinointisuunnitelmaa päivitetään operatiivisesti eteenpäin yleensä vuodeksi tai lyhyemmäksi aikaväliksi kerrallaan. Solomonin ym. (2022, 120) mukaan hyvän markkinointisuunnitelman runko pitää sisällään ainakin kuvauksen ja analyysin markkinoinnin toimintaympäristöstä, asetetuista tavoitteista sekä siitä, miten tavoitteet saavutetaan seuraamalla suunnitelmallista strategiaa. Tämän kehittämistutkimuksen toiminnallisena osuutena toteutettu markkinointi- ja viestintäsuunnitelma on toteutettu tutkimusosion pohjalta esitettyjä jatkotoimenpide-ehdotuksia mukaillen.

Vastuullisuus on kantava tulevaisuuden teema, jota tarkastellaan yhteiskunnan ja ympäristön kannalta. On tärkeää suunnitella, miten esimerkiksi kotimaisuus huomioidaan hankinnoissa. Palveluiden tuottaminen vastuullisesti on osa yhteiskuntavastuun kantamista ja vaikuttavuuden parantamista. Läpinäkyvä viestintä vastuullisuudesta ja vastuullisuustavoitteiden asetuksista maksimoi ympäristötyöskentelystä saatavan arvon. Kitinkankaan virkistysalueen vastuullisuustavoitteista tulee toteuttaa oma julkaisu.

Vastuullisuus korostuu myös brändäyksen strategisena osa-alueena, erityisesti globaalien muutosten ja haasteiden vaikuttaessa toimintaympäristöön. Kumppanuudet ja verkostot, jotka pyrkivät yhteisöllisellä toiminnalla kehittämään yritysten ja organisaatioiden yhteiskuntavastuuta, lisääntyvät. Yhteiskunnallinen liiketoiminta sekä ympäristöystävälliset ja kestävät brändit tulevat entistä näkyvimmiksi tulevaisuudessa. (Temporal 2015, 264.)

Päätöksenteon tukena virkistysalueen palveluiden kehittämistyössä tulee jatkossa hyödyntää yhä enemmän asiakasosallisuutta. Asiakasosallisuuden hyödyntäminen on käyttäjien mukaan ottamista ja osallistamista palveluiden suunnitteluun, tuottamiseen sekä kehittämiseen. Se edesauttaa toimivien palveluiden rakentamisessa, sillä käyttäjä saa mahdollisuuden vaikuttaa oman palveluprosessinsa vaiheisiin. Tutkimuksen kyselylomakkeeseen vastanneista henkilöistä enemmistö oli naisia, joten jatkossa tulisi pohtia, kuinka kaikkia sukupuolia voitaisiin osallistaa enemmän arvokkaan asiakas- ja käyttäjä-tiedon tuottamiseen niin tutkimuksien kuin asiakasosallisuuden muodossa.

Lappalaisen mukaan (2019) osallistamista ja yhteiskehittämistä hyödynnetään erityisesti julkishallinnossa yhä enemmän toimivien palveluiden sekä kustannussäästöjen saavuttamiseksi. Esimerkiksi Helsingin kaupunki osallisti asukkaitaan kaupunkipyörien testausprosessiin ja hyödynsi saatua palautetta polkupyörien kilpailutus- ja valintavaiheessa laadunmäärityksen tukena. (Lappalainen 2019.) Palvelumuotoilun menetelmissä paljon hyödynnettyä osallistamista edesauttaa lisäksi Suomessa pitkän historian omaava talkookulttuuri. Suomalaisille on luontevaa osallistua matalalla kynnyksellä erilaisiin talkoohenkisiin työpajoihin ja muuhun kehittämiseen. (Koivisto ym. 2019, 33.)

Kitinkankaan virkistysalueen toimintaympäristöä tulee kehittää saatavuus edellä. Ulkoilu- ja virkistysmahdollisuuksia käytetään matalammalla kynnyksellä, kun palvelut ovat helposti saatavilla. Tämän vuoksi olen valinnut työni yhdeksi teemaksi inklusiivisuuden kehittämisen. Inklusiivisuudella tarkoitetaan palveluiden ja palvelurakenteiden kehittämistä monimuotoisuuden ehdoilla. Inklusiivisuuden erityispiirteistä esteettömyys tulisi olla Kitinkankaan virkistysalueen lähtökohtainen päämäärä. Palveluiden tuottaminen siten, että ne ovat mahdollisimman monen tavoitettavissa sekä toimivat sulautuvassa

yhtenäisessä linjassa ovat avaintekijöitä. Inklusiivinen palvelualue on fyysisesti ja sosiaalisesti turvallinen, se huomioi vähemmistöt sekä erityisryhmät, kuten liikuntarajoitteiset ihmiset ja pohjustaa toimintakyvyn ylläpitämistä. Esteettömyyttä tulee kehittää myös inklusiivisen markkinoinnin keinoin, esimerkiksi ennakkotietojen eli etukäteen saatavilla olevan informaation muodossa. Ennakkotieto voisi sisältää tietoa virkistysalueelle saapumisesta, siellä toimimisesta sekä kohteen esteettömästä palvelutarjonnasta ja ympäristöstä. Inklusiivisuuden ehdoin erityisesti matalan kynnyksen ulkoliikuntaa tulee Kitinkankaan alueella kehittää.

Kitinkankaan alueella sijaitsee yksityinen kuntoutus- ja yksilöllisiä hoitopalveluita sekä majoitusta tarjoava Kitinkannus. Mielestäni Kitinkankaan virkistysalueella sijaitsevien muiden palveluiden ja Kitinkannuksen välisiä yhteistyön mahdollisuuksia tulee selvittää. Kitinkannuksen asiakkaille voitaisiin tarjota mahdollisuuksia spesifioituihin asiakasetuihin alueella, esimerkiksi Kitinvararin palveluihin. Lisäksi Kitinkankaan virkistysalueen inklusiivisuuden ja erityisesti esteettömyyden kehittäminen voisivat tukea Kitinkannuksen toimintaympäristöä, joten edellytykset yhteistyölle olisivat todennettuja.

Tulevaisuudessa ikääntyneiden määrä tulee kasvamaan, joten kohderyhmänä ikääntyneiden merkitys korostuu. Yhteyden ja tavoitettavuuden luominen iäkkäisiin ihmisiin haastaa palveluiden markkinoinnin kenttää yhä enemmän. Jatkossa olisi hyvä kiinnittää huomiota ja syventyä ikääntyneille kohdistettuun markkinointiin. Nykyään eletään pidempään aktiivisina, joten ikääntyneiden markkinoinnin tulisi viestiä erityisesti aktiivisuudesta, elämästä nauttimisesta, herättää luottamusta sekä olla selkolukuista ja suoraviivaista. Ikääntyneitä ihmisiä ei kuitenkaan tule luokitella yhdeksi joukoksi, vaan tulee tehdä segmentointia. Kronologinen ikä ei ole peruste luokitteluun, sillä taustat voivat olla hyvin erilaisia. Fyysinen kunto ja toimintakyky voivat erota hyvin paljon toisistaan saman ikäluokan sisällä.

Kannuksen kaupungin lanseeraama seniorikortti on hieno esimerkki hyvin aloitetusta työstä ikääntyneiden kannustamisesta palveluiden pariin. Seniorikortti oikeuttaa 65 vuotta täyttäneet käyttämään kuntosalin ja uimahallin palveluita edullisemmin. Lisäksi seniorikortti on maksuton 75 vuotta täyttäneille. Tutkimustulosten perusteella virkistysalueen palveluita käytetään runsaasti yhdessä perheen kanssa. Mielestäni voitaisiin tehdä kokeiluja myös ikääntyneiden osallistamiseksi palveluihin perhekkonaisuuksien ja tapahtumien keinoin. Palveluiden suunnittelussa voitaisiin ottaa yhä enemmän huomioon yhdenaikaiset mahdollisuudet koko perheen palveluiden tuottamiseen. Tällöin perhe voisi vauvasta vaariin saapua yhtä aikaa kuluttamaan palveluita. Tähän kokonaisuuteen ehdottaisin myös lastenhoitoparkkia. Palveluiden tuottamisen ja aikataulullisen suunnittelun kautta luotaisiin yhteisöllisyyttä perheiden ja lähiomaisten kesken vapaa-ajan virkistäytymiseen.



Kitinkankaan virkistysalueella sijaitsevia palveluita oli tutkimuksen tulosten mukaan käytetty varsin monipuolisesti. Palveluihin, joiden käyttöaste osoittautui matalammaksi, tulisi kohdistaa erityistä huomiota. Näitä palveluita voitaisiin jatkossa tuoda entistä enemmän esille sekä kehittää niiden houkuttelevuutta. Esimerkiksi koirahiihto oli vastaajien mukaan palvelu, joka herätti kiinnostusta, mutta tietous lajista oli jokseenkin vähäinen. Markkinointi on tärkeä työväline, mutta yksittäisten palveluiden käyttöasteen nostamiseksi suosittelen myös tarkempia intresseihin pohjautuvia käyttäjälähtöisiä lisäselvityksiä.

Jalkapallon harrastusmahdollisuutta tulisi korostaa aiempaa enemmän omana lajinaan osana Kitinkankaan virkistysaluetta sekä luoda edellytyksiä toiminnalle. Vastaajien kommentteista tuli esille, että jalkapallo esitetään usein osana yleisurheilukenttää. Näin on toimittu myös tässä tutkimuksessa. Tämä on tärkeää huomioida sekä korjata tulevissa kehittämistutkimuksissa ja profiloida jalkapallo omana lajinaan.

Hyväntekeväisyys osana tapahtumia tarjoaa uusia mahdollisuuksia ja ulottuvuuksia tapahtumien toteuttamiseen (Vallo & Häyrinen 2016, 17). Hyväntekeväisyys voisi olla yksi kantavista elementeistä tunnettuuden kehitystyössä. Alueella voitaisiinkin järjestää eri lajien otteluita hyväntekeväisyys teemalla, esimerkiksi naapurikaupunkien välisinä mestaruuskilpailuina.

Tapahtumamarkkinointi tarjoaa inspiroivan toimintakentän mahdollisuuksille, joissa vain luovuus ja mielikuvitus ovat rajana. Tapahtumien myötä, voidaan markkinoida esimerkiksi yrityksiä, palveluita, yhteisöjä sekä erillisiä alueita. (Vallo & Häyrinen 2016, 48.) Kitinkankaan virkistysalueen elävöittämiseksi kannattaa toteuttaa jatkossakin ideointia erikoistapahtumien muodossa. Henkilökohtaisia ideoita ja ajatuksiani ovat esimerkiksi yön yli kestävät retket alueella. Yöretket voisivat sisältää elämyksellisyyttä ja seikkailun tuntua esimerkiksi erikseen suunnitellun yöpymis- ja tunnelmalaavun muodossa. Pohdin myös, josko alueella voitaisiin järjestää perheille oma messutapahtuma, Kitinkankaan perhefestivaalit. Tästä voisi kehittää suuremmankin tapahtuman, mikäli kokeilu pienemmässä mittakaavassa ensin onnistuisi. Näkyvyyttä on hyvä hakea ajoittain myös vahvasti huomiota herättävillä tempauksilla, esimerkkinä ehdotus Kitin karnevaaleista. Väriä alueen tapahtumiin voisi tuoda myös kauniisti valaistut tunnelmoidut ladut sekä vauhdikkaampi musiikin tahdissa tapahtuva discohiihto. Lisäksi virkistysalueen houkuttelevuutta erityisesti alueellisella tasolla, kannattaa vahvistaa kiinnostavien puhujien tai tunnettujen valmentajien luentoja sekä kursseja järjestämällä.

Kitinkankaan virkistysalueella vaikuttaisi olevan loistavat mahdollisuudet toimia matkailukohteena. Alueelta löytyy jo ennestään Kitinkannuksen sekä Huoneistohotelli Metsäkartanon tarjoamaa majoituspalvelua. Majoituspalveluiden sekä muiden toimijoiden yhteistyön myötä voitaisiin toteuttaa räätälöityjä matkailun kokonaisuuksia, kuten Yövy ja liiku tyylisiä tapahtumia. Erilaisiin asiakasryhmiin ja trendeihin, kuten yksin matkustukseen kasvavana ilmiönä kannattaa myös kiinnittää palvelutarjonnan suunnittelussa huomiota. Alue tarjoaa matkailijoille erittäin monipuoliset liikunta- ja virkistysmahdollisuudet sekä luonnossa liikkumisen edellytykset.

Tunnelmamuotoilu ja tarinallistaminen ovat työkaluja tuottaa arvoa asiakkaan palvelukokemukseen. Tunnelmamuotoilun ja kokemuksellisuuden tuominen mukaan palveluihin on erottuvuuden kannalta ratkaisevaa. Kokemuksellisuus voi olla aisteja aktivoivaa, stressiä vähentävää, itsensä haastamista tai ongelmanratkaisukykyä vahvistavaa toimintaa. Tunnelmamuotoilun keinoin voidaan tuottaa räätälöityjä kokemuksellisia palveluita, kuten hyvän olon retkiä, virkistyspäiviä tai vaikkapa tunnelmakokouksia esimerkiksi luonnossa.

Alueen viihtyisyyttä ja siisteyttä keuhuttiin tutkimuksen tuloksissa, mutta muutamia kehitysehdotuksia esitettiin. Siisteys vaikuttaa merkittävästi yleisilmeeseen ja siihen, miten alueella viihdytään. Roska-astioiden määrää kannattaa lisätä entisestään ja panostaa myös niiden suunnitteluun, kokoon sekä tyhjennysväliin. Lisäksi ulkoalueelle olisi hyvä toteuttaa WC-mahdollisuus. Siisteydestä ja ympäristöstävällisyydestä huolehtiminen tulee tehdä mahdollisimman vaivattomaksi.

Ehdotan opinnäytetyöhöni pohjautuen tutkimuksen uusimista ajoittain. Pitkäaikainen seuranta on perusteltua, on hyvä kartoittaa jatkossakin virkistysalueen käyttäjäkuntaa, käyntien määrää sekä eri käyttömuotojen suosiota. Tässä tutkimuksessa ikäihmisten vastauksia kyselyyn saatiin melko vähäisesti. Mahdollisissa jatkotutkimuksissa kehotan analysoimaan ja pohtimaan keinovalikoimaa, miten ikääntyneitä voitaisiin paremmin saavuttaa ja kartoittaa heidän käsityksiään palveluista tarkemmin.

Kitinkankaan alueen kehitys ja merkitys kannattaa huomioida myös historiallisesta näkökulmasta. Alueen kulttuurihistoriasta voisi olla hyvin mielenkiintoista toteuttaa oma tutkimuksellinen julkaisunsa tai tarinallinen toteutus virkistysalueen kehityksestä alkujuuriltansa nykypäivään.

Ehdotan lisäksi tutkimusta Kitinkankaan virkistysalueen vastuullisuuden kehittämiseksi. Vastuullisuusraportin laatiminen alueesta voisi olla yksi mahdollinen projekti. Aihepiiriin voitaisiin sisällyttää kulkuyhteydet Kannukseen ja niiden tuottaminen mahdollisimman ympäristöstävällisesti

virkestysalueen käyttäjille. Mielestäni tavoitteeksi voitaisiin ottaa alueen kehittäminen Suomen vastuullisimmaksi virkestysalueeksi.

## LÄHTEET

- Ahvenainen, P., Gylling, J. & Leino, S. 2017. *Viiden tähden asiakaskokemus. Tee asiakkaista faneja*. 2., painos. Helsinki: Kauppakamari.
- Alma Media Oyj. 2022. *Digimarkkinointi*. Saatavissa: <https://www.almamedia.fi/yrityksille/markkinoinjan-tietopankki/digimarkkinointi/>. Viitattu 15.12.2022.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2021. *Yrityksen asiakasmarkkinointi*. 19., uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Business Finland. 2021. *Inklusiivisen matkailun opas*. Saatavissa: [https://www.businessfinland.fi/4af114/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/inklusiivisen\\_matkailun\\_opas-2021.pdf](https://www.businessfinland.fi/4af114/globalassets/julkaisut/visit-finland/tutkimukset/2021/inklusiivisen_matkailun_opas-2021.pdf). Viitattu 11.8.2022.
- Critchley, M. 2021. *Inclusivity vs. accessibility: what's the difference?* Eleven Marketing 18.5.2021. Saatavissa: <https://www.eleven-marketing.co.uk/blog/inclusivity-accessibility-difference>. Viitattu 26.3.2023.
- Dufva, M. & Rekola, S. 2023. *Megatrendit 2023. Ymmärrystä yllätysten aikaan*. Sitra 1.1.2023. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/julkaisut/megatrendit-2023/>. Viitattu 13.2.2023.
- Eräsalo, U. 2011. *Palvelu ammattina*. Helsinki: Restamark Oy.
- Grönroos, C. 2009. *Palvelujen johtaminen ja markkinointi*. 3., uudistettu painos. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Hassi, L., Paju, S. & Maila, R. 2015. *Kehitä kokeillen. Organisaation käsikirja*. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Heikka, T. 2022. *Uusia keinoja kuntamarkkinointiin*. Loviisan Sanomat 20.9.2022. Saatavissa: <https://www.loviisansanomat.fi/paakirjoitus-mielipide/5354214>. Viitattu 10.1.2023.
- Heikkilä, T. 2014. *Tilastollinen tutkimus*. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. *Tutki ja kirjoita*. 15., uudistettu painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.
- Hurme, S. 2022. *Markkinoinnin trendit vuonna 2023: tekoälyn ja lisätyn todellisuuden merkitys kasvaa, mutta perusasioita ei pidä unohtaa*. MarkkinointiUutiset 9.12.2022. Saatavissa: <https://www.markkinointiuutiset.fi/artikkelit/markkinoinnin-trendit-vuonna-2023-tekoalyn-ja-lisatyn-todellisuuden-merkitys-kasvaa-mutta-perusasioita-ei-pida-unohtaa>. Viitattu 15.1.2023.
- Hänti, S. 2021. *Asiakkaista ansaintaan. Asiakaskeskeinen liiketoimintamalli*. Helsinki: Alma Talent Oy.
- Kalliomäki, A. 2014. *Tarinallistaminen. Palvelukokemuksen punainen lanka*. Helsinki: Talentum Media Oy.

- Kannuksen kaupunki. 2022. Saatavissa: <https://kannus.fi/>. Viitattu 1.11.2022.
- Keronen, K. & Tanni, K. 2017. *Sisältöstrategia. Asiakaslähtöisyydestä tulosta*. Helsinki: Alma Talent Oy.
- Keskiaho, S. 2022. *Todella outoa ja ehdottoman uniikkia kuntamarkkinointia*. MRKTNG-media 7.12.2022. Saatavissa: <https://www.mrktng.fi/markkinointiuutiset/todella-outoa-ja-ehdottoman-uniikkia-kuntamarkkinointia/>. Viitattu 22.1.2023.
- Killström, M. 2020. *Vetoa tunteisiin. Luo parempia asiakaskokemuksia ja pysyvämpiä asiakassuhteita*. Helsinki: Alma Talent Oy.
- Kluukeri, I. 2021. *Kannus on Suomen elävin maaseutumainen kunta – kärkijoukkoon sijoittuvat myös Ähtäri ja Alavus*. YLE 29.9.2021. Saatavissa: <https://yle.fi/uutiset/3-12119887>. Viitattu 20.10.2022.
- Kluukeri, I. 2023. *Kannuksen uimahalli KitinVapari on vuoden vesiliikuntapaikka*. YLE 31.1.2023. Saatavissa: <https://yle.fi/a/74-20015563>. Viitattu 3.7.2023.
- Koivisto, M., Säynäjäkangas, J. & Forsberg, S. 2019. *Palvelumuotoilun bisneskirja. 2.*, painos. Helsinki: Alma Talent Oy.
- Korhonen, T. 2018. *"Vielä ehdit kääntyä pois" – Puolanka saa huiman näkyvyyden huumorikylyllään, ja lisää on tulossa*. YLE 26.8.2018. Saatavissa: <https://yle.fi/a/3-10275211>. Viitattu 7.11.2022.
- Kuntaliitto. 2022a. *Kuntamarkkinoinnin SM -kilpailu 2022*. Saatavissa: [https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Saannot\\_Kuntamarkkinoinnin\\_SM-kilpailu\\_2022.pdf](https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Saannot_Kuntamarkkinoinnin_SM-kilpailu_2022.pdf). Viitattu 12.12.2022.
- Kuntaliitto. 2022b. *Seutukaupunkien vetovoimatutkimus 2022*. Saatavissa: <https://www.kuntaliitto.fi/sites/default/files/media/file/Seutukaupunkitutkimus%202022.pdf>. Viitattu 10.12.2022.
- Lappalainen, T. 2019. *Palvelumuotoilulla toimivampia julkisia palveluita – Keskustakirjasto Oodi on tästä bravuuriesimerkki*. Aalto University Executive Education Oy 3.10.2019. Saatavissa: <https://www.aaltoee.fi/aalto-leaders-insight/2019/palvelumuotoilulla-toimivampia-julkisia-palveluita-keskustakirjasto-oodi-on-tasta-bravuuriesimerkki>. Viitattu 12.1.2023.
- Lehto, P. 2011. Alkusanat. Teoksessa S. Miettinen (toim.) *Palvelumuotoilu. Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen*. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy. 9-11.
- Malkamäki, S. 2014. *Yhteiskunnallinen markkinointi voimistuu Suomessa*. Sitra 20.10.2014. Saatavissa: <https://www.sitra.fi/blogit/yhteiskunnallinen-markkinointi-voimistuu-suomessa/>. Viitattu 20.7.2022.
- Markkula, I. 2023. *Ympäristöarvojen ja paikallisen tiedon merkitys korostuu kriisitilanteissa*. Versus 27.6.2023. Saatavissa: <https://www.versuslehti.fi/tiededebatti/ymparistoarvojen-ja-paikallisen-tiedon-merkitys-korostuu-kriisitilanteissa/>. Viitattu 15.7.2023.
- Miettinen, S. 2011. *Palvelumuotoilu – Yhteissuunnittelua, empatiaa ja osallistumista*. Teoksessa S. Miettinen (toim.) *Palvelumuotoilu. Uusia menetelmiä käyttäjätiedon hankintaan ja hyödyntämiseen*. Helsinki: Teknologiainfo Teknova Oy. 21-41.

- Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2015. *Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan*. 3.-4., uudistettu painos. Helsinki: Sanoma Pro Oy.
- Outdoor Finland – Suomen Ulkomainosliitto ry. 2022. *Mitä kaikkea ulkomainonta voi olla?* Saatavissa: <https://suomenulkomainosliitto.fi/ulkomainonta/>. Viitattu 15.9.2022.
- Palvelualojen työnantajat PALTA ry. 2023. *Vastuullisuus palvelualoilla*. Saatavissa: <https://www.palta.fi/palvelualat-suomessa/vastuullisuus-palvelualoilla/>. Viitattu 15.5.2023.
- Peltonen, K. 2018. *Yhteiskunnallisella markkinoinnilla hyvinvointia ja terveyttä edistäviä muutosinterventioita*. LAMK Pro 31.8.2018. Saatavissa: <https://www.lamkpub.fi/2018/08/31/yhteiskunnallisella-markkinoinnilla-hyvinvointia-ja-terveytta-edistavia-muutosinterventioita/>. Viitattu 21.7.2022.
- Rainisto, S. 2008. *Kaupunkibrändi: Paikan markkinoinnin teoriaa ja käytäntöjä. Case Helsinki ja Case Lahti*. Kouvola: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.
- Rantanen, M. 2018. *Tunnelmajohtaja*. Helsinki: Alma Talent Oy.
- Rantanen, M. 2016. *Tunnelmamuoilu*. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Rasi, M. 2018. *Puolanka toivottaa tulijat tervetulleeksi humoristisella kyltillä: ”Vielä ehdit kääntyä pois”*. Iltä-Sanomat 29.6.2018. Saatavissa: <https://www.is.fi/matkat/art-2000005737552.html>. Viitattu 7.11.2022.
- Ruuska A-M. 2008. *Paikan markkinointi kiteyttää koko alueen vahvuudet*. Turun Sanomat 25.11.2008. Saatavissa: <https://www.ts.fi/uutiset/1074320441>. Viitattu 14.11.2022.
- Saarelainen, A. 2019. *Muotoilua meillekin! Muotoilu- ja brändiopas yrittäjille*. Karstula: Konsultointi Paavo ja Liisa Oy.
- Saarijärvi, H. & Puustinen, P. 2020. *Strategiana asiakaskokemus. Miksi, mitä, miten?* Jyväskylä: Docendo Oy.
- Sanoma Media Finland. 2022. *Mitkä ovat markkinoinnin trendit vuonna 2023?* 22.12.2022. Saatavissa: <https://media.sanoma.fi/kirjoituksia-markkinoinnista/2022-12-22-mitka-ovat-markkinoinnin-trendit-vuonna-2023>. Viitattu 17.1.2023.
- Solomon, M., Marshall, G & Stuart, E. 2022. *Marketing: Real People, Real Choices*. 11., uudistettu painos. Pearson Education.
- Ståhlhammar, E. 2021. *Sosiaalisen median strategia – Opas tulokselliseen somettamiseen*. Folcan 8.10.2021. Saatavissa: <https://folcan.fi/sosiaalisen-median-strategia-opas-tulokselliseen-somettamiseen/>. Viitattu 20.4.2024.
- Suomen hakukonemestarit. 2022. *Digitaalinen markkinointi. Digitaalisen markkinoinnin ja perinteisen markkinoinnin erot*. Saatavissa: <https://www.hakukonemestarit.fi/blogi/digitaalinen-markkinointi-vs-perinteinen-markkinointi/>. Viitattu 27.2.2023.
- Temporal, P. 2015. *Branding for the public sector: how to develop successful brands in the sector where image is power*. John Wiley and Sons, Inc.

- Tiihonen, K. 2019. *Onnistuneella brändityöllä vetovoimaa kaupungille*. Helsingin yliopisto 15.3.2019. Saatavissa: <https://hyplus.helsinki.fi/onnistuneella-brandityolla-vetovoimaa-kaupungille/>. Viitattu 1.10.2022.
- Tonder, M. 2013. *Ideasta kaupalliseksi palveluksi. Matkailupalvelujen tuotteistaminen*. Helsinki: Res-tamark Oy.
- Tukia, H., Wilskman, K. & Lähteenmäki, M. 2012. *Sosiaalisen markkinoinnin ABC*. Terveyden ja hyvinvoinnin laitos THL. Saatavissa: <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-245-513-0>. Viitattu 12.3.2023.
- Tuulaniemi, J. 2011. *Palvelumuotoilu*. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Työ- ja elinkeinoministeriö 2022. *Monimuotoisuudesta menestystä - tietoa ja työkaluja työnantajalle*. Saatavissa: [https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/163976/TEM\\_op-paat\\_2022\\_1\\_04042022.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/163976/TEM_op-paat_2022_1_04042022.pdf?sequence=1&isAllowed=y). Viitattu 12.1.2023.
- Vallo, H. & Häyrinen, E. 2016. *Tapahtuma on tilaisuus. Tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen*. 5., uudistettu laitos. Helsinki: Tietosanoma Oy.
- Vihanta, A. 2023. *Kennelliitto palkitsi Kannuksen koiraystävällisyydestä*. YLE 13.9.2023. Saatavissa: <https://yle.fi/a/74-20049989>. Viitattu 15.4.2024.
- Visit Finland. 2023. *Vastuullinen matkailu*. Saatavissa: <https://www.visitfinland.fi/liiketoiminnan-kehittaminen/vastuullinen-matkailu>. Viitattu 20.2.2023.
- Yhdenvertaisen kulttuurin puolesta ry. 2023. *Viestinnän saavutettavuus*. Saatavissa: [https://www.kulttuuriakaille.fi/saavutettavuus\\_mita\\_on\\_saavutettavuus\\_viestinnan\\_saavutettavuus](https://www.kulttuuriakaille.fi/saavutettavuus_mita_on_saavutettavuus_viestinnan_saavutettavuus). Viitattu 17.1.2023.
- YritysKannus Oy. 2022. Saatavissa: <https://yritys.kannus.fi/palvelut-yrityksille>. Viitattu 1.11.2022.

## LIITE 1: Kitinkankaan virkistysalueen kehittämistutkimus, kyselylomake

### Kitinkankaan alueen kehittämistutkimus

Tämä kysely on osa Centria-ammattikorkeakoulun ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyötä. Työn tarkoituksena on saada tietoa, jota käytetään Kannuksessa sijaitsevan Kitinkankaan alueen kehittämiseen sekä alueen markkinointitarkoituksiin.

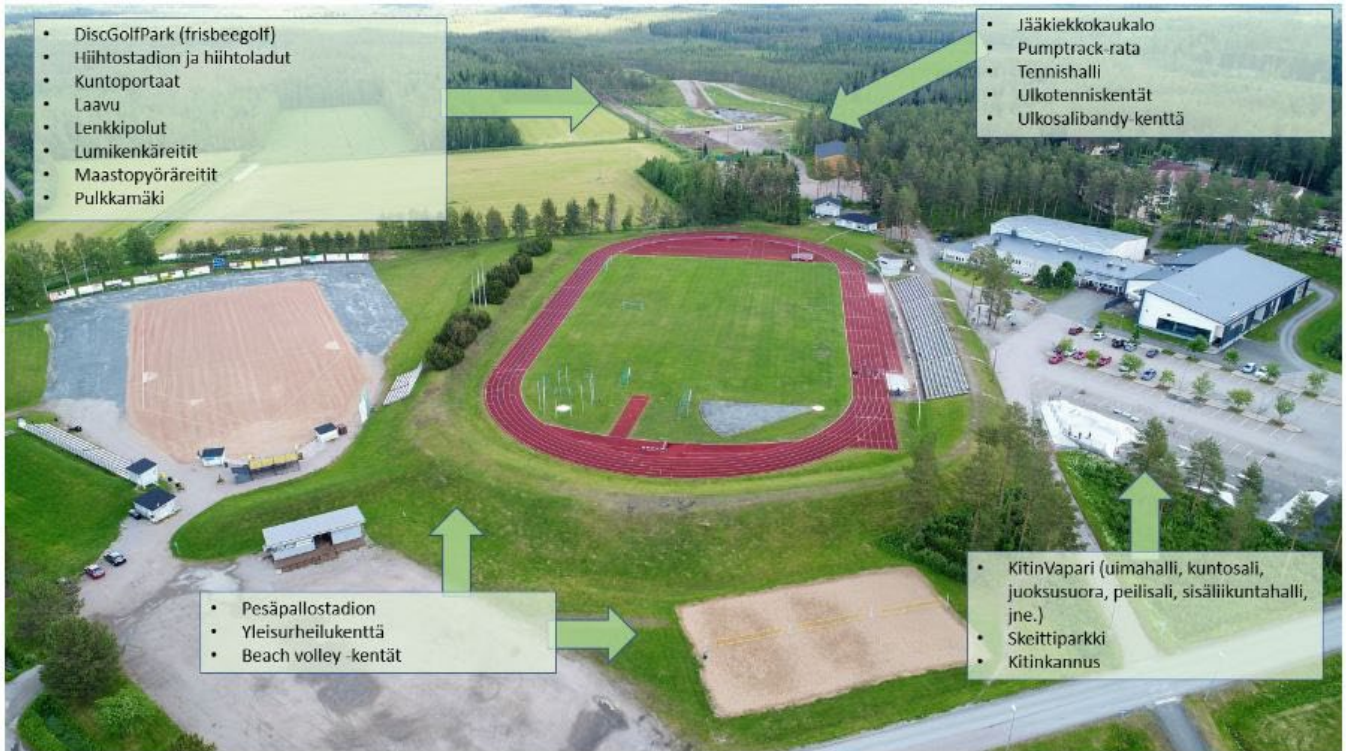
Opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa, millaisia käsityksiä Kitinkankaan alueen käyttäjillä on alueen palvelutarjonnasta, palvelujen tasosta sekä niiden kehittämistarpeista. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii YritysKannus Oy.

Kyselystä saatuja tietoja käsitellään luottamuksellisesti. Yksittäistä vastaajaa ei voida tunnistaa raportoiduista tuloksista. Valmiin opinnäytetyön arvioitu julkaisuajankohta on loppuvuodesta 2022.

Vastaamiseen kuluu aikaa noin 5 minuuttia. Vastauksenne on arvokas tutkimuksen sekä opinnäytetyön onnistumisen kannalta. Kiitos teille ajastanne!

Oheinen kuva Kitinkankaan alueesta havainnollistaa alueella sijaitsevia erilaisia vapaa-ajan palveluita.

Kaikkien yhteystietonsa jättäneiden vastaajien kesken arvotaan 2 kpl 50 euron lahjakortteja kannuslaiseen yritykseen. Mikäli haluatte osallistua arvontaan, jätättehän yhteystietonne kyselyn lopussa olevaan kenttään. Yhteystietoja käytetään vain arvonnin suorittamiseen.





## Kitinkankaan alueen kehittämistutkimus

### 1. Sukupuoli

- Nainen
- Mies
- Muu / en halua vastata

### 2. Ikäluokka

- Alle 18
- 18-30
- 31-50
- 51-64
- 65-74
- 75 tai enemmän

### 3. Asuinkaupunki

### 4. Oletteko käyttänyt Kitinkankaan alueen palveluita ja/tai onko alue teille ennestään tuttu?

- Olen käyttänyt palveluita ja Kitinkankaan alue on minulle ennestään tuttu
- Kitinkankaan alue on tuttu, mutta en ole käyttänyt palveluita
- Kitinkankaan alue ei ole minulle ennestään tuttu

## Kitinkankaan alueen kehittämistutkimus

### 5. Mitä Kitinkankaan alueen palveluita olette käyttäneet?

- Beach volley
- DiscGolfPark (Frisbeegolf)
- Hiihtoladut
- Ilma-aserata
- Juoksusuora
- Jääkiekkokaukalo
- Kitinkannus
- Koirahiihto
- Kuntoportaat
- Kuntosali
- Laavut
- Lenkipolut
- Liikuntahalli
- Lumikenkäreitit
- Maastopyöräreitit
- Painitila
- Pesäpallokenttä
- Pulkkamäki
- Pumptrack
- Salibandykaukalo
- Senioripuisto (ulkokuntosali)
- Skeittiparkki
- Spinningsali
- Sulkapallo
- Tanssi/jumppapeilisali
- Tennishalli
- Uimahalli
- Ulkotenniskenttä
- Urheilukenttä
- Jokin muu, mikä?
- En ole käyttänyt palveluita

## Kitinkankaan alueen kehittämistutkimus

### 6. Valitse kiinnostavimmat Kitinkankaan alueen palvelut, kuitenkin enintään kolme.

- Beach volley
- DiscGolfPark (Frisbeegolf)
- Hiihtoladut
- Ilma-aserata
- Juoksusuora
- Jääkiekkokaukalo
- Kitinkannus
- Koirahiihto
- Kuntoportaat
- Kuntosali
- Laavut
- Lenkipolut
- Liikuntahalli
- Lumikenkäreitit
- Maastopyöräreitit
- Painitila
- Pesäpallokenttä
- Pulkkamäki
- Pumptrack
- Salibandykaukalo
- Senioripuisto (ulkokuntosali)
- Skeittiparkki
- Spinningsali
- Sulkapallo
- Tanssi/jumppapeilisali
- Tennishalli
- Uimahalli
- Ulkotenniskenttä
- Urheilukenttä
- Jokin muu, mikä?

## Kitinkankaan alueen kehittämistutkimus

### 7. Kuinka usein käytätte Kitinkankaan alueen palveluita?

- Päivittäin
- Useita kertoja viikossa
- Viikoittain
- Noin 2-3 kertaa kuukaudessa
- Noin kerran kuukaudessa
- Joitakin kertoja vuodessa tai harvemmin
- En käytä palveluita

### 8. Kenen tai keiden kanssa käytätte Kitinkankaan alueen palveluita?

- Käytän palveluita yksin
- Käytän palveluita yhdessä perheen kanssa
- Käytän palveluita yhdessä ystävien kanssa
- Käytän palveluita urheiluseuran toiminnan kautta
- Käytän palveluita työporukan tai työpaikan mahdollistaman toiminnan kautta
- Käytän palveluita lemmikin kanssa
- Muu ohjattu toiminta
- En käytä palveluita

### 9. Oletteko tyytyväinen Kitinkankaan alueen tarjoamiin palveluihin?

- Kyllä
- Ei
- En osaa sanoa
- En ole käyttänyt palveluita

### 10. Mihin palveluihin olette erityisen tyytyväinen? Miksi?

### 11. Mihin palveluihin olette tyytymätön? Miksi?

## Kitinkankaan alueen kehittämistutkimus

**12. Miten Kitinkankaan aluetta ja sen olemassa olevia palveluita voitaisiin kehittää?**

**13. Millaisia uusia palveluita, toimijoita tai tapahtumia toivoisitte alueelle?**

**14. Mitä saan vapaa-aika palveluihin osallistumisesta? Voit valita useita.**

- Kehitän itseäni
- Kuntoni kasvaa
- Tapaan tuttuja ja ystäviä
- Saan sosiaalisia kohtaamisia
- Aika kuluu paremmin
- Toimin yhdistys- tai järjestötoiminnassa vapaaehtoisena
- Haluan uusia kokemuksia
- Etsin ystäviä
- Muuta, mitä?

## Kitinkankaan alueen kehittämistutkimus

### 15. Miten haluaisitte saada lisätietoa Kitinkankaan alueen tarjoamista palveluista?

- Esitteet / mainokset
- Facebook
- Ilmoitustaulut
- Instagram
- Internet-sivut
- Kaupungin tapahtumakalenteri
- Kirje
- Koulun kautta
- Muu sosiaalinen media, mikä?
- Paikallislehdet
- Paikallisradio
- "Puskaradio"
- Snapchat
- Sähköposti
- Jokin muu, mikä?

### 16. Millaista tietoa haluaisitte saada Kitinkankaan alueen palveluista?

### 17. Vapaa sana (palautetta, ideoita, kysymyksiä tms.)

### 18. Mikäli haluatte osallistua lahjakortin arvontaan, jätättehän alle yhteystietonne. Yhteystietoja käytetään vain arvonnin suorittamiseen ja ne hävitetään asianmukaisesti arvonnin jälkeen. Voittajiin otetaan yhteyttä henkilökohtaisesti.

Nimi

Puhelin

Sähköposti

**LIITE 2: Kitinkankaan virkistysalueen kehittämistutkimus, kyselylomakkeen avoimet vastaukset****Kysymyksen 10. ”Mihin palveluihin olette erityisen tyytyväinen? Miksi?” saamat vastaukset****Tyytyväisyys alueeseen yleisesti:**

Kokonaisuus. Siisti ja toimiva alue. Innostava henkilökunta.

Alueen yleiseen ja jatkuvaan kehitykseen.

Siihen et kaiken ikäisille on jotain palveluita.

Siisteys, hyvät harrastusmahdollisuudet ulkona, että sisällä.

Luonto.

Tarjonnan monipuolisuuteen.

Palveluita on paljon.

Kokonaisuus.

Ulkoliikunta.

Aluetta on kehitetty hyvin.

Yleisesti olen tyytyväinen siihen, kun tarjolla on monipuolista harrastusmahdollisuutta.

Ulkoliikunta-alueet.

Ulkoliikuntamahdollisuuksiin, vaikka aina voisi kehittyä/parantaa, niin suhteessa kaupungin kokoon palvelut ovat hyvät ja monipuoliset.

Siihen, että kaikki löytyvät samalta alueelta.

Monipuolinen alue, jossa voi harrastaa monipuolisesti eri juttuja.

Kaikki samalla alueella.

Monipuolisuuteen.

Ulkoliikunta puitteet on monipuoliset.

En osaa erotella, kaikki käyttämäni palvelut ovat minun terveydelleni ja kunnolleni tärkeitä!

Ulkoliikunta.

On hienoa, että Kannuksessa on paikka monenlaisille urheiluharrastuksille.

Monipuolisuus eri liikuntalajeihin liittyen.

Olen erityisen tyytyväinen palveluiden monipuolisuuteen.

Monipuolisuuteen.

Huolto pelaa ja aluetta kehitetään usein ja hyvin.

Kaikkiin tämänhetkisiin toimintoihin olen tyytyväinen.

Monipuolinen tarjonta, rohkeasti lisätty toimintamahdollisuuksia.

Monipuolisuuteen.

Palvelut ovat monipuolisia, siihen olen erityisen tyytyväinen.

Monipuoliset puitteet. Kaikki lähellä.

Palveluiden monipuolisuuteen. Tuntuu, että kitinkannuksesta löytyy jokaiselle jotakin.

Hinta-laatusuhde on hyvä kaikissa palveluissa.

Sisätiloihin, todella hyvin pidetty ja suunniteltu.

Ulkoilumahdollisuuksiin.

Siistit remontoituvat tilat.

Palveluiden sijainti. Kaikki samassa.

Ulko-aktiviteettien määrään.

Asiakaspalvelu, uudet pinnat, monipuolinen kokonaisuus, sopivalla paikalla, siivotut tilat.

Kaikkiin joita käytän, paljon mahdollisuuksia.

Alueella on paljon aktiviteetti mahdollisuuksia.

Olen tyytyväinen monipuolisuuteen ja vapaisiin liikuntamahdollisuuksiin. Ei tarvitse kuulua mihinkään, jotta voi harrastaa.

Ylläpito.

Kaikki edellä mainitut.

Vapaa-aikakeskuksen monipuoliset palvelut.

Tasapuolisesti kaikkiin.

Palvelujen monipuolisuuteen.

Alueen siisteys ja uudet mahdollisuudet.

Kokonaisuus hyvä.



Kaikki hyviä.

Koko alue on ihan mahtava! Kaikki samassa paikassa.

Ulkoliikuntamaastot ovat erinomaiset.

Liikuntapalveluiden monipuolisuus.

Ulkoilumahdollisuudet.

Ulkoilureitit mahtavat.

Luonnon läheisyys.

Monipuolisuus.

Kokonaisuuteen, paljon vaihtoehtoja samalla alueella.

Monet palvelut maksuttomia ja käytettävissä ilman ajanvarausta.

Olen tyytyväinen, että palveluja löytyy kaikenikäisille ja vaihtoehtoja on paljon.

Monipuolisesti kaikkeen.

Kaikki toimivia.

Asiakaspalveluun.

Laaja-alaiset liikuntamahdollisuudet.

Yhden päivän perusteella: vaikuttaa että palveluita on runsaasti.

Hyvä palvelu talossa, ulkoilualueet.

Vaihtoehtoja paljon, kaunis ja rauhoittava alue.

Kaikkiin.

Alueeseen kokonaisuutena.

## **Tyytyväisyys uimahalliin:**

Uimahalli- siisti, hyvät jumppamahdollisuudet.

Uimahalli, siisti, viihtyisä, toimiva.

Hieno uimahalli.

Uimahalli. Monipuoliset mahdollisuudet ylläpitää kuntoa kesät, talvet. Samalla tapaa tuttuja.

Uimahalli on todella hyvä ja päihittää monet muut lähialueen ja isompienkin kaupunkien uimahallit.

Uimahallin vesiliikunta ryhmät. Laadukkaita ja hyviä ohjaajia. Myös Vesiliikunta näyttö on erittäin hyvä.

Aamu vesijumppa.

Uimahalli monitoimi allas.

Uimahalli on siisti ja toimiva, erityisesti monitoimiallas on hyvä.

Hyvä uimahalli.

Uimahalli on hieno ja toimiva.

Hieno uimahalli.

Uimahalli. Se on monipuolinen ja siellä on hyvä terapia allas.

Uimahallin vesijumppat niissä käyn usein.

Uimahalli, hyvin hoidettu.

Uimahallin palvelut. Monipuolinen paikkakunnan kokoon nähden.

Uimahalli, se on lämmin.

Uimahallin puhtaus.

Uimahalli. Loistava kuntoilu ja rentoutumis paikka.

Tyytyväinen uimahallin remppaan.

Uimahalli on viihtyisä ja lämmin.

Uimahalli ja terapia-allas

Uimahalli on toimiva kaiken ikäisille.

Uimahalliin. Rakastan uida ja siellä on parasta uida talvisin!

Hyvä uimahalli paljon altaita.

Uimahalliin koska siellä on hyvät tilat.

Uimahalli koska siellä voi uida

Uimahallilla monipuolista vesiliikuntaa.

Lapsiperheen perustarpeet täyttävä uimahalli palveluineen (vauvauinti, uimakoulut).

Uimahalli, koska uiminen on hauskaa.

Uimahalli hyvä ja erittäin laadukas kokoiselleen paikkakunnalle.

Uimahalli, hyvä ja edullinen. Uusittu.

Uimahalli on monipuolinen ja ohjatut omakäyttöruudut monitoimialtaassa ovat ykkösjuuttu.

Uimahalli, jonka on siisti ja nätti.

Uimahalli. Ei ole joka kunnassa näin monen altaan kokonaisuutta.

Uimahalli ja terapiaallas, jossa voi TV:sitä seuraten omaan tahtiin jumpata.

Vesijumppa. Siinä tuntee voivansa tehdä kaikenlaisia jumppaliikkeitä, vaikka ikä ja kilot painaa. Kaikki jäykkyydet on pois. Veden kantava ja hierova vaikutus on erittäin hyvä niin lihaksille kuin nivelille ja verenkierrolle. Unohtamatta mielen virkistystä !

Myös uimahalliin olen ollut tyytyväinen koska se on monipuolinen ja tosi hyvä kaikenikäisille.

Uimahalli viihtyisä.

Uimahalli on huippu ja muute.

Uimahalli, pidän vesijumpasta ja uimisesta.

Siisti uimahalli.

Uimahalli on tosi hyvä koska halli on uusi ja siisteys on superhyvää luokkaa.

Uimahalliin. Hyvin varustettu, esim.poreallas ja liukumäki.

Uimahalli on hyvä, mutta saisi olla laajemmin auki.

Uimahalli on hyväkuntoinen.

Uimahalliin ja koko rakennukseen, monipuolista tarjontaa nykyaikaisissa tiloissa.

Siisti uimahalli + hyvä videoohjattu vesijumppa.

Uimahalli toimiva.

Vesijumppa.

Uimahalli, yksi puhtaimmista halleista, joissa on käynyt. Altaissa ei tarvi uida hiusten, hilseen yms. kakan kanssa.

Uimahalli ihan paras.

Uimahalliin siksi koska siellä on aina hauskaa.

Uimahalli on huippu.

Uimahallin (vesiliikunnat) tilat.

*Lisäksi Uimahalli maininta 27x kertaa.*

## **Tyytyväisyys kuntosaliin:**

Kuntosali- hyvä laitteisto.

Sali. Monipuolinen laitteisto.

Kuntosali, sopivan kokoinen, siisti.

Kuntosali, monipuoliset laitteet.

Kuntosali sopivan laaja näin pienelle paikkakunnalle.

Kuntosali siellä on hyvät kuntoilu välineet ja kuntosali on viihtyisä ja todella siisti.

Hyvät välineet kuntosalilla.

Lemppari on kuntosali.

Kitinvaparin ohjatut kuntosalit ovat olleet todella antoisia.

Kuntosalipalveluihin.

Hyvät laitteet kuntosalilla.

Kuntosali, hyvät laitteet.

Kuntosali, siellä on hyvät laitteet ja hyvä ilmastointi.

Kuntosalille pääsee kulkulätkällä tarpeeksi aikaisin aamulla.

Kuntosali, salikortilla myös painisali ja juoksusuora käytettävissä (rajoitetusti) ja napilla pääsee treenaamaan myös kiinnioilo aikoina.

Kuntosali toimiva.

Kuntosali myös aktiivisessa käytössä.

Kuntosali -Monipuoliset laitteet, tasokas.

*Lisäksi Kuntosali maininta 8 x kertaa.*

## **Tyytyväisyys pesäpallokenttään:**

Pesäpallokenttä. Todella suuri nuorison liikuttaja Kannuksessa.

Pesäpallo kenttä, koska se on kiva.

Pesäpallokenttään, koska siihen on panostettu.

Pesäpallokenttä koska aivan mahtava laji.

Pesäpallokenttä, hyvät puitteet.

Uudistettu pesäpallostadion on ajanmukainen ja tyylikäs, jota tulee hyödyntää jatkossa myös konserttien pidon muodossa. Huippuesiintyjä vaan tilaamaan!!!

Pesiskenttä on nykyisin viihtyisä.

Pesiskentän remppa oli hyvä, keittiötilat ovat asialliset ja toimivat.

Monipuolisuuteen, erityisesti maininta pesäpallo kenttä.

Pesis-toiminta.

Pesäpallo.

Pesäpallokenttä, toimiva.

Pesäpallokenttä. Se pidetään hyvässä kunnossa ja siellä on hyvä pelata.

Pesäpallokentällä laaja pelitarjonta.

Pelikenttiin, esim. pesäpalloa katsomassa.

Iso pesiskenttä, jossa on hyvä katsomo.

*Lisäksi Pesäpallokenttä maininta 10 x kertaa.*

## **Tyytyväisyys hiihtoladut, lenkkipolut, pururata, maastopyöräilyreitit:**

Hiihtoladut- todella hyvin hoidettu myös viikonloppuisin.

Hiihtoladut pidetään hienossa kunnossa.

Latuihin. Syystä että.

Hiihtoladut ja niiden ylläpito.

Ladut: Retkilatu! Erämaan tuntua.

Hiihtoladut, koska ovat pääosin hyvin huollettuja. Joskus myös pyhinä.

Hiihtoladut ovat talvella erinomaisessa kunnossa.

Hiihtoladut, Latuverkosto monipuolinen ja tarpeeksi helppo reitti valittavissa.

Hiihtolatu, on hyvässä kunnossa.

Hiihtoladut ovat hyvin hoidettu ja valaistuksen myötä voi hiihtää iltaisin.

Hiihtoladut, hyvin hoidettu.

Mainiot hiihtoladut.

Hyvät hiihtoladut. Hoidetaan hyvin.

Hiihtoladut ovat yleensä hyvässä kunnossa.

Hiihtoladut loistavassa kunnossa ja houkuttelevat myös naapurikunnista hiihtäjiä.

Hiihtoladut ovat hyvässä kunnossa.

Ladut ja ulkona olevat aktiviteetit.

Hiihtoladut hyvässä kunnossa.

Hiihtoladut erittäin hyvässä kunnossa.

Hiihtoreitteihin.

Latureitit.

Latujen kunto.

*Lisäksi Hiihtoladut maininta 28 x kertaa.*

Lenkkipolkuihin. Kivaa vaihtelua päästä maastoon eikä tarvi lähteä kauas kotoa.

Hyvät lenkkipolut.

*Lisäksi lenkkipolut maininta 5 x kertaa.*

Pururata ja lenkkipolut, ainoat joita käytän.

Hyvät pururadat.

Pururataan, voi valita matkan.

Pururata. Hyvä lenkkeilyyn sekä talvella hiihtoon.

Pururata, koska se on hyvän mittainen ja ulottuu ”laajalle”.

*Lisäksi pururata maininta 4 x kertaa.*

Maastopyöräreitit. Tuovat haastetta muuten jo tuttuun lajiin.

Maastopyöräreitit varmasti Keski-Pohjanmaan parhaat.

Maastopyörä reiteille iso peukku 👍 hyvin merkattu moneen muuhun paikkakuntaa verrattuna. 🤝 😊

Maastopyöräpolut on hienossa kunnossa.

Maastopyöräreitit -Monipuolinen reitti mistä löytyy kaikkea. Helppoa reittiä ja teknistä osaamista vaativaa reittiä.

Monipuoliset maastopyöräreitit, myös talvireitit hyvät.

Maastopyöräreitit voi ajaa tai kävellä.

Maastopyöräradoilla hyvä lenkkeillä jalkaisin talvellakin.

Pyöräpolut.

Pyöräilyreitteihin.

*Lisäksi Maastopyöräreitit maininta 6 x kertaa.*

## **Tyytyväisyys kuntoportaat, urheilukenttä, tennis:**

Kuntoportaat. Tehty hyvin!

Kuntoportaat on hyvä

Kuntoportaat hyvät

Kuntoportaat on hyvät

kuntoportaat tosi hyvä juttu, kun haluan sykettä nostaa

Kuntoportaat, hyvin hoidettu

kuntoportaat ja kuntoportaiden alueen kuntolaitteet

Hyvät kuntoportaat ja urheilualue

Kuntoportaat, on kiva ja hyvä liikunta ja talvella on kiva laskea viereistä mäkeä.

*Lisäksi Kuntoportaat maininta 14 x kertaa.*

Urheilukenttä on priimassa kunnossa

Urheilukenttään, koska se on aina siisti

Urheilukenttä on OK

Urheilukenttä & kisat siellä -> Hyvin toimii kaikki.

Tenniskentät

Hyvä tennishalli ja ulkokentät

Edullinen tennishalli, josta löytyy hyvin peliaikoja.

Ulkotenniskentät ovat hyvät. Sen sijaan tennishallin uusi lattiapinnoite on lähes kelvoton tenniksen pelaamiseen. Ulkotenniskentille tarvittaisiin ns. lyöntiseinä, jossa olisi mahdollista käydä myös yksin harjoittelemassa lyöntejä. Jos ulkotenniskenttien käyttöaste kasvaa, olisi syytä tehdä ajanvarausjärjestelmä. Tasatunnein tehtävät vuoronvaihdot ovat liian lyhyet, sillä tennisottelu voi kestää useamman tunnin.

Ulkotennis kentät, koska sinne on helppo mennä pelailemaan rennosti tai tosissaan kavereiden kanssa

Tenniskenttä, koska siellä on kiva pelata kavereiden ja perheenjäsenten kanssa.

## **Tyytyväisyys Frisbeegolf, PumpTrack, skeittiparkki:**

Frisbiirataan vaikka sitäki sais muokata jo kovaa kyytiä.

Frisbeegolf koska harrastan sitä.

Oon tyytyväinen tohon frisbeegolf rataan ja skeittiramppeihin kun siellä voi hengaila läheisten kanssa.

Frisbeegolf rataan. Tämän alueen parhaat heittoalustat ja muutenkin sopivan haastava rata.

Frisbeegolf on ollut korona-ajan liikunnallinen pelastus.

Frisbeegolf rata on laadukas.

Frisbeegolf rata koska se on hyvä.

Frisbeegolf.koska se on kivaa.

Frisbeegolf rata kivaa ajan vietettä.

Monipuolinen harrastajalle sopiva frisbeegolfrata.

Frisbeegolf rata on todella hyvä

Frisbeegolf rata koska harrastan sitä.

Frisbee kenttä.

Frisbiigolf koska se on tarpeeksi pitkä ja hyvät korit.

Frisbeerata se on hyvä.

*Lisäksi Frisbeegolf maininta 5 x kertaa.*

Pumptrack on loistava, vaikka itse en sinne ole uskaltanutkaan.

Pumptrack

Pumptrack, koska se on kiva.

Pumptrack rata on todella hieno lisä liikuntapalveluihin Kannuksessa.

Pumptrack rata samoin. Hieno, että tällainen saatiin!

Pumptrack on huikea lisäys.



Pumptrack koska se on toteutettu hyvin.

Pumptrack on lapsille ihan huippu! Samoin kuntoportaat siinä vieressä!

Pumptrack-rataan.

*Lisäksi Pumptrack maininta 2 x kertaa.*

Skeittiparkki koska oli hyvä.

Skeittipuisto on perheen pojille tärkeä harrastuspaikka.

Skeittiparkit koska kannus on muutenki niin tylsä paikka.

Skeitti parkki.

Skeittiparkki mahtava.

## **Tyytyväisyys muihin alueen palveluihin:**

Hyvinvoiva aikuinen -hanke on järjestänyt hyviä jumppia.

Ohjattuihin jumppiin.

Ryhmäliikuntatunteihin. Toivoisin niitä lisää.

Seniorikortti, etäjumpat.

Matalan kynnyksen liikuntapalvelut, aloitteleville kuntoilijoille

Pulkkamäki ollut mukava lapsille sekä sisällä hallissa järjestetyt liikunta mahdollisuudet lapsille.

Pulkkamäen koko.

Pulkkamäki.

Uudet spinnipyörät oli tosi hyvä juttu.

Spinningsali.

Salibandykaukalo.

Salibandy kaukalo on lapsen kanssa huippu.

Uusi sähkökenttä, lenkkipolut, tenniskentät, frisbeegolfradat. Ilmaisia, hyvässä kunnossa, ei liikaa porukkaa.

Ulkoliikuntapaikat, hiihtoladut ja kuntoportaat. Käytän eniten, koska ne ovat helposti saavutettavissa koska vain ja niiden kunnossapito toimii.

Erityisen tyytyväinen olen uimahalliin ja sen tiloihin. Olen tyytyväinen myös hiihtostadioniin ja frisbeegolfraataan, sekä kuntosaliin. Kaikki nämä ovat laadukkaita paikkoja mielestäni.

Kaikkiin siellä pururadan läheisyydessä oleviin palveluihin kuten lenkkeilyt, kuntoportaat ja frisbeegolf rataan koska ne on monipuolisia.

Hiihtoladut ovat yleensä hyvässä kunnossa, samoin pesiskenttä uusine katsomoineen.

Olen tyytyväinen uimahalliin ja kuntosaliin, koska ne ovat viihtyisät ja puhtaat.

Olen tyytyväinen kuntosaliin ja uimahalliin, koska ne ovat siistit ja viihtyisät.

Uimahalli! Kuntosali! Molemmat on todella viihtyisiä siistejä.

Järjestettyihin liikuntatilaisuuksiin varsinkin ulkona.

Kitinvapari kaikkienensa.

Kansalaisopiston tarjontaan Kitin vaparissa. Selkeä aika ja kesto.

Peilisaliin. Mielestäni siinä on hieno toteutus miellyttää silmään ja tilaakin useammalle henkilölle.

Monitoimitilat.

Sulkaapallo ja ilma-aseammunta

Liikuntahalli.

Urheiluhalli.

Urheiluhalli.

Frisbeegolf rata ja jääkiekkokaukalo koska molemmat ovat paljon käytössä.

Jääkiekkokaukalosta pidettiin kuluneena talvena parempaa huolta kuin aikaisempina talvina.

Luistelukentät.

Olen tyytyväinen urheiluvälineisiin.

Ulkoilureitit.

ulkoliikuntasali.

Koirahiihtovuoroihin.

Koirahiihtovuorot.

Olen erityisen tyytyväinen koirahiihtoon.

Laavut.

laavujen hyvä sijainti.

Laavuihin, koska ne ovat kivoja ja niihin hyvän mittainen matka.

Laavut

Laavut, ne ovat hyvässä kunnossa.

Kitinkannus.

Kitin kannus.

Kitinkannukseen koska vanhukset saavat asustaa siellä ja siellä tarjoillaan hyvää ruokaa.

Ruokailumahdollisuus -hyvää ruokaa -2 vaihtoehtoa.

En kommentoi.

Edellä ruksatut.

En ole käyttänyt.

## **Kysymyksen 11. ”Mihin palveluihin olette tyytymätön? Miksi?” saamat vastaukset**

### **Aukioloajat**

Aukioloajat Kitinvaparilla ovat olleet aika sekavat ja huonot. Netistä tai somesta kuitenkin yleensä löytyy nekin.

Kitinvaparin toimintaan. On auki miten sattuu.

Uimahallin ja kuntosalin aukioloajat. Ne ovat liian lyhyen ajan päivästä auki.

Uimahallin aukioloajat, pitäisi olla auki jo klo 12.

Uimahalli pitkiä aikoja kiinni esim kesällä.

Uimahallin aukioloajat voisivat olla viikonloppuisin pidemmät esim. sunnuntaina klo 19 asti.

Uimahallin aukioloajat ovat liian lyhyet.

Uimahallin aukioloajat, sulkeutuu liian aikaisin.

Kuntosalin vieressä oleva painisali pitäisi olla auki myös aamuisin klo. 6.00-.

Uimahallin aukioloaika -pitäisi olla auki klo 21 asti.

Uimahalli aukeaa liian myöhään, myös aamupäivisin tulisi olla avoinna.

Uimahallin aukioloa voisi laajentaa.

Uimahalli voisi olla auki klo 21.

Uimahalli on kiinni aina heinäkuun.

Aukioloajat.

Uimahallin kahvio menee aikaisin kiinni, olis mukava juoda kahvit uinnin päälle mutta on kiinni jo siinä vaiheessa.

Uimahallin aukioloajat voisivat olla viikonloppuisin laajemmat.

Aukioloajat on suunniteltu kaupungin työntekijöitä silmällä pitäen, ei käyttäjiä. Kuunnelkaa käyttäjiä ja yllättäkää välillä.

Uimahallin aukioloajat olivat aiemmin paremmat (arkisin 21 saakka auki).

Kuntosalin aukioloajat rajoitetut jos haluan ostaa kertakäynnin, esim. aamupäivätreeni mahdoton kun kassa aukeaa myöhään.

Oudot "käyttökotkot" jolloin ei asiakaspalvelua esim kuntosalille ei pääse.

Uimahalliin pidemmät aukioloajat ettei ole aina niin täynnä.

Uimahalli ei ole auki myöhään.

## **Opasteet, tiedottaminen / markkinointi**

Laavut, vaikea löytää. Parempi kartta laavun sijainnista auttaisi.

Maastopyöräreitit vois olla selkeämmin merkitty.

Maastopyöräreitit merkittävä paremmin.

Alueen suunnistuskartta ei ole ajantasalla. Vaatii päivityksen.

Juoksu reittien merkkaukseen.

Osa laduista on talvisin vähän epäselvästi merkitty, reittipituudet.

Latujen ja pururatojen opastus kyltteihin.

Lenkki polut ja hiihtoladut saisivat olla paremmin merkittyjä. Terv. Kerran oikein kunnolla eksynyt.

Koottu tieto palveluista ja niiden sijainnista puuttuu.

Alueen yhteiset nettisivut puuttuvat, tietoa alueesta ja tilojen varauksesta ym. on vaikea löytää.

Alueen mahdollisuuksia voisi mainostaa enemmän. En tiedä itsekään kaikkia, mitä siellä voi harrastaa.

Kitin vaparin omaan toimintaan. Huono informaatio tarjottavista ryhmistä yms.

## **Huolto – ja kunnossapito**

Jääkiekkokaukalon jäädytys ja lumen auraus viikonloppuisin.

Ulkojään kunnossapidossa olisi välillä parantamista.

Jääkiekkokaukalon hoito on todella huonoa. Lukemattomat kerrat jää ollut auraamatta, kun olisi halunnut luistelemaan.

Jääkiekkokaukalo, jään auraus ja muukin huolto ollut melko heikkoa silloin tällöin.

Jääkiekkokaukalon jään kunnosta ei talvisin oikeen pidetä huolta.

Jääkiekko kaukalon auraamattomuus. Pitäisi ehottomasti olla jäähalli.

Jääkiekkokaukalon kunnossapito on todella huonoa.

Jääkiekko kaukalon jäädytys.

Jääkiekkokaukalon ja avojään hoitoa ei ole ilta-aikaan, jolloin käyttäjiä eniten olisi.

Ulkojaiden kunnossapitoon. Ei ole kiva mennä pelaamaan lätkää kun ensin pitää aurata kenttää tunti.

Luistelukaukaloiden auraaminen talvella, etenään viikonloppuisin ei aurata vaikka silloin siellä ehtisi liikkua myös perheen kanssa.

Urheilukentän nurmikon kunto.

Urheilukentän nurmikon huolto voisi olla parempi.

Yleisurheilukentän nurmi on ollut monesti huonossa kunnossa niin siihen olen ollut tyytymätön.

Urheilukentän Katsomo kaipaa pikaisen uudistuksen. Vanha Katsomo aiheuttaa allergista reaktiota --> homeessa jo.

Urheilukentän katsomo on jo aikansa elänyt.

Tennishalli. Tennishallin pinnoite on huono tennikselle. Vaihtoehtoisesti voidaan vaihtaa tennishallin nimi urheiluhalliksi.

Ulko tenniskentän pohja on paikoin epätasainen ja verkot vaatisivat kunnostusta.

Tennishalli, rempat tarpeessa.

Hiihtolatu toisinaan huonosti ylläpidetty.

Hiihtoladut osittain valaisemattomia.

Hiihtolaturien leveys. Vastaantulevia tulee samalla suoralla vastaan, se on paikoin omalle mielelle todella kapea. Myös latukone voisi olla parempi. Mutta se latujen leveys ei tyydytä omia tarpeita.

Hiihtobaana pitäisi talvella ajaa useammin. Erityisesti viikonloppuisin. Jääkiekkokaukaloakin pitäisi jäädyttää ja putsata useammin.

Frisbeegolf rata koska kyltit pitäis uusia.

Frisbeegolf radan ja ympäristön roskaisuuteen.

Frisbeegolf radan kunnossapitoon ja ympäristön siisteyteen voisi panostaa. Säännöllisesti tyhjennettävät roskakorit reitin varrelle, niin ehkä nuorisokin osasisi karkkipaperinsa sinne laittaa.

Jalkapallo kenttä huono ylläpito.

Jalkapallokenttä kuntoon.

Pururadan varrella on liian vähän roskiksia koiran jätöksille. Pussia joutuu kantamaan mukana koko lenkin ajan.

Tiestö kunto ja yleensäkin parkki alueet ahtaat. Puita pois hiihto stadion menevän tien laidalta ja levennystä. Talvella liian hämärää...

Juoksusuora ja painisalin ilmastointi on aika huono ja siellä on koko ajan aika kuuma.

Juoksusuoraan, koska siellä ei ole ilmastointia, ilma on huono, kuuma, patterit liian isolla ja lyhyt ja kapea juoksusuora.

Skeittiparin siisteys.

Kitinvaparin siisteydessä ja huollossa on ajoittain ollut puutteita. Viimeaikoina siisteys on parantunut.

## Turvallisuustekijät

Lenkipolut lemmikin kanssa vaarallisia. Paljon frisbiigolfareita ja tulee vaaratilanteita. Frisbee lähtee männynkyljestä lujaa kun lähtee väärään suuntaan.

Frisbeegolfrata on ihan huippu ja liikuttaa paljon myös sellaisia, jotka eivät välttämättä muuten liikkuisi, mutta se väylä kun porukka heittää kuntoportalta tennishallia kohti, niin on tosi vaarallinen, koska usein kiekot lentää siihen ulkoliikuntateline alueelle. Ja siinä kun on kuntoilemassa, ja kiekko saattaa pahimmillaan tulla päähän. Voisiko sitä väylää jotenkin muuttaa?

Lentävät Frisbee kiekot vaarallisia kuntoport ja ulkosalilla kävijöille.

## Kuntosaliin liittyvät tekijät

Kuntosali laitteita voisi uusia enemmän.

Kuntosali ahdas ja ilmanvaihto edelleen huono.

Kuntosalin epäsiisteyteen ja siihen että laitteita voi olla pitkiäkin aikoja epäkunnossa. Lisäksi tilainfossa ei ole kaikkia tilavaroituksia merkittynä, vaikka näin oletettavasti tulisi olla, jotta voisi välttyä päällekkäisyyksiltä.

Kuntosalia tulisi kehittää, isontaa ja uusia laitteita - siellä käy paljon ihmisiä ja uusiminen vielä varmasti nostaisi kävijämääriä.

Kuntosalin ilmanvaihto.

Kuntosalille ei mahdu. Liikaa porukkaa.

Kuntosali on melko pieni. Kiireisimpinä aikoina juuri mitään ei mahdu tekemään.

Kuntosalilla kova ruuhka.

Kuntosali.

Kuntosali, huono ilmastointi ja ahdas.

Kuntosali, liian ahdas ja pimeä.

Tyytymätön ja tyytömätön, mutta sali voisi olla vähän isompi. Ja ennen kaikkea ilmanvaihto ja viilennys kuntoon. Ajoittain haisee viemäri. Pitäisi luonnistua pikku investoinnein joltain ammattiliikkeeltä kuten Are tai Caverion.

Ajoittain ilmanvaihto salissa on huono ja lattia luistaa kengillä, kuin kengillä.

Kuntosalin pukuhuoneet ja ylipäättään pukuhuoneet.

Kuntosali ei ole tätä päivää ja uskoisin, että moni muualla töissä käyvä käyttää muiden paikkakuntien saleja. Laite korjaukset kestää todella kauan!! Kesäisin Todella kuuma. Vähäisen laite kapasiteetin takia pitää muokata harjoituksia aina, koska menee jonotukseksi. Silti minulle tärkeä paikka:)

Kuntosali on aika pieni mutta ihan toimiva.

Kuntosali on melko pieni.

Kuntosalilla vähän ahdasta, kun / jos ilta-aikaan yrittää mennä.

Kuntosalin laitteiden huolto ja toimivuus.

Kuntosalin laitehuolto ja järjestyksen ylläpito on aika hidasta.

Kunnostettu sali ja käyttöaste rajattu. Esim painisalia ei saa käyttää kahvion aukioloaikojen ulkopuolella, vaikka siellä on paljon salitreenaamiseen kuuluvaa välineistöä. Salista ei pidetä huolta. Laitteita rikki ja niitä ei huolleta. Tällä tarkoitan erityisesti esim taljojen rasvausta. Kukaan ei pidä huolta että välineet painisalin puolelta palautuu salin puolelle. Aamulla tankoja ja painoja on vaikea saada painisalista lukittujen ovien takaa takaisin salin puolelle. Miksi iso osa treenitilasta on päivästä vain kuusi tuntia käytössä, kun salin käyttöaste on kuitenkin korkea. Esim. kelkan, köysien ja boksien käyttö ei ole mahdollista aamuisin tai kahdeksan jälkeen illalla, jos haluaisit tehdä toiminnallisen treenin. Aina kuntalaisten aikataulut eivät töiden puolesta natsaa kitinvaparin henkilökunnan aikatauluun. Miksi yhden rahoittajan, eli kuntalaisen, rahalle ei tule vastinetta.

Tarvitsisi uudistaa salia ja sen pukuhuoneita.

## **Pesäpalloon liittyvät tekijät**

Pesiskenttä tosi varattu aina.

Pesis on perseestä.

Pesäpallokentän parkkialue voisi olla asfaltoitu.

Hallille (pesäpallohallille) olisi kova tarve, kun kuljetaan muissa halleissa aika kaukana.

Pesiskenttä tahtoo olla täysi / varattu.

Toinen pesiskenttä, koska tila ei riitä harrastajille.

Tarvitaan toinen pesiskenttä, liikuntasalissa liikaa lasipintoja (särkyminen).

Pesäpallon pelaaminen talvisaikaan on todella haasteellista.

## **Koirapuiston puute**

Koirapuisto puuttuu.

Koirapuisto ois kiva jos sellainen tänne saataisiin.

Kannukseen olisi tarve koirapuistolle.

Koirapuisto olisi kiva kannukseen.

Uskomatonta, että Kannuksessa ei ole koirapuistoa. Se on siis suurin toiveeni!

Koirapuisto puuttuu.

Enemmän toivoisin koiran kanssa mahdollistavia aktiviteetteja esimerkiksi koirapuistoa.



## Lasten aktiviteetit

Kentän laidalla olisi hyvä olla leikkipuisto / muuta aktiviteettia lapsille.

Lasten "toughupaikka"heikko.

Hiihtolatu pienille lapsille puuttuu/ en ole löytänyt.

Lasten ulkoleikkipaikka puuttuu.

Lapsilta puuttuu leikkipuisto/kiipeilypuisto.

Lisäksi myös pienten lasten huomioiminen alueella hieman ontuu.

## Liikunta-, halli ja muut tilat

Liikuntahalli talvisin täynnä ei saa vuoroa.

Yksityiseen käyttöön liikuntasalia pitäisi saada vuokrattu iltaisin, ei niin että uralle kaikki vuorot.

Sieltä puuttuu halli miss voisi harjoitella ja pelata talvella pesäpalloa/yleisurheilua.

Kannukseen tarvitaan myös sisäharjoitteluhalli talvikaudeksi (pesäpallo / jalkapallo). Opasteet tien varteen!

Luiستelu (jääkiekko), jäähalli puuttuu sekä iso palloiluhalli.

Pukukoppiin ja WC tilojen huonoon saatavuuteen kesäaikaan ja viikonloppuisin. Tarvitaan paremmat tilat tapahtumien läpi viemiseen kuten grillaus ja kioskimyynti paikkaa urheilukentän yhteyteen. Tarvittaisiin myös varastointitiloja esim. joukkueiden ja harrastajien välineille.

Kesällä ja muina aikoina kun kitinvapri on sujuttu koko alueella ei ole yleisö wc:tä käytössä.

Ulkoalueella pitäisi olla wc tilat käytössä, pumppiradan, pulkkamäen, laavun yms. Alueelle.

Telinevoimistelu sali olisi hyvä.

Urheilukentän katsomo ja puutteellinen suoja treenaajille.

Ahtaat tilat salilla, juoksusuoralla ja painisalissa.

Alueelle pitää saada ajanmukainen pallopelihalli ja sopiva paikka on tietysti pesäpallostadionin taustapeltoalue. Integroituu hyvin nykyiseen hyvinvointialueeseen kaikin puolin.

## Yleistä

Alueella on kiitettävästi liikuntapalveluja kaikenikäisille, myös ikääntyville. Kaipaisin myös asumispalveluja ikääntyville, esim. Senioritalo. Mielestäni alueen palvelut tukevat hyvin ikäihmisten terveyttä helpolla saatavuudellaan. Myös ruokapalvelut löytyvät alueelta. Lähin kauppa on kilometrin päässä ja korona-aika on opettanut myös ikäihmisiä käyttämään nettiä

ruokatarvikkeiden tilaamiseen. Eli kaupan puuttuminen ei enää tähän maailman aikaan ole ongelma. Samoin apteekkipalvelut hoituisivat samalla, kun Kitinkannus hakee lääketilaukset apteekista.

Kitinkannuksessa voisi olla myynnissä kylpylälippuja uimahalliin ja yhdistettynä johonkin heidän hoitoon ja tehdä muutenkin enemmän yhteistyötä näiden kahden välillä.

Badel kenttä vielä puuttuu. Ulkokuntosali olisi myös mukava.

Kunnollinen ulkokuntosali olisi kiva. 😊

Ulkokuntoilua voisi kehittää vielä, eli mahdollisuus tehdä salitreeni myös ulkona, olisi erittäin hienoa.

Senioripuistoon lisää välineitä ja kuntopolkuja lisää.

Seniори ulkokuntoilu. Isolla työllä märimmälle paikalle keskelle frisbeegolf väyliä!!!

Välillä työntekijöiden taso on ollut heikkoa. Esim lapsille järjestettävä toiminta. Näyttää ettei aktiviteettia ole suunniteltu ja työntekijöistä paistaa väliinpitämättömyys. Uimahallin kassalla on ollut sama tilanne. Asiakaspalveluun toivoisin parannusta.

Kun alueelle rakennettiin tenniskentät viimeinkin, samaan olisi voinut tehdä tekojään mahdollistavat putkitukset. Samaa odotin lisäalueen rakentamisen yhteydessä, petyin jälleen. Syksyt ovat muodostuneet epävakaiksi ja pitkiksi ajanjaksoiksi. Muutenkin talvet ovat epävakautta ja hyvää jäätä on kovin lyhyen aikaa. Tekojää toisi luistelun mukaan jo ennen talven tuloa. Nuoret ottaisivat varmasti harrastuksen innolla vastaan.

Kitinvaparin hinnat alaikäisille.

Vesiliikuntaryhmiä enemmän.

En täysin tyytymätön mihinkään. Enemmän ohjattua toimintaa nuorille.

Ohjattu liikunta ei ota huomioon annettua palautetta, toki kaikkia ei voida miellyttää mutta jos käyttöaste on alhainen niin varmaan kannattaisi ottaa huomioon palaute.

Koronan vuoksi ohjattua liikuntaa on ollut melko vähän. Uudet spinnipyörät pitäisi ottaa ahkeraan käyttöön.

Kerhotilaan tekstiilejä akustiikan vuoksi. Esim. kokous = äänet sekoittuu.

Frisbeegolf skeittiparkit.

Frisbirata.

Lenkipolulla hieman häiritsee frisbeegolfaajat, muttei paljon. Beach volley kentältä saattaa pallo lentää autotielle nykyään. Jonkin verran häiritsee, ei kuitenkaan estä pelaamasta.

Skeittiparkki.

Skeitti parkkiin uusi alusta (betoni), urheilukentän kehittäminen, pelihalli (kaarihalli).

Skeittiramppeihin, koska nuoriso sotkii.

Frisbeegolf väylille tarvittaisi portaat (6-7 väylä heittopaikka).

Tässäkin kyselyssä jalkapallokenttä on ilmeisesti mielletty osaksi "yleisurheilukenttä" nimistä kokonaisuutta mikä mielestäni kertoo puutteellisesta ymmärryksestä suositun palloilulajin kehityksessä. "Yleisurheilukenttää" tulisi kehittää entistä enemmän myös jalkapallon ehdoilla.

Jalkapallokenttä koska siinä on oikea nurmikko.

Kahvilapalveluita voisi kehittää nykyisestä.

Ravintolapalvelut.

Kirinvaparin tilavaraussysteemi.

Vähän salivuoroja vapaana viikonloppuisin syksystä kevääseen koska vakivuorot varanneet kaikki.

Ensilumenlatu / lumitykki puuttuu kokonaan.

Hiihtolatuverkostoa pitää kehittää, todella tylsää hiihtää väliä kitinkangas-silmäjärvi edestakaisin.

Hiihtoreittejä voisi olla monipuolisemmin. Kaupungin pitää myös ottaa Silmäjärventie hoitoon talviajaksi. Takalenkki on liian mäkinen.

Uimahallin kuntoaltaan vesi on liian kylmää!

Uimahalli tarvitsisi aurinkosuojaa jumpparuudulle, välillä siitä ei näe mitään.

Voisi olla myös tavalliset jyrkät portaat. Nyt on leveät portaat.

Liikennejärjestelyt kannattaisi miettiä uudelleen.

Kuntosalia voisi edelleen kehittää, samoin lisätä maastopyöräreittejä. Ilma-aserata ei taida olla enää käytössä? Miksi? Se tarvitaan, sillä muuten täytyy ajaa Kokkolaan, tai Ylivieskaan harjoittelemaan.

Koirahiihto ei oo koiraa.

Koirahiihtovuoroja voisi olla useampana arki-iltana ja myös päiväaikaan, esim. Viikonloppuna. Ladulle mahtuu kyllä. 😊

Voisi olla erittäin kevyttä liikuntaa.

Tennishalli

Kehonhuolto.

Liikuntasali.

Punttisali ja juoksusuora.

Alueelle pitää saada karavaanari alue tai vaunuparkki tankkaus ja tyhjennyspaikkoineen.

On aika uudistaa Kitin alue tälle vuosituhannelle.

Kaikki on hyviä.

Kaikki palvelut hyviä.

Ei ole kaikki on mahtavaa <3 :).

Olen tyytyväinen kaikkeen.

Kaikki olemassa olevat ovat hyviä.

Kaikki on hyviä.

Olen kaikkiin tyytyväinen.

En ole tyytymätön Kitinkankaalla on niin paljon lajeja mitä voi harrastaa.

Alue pidetään hyvin kunnossa.

En mihinkään. Kaikki on plussaa.

Ei valitettavaa.

Eipä midii.

Ei.

Ei mitään mainittavaa.

Hinnat.

En kommentoi.

*Lisäksi En osaa sanoa / En tiedä maininta 7 x kertaa.*

*Lisäksi En ole tyytymätön maininta 10 x kertaa.*

## **Kysymyksen 12. ”Miten Kitinkankaan aluetta ja sen olemassa olevia palveluita voitaisiin kehittää?” saamat vastaukset**

### **Informaation lisääminen / Yhtenäinen alusta informaatiolle**

Kertomalla enemmän kitinkankaan palveluista.

Voitaisiin ensinnäkin infota paremmin mahdollisuuksista ja tapahtumista.

Paremmat, yhtenäiset ja selkeät nettisivut koko alueen toiminnasta!

Voisi olla selkeät taulut, joissa lukee missä mitäkin. Pari kertaa on pitänyt opastaa missä esim. Frisbeegolf-rata on ulko-paikkakuntalaisille. Netissä voisi olla myös helposti löydettävät kartat ja opasteet samoilla sivuilla.

Latuinfo reaaliaikaiseksi.

### **Mainonta ja markkinointi**

Risukot raivata pois. Tien varteen mainoksia alueesta.

Tietoisuutta lähikuntiin enempi markkinointia, ilmaista kokeilua.

Kunnollinen markkinointi myös ympäristökuntiin.

Markkinointi: esimerkkinä se, että uimahallin katolta puuttuu kunnollinen siitä kertova kyltti: UIMAHALLI. Koko Kitinkaan alueen markkinointi, missä mielikuvilla on iso merkitys.

Palveluiden markkinointi ja ilmoittaminen sekä tiedottaminen on ollut heikkoa. Puskaradion kautta kuulin mm. uusista spinnipyöristä.

Varsinkin lasten harrastustoimintaa mitä alueella järjestetään voisi mainostaa enemmän. Eskari ja alakouluikäisille vaikea löytää harrastuksia kannuksesta vaikka tiedän että jotakin järjestetään mutta kanavat missä voi ilmoittautua ym ovat hukkassa. Uimakouluun ilmoittautumiset ovat löytyneet aina helposti 🙄

Markkinointi, esimerkiksi en ole tiennyt koirahiihtoladuista. Käyttäisin niitä mielelläni lomaillessani Kannuksen alueella.

Mielestäni alueen markkinointi on vähäistä, toki tämä on suhteellista ja ymmärrän että markkinointi maksaa.

Salin vuokraamisesta markkinoitaisiin enemmän.

Markkinoinnilla.

Markkinointia enemmän, tapahtumia?

Mainosta Kokkolalaisille.

Lisää mainontaa palveluista.

Tehokkaampi markkinointi.

Kunnon markkinointi

Parempaa mainostusta alueesta.

Mainostettaisiin enemmän.

Tunnettuus.

## **Aukioloajat**

Uimahallin aukioloaikoja voisi vielä lisätä. Esimerkiksi juhlapyhien aikana olisi mukavaa, jos halli olisi auki. Silloin olisi aikaa käydä kauempaa tulevien perheenjäsenten kanssa käydä uimassa.

Uimahallin aukiolot heinäkuun ajalle jatkossa.

Ehdottomasti uimahallin pitäisi olla auki kaikkina päivinä/ainakin viikonloppuna la+su. Perheillä ei ole välttämättä mahdollisuutta arkena lähteä uimaan, viikonloppuisin olisi aikaa käyttää palveluita.

Uimahalli auki etenkin lasten loma-aikana enemmän.

Uimahallin aukioloajat ennalleen.

Uimahalli auki myös aina aamupäivisin.

Laajemmat aukiolot.

Vapaa-aikakeskuksen aukioloaikoihin uusia ajatuksia ja joustavuutta syystä, että se on koko heinäkuun kiinni.

Painisali auki myös kahvion aukioloaikojen ulkopuolella.

Monipuoliset palvelut tutuiksi erilaisilla teemoilla ja ehdottomasti paikat oltava auki käyttäjien mukaan ei työntekijöiden halun.

## **Huolto- ja kunnossapito**

Jatkuvalla huollolla ja kunnossapidolla, sekä esim. erilaisia kampanjoita hyödyntäen.

Pitämällä huolta nykyisistä toiminnoista ja huoltamalla paikkoja.

Kunnostamalla ja uudistamalla.

Nykyisten palveluiden ylläpitäminen huolloin ym on tärkeää.

Pidetään kehitystä yllä ja hoidetaan paikkoja säännöllisesti.

Pysyä ajan hermolla ja ylläpitää olemassa olevia palveluita jotta niiden kiinnostus säilyy jatkossakin.

Kuntoportaiden huolto talvisin.

Kunnossapitoon kannattaisi kiinnittää enemmän huomiota. Esim. ulkotenniskentät melko huonossa kunnossa.

Jalkapallo kenttää ja katsomoa remontoida.

Yleisurheilukentän katsomon uusiminen.

Yleisurheilukenttää ja sen nurmea voisi parantaa tai uudistaa. Myös ennen lenkkipolkuja olevaa parkkipaikkaa voisi kehittää jotenki suurentamalla koska se on tällä hetkellä aika suppea.

Skeittparkkia voisi kunnossapitää paremmin myös soratie joka johtaa pump trackille ja frisbeegolf radalle on erittäin huonossa kunnossa ja se pitäisi kunnostaa.

Tiet ja kulkuväylät kuntoon.

Tiet parempaan kuntoon. Istuskelupaikkoja. Roskien kierrätys.

Tie kun käännytään kannustalon kulmalta on todella huono sinne uimahallille koko matkalta..

Kulkuväylät talvella kapeita. Parkkipaikka ja osa tieosuuksista erittäin kuoppaisia ja huonokuntoisia.

Tennishallin - hiihtostadionin tie paremmaksi, se on aika tehokkaasti routinu huonoon kuntoon.

Tiet stadionille kuntoon.

Hiihtostadionin parkkipaikka selkeämmäksi (Asfaltointi?).

Hiihtolatuja voisi hoitaa keväällä pitempään lumitilanteen niin salliessa. Jääkiekkokaukalon hoitoa esim. lumenaurausta voisi tehostaa.

Huolehditaan hyvä jää talvisin kaukaloon.

Jäiden hoito olisi suotavaa myös ilta-aikaan ja viikonloppuisin. Liian usein on tilanne, että iltapäivällä satanut lumi estää luistelun koko illan ajan. Toki alueella olevat kolat ja siklit sekä lapiot auttavat, kun lunta on vähän, mutta jo muutama sentti lunta on liian työläs käsivoimin kolattavaksi.

Painisalin ja juoksusuoran ilmanvaihdon parantaminen.

Pururatojen kunnossapito.

Lisäämällä pururadan varrelle roskapönttöjä koiran jätöspusseja varten.

Alueen siistinä pitäminen on yksi tärkeimmistä asioista sekä houkuttelevuuden että viihtyvyyden kannalta.

Parkkipaikka paremmin hoidetun näköiseksi. Ja muutenkin maisemointiin koko alueella olisi hyvä panostaa, ehkä helppoja kasveja tai tuijia voisi istuttaa.

Vihersuunnittelu alueelle.

Lenkkibaanoille myös valaistus paremmaksi.

## Opasteet

Ainakin selvemmat opasteet lenkkipoluille. Merkattu patikointireitti ja puolessavälissä laavu jossa voisi olla yötä. Tai yleensä laavu jossa voi olla yötä metsässä.

Enemmän mistä mikäkin löytyy, opasteet kuntoon.

Opastuksia alueelle lisää.

Karttapalvelua selkeämmäksi mistä alkaa mikäkin tasoinen reitti.

Opastekyltit talvimaastopyöräreiteille. "Koirien kanssa liikkussa kerää jätökset pois" tai tälle porukalle omat polut!

Merkkaamalla pururadan reitit uudelleen / paremmin.

Valaistusta paremmaksi ja latujen merkitseminen ja opastukset.

Maastopyörä reittien kartta näkyviin silmäjärven laavulle ja muutenkin karttoja.

## Turvallisuustekijät

Toivoisin turvallisempaa kulkuyhteyttä hiihtostadionille. Nykyinen reitti todella vaarallinen Kitinvaparin edestä, etenkin pimeään aikaan. Saa pelätä milloin pieni lapsi juoksee auton eteen hiihtostadionille mennessä. Ei voi nähdä pieniä kulki-joita, kun parkkipaikat alkaa heti pääoven läheltä.

Kun autolla mennään hiihtostadionille, on reitti hieman vaarallinen koska se kulkee pihan halki eikä tilaa ole paljoa.

Kts. Kohta 11.Hiihtostadionille kulku jotain muuta reittiä, kuin uimahallin pihan kautta. Vaarallinen, koska uimahallin asiakkaat voivat jäädä auton alle, todella vaarallinen.

Turvallisempi reitti hiihtostadionille.

Tieyhteys tennishallille ja hiihtostadionille turvallisemmaksi jalankulkijoille.

Liikennejärjestelyt. Kitinvaparin parkkialueen ja kaikkien palveluiden läpi vievä tie on todella vaarallinen ja aina saa pelätä oman/lasten hengen puolesta.

Liikennejärjestelyt paremmin. Nyt huono kun kaikki liikenne menee kitinvapari pihan kautta, vaaratilanteita paljon.

Frisbee korit tulisi viedä kauemmaksi kuntoportaista! Kuntoportaissa liikkujat ovat usein "vaarassa", kun kiekkoja heitetään samaan aikaan.

Pesäpallokentän valaisu mahdollisuus olisi tärkeä niin turvallisuuden kuin iltakäytön vuoksi.

## Ulkoliikunta mahdollisuudet

Toivoisin alueelle enemmän järjestettyä ja ohjattua liikuntaa myös ulkoaktiviteetteihin.

Ohjattua ulkoliikuntaa kesäaikaan.



Voisiko urheilukenttää hyödyntää ohjattuun liikuntaan vielä pidemmälle syksyyn ja pian keväällä, kun sää sallii?

Sinne voisi tulla lisää ulkotekemistä.

Vielä lisää ulkoilumahdollisuuksia.

Luontopolku.

Kuntopolkuja.

Maastoon vaellusreitti.

Lisää laavupaikkoja perheille.

Avoimet suunnistusrastit.

Kitinkannuksen ja Kitinvararin väliseen ja hiihtoladun läheisyyteen voitaisiin rakentaa esteetön ulkoilurata, joka mahdollistaisi ulkoliikuntapuistosta lähtevän ulkoilun metsään (katettu) pyörätuolilla ja lastenvaunuilla. Reitille voitaisiin sijoittaa penkkejä ja erilaisia toiminnallisia pisteitä esim. voitaisiin tutustua maakuntakukkaan, eri kivi- ja kasvilajeihin, puihin (eri vaihtoehtoja on loputtomasti) merkitään matkanvarrelta esim. Eri puu-, kasvilajeja esim. Kysymyksiä, joiden vastaus löytyy esittelyn toiselta puolelta jne. Reitti voisi päättyä laavulle. Tätä voisi hyödyntää niin päiväkotiryhmät, koululuokat kuin vanhusväestökin. Eri vuodenaikoina voitaisiin järjestää Eril. Teema tapahtumia eri ikäryhmille.

Maastopyöräilyyn voisi olla enempi reittejä.

Maastopyöräireittejä voisi kehittää lisää, esim: xc tyyppinen rata..

Sieltä voisi lähteä Kajaanitienvartta pitkin pyörätie Eskolaan. Tämä yhdistäisi erilaisrt maastopyöräireitit Poleella, pääsisi uimaan hullun montuille ja maa-uimalaan. Ja toimisi monille urheilujille hyvänä sykkeen nostatus mäkenä, kun ei muita mäkiä ole. Kannuslaisille hyvä ja turvallinen virkistysreitti pyörällä ja muutenkin.

Pyöräireittejä laajemmin.

Esim. maastopyörien vuokrausta.

Hiihtoa myös kesäaikaan.

Pitempi retkilatu.

Lumitykki ja ensilumenlatu (Silmjärven maastoon helpompi / parempi toteuttaa, kuin stadionille).

Uusi hiihtolatu lenkki.

Ulkokuntosali olisi toivottu juttu. Lisää mahdollisuuksia lihaskuntoharjoitteiden tekemiseen kuntoportaiden läheisyyteen.

Ulkokuntosalia voisi kehittää laittamalla sinne painoja.

Ulkokuntosalia voisi myös kehittää.

Ulkokuntosalille enemmän monipuolisia treenivälineitä ja -laitteita.

Enemmän ulkokuntosalilaitteita.

Ulkokuntosalit olisivat hyvä lisä.

Lisää ulkokuntosalilaitteita.

Kunnollinen ulkokuntosali jossa laitteita ja tankoja.

Lisää ulkokuntolaitteita.

Ulkokuntosali monipuolisemmaksi.

Rakentamalla ajanmukaisilla laitteilla varustettu ulkokuntosali.

Ehdottomasti Kannuksesta puuttuu ulkokuntoilutila, johon voi matalalla kynnyksellä tulla treenaamaan ns. ulkokuntosali. Vastaavia löytyy jo useista kaupungeista, kuten esimerkiksi Kokkolasta.

Lisää erilaisia kuntolaitteita ja portaita luontoon.

Ulkoliikunta paikalle erilaisia kuntoiluvälineitä esim. seinä johon kunto palloa heitetään.

Koripallokori olisi mukava saada sählykentän viereen.

Toiset kuntoportaat -toiset olisi ns. hyväkuntoisille, toiset ns. huonokuntoisille.

Putkittamalla jääkiekkokaukalon pohjan saisi kiekkokauden pitemmäksi.

Maa-uimala, ulkoallas kesäisin ja miksi ei avantona talvisin.

Ulkouima-allas.

## **Liikunta-, halli ja muut tilat**

Jäähalli olisi erittäin toivottu ratkaisu.

Jäähalli pitkän ajan suunnitelmiin.

Jäähalli.

Jäähallia toivottu.

Jäähalli (vähintäänkin tekojää ensi vuodeksi).

Katettu katsomo yleisurheilukentälle, palvelisi myös erilaisten kesätapahtumien järjestämistä.

Katettu katsomo urheilukentälle, paremmat varastointitiloja ja grillaus sekä kioskimyynnille sopivat tilat.

Urheilukentän katsomorakenteet.

Ainakin osittainen katettu katsomo urheilukentälle.

Sade suojat ainakin urheilukentälle. Yksi pieni koppi ei riitä ja varusteet esim joukkueella määrät jos sataa. Katsomokin alkaa oleen ”pehmeässä” kunnossa.

Urheilukentän kunnostus (wc ja sosiaalitulat puuttuu, kun uimahalli kiinni, kilpailutapahtumiin kunnolliset tilat kioskeille/kahviolle).

Ulkoalueelle WC-tilat.

WC tilat.

Pukuhuone- ja wc-tilat tennishalliin.

Monitoimihalli tekonurmella WC tiloineen.

Kuplahalli, jotta talvellakin voisi pelaila "kesälajeja" kunnolla.

Kuplahalli, jotta pesistä voi harjoitella läpi talven.

Kuplahalli.

Iso urheiluhalli, jossa on yleisurheilijoille, pesäpalloilijoille, jalkapalloilijoille yms. tilaa treenata talvella.

Olisi hienoa, jos alueelle saataisiin halli, jossa jalkapalloilijat ja pesäpalloilijat pääsisivät talvella treenaamaan. Lisää liikku-  
mistiloja.

Suuri tarve hallille jossa talvisin voisi pelata pesäpalloa.

1. Toinen pesiskenttä, 2. Kuplahalli.

Pesäpallohalli, toinen pesiskenttä.

Sisähalli -Täysmittainen jalkapallo -/pesäpallokenttä.

Toinen pesiskenttä. Pesäpallo (jalkapallo) halli!

Rakentamalla halli jossa olisi mahdollisuus pelata talvellakin pesäpallopelejä ja reenata.

Junioreille oma pesäpallokenttä -Halli hiekkatekonurmella.

Lisää hallitilaa, että mahtuis pelaamaan sisällä.

Kitinkankaalle voitaisiin rakentaa kunnan lämmin hallitila, jossa olisi täysimittainen pesäpallo/jalkapallokenttä. Ei ylipaine eli kaarihallia, vaan ihan "kiinteärakenteinen"halli. Vaikka kustannukset ovat suuremmat, uskon hallin tulevan kovaan käyttöön myös laajemminkin. Sitä varmasti vuokraavat muutkin seurat. Tähän asti kannuslaiset ovat talvikaudella käyneet harjoittelemassa halleissa esimerkiksi Lapualla, Raahessa, Alajärvellä jne. Kunnan lämmin halli takaa mainiot harjoitteluolosuhteet kaiken ikäisille ja monen eri lajin harrastajille.

Ehdottomasti halli jalkapallon ja pesiksen pelaajille talvireenaamiseen. Kitinvapari ei yksistään enää näille harrastajamäärille riitä. Halli toisi myös naapurikunnista harrastajia.

Tarvittaisiin jalkapallohalli, jotta junioritoiminta säilyisi mielekkäänä, eikä tarvitsisi talvi-iltoina ajella 100 kilometrin har-  
rasmusmatkoja.

Alueelle tarvittaisiin yleisurheilun, pesäpallon, jalkapallon ym. lajien talviharjoittelua varten riittävän kokoinen monitoimi-  
halli.

Talviharkkoihin olisi mainio sisähallin rakentaminen alueelle. Siellä voisi järjestää myös muita talvitapahtumia sekä vuok-  
rata ulkopaikkakunnille.

Palloiluhalli ympärivuotiseen harjoitus- ja kilpailukäyttöön.

Palloiluhalli olisi hyvä.

Palloilulajien ja muiden harjoitushalli.

Palloiluhalli, yleisurheiluhalli, syväallas ja hyppytorni vaikka ulkoaltaana.

Isompi sisähalli.

Esimerkiksi irtonaisia liikuntasalivuoroja talvikaudella hankala saada. Erillinen halli esimerkiksi Uran toiminnalle, jolloin muillakin mahdollisuus vuokrata tiloja esimerkiksi lentopallolle iltaisin viikolla.

Laajentaa sisätiloja.

## Lasten palvelut ja tapahtumat

Iso aidattu leikkipuisto lapsille olisi todella kova juttu. Kannuksessa ei ole kunnollista nykyaikaista leikkipuistoa, jos poistetaan koulujen ja päiväkotien paikat. Tarvittaisiin puisto, jossa voisi käydä päivällä leikkimässä niinkuin lapset yleensä leikkivät. Tähän voisi tehdä myös viihtyisät penkit/oleskelutilat vanhemmille, jossa parhaassa mahdollisessa tilanteessa voisi saada uusia ystäviä.

Lapsilta puuttuu leikkipuisto/kiipeilypuisto.

Ehdottomasti kaipaa monipuolista ja nykyaikaista lasten leikki/kiipeily puistoa. Sellaista jossa on monen ikäisille sopivia juttuja. Joskus kymmeniä vuosia sitten taidettiin suunnitella tai oli ainakin joku info-tilaisuus "hiihtomaa" jutusta. Eli olisi lapsille ja miksei aikuisillekin jokin tietty alue missä olisi hiihtosuksilla laskettavaa aaltolatua, pikku hyppyreitää, pujottelua yms.

Pienille lapsille puistoalue.

Pesäpallokentän laitamille leikkipuisto.

Lapsille pitäisi olla oma leikkialue ulkona esim. kuntoportaiden ja ulko kuntoilualan läheisyydessä. Näin olisi vielä helpompaa perheellisen lähtöä liikkeelle.

Lapsille aidattu leikki puisto, jotta pystyisi samaan aikaan itsekin liikkumaan ja lapset olisivat "turvassa".

Pienten lasten leikkipuistoalue.

Puisto missä on lapsille ja aikuisille leikkipaikat. Niiden lisäksi esim muutama grillaus ja eväiden syöntipaikat. Semmoinen joka ikäluokan ulkoilu ja ajanviettopaikka. Retkipuisto.

Jotain kiipeilytelineitä lapsille nurmikkopohjalla, kuten esim sievissä.

Enemmän tekemistä ja tapahtumia lapsiperheille, alle 3-v lapsille.

## Lemmikkipalvelut / koirapuisto

Esimerkiksi koirapuisto palvelisi koirien kanssa liikkujia.

Koirapuisto olisi Kannuksessa tarpeen.

Kannuksesta puuttuu koirapuisto. Kennelpuolelta tulee paljon opiskelijoita ympäri Suomea ja täällä on paljon aktiivisia koiraharrastajia, joten se olisi erinomainen lisä palveluihin.

Laittamalla koirapuisto.

*Lisäksi Koirapuisto maininta 3 x kertaa.*

## **Kuntosaliin liittyvät tekijät**

Kuntosalille enemmän väriä ja tilavuutta.

Kuntosalille porraslaite.

Kuntosali voisi olla kattavampi ja laadukkaampi.

Kuntosali.

Kuntosalille kunnan ilmastointi, juoksusuora auki myös kesä-aikana niin että kulkunapilla pääsee myös kuntosalin lisäksi juoksusuoran puolelle.

Kuntosalia voisi laajentaa.

Laajentaa kuntosalia.

Laajentaa kuntosalia.

Isompi kuntosalia.

Edelliseen viitaten. Kuntosalin kokoa ja tekniikkaa.

Olisi hyvä jos salin yhteydessä olisi paikka, jossa voisi venyttellä / jäähdytellä salin jälkeen. Painisalia käytän, jos se on vapaana, mutta jos ei ole venyttely paikkaa on hankala löytää.

Kuntosalille lisää venyttely, kehonhuoltotilaa silloin kun painisali on varattu eli talvi illat.

## **Frisbeegolfiin liittyvät tekijät**

Frisbeegolfrataa voitaisiin vuosittain muokata jonkin verran.

Frisbeegolf ratoja, jotka on huonossa kunnossa niin kunnostettaisiin ja ehkä tehtäisi lisää pituutta että tulisi enemmän ko-reja.

Huoltaa esim. frisbeegolf kylttejä.

Frisbee radan kehittäminen edelleen.

Frisbeegolf radan uudelleen suunnittelu.

Tasainen frisbee kenttä, jossa saisi ihan vain heitto treeniä tehdä.

Frisbeegolf-rata on jo itsessään erittäin hyvä. Erillistä heittoharjoituspaikkaa ei kuitenkaan ole. Eli siis pitkää suoraa, jossa voisi harjoitella pitkiä heittoja. Puttiharjoituskorikin olisi hyvä saada paikalleen heti keväällä (esim tälläkin hetkellä vielä puuttuu paikaltaan talven jäljiltä). Löytökiekkoille pitäisi olla jonkinlainen kunnollinen lukollinen säilytysastia ja joku taho siitä huolehtimaan. Tällä hetkellä joutuu monesti kierroksen jälkeen soittelemaan ja metsästäämään löydettyjen kiekkojen omistajia ja kukin tahollaan järjestelemään miten kiekot saadaan takaisin omistajilleen.

Uudistettu frisbeegolfrata.

## Padel

Padel kenttä ulkosäbän viereen ja nopeasti. Harrastajamäärät lisääntyvät ja helppo aloittaa ulkolajina.

Padel lajivalikoimaan.

Ulko- ja sisä padelkentät kannattaa rakentaa. Aivan ehdoton hitti ympäri Suomen.

*Lisäksi Padel maininta 4 x kertaa.*

## Yleistä

Tuulivoimapuisto kauas hiihto- ja maastopyöräreiteistä.

Omat hiihtoladut hitaille.

Retkiladun tuulivoimapuiston kaventama osuus pitäisi reitittää uudelleen. Nyt turhan kapea ja mutkikas, ehkä hätäratkaisu.

Matkavaunualue ja roskikset ja nesteiden tyhjennykset. sähkötolpat, ym em palvelut, vc , camping,

Vaunuparkki ja karavaanialue.

Matkaparkki.

Tapahtumia tai tempauksia.

Lisää tapahtumia mm. ulkoilma konsertteja.

Tapahtumatoiminta alueella.

Matkailupaketti tarjontaa. Elokuva esityksiä -onko Kannuksessa? Musiikki -ja stand up esityksiä.

Eri toimijoiden yhteisesiintyminen ja yhteiset tapahtumat olisivat tärkeitä.

Skeitti parkit kokonaan betonille.

Kokonaan betoniksi skeitti parkki.

Laittaa rampi kokonaan betooniks.

Laajentamalla skeitti/skootti aluetta isommaksi ja erilaisuutta siihen. Tällä alueella (sievi-ylivieska-nivala-akselilla ei isompaa parkkia oo. Sille ois kysyntää.

Enemmän siisteyttä ja järjestystä salin puolelle. Henkilökunta voisi hieman järjestellä painoja ja välineitä ja vaatia enemmän sitä myös käyttäjiltä. laput seinillä eivät auta asiaa. Näin myös käyttäjien olisi helpompi pitää järjestystä yllä. Muidenkin silmien mukaan kahvion henkilökunta käyttää työaika välillä omiin asioihin, ei työasioihin. Jos aikaa jää, voisi sen käyttää fiksummin. Kuitenkin nykyään on puoli tuntia aikaa iltajärjestelyyn kun kahvio on menee kiinni. Lisäksi olisi hyvä olla henkilö joka myös tarkastelisi laitteiden kuntoa ja turvallisuutta ja osaisi huoltaa. Ja etuna tiloille olisi henkilö joka vastaisi vain kitinvaparista ja sen tiloista eikä istuisi vain kaupungin talolla. Mikä siinä on ideana. Käyttäjät eivät jaksakaan enää valittaa kun asioihin ei ikinä tule muutosta. Tehkää jo jotain vai mistä me maksetaan 200 euroa kun homma menee vain huonompaan suuntaan.

Oleskelu alue voitaisiin lisätä. Esim. kun vanhemmat tuovat lapsia harrastamaan, jos ei itse halua harrastaa samalla, voisi olla penkkejä ja pöytiä. Samalla voisi pitää eväs taukoja siellä.

Pesäpallokentät.

Pesäpallo lyöntipaikka jotta pelien aikana voi treenata myös.

Jalkapallokenttä tekonurmikoksi.

Jalkapallokentän käyttö.

Kehonhuolto.

Telinevoimisteluvälineitä!

Monen tasoista jumppaa.

Lisää ryhmäliikuntatunteja. Itsepuolustuskurssi.

Lisää joogatunteja.

Lajeihin tutustumista aikuisille.

Senioreiden määrä lisääntyy tulevina vuosina, joten kaikki mikä heitä piristää ja saa liikkumaan tai ainakin osallistumaan.

KTS. kohta 11 senioritalo.

Iäkkäille lisää.

Haluaisin eri sairausryhmille erityisliikuntaa. Ohjaajien pitäisi silloin olla esim. fyssareita. Kaupunki voisi ostaa yksityisiltä palveluntuottajilta erilaisia erityisliikunta palveluja. Esim. Reuma-, sydän-, lihassairauksien jummat. Ja diabeetikoille, ylipainoisille jne. Erilaiset painonhallinta ryhmät ja matalan kynnyksen liikuntaryhmät. Ennen kaikkea pitäisi saada sellaiset kuntalaiset liikkumaan, jotka ei yleensä liiku ja on kynnyks aloittaa liikkumista.

Enemmän matalankynnyksen ryhmäliikuntaa, johon voi osallistua myös satunnaisesti.

Ainakin lyhyillä reiteillä olisi istuin-, levähdyspaikat tarpeen.

Katettu käytävä Kitinkannuksesta Kitinvapariin.

Joku pikku kioski kesäks hiihtolatujen läheisyyteen.

Lemmikkien kanssa kulkijat huomioon.

Esimerkiksi uimahallista voisi tehdä viihdyttävämmän.

Urheilukenttä, frisbeegolf, sisäliikuntahalli, pyöräteitä, metsäpolut (kävely/retkeily).

Moukarinheittäjille harjoittelurinki =).

Kiipeily seinä olis kiva.

"Tekojärvi" alueelle "hiekkarantoineen".

Välineiden ja maastopyörien vuokrausta, seikkailupuisto, mahdollisuus ekologiseen yöpymiseen.

Tennishalliin voisi tuoda pingis palloja, koska siellä on nyt vain mailat ja pöytä.

Tennishalli on ihan älyttömän vanha, huonos kunnossa. Ei vesipistettä eikä vessoja, kaipaa uuden tilalle muuten huippuun ympäristöön..

Voitaisiin järjestää enemmän vapaa-ajan toimintaa, joka ei olisi tavoitteellista.

Uus koulu siihen viereen.

Nuorille palveluita.

Virtuaalinen esittely.

Yhteistyö eri toimijoiden kanssa alueen käytössä.

Ehkä vielä jotain uusia toimintoja mahtuisi.

Tuomalla jotain uutta sinne.

Riittää, kun toiminnot saadaan pyörimään täydellä teholla !

Huomioidaan käyttäjien toiveet :).

Aina on varaa parantaa :)

Edellä ruksattuja kehittää.

Katso 11.

Tämä selviää kohdista 10. ja 11.

Ostamalla uusia tavaroita.

Tekijää.

Jo olemassa olevien palveluiden ylläpito.

Mulle kaikkia tarpeeksi!

Mielestäni ovat riittävästi.

Ei mulla riitä mielikuvitus.

No, eipä ole paljoa parannettavaa.

En kommentoi.



Nyt ei tarvetta.

Ei mitenkään.

Jaa-a.

*Lisäksi En osaa sanoa / En tiedä maininta 12 x kertaa.*

## **Kysymyksen 13. ”Millaisia uusia palveluita, toimijoita tai tapahtumia toivoisitte alueelle?” saamat vastaukset**

### **Messut ja tapahtumat jne.**

Konsertteja.

Kulttuuritapahtumia ja konsertteja lisää.

Kesäisin ulkokonsertteja.

Alue on loistava erilaisten isojenkin tapahtumien järjestämiseen, esim messut, konsertit.

Musiikitapahtumia.

Ulkokonsertteja.

Konsertteja.

Konsertit.

Konsertteja, messuja.

Tapahtumia.

Messuja lisää vain.

Tapahtumista niin messuja ja festareita saisi tulla lisää.

Lisää messuja ja tapahtumia.

Messuja ja tapahtumia.

Ilmaisia tapahtumia ja urheilukerhoja.

Messuja, ym. tapahtumia.

Hyvinvointiin ja terveyden edistämiseen liittyviä tapahtumia ja messuja.

Tapahtumia monen ikäisille.

Messut.

Messuja.

Tori/ulkoilma/messutapahtumia, minifestarit tms.

Syke messujen tapaisia tapahtumia, ne oli kivat.

Esim. Syke-messut, muitakin kuin liikunta tapahtumia.

Syke- tapahtuman kaltaisia uusia eri teemaisia tapahtuma päiviä. Vetää varmasti väkeä myös maakunnista, kun tapahtumaan satsataan.

Erilaisia tapahtumia olisi hienoa alueelle saada. Hyvän kokoiset alueet vaikka minkälaiseen tapahtumaan.

Konsertteja ulkoilma, pesäpallo tai jalkapallo kentälle. Kisoja kaikenikäisille kevyempää tapahtumaa esim. Säckijuoksua, tikkakisaa, betangue kisoja.

Jotain kävely/juoksu tapahtumia esim. Cityrun mihin voisi yritykset sponsoroida työntekijöiden osallistumisen tuotto kohdistuisi johonkin hyväntekeväisyyteen. Ja konsertteja/ulkoilmatapahtumia.

Kisoja on aina kiva seurata.

Kaikki liikuntaan liittyvä kelpaa! Ulkosalibandykenttää voisi hyödyntää enemmän, vaikka jonkin turnauksen järjestämällä. Ja muutkin kilpailut ovat tervetulleita.

Aluetta tukevia tapahtumia eli urheilutapahtumia.

Sm tason urheilukisoja.

Urheilukilpailuja (kansallista), konsertteja, kuntoilu "leirejä", näyttelyitä.

Messuja, valtakunnallisia urheilukilpailuja.

Näytösottelut, live keikat, kansalliset kilpailut.

Puulaaki tyyppisiä harrasturheilua tapahtumia.

Esim. Amerikkalaisen jalkapallon pelit olisivat katsojille kiinnostavia.

Leikkimielisiä kisoja.

Luentoja, liikunnallisia tapahtumia, joihin voi osallistua tai olla kuuntelemassa ja katsomassa.

Esim. work-shoppeja kuntosali harjoittelusta -11- luentoja -11-.

Pesäpallokentän hyödyntäminen suurempiin tapahtumiin.

Lisää frisbeegolf kisoja.

Ruokatori tms.

Hyvinvointiin liittyviä. Ohjattuja jumppia, joogaa, tapahtumia.

Kesäisin puistojumppaa, tapahtumia yms.

Eläintapahtumia enemmän. Semmoisia missä saa karva-kaverit olla esillä.

Koiranäyttely, retkeilytapahtumat.

Tapahtuma esim. urheiluseurat esittäytyy koululaisille (lajikokeilut) pakollinen koulupäivän kuuluva tapahtuma.

Kaikkia kouluikäisille suunnattuja tapahtumia.

Järjestetyt tapahtumat etenkin lapsiperheille olisi varmasti mieluisia.

Lasten ja perheiden tapahtumia lisää.

Hippo hiihdot takaisin.

## **Vuokraus- ja välinepalvelut**

Vuokrauspalvelua, eli voitaisiin vuokrata suksia, luistimia ym. välineitä.

Palveluina edullinen suksien voitelu ammattitaidolla, sään mukaan talvisin.

Vuokrausmahdollisuus esim peilisalille ja liikuntavälineille lapsille, tämä on tieteen ollut tauolla koronan takia.

Urheiluväline liike, jossa myös huoltopalvelut.

Väline vuokraus, selkeä ja erillinen piste mistä löytyy kaikkia alueella käytettäviä välineitä.

Polkupyörä vuokrapiste näkyvämmäksi ja sitä alkaa markkinoimaan. Myös ihan peruspyörien vuokraus.

Lainattavia tai vuokrattavia sähkömaastopyöriä.

## **Ravintola- ja kahvilapalvelut**

Kesäkahvila.

Ravintola, grilli.

Pururadan parkkipaikan viereen sopisi mielestäni erinomaisesti kioski/kahvila. Vieressä olevat pump-track, salibandy/jääkiekko/tenniskentät, frisbeegolfrata, pulkkamäki, hiihtoladut, kuntoportaat jne mielestäni takaisivat virvokkeiden, jäätelön, kahvin jne menekin oikeastaan ympäri vuoden. Kioski voisi myös toimia löytötavaran säilytyspisteenä. Paitsi frisbeegolfkiekkoja ja pyyhkeitä, pururadan maastosta löytyy myös muutakin tavaraa hiihtäjien, lenkkeilijöiden jne jäljiltä.

Kahvila/ravintola josta saisi terveellistä ruokaa. Hampurilais/pitsa paikkoja ja pullakahviloita on jo tarpeeksi.

Ruokailupalvelut.

## **Matalan kynnyksen harrastemahdollisuudet**

Matalan kynnyksen tapahtumia (esim. hiihto/juoksukoulu aikuisille).

Vähävaraisille, mielenterveyspotilaille ja senioreille matalankynnyksen tapahtumia ja ryhmiä. Ne jotka pääasiassa palveluita nykyisin käyttää eivät kuulu edm.väestöryhmiin.

Toivoisin jumppaa, johon uskaltaisi tulla aloittelijakin ja sitten asteittain kehittyviä jumppia voisi valita oman tasonsa mukaan.

Koko perheen yhdistäviä juttuja. Matalan kynnyksen / edullisia juttuja.

Matalan kynnyksen pelailuja ja kehonhuoltokursseja nuorille ja aikuisille.

## **Erityisryhmät ja vanhukset huomioiva toiminta**

KitinKannuksen kans yhdessä tuettuja lomiam ikääntyville vanhuksille, olisi puitteet hyvät majoitukseen ja ajanvietteihin.

Kuntoliikuntarata Senioreille.

KTS. kohta 11 senioritalo.

## **Lasten palvelut**

Leikkipuisto, jossa pienille lapsille tekemistä.

Yllämainittu sekä pienimuotoinen leikkipuisto urheilukentän ja pesäpallokenttien läheisyyteen.

Ehdottomasti lapsille kunnon leikkipuisto esim lähelle pumppurataa/kuntoportaita. Aikuiset voisivat treenata ulkoliikuntapaikalla/kuntoportaita ja lapsille olisi turvallista tekemistä näköetäisyydellä.

Lasten leikkipuisto uupuu alueelta. Sopisi esim ulkokuntoilun alueen ja kuntoportaiden läheisyyteen. Isommat lapset viihtyy alueella, mutta leikkipuistoon saisi pienempiä lapsia viihtymään esim oman treenin ajaksi. Lähettyvillä ei ole toista kokopäiväisessä käytössä olevaa, pienillekin lapsille soveltuvaa leikkipuistoa, joten uskoisin leikkipuiston houkuttelevan laajalta alueelta leikkijöitä vanhempineen. Muitakin leikkijöitä kuin niitä joiden vanhemmat treenaavat.

Lasten leikkipuisto, joskin tälle olisi tarvetta ehkä vielä enemmän keskustassa.

Lasten leikkipuisto/liikuntapaikka.

Lapsille liikunnallinen hoitopaikka/hoitajat, että pienten vanhemmat pääsisivät harrastamaan liikuntaa esim. muutamana iltana 2 h ilmainen hoito.

Puisto missä on lapsille ja aikuisille leikkipaikat. Niiden lisäksi esim muutama grillaus ja eväiden syöntipaikat. Semmoinen joka ikäluokan ulkoilu ja ajanviettopaikka. Retkipuisto.

Lapsille kivoja tapahtumia, puuhapisteitä maastossa, Tehtäisiin lapsille luontoa ja metsiä tutuksi.

Lapsille turvallinen ja monenikäisille sopiva pulkkamäkialue.

Lapsille liikuntakerhoja.

Lapsille vajeriliuku yms.

Lapsi toivonut parkouria.

Lapsi toivoisi kunnon jalkapallokenttää.

## **Koirapuisto**

Koiraharrastajille oma alue koirapuistoineen.

Koirapuisto! Jos ei keskustaan koirapuistoa saada joen rantaan, niin toiseksi paras vaihtoehto on Kitinkannuksen alue. Se on vielä kävellenkin keskustasta saavutettavissa suurelle osalle ihmisiä.

Aidattu koirapuisto.

Koirapuisto tarvittaisiin ehdottomasti.

Koirapuisto ois kiva saada tänne niin ei tarvis lähteä koiran kans puistoileen kauas.

Kunnon koirapuisto puuttuu Kannuksesta!

*Lisäksi maininta Koirapuisto 9 x kertaa.*

## **Lemmikki harrastukset**

Jotain eläimille sopivia palveluja.

Kaikenlaista koiran kanssa urheilemista toivoisin. Harjoituskenttä?

Koiran agility paikkaa!

Lemmikkiystävällisyys.

## **Ulkokuntosali**

Ulkokuntosaliin kuntoportaiden läheisyyteen lisää laitteita / välineistöä.

Ulkokuntosali olisi todella kiva näin kesälle.

Ulkokuntosali.

Ulko kuntosali.

Uusi kunnollinen ulkokuntosali jossa monipuolisesti laitteita.

Ulkokuntosalia voisi vielä monipuolistaa.

Kuntosali.

Ulkokuntosali kunnon laitteineen, toki sellainen voisi tulla myös keskustaankin.

Kunnon ulko kunto puisto. Käydään paljon sievissä tätä kuluttamassa kesällä. 😊

## **Padel**

Miten olisi padelkenttä.

Toivoisin alueelle padelkentän.

Padel lajivalikoimaan.

Se badel kenttä olisi kiva.

*Lisäksi maninta Padel / Padenkenttä 10 x kertaa.*

## **Liikunta- ja hallitilat**

Keilahalli olisi hyvä lisä saada. Se sopii kaikille ryhmille ja ikäisille.

Keilahalli.

Keilahalli olisi kiva!

Keilahallia.

Vessat.

Monitoimihalli WC tiloineen.

Sisähalli.

Pukuhuone- ja wc-tilat tennishalliin.

Urheiluhalli, jossa kiertävä juoksurata.

Uusi kaarihalli olisi vielä hieno lisä joukkuelajien sekä yu:n juoksuharjoitteluun.

Pesäpallohallia.

Pesäpallohalli!

Pesäpallohallia, jota voisi kyllä muihinkin lajeihin käyttää.

Jäähalli.

Jäähalli.

Jäähalli niin voisi lapset harrastaa Kannuksessa luistelua muulloinkin kuin talvella eikä tarvitsisi aina matkustaa Kokkolaan tai Ylivieskaan jne.

Jääkiekko / monitoimihalli.

Sisähalli (jalkapallo/pesäpallo. Tällä hetkellä usealla seuralla on etumatka kesän peleihin, kun ovat voineet koko talven harjoitella/pelata hallissa.

Jalkapallohalli olisi aivan ehdottomasti saatava.

Futishalli.

Em. tavoin alueen kehittäminen nykyisillä tiloilla ja uusilla.

Hiihtoladun varressa sijaitsevan laavun yhteyteen olisi huippu saada joku WC. Lasten kans paljon käyttää ja sieltä pitkä matka lähteä vessaan. 🙄

Palloiluhalli, keilahalli.

## Yleistä

Joitain semmosta missä lapset ja nuoret voi liikkua ja olla.

Tanssitunteja alakouluikäisille. BodyPum tunteja.

Nuorille aktiviteetteja.

Lisää nuorille, etenkin lukio- ja ammattikouluikäisille joukkueurheilu mahdollisuuksia. Mm. jalkapalloilua tai lentopalloa.

Lintutorneja.

Minigolf ois mahtava.

Lisäksi olisi hyvä saada golf-range, jossa voisi harjoitella lyöntejä. Golf-rataa ei kannukseen kannata perustaa. Minigolf rata voisi olla mukava piristys alueelle.

Olisi kiva jos olisi joku Golf juttu :)

Kerhoja.

Hieronta, kampaamo, kosmetologi eli muitakin hyvinvointipalveluja kuin liikunta. Näin alue palvelisi laajemmin vaikkapa tyhy-päivien järjestämisaueena. Myös kauppa lähelle, esimerkiksi Lidl.

Kunnollinen maauimala olisi aivan superhieno lisä.

Maaumala niin olisi kesällä kiva käydä kun on kuuma ja motocross rata vaikka siihen pellolle joka on jääkiekko kaukalon/tennistentän vieressä.

Maaumala.

Maaumala jossa on liukumäki.

Ulko uima allasta.

Erilaisia jumppia lisää. Pilatesta ja kehonhuoltoa. Juoksukouluja ja erilaisia eri lajeihin tutustumisia.

Aikuisille työikäisille kunnonkohotus-kursseja. Lajien kokeilupäiviä.

Varmaankin puuttuu joidenkin lajien harrastajien mahdollisuus harrastaa omaa lajiaan. Joten tietenkin mahdollisuuksien rajoissa lisää eri harrastemahdollisuuksia!

Ohjattua luontoretkeä

Seikkailupäiviä koko perheelle. Mielummin ilman seurakunnan osuutta. Kannuksessa ei enää mitään ole ilman seurakuntaa ja kaikki eivät sitä kaipaa!

Pakka-tyylinen seikkailupuisto olisi huippujuttu.

Seikkailupuisto.

Matkaparkki alueelle.

Matkaparkki matkailuajoneuvoille.

Vaunualue.

Paremmat parkkialueet.

Ohjattua tanssiharrastusta olisi mukava saada lapsille. Useat kaipailleet tanssiharrastusta. Ohjattua liikuntaa syksyllä, talvella ja keväällä ulkona lapsille/perheille.

Ohjattuja lajikokeiluja.

Ohjattuja liikuntatuokioita, erityisesti vesijumppaa enemmän.

Voimistelulajeja.

Kuntosali (monipuolisemmat laitteet), hiihtolatuja uusia, maastopyöräreittejä lisää, säännölliset tunnit: Zumba, Crossfit jne.

Maastopyörä reittien ja polkujen huolto on ollut hyvä. Työ tehty talkoilla. Toivottavasti jatkossa tuohon työhön lisää apua.

Kangoo jumps -ryhmä.

Kangoo Jump- tunnit kiinnostaisivat.

Jooga esim. Ilmajooga, kiipeilyseinä.

KIIPEILYSEINÄ OLIS HYVÄ LISÄ PALVELUIHIN.

Kiipeilyseinä.



Kiipeilyseinä.

Skeittipuistoon ohjattua toimintaa.

Uusia pururata-reittejä, esim. squah kentät yms, kuntosalin remontti.

Kannuksen kaupungin ikäihmisille suunniteltua seniorikorttia voisi markkinoida naapurikuntien ikäihmisille, mikä nostaisi Kitinkankaan alueen kävijämäärää. Naapurikunnasta Kannuksen vapaaaikakeskukseen kuntoilemaan tuleva seniori yleensä ei tule yksin, vaan tuo mukanaan myös nuoremman henkilön.

Viime talvena oli hiihtokoulu aikuisille, valitettavasti en ehtinyt siihen mukaan. Tätä toivoisin ensi talvelle. Sitten ohjattu uimatreeni aikuisille esim. kerran viikkoon tai kahteen viikkoon olisi mukavaa.

Jalkkiskenttä kuntoon ja uusi katsomo.

Sulkapallo kenttiä ulkona.

Ehkä koripallo kenttää.

Puttaus treeni korit sekä koripallokori asfaltille sählykentän viereen.

Suunnistus rata.

Bainbool rata

Frisbeegolfseura, joka vastaisi radan ylläpidosta.

Rallirata tai jotai emt. Se on jo aika toimiva kokonaisuus.

Metsäpolku/pitkospuut retkeily/kävely. Pururata alustana ei sovi kaikille.

Oma vastuuhenkilö kitinvapariin, kunnon huoltaja laitteille ja tiloille.

"Höntsä" urheilua. Avointa sählyvuoroa, jossa vaikka kertamaksu. Ei löydy sopivaa porukkaa.

Rentoa lentopallon pelaamis porukkaa.

Beachfutis kenttä nykyisen beachvolley kentän tilalle.

Puihin kilpailualue olisi hyvä. Ent.nuoret kävi "räkätinpesillä" ja muistelee niitä vielä yli 7kymppisinä. Kilpailualue täältä vielä puuttuu ja sitäkin aika paljon harrastetaan. (En minä enää, mutta muut 😊).

Rata luistelua varten, esim. urheilukentän 400 m kierros.

Baseball batting cage ois mukava (tuli kokeiltua sitä opiskeluaikoina ulkomailla) ja pesistä harrastavatkin voisivat innostua kokeilemaan.

Ratsastusmaneesi.

Ratsastusta.

Personaltrainer-palvelua työttömille/vähävaraisille/opiskelijoille.

Geokätköilyyn liittyvää.

Kehonhuolto.

Ammunta.

Monipuolista kulttuuritarjontaa.

Tehdä trampoliiniparkki.

Tehdä trampoliiniparkki!

Tehdä trampoliiniparkki!

Nykyinen tarjonta riittänee, laatua aina voi kehittää.

Olen tyytyväinen nykyisiin.

Tällä hetkellä kaikki toivottu löytyy.

Kohta 10.

Katso edellinen.

Kts ed.

En mitään.

En osaa toivoa mitään uutta.

*Lisäksi maininta En tiedä / En osaa sanoa 11 x kertaa.*

## **Kysymyksen 16. ”Millaista tietoa haluaisitte saada**

## **Kitinkankaan alueen palveluista? ” saamat vastaukset**

### **Aukioloajat ja aikataulut**

Aukioloajat ja poikkeukset niihin.

Selkeästi aukiolot.

Aukioloajat, hinnastot, ruokalistat.

Milloin mitäkin ja kenelle.

Esim. aukioloajoista.

Aikataulut milloin avoinna.

Kaikenlaista perustietoa. Aukioloajat.

Kehitys suunnitelma ja aikataulut.

Tapahtumien aikataulut.

Aikataulut, Uimahallin aukiolot.

Aukioloajat, hiihtolatuksen ylläpito, tilojen varaukset, ohjatut tunnit.

Milloin ladut hoidettu.

Aikataulut, mainokset.

Selvemmin tietoa yhdestä paikasta varatuista ajoista esim. urheilukentälle, urheiluhallille, tennishallille...

Mitä ja milloin eli kun ohjattua toimintaa on haluaisin saada hyvissä ajoin tietoa milloin, mitä ja mihin ilmoittautumiset.

Erityisesti ohjatusta toiminnasta mainokset yms. ajoissa. Viikko aiemmin ei riitä, kun on muutakin elämää, jota täytyy suunnitella.

Aukioloajat, ohjatut ryhmät.

Aukioloajat paremmin näkyville, tuleeko ohjattua toimintaa.

Selkeät aukioloajat ja toiminnallisten ohjelmien aikataulut.

Esim vesijumpat -milloin on.

*Lisäksi aukioloajat maininta 6 x kertaa.*

# Tapahtumat

Aukioloajat ja tapahtumatiedotteet isommista tapahtumista.

Tietoa, jos siellä järjestetään tapahtumia tms.

Kaikki tapahtumat ja välillä mitä siellä on.

Yhteen koottu tieto kaikista tapahtumista, ettei tarvitse etsiä useista lähteistä.

Joku yhteenveto esim. viikon kaikista tapahtumista alueella.

Ajankohtaista tarjontaa koskevaa tietoa sekä tulevia tapahtumia.

Tapahtumien mainontaa hyvissä ajoin ja useammin kuin kerran jossain, muistutetaan tapahtumasta.

Tietoa järjestettävistä tapahtumista.

Lestinlehteen tapahtumakalenteri.

Tapahtumakalenteri?

Uutiskirje esimerkiksi kesän tapahtumista.

Erilaiset kampanjat ja tarjoukset. Tapahtumien mainokset.

Mainostusta tapahtumista, palveluista/palveluntarjoajista ja kampanjoista.

Mainostusta, valomainostauluun lisää tapahtumainfoa.

Ideota alueen hyödyntämiseen + tietoa tapahtumista.

Ilmaistapahtumista.

Haluan jos vaikka tulee kitinkankaalle tapahtumia tai uusia jotain juttuja.

Esim alueella järjestettävät pelit tai järjestettävät liikuntatapahtumat.

Tietoa erilaisista tapahtumista, ryhmäliikunnoista, välinevuokrauksista jne.

Tapahtumista, mahdollisista ”ruuhkahuipuista”, ohjatuista liikuntaryhmistä.

Olisi hyvä tietää ryhmätapahtumista.

Ohjattu toiminta, lasten tapahtumat.

Tapahtumista, esim. lasten urheilukisat/tapahtumat.

Urheilukisat.

Liikuntatapahtumista, erilaisista jumpista.

Otteluiden aikataulut, tapahtumat.

Tapahtumat, ohjattu toiminta.

Tietoa tapahtumista ja treeneistä.

Tapahtumat ja kurssit.

Tapahtumat, kurssit jne.

Tapahtumista ja kursseista.

Tapahtumista, kursseista.

Palvelut, tapahtumat, kurssit.

Uusista kursseista, tapahtumakalenterit.

Tapahtumista, tarjouksista ja uusista lajeista.

Tapahtumista ja kilpailuista.

Tapahtumat, kisat.

Milloin on kilpailuita

Latujen kunnosta, eri tapahtumista.

Missä kunnossa ovat, huolloista ja tapahtumista.

Paikkatiedot, tapahtumat.

Aika, tapahtuma.

Tapahtumat, aikataulut.

Ilmoittelu tapahtumista.

Päivitettyä tietoa tapahtumista.

Ajankohtaisista tapahtumista, asioista.

Tapahtuma informaatiota.

Tapahtumat, teemapäivät.

Mitä tapahtumia millonki.

Tulevat tapahtumat.

Erilaisista tapahtumista.

Tietoa tapahtumista.

Mitä siellä tapahtuu.

Mitä tapahtumia on.

Tiedot tapahtumista.

Infoa tapahtumista.

Kaikista tapahtumista.

Kaikki mitä tapahtuu.

*Lisäksi Tapahtumat maininta 14 x kertaa.*

## **Alueen tarjonta ja palvelut**

Yhteen pakettiin koottuna kaikki mahdollisuudet.

Tieto olisi koottuna myös yhteen paikkaan, ei siellä täällä.

Toiminnot esille. Nyt liikaa eri kanavia ja tieto ihan hajallaan.

Jokin yhtenäinen foorumi tai sivu, josta kaikki löytyisi. Nyt on maastopyöräilijät, ura, kannuksen vapaa-aika jne palvelut omilla sivuillaan hajallaan.

Mitä palveluita on ja mitä siellä voi tehdä yms.

Mitä palveluja on.

Selkeästi mitä alueelta löytyy ja miten palveluja pääsee käyttämään.

Selkeät tiedot, mitä on tarjolla, kenelle aktiviteetti sopii, mitä se maksaa, miten ilmoittaudutaan, mihin pitää tulla.

Minkälaiset palvelut ovat.

Kerrottaisiin enemmän mitä kaikkia palveluita siellä on.

Mitä kaikkea uutta (tai mitä ylipäätään) on mahdollista tehdä. Osa tässäkin kyselyssä mainituista aktiviteeteista tulivat tietooni ensimmäistä kertaa.

Mitä kaikkea voi tehdä, onko ohjattua toimintaa tai jos on jotain uutta aktiviteettia.

Lisätietoa miten kaikki toimii ja miten niitä pääsee käyttämään.

Alueen mahdollisuuksista.

Kaikenlaista, aiemmalla sivulla oli lista palveluista ja siellä oli paljon sellaista mitä en edes tiennyt.

Mitä kaikkea on mahdollista harrastaa ja millä hinnalla.

"Muistutuksia" mitä kaikkea liikuntaa alueella voi harrastaa.

Parempi mainonta palveluista.

Eri tapahtumista ja toimintoja voitaisiin esitellä esim. Lehdessä, ksuouunkitirdotteessa, fb:ssa.

Kitinkannus paremmin esiin. Täsmämainoksia eri palveluista.

Harrastuslajit mainoksiin mukaan, eli mitä kaikkea voi kitinvaparissa/alueella harrastaa.

Eri ikäisten ohjatuista ohjelmistoista.

Ylipäätään tietoa urheilumahdollisuuksista.

Tietoa eri liikuntaryhmistä. Latujen ja reittien kunnosta. Myös enemmän tietoa eri metsäreiteistä.

Milloin mitäkin tapahtuu. Esim. Hiihtolatujen ylläpitoaika arviot. Missä kulkee lenkipolkumaastot, että ei eksy metsään, mutta pääsisi poluille jäämättä pyörän alle, tai eksymättä metsään.

Latujen kunnossapito.

Latutilanne -päivän tilanne.

Latujen sm. Reittien huollosta, liikuntaryhmistä.

Tarjoukset, uutuudet, täsmätieto tilanteesta esim. latutilanne milloin ajettu ja missä kunnossa.

Liikuntakalenteri, ajankohtaista, liikuntaneuvonta.

Infoa uusista harrastusmahdollisuuksista.

Jos alueelle tulee jotain uutta.

Uudet kurssit.

Uusien ryhmien aloituksesta ja mikäli vapautuu peruutuspaikkoja ryhmiin.

Uusista reiteistä ja harjoitus mahdollisuuksista.

Uusista suunnitelmista ja muista toteutuksista/uudistuksista.

Mitä uusia palveluita on tullut tai onko tulossa jotain.

Uusista asioista.

Lähinnä ajantasaista tietoa, esim. tila-infossa.

Ajankohtaista tietoa palveluista ja niiden muutoksista.

Tietoa kampanjoista, tapahtumista ja uudistuksista.

Milloin ja miten palvelut saatavissa, hinnastot.

Kurssitarjotin järjestettävistä liikuntaryhmistä. Nämä on toimineetkin ihan hyvin.

Ohjatun liikunnan lukujärjestys paremmin esille. Ja jos tulee jotain kursseja esim. hiihtokoulu niin sitä voi tiedottaa so-  
messa useasti.

Mitä ohjattua liikuntaa on tarjolla ja milloin.

Tietoa harrastustoiminnasta ja niihin ilmoittautumisista.

Mahdollisuuksista harrastaa ja saada elämyksiä. Kiinnostaa myös laavut, liikunta reitit kuten lumikenkäily ja maastopyöräily yms.

Esim. jalkapallosta.

Uutisen siitä, että palloiluhalli rakennetaan heti uuden koulurakennuksen rakentamisen jatkoksi.

Palvelujen tarjonta Senioreille.

Liikunta moni sairaille

Että Kitinkannuksen palvelut ovat kaikille avoimia. -eri ikäisille -eri asiakasryhmille, kuntoutujat vauvasta vaariin, avokuntoutus.

## **Yleistä**

Kohdistettua markkinointia.

Mainoksia.

Lisätä tunnettavuutta.

Saan riittävästi tietoa palveluista, kun osaan sitä etsiä ja olen kannuslainen. Mielestäni tulisi panostaa palveluiden markkinointiin ulkopaikkakuntalaisille.

Kaupunkitiedoiteissa, liikuntapaikoista oma sivu jaettavaksi, messuilla, vierailupaikoissa, Kannuksen markkinointisivuilla, jne.

Ajankohtaiset tiedot selkeästi näkyviin esim. Instagram, Facebook.

Facebookin kautta!

Parempaa infoa ja muutenki lisää toimintaa alueelle.

Infoa yleensä.

Uudet asiat.

Että uudistatte itseänne.

Suunnitteilla olevat toimenpiteet.

Onko siellä paljon ihmisiä vai ei. Jos ei halua olla aina sosiaalinen.

Muut ohjatut toiminnot työntekijöiden esittely.

Viitat ja opasteet paremmat.

Saan riittävästi tietoa lehdestä!

Mielestäni tiedotus on hoidettu hyvin somessa.



Saan kaiken tarvittavan tiedon netistä jo nyt.

Olen tyytyväinen tiedon saantiin.

Nykyinen tiedotus riittävää.

Ajantasaista.

Positiivista.

Positiivista.

En kommentoi.

En mitään.

En mitää.

En mitään enempää.

..?

*Lisäksi En tiedä / En osaa sanoa maininta 7 x kertaa.*

## 17. Vapaa sana (palautetta, ideoita, kysymyksiä tms.) saamat kommentit

### Kiitokset, positiivinen palaute jne.

Kiitos!

Mulle kaikki hyvin, kiitos ylläpitäjille!

Kiitos ulko alueiden/sisä siisteydestä.

Kiitos palveluista jo nyt.

Ootte kyllä asiallisia jatkakaa samaan malliin. 😊👍

Kiitos kaikille aktiivisille vapaaehtoisille sekä työntekijöille ja luottamushenkilöille siitä, että Kannuksessa liikuntamahdollisuuksiin panostetaan niin hyvin!

Lutejen ylläpitäjille Suuret kiitokset ja kaikille vapaaehtoisille..

Onhan meillä paikkakunnan kokoon nähden ihan huippu mahdollisuudet harrastaa liikuntaa monipuolisesti. Isot kiitokset siitä.

Kiitos teille kun jaksatte liikuttaa meitä kankeita ja kanttisia ihmisiä <3.

Kannuksessa on asiat hyvin ja kaikille on annettu mahdollisuus liikuntaan kehittämällä liikuntapalveluja ajan hengen mukaan.

Liikuntapalveluita kehitetty loistavasti oikeaan suuntaan. Perheille on monipuoliset liikkumismahdollisuudet.

Hyvin kehittynyt alue 10 -vuoden sisällä. Monenlaista mahdollisuutta ja toimintaa.

Upeaa kun on halua kehittää nimikkokaupunkini liikuntapalveluita :) Terv Pekka Kannus.

Kitinkankaan alue on kehittynyt hyvin.

Alueena todella hyvä ja mennyt viime vuosina paljon eteenpäin. Paljon on rakennettu uutta ja kunnostettu, mutta samaa täytyy jatkaa vetovoiman ylläpitämiseksi.

Erittäin tärkeää pitää alue yhtenäisenä (harvalla kunnalla on tällainen runsas mahdollisuuksinen harrastusalue, jossa kaikki yhdellä alueella.

Kyllä kitinvaparissa on yleisesti hyvä tarjonta ja koko alueella on mahdollisuus tehdä monenlaista.

Vapaa-ajan palvelut ovat pienessä kunnassamme erittäin korkealaatuiset. Palveluita pitäisi vain markkinoida nykyistä paljon suuremmalla volyyymilla. Kitinkankaan alue on ehdottomasti yksi Kannuksen parhaista vetovoimatekijöistä.

Niin tyytyväinen, että omalla paikkakunnalla on hieno alue kaikenlaisen ulkoiluun ym. Pumptrack + skeittipark kovassa käytössä jälkikasvulla.

Kannuksessa on erittäin hyvät liikuntamahdollisuudet mutta tehdään niistä loistavat.

Hienoa, että näihin vapaa-ajan toimintoihin panostetaan!

Olen aika uusi Kannuslainen. Täällä kyllä vietin lapsuuteni. Olen siis paluumuuttaja. Kyllä olenkin ihmetellyt, että nyt on niin paljon harrastusmahdollisuuksia Kitinkankaalla ja nyt uusitaan Takalon leikkikentän aluetta. Tulevana kesänä tutustun alueeseen. Tosi hienoa.

Ikä-ihmisten huomioiminen tarjonnassa kiitettävää. Seniorikortti-palvelu aivan mahtavaa, kunhan vai useampi käyttäisi hyväkseen.

Nämä matalan kynnyksen ja alottelijoille suunnatut ohjatut jutut on hyviä. Kun ei me kaikki olla himourheilijoita. Sini, Teemu ja Marianne on huippu tyyppejä!

Hieno alue, jossa paljon liikuntamahdollisuuksia jo nyt.

Pidän kitinkankaan alueesta.

Tosi kiva paikka. Ohjaajat on myös kivoja ja ammattitaitoisia.

Kitinkankaan alue on hyvä vapaan ajan vietto paikka.

Kannuksessa on hyvä harrastaa, toivottavasti jatkossakin.

Ihan kiva paikka.

Ihan hyvä paikka.

On kyllä hyvä paikka.

Palvelu on hyvää!

Palvelu on hyvää.

Palvelu on hyvää!

:)

Parasta Kannuksessa!!!

Kaikki oikein hyvin itselle!

Hyviä juttuja, täällä viihtyy.

Hyviä juttuja :) Olen tyytyväinen.

Hyvin toimii.

Uimahalli on todella siisti.

Hauska.

Mukavaa kesää.

## Toiveet ja ehdotukset alueen palveluihin liittyen.

Minigolf ois mahtavaa ajanvietettä.

Jooga.

Kiipeilyseinä olisi hyvä niin ei tarvitsisi ajaa toiselle paikkakunnalle.

Kuntosalille semmonen porraslaite, jossa kävellään portaita.

Kuntosalin ilmanvaihtoon panostaminen ja enemmän tilaa harjoitella esim. Tangoilla (mave, kyykky). Jäähalli hankkeena olisi mielestäni iso asia Kannuksessa.

Kuntosalille tai ehkä ennemminkin painisalin puolelle tarvisi ski ergo laitteen.

Kuntosalille uusia laitteita, lapsille jättitrampoliineja vaikka pihalle.

Kuntoilulaitteita voisi olla monipuolisemmin Kitinkankaan alueella. Kitinkullan alue tästä hyvä esimerkki, jonne tehty reilun kilometrin mittainen kuntorata.

Toivoisin pienemmillekin lapsille (3-4v.) ohjattua harrastusta.

Pienille joku leikkipaikkaan olis kiva kun kisoissa ollaan. Vois hetken päästä siihen leikkimään, jos ei peli innosta.

Lapsille tarvittaisiin turvallinen ja monenikäisille sopiva pulkkamäki-alue. Samoin koiraharrastajille oma alue koirapuistoneen, koska Kpedu kouluttaa alan ammattilaisia eikä kaupungissa ole mitään virallista koiraharrastealuetta, jonne voisi turvallisesti kokoontua tapaamaan koirakavereita ja muuta harrastajia. Agility ja toko ja muut kivat harrastukset onnistuisivat hyvin liikuntakeskeisellä alueella.

Koirapuisto vihdoon ja viimein.

Edelleen se Koirapuisto.

Koirapuisto ehdottomasti, sellainen että on pienten ja isojen koirien puoli erikseen. Kitinvaparin alue olisi hyvä.

Kitinkankaan alueelle olisi hienoa saada SuperPark tms vastaava sisäliikuntapaikka.

Yksilöllistä painonhallintaohjausta plus liikuntaa, ryhmiä terveellisiin elintapoihin.

Olisi mukava saada Kannukseen ulos edes yksi mieluiten kokonainen kenttä vaikka vähän pienempänä koripalloseinälle ja niin että asfaltti olisi tasaista ja korit laadukkaita.

Konsertteja lisää, rakastan musiikkia. Sali on leveä ja isommat konsertit vaikka pesäpallokentälle tai Kitinvaparin sisätiloihin.

## Huolto- ja kunnossapito

Paikkaa pitää muistaa huoltaa jatkuvasti ettei ränsisty.

Mahtavat puitteet kun pidetään vaan huolta kiinteistöstä ja alueesta.

Vapaa-ajan toimitilat pidettävä hyvässä kunnossa ja kehitettävä vuosittain merkittävästi -> tuo uusia käyttäjiä kauempaakin jopa pysyvästi ja yritystoiminta kehittyy siinä sivussa.

Vapaa-ajan harrastusmahdollisuudet on yksi Kannuksen vetovoimatekijöistä. Niitä pitäisi kehittää koko ajan ja samalla pitää huoli jo olemassa olevista aktiviteeteista. Uimahalli on ehdotonta plussaa tämän kokoiselle pitävälle ja siitä erityisesti pidettävä huolta.

Jatkan vielä, että ulkojärjelyihin pitää kiinnittää enemmän huomiota.

Hiihtolatuksen leveys isommaksi!

Kitinvaparin käytössä olevat asiat on toteutettu hyvin, mutta niitä voi silti parantaa jatkuvasti. Ja se soratie pitää oikeasti paikata se on aivan todella huonossa kunnossa.

Tie kuntoon, parkkipaikka tilaa lisää, varsinkin pesäpallokentän kuin myös uimahallin piha..

Jos alue kasvaa, parkkitilaa ei saa unohtaa.

Parkkitilat paremmaksi.

Koirankakkaroskiksi pururadan varrelle lisää kiitos.

Koirankakka astia pyörätien päähän Sahgerintielle.

## Muut

Uimahalli kerran viikossa klo 21 auki. On ihmisiä jotka tekevät työtä että uimaan ei ehi ennen töitä eikä sen jälkeen jää uinti aikaa.

Uimahalli voisi aueta ennen kahta päivisin.

Varauskalenteri netissä on jotenkin sekava ja vaivalloinen, sitä voisi kehittää selkeämmäksi ja helppokäyttöisemmäksi.

Tärkeintä mielestäni on että aluetta ja palveluita kehitetään monipuolisesti ja mitään tiettyjä ryhmiä suosimatta. Ei niin että perinteiset penkkiurheilulajit vievät kaikki resurssit. Pumptrack, kuntoportaat jne ovat mielestäni erittäin hyviä esimerkkejä monipuolisesta liikuntapalvelutarjonnasta.

Kaikilla ei ole hyvä kunto, tarvitaan tilaa myös alottelijoille ja matalan kynnyksen harkkoja.

Kitinkankaan alueella ja siellä olevassa vapaa-aikakeskuksessa on runsaasti hyviä palveluita, mutta alueen markkinoinnissa on tehostamisen varaa. Se on Kannuksen helmi ja vetovoimatekijä, jota ei tarpeeksi hyvin tunneta Kannuksen ulkopuolella.

Enemmän mainostamista nuorille esim. mitä harrastuksia on tarjolla ja mille ikäryhmille.

Yleensä ongelma on se, että kukaan ei tiedä mistään mitään. Mainonta ei toimi!

Ohjattujen kuntosaliryhmien kurssit voisi ilmoittaa Kitinvaparin sivuilla ajoissa. Kaikilla ei ole Facebookia ja ryhmät on monesti jo täynnä, kun ilmoitus on Kitinvaparin sivulla.

Markkinointia enemmän niille, jotka ei käytä. Tutustumisia eri lajeihin eri ikäisille ihmisille, voisi innostua, kun olisi lyhyitä matalan kynnyksen esittelyjä.

Laajempaa tiedotusta alueen tapahtumista & mahdollisuuksista.

Kunnon koordinaatio ja markkinointi.

Myöskin enemmän nuorten toimintaa liikunnan ohella kitinvaparilla olisi mukava olla järjestettynä. :)

Harrastusmahdollisuus lapsille ilman kilpailua. Jalkapalloa, pesistä, sählyä, parkouria, skeittausta ohjattuna mutta ei kisailumielessä. Aikuisille onkin jo ihanasti esim. hyvän mielen jalkkista. Eri vuodenaikoina lajikokeilumahdollisuus (Lajirulletti) vaikka viikon ajan.

Tekemistä alle 3v lapsille ja äideille

Välillä voisi kehittää jotain muutakin, esim keskusta-aluetta ja yritysten toimintaedellytyksiä.

Onhan tässä jo ollut ja onneksi on muutama aktiivi henkilö, joka pitää ääntä ja pyytää uudistuksia.

Ottakaa opiksi.

Tulisi olla käytettävissä myös sunnuntai ja kesät.

"Yhteisöllisyyttä" kuin ennen! Eli jos jokin tapahtuma kannuslaiset yhdessä niitä "tekemään".(maakuntaviesti 2015 hyvä esimerkki)

Ei koirapuistoa Kitinkankaan alueelle. Sillä liikaa porukkaa liikkeellä. Häiritsee koiria -levotonta.

Osaava henkilökunta

Uusien reittien kartat!



Kiitos kun kysytte, käyttäjä / idearaati.

En saanut valittua kuin yhden ruksin per kysymys.

Noup.

Ei ole :)

Ei ideoita.

En tiiä  

En tiedä.

En tiedä

**LIITE 3: Markkinointi- ja viestintäsuunnitelma (luottamuksellinen)**

Tämän Theseus-kokoelmassa julkaistun sisällön lisäksi opinnäytetyön kokonaisuuteen kuului myös julkaistun version ulkopuolelle jätetty erillinen luottamuksellinen liiteosio. Tämä osio sisälsi yksilöidyn markkinointi- ja viestintäsuunnitelman sekä sitä tukevaa erilaista materiaalia toimeksiantajan käyttöön.