

VERTAISARVIOITUA

Liikunta & Tiede julkaisee vertaisarvioituja tutkimusartikkeleita painettuna ja verkkosivuilla, joilla ovat luettavissa kaikki artikkelit vuodesta 2008. Käsikirjoituksia otetaan arviointiprosessiin kaksi kertaa vuodessa. Seuraavat jättöajat ovat 31.3. ja 30.9.2026. Uudistetut kirjoitusohjeet ja arviointiprosessin kuvaus ovat luettavissa osoitteessa www.lts.fi. Käsikirjoitusten arvioinnista vastaa toimitusryhmä, johon kuuluvat Sanna Palomäki (puheenjohtaja), Katja Borodulin, Ilkka Heinonen, Jari Kanerva, Jouko Kokkonen (toimittaja), Tiina Kujala ja Kati Lehtonen.



AINA SE JÄNNITTÄÄ MILLAINEN RYHMÄ, VETÄJÄ TAI ILMAPIIRI ON – KERRONNALLINEN TUTKIMUS ASIAKASKOKEMUSTEN RAKENTUMISESTA LIIKUNTAPALVELUISSA

Paula Harmokivi-Saloranta, FT, LitM, Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Kaskelantie 10, 19120 Vierumäki. P. 040-488 7283. Sähköposti: paula.harmokivi-saloranta@haaga-helia.fi (yhteyshenkilö). Tuulia Stellberg, VTM, LAB-ammattikorkeakoulu.

TIIVISTELMÄ

Harmokivi-Saloranta, P. & Stellberg, T. 2025. Aina se jännittää millainen ryhmä, vetäjä tai ilmapiiri on – Kerronnallinen tutkimus asiakaskokemusten rakentumisesta liikuntapalveluissa. *Liikunta & Tiede* 62 (5), 106–114.

Eri sektorit tuottavat moninaisia liikuntapalveluita asiakkaille. Palveluiden käyttämiseen vaikuttaa asiakaskokemus, joka rakentuu palvelulle asetettujen odotuksien ja asiakkaan tekemien tulkintojen ja tunteiden kohtaannosta. Tämän tutkimuksen tavoitteena oli syventää ymmärrystä liikuntapalveluiden asiakaskokemuksesta tarkastelemalla asiakkaiden tarpeita, odotuksia ja toiveita. Tutkimuskysymyksenä oli, mitkä asiakkaiden tarpeet, odotukset ja toiveet ovat keskeisiä liikuntapalveluiden asiakaskokemuksen kannalta.

Tutkimusaineiston keruussa sovellettiin narratiivista lähestymistapaa. Aineisto kerättiin kirjoitettujen tarinoiden ja tarinnallisten haastatteluiden avulla. Tutkimukseen osallistui 24 työikäistä, joilla oli jo kokemuseräistä tietoa liikuntapalvelujen käyttämisestä tai ennakkokäsityksiä liikuntapalveluista. Aineisto analysoitiin aineistolähtöistä sisällönanalyysia käyttäen.

Tutkimuksessa tunnistettiin neljä osin toisiaan leikkaavaa kategoriata: markkinointiviestintä, palvelun puitteet ja reunaehdot, kohtaaminen ja vuorovaikutus sekä ydinpalvelu, joiden kautta tutkimukseen osallistuneet kuvasivat liikuntapalveluiden käyttämiseen liittyviä tarpeita, odotuksia sekä toiveita. Tulosten tulkinnan kautta löydettiin kategorioita osittain yhdistävinä tekijöinä turvallisuuden ja pystyvyyden kokemus, jotka liittyvät asiakkaan kokemukseen liikuntapalvelusta. Tulokset tuovat tutkittua tietoa liikuntapalveluiden asiakaskokemuksen rakentumiseen vaikuttavista tekijöistä. Tuloksia voidaan hyödyntää liikuntapalveluiden asiakaskokemuksen kehittämisessä asiakkaiden palveluun kiinnittymisen vahvistamiseksi.

Avainsanat: liikuntapalvelut, asiakaskokemus, palvelupolku, narratiivinen tutkimus

ABSTRACT

Harmokivi-Saloranta, P. & Stellberg, T. 2025. You never know what kind of group, instructor or atmosphere there will be – A narrative inquiry into the construction of customer experiences in sports services. *Liikunta & Tiede* 62 (5), 106–114.

Different sectors offer a wide range of sport services. The use of these services is shaped by customer experience, which results from the interplay between expectations, individual interpretations, and emotional responses. The aim of this study was to deepen the understanding of how customer experience is constructed in sports services by examining customers' needs, expectations, and wishes. The research question focused on which customer needs, expectations, and wishes are central to the customer experience of sports services.

A narrative approach was applied in data collection, which consisted of written stories and narrative interviews. There were 24 participants with either prior experience or preconceived ideas about sport services in the study. The data were analyzed using content analysis.

The study identified four partially overlapping categories: marketing communication, service infrastructure and conditions, encounter and interaction, and the core service. Through these categories, the participants described their needs, expectations, and wishes related to the use of sports services. Two cross-cutting themes, feelings of safety and a sense of competence, were found to be central to the customer's experience of the service. The findings provide insights into the factors that influence the construction of customer experience in sports services. They highlight the key elements that strengthen the customer experience and can support service development aimed at enhancing customer engagement and attachment to the service.

Keywords: sport services, customer experience, service mapping, narrative approach

JOHDANTO

Liikuntapalveluista on tullut merkittävä osa yhteiskuntaamme (García-Pascual ym., 2023a). Erilaisia aikuisille suunnattuja liikuntapalveluita tarjoavat niin julkinen, yksityinen kuin kolmas sektori. Eri sektoreilla toimivilla organisaatioilla on erilaisia lähtökohtia ja tavoitteita. Kunnan tarjoamien palvelujen lähtökohtana on tasa-arvo ja yhdenvertaisuus. Tavoitteena on tarjota liikuntapalveluja eri kohderyhmät huomioiden edistämällä kuntalaisten hyvinvointia ja terveyttä (Liikuntalaki, 2015). Liikunta-alan yritys toimii sen sijaan pääasiassa markkinatalouden periaatteiden mukaisesti, ja esimerkiksi liikunta- ja urheiluseurat voivat tarjota lajiharjoitusten lisäksi muun muassa erilaisia harrasteryhmiä eritasoisille tukien aikuisten liikunnallista elämäntapaa (Kauravaara, 2018).

Yhteistä kaikille liikuntapalveluille on, että ne rakentuvat usein sosiaalisesta vuorovaikutuksesta palvelun tuottajan ja muiden palvelun käyttäjien kanssa sekä yhteisöllisyydestä (Eskiler & Safak, 2022; Kuppelwieser & Finsterwalder, 2011; Stevens ym., 2022). Lisäksi palvelun tuottaja ja asiakas luovat yhdessä palvelun arvon (Vargo & Lusch, 2008), joka viittaa asiakkaan aktiiviseen rooliin palvelun tuottamisessa. Hänen oma toimintansa myös vaikuttaa palveluprosessiin (Grönroos, 2006) ja kokemukseen siitä (Chandler & Lusch, 2015).

Lemonin ja Verhoefin (2016) mukaan kiinnostus asiakaskokemuksen tutkimiseen voimistui 2000-luvun vaihteessa. Osa tutkijoista liittyy asiakaskokemuksen vahvasti aiempiin tutkimuslinjoihin, kuten asiakastytyväisyyteen ja palvelun laatuun, mutta asiakaskokemuksen käsitteelle ei ole vielä muodostunut yhtenäistä määritelmää. Beckerin ja Jaakkolan (2020) mukaan osa tutkijoista määrittelee asiakaskokemuksen asiakkaiden reaktioiksi yrityksen kontakteihin, kun toiset rajaavat sen tiettyihin konteksteihin, kuten palvelukoh- taamisiin.

Asiakaskokemus voidaan toisaalta nähdä yritysten tarjoamina elämyksinä ja niiden hallintana. Tässä tutkimuksessa asiakaskokemus ymmärretään holistisena kokonaisuutena, joka kattaa asiakkaan kognitiiviset, emotionaaliset, sosiaaliset sekä fyysiset reaktiot kaikkiin palvelupolun suoriin (esim. ostaminen ja kulutus) ja epäsuoriin (esim. media ja sosiaalinen verkosto) kohtaamisiin organisaation, sen palveluiden ja muiden asiakkaiden kanssa (ks. Verhoef ym., 2009; Yoshida, 2017). Asiakaskokemuksen muodostuminen ei ole tietoinen päätös tai valinta, vaan se kytkeytyy asiakkaan elämismailmaan ja hänen tekemiinsä erilaisiin tulkin- toihin (Becker & Jaakkola, 2020).

Funk (2017) kuvaa asiakaskokemusta toisiinsa liittyvien elementtien kautta, joita ovat liikuntakonteksti, palvelun käyttäjä ja palvelun tuottaja. Liikuntakonteksti viittaa asiakkaan kokemaan ympäristöön, johon sisältyvät sekä fyysiset tekijät (esim. tilat, laitteet, henkilökunta ja muut asiakkaat) että teknologiset vuorovaikutukset ennen palvelun käyttämistä, sen aikana ja sen jälkeen. Palveluympäristön lisäksi asiakkaalla on omat tarpeensa ja ominaispiirteensä, jotka vaikuttavat siihen, millaista kokemusta hän tavoittelee ja miten tulkitsee sekä käsittelee eri vuorovai- kutustilanteita.

Lemon ja Verhoef (2016) puolestaan kuvaavat asiakas- kokemusta asiakkaan, palvelun tuottajan ja sen kumppaneiden omistamien sekä sosiaalisten ja ulkoisten kosketus- pisteiden kautta. Näistä osa on palvelun tuottajan yksin tai kumppaneiden kanssa hallinnoimia kosketuspisteitä. Asiak- kaan omistamat kosketuspisteet muodostuvat toiminnoista, joihin organisaatiolla tai sen kumppaneilla ei ole vaikutus- valtaa. Tällaisia ovat esimerkiksi asiakkaan omien tarpei- den ja toiveiden pohtiminen jo ennen palvelun hankintaa. García-Pascual ja hänen kollegoidensa (2023b) mukaan asiakaskokemus kuntokeskuksissa rakentuukin näin käyttä- jien odotuksista, tarpeista ja kuntokeskuksen kyvystä vas- tata niihin.

Liikuntapalvelujen asiakkaiden on tunnistettu olevan mo- nimuotoinen asiakasryhmä, joiden toiveet, tarpeet ja odo- tukset liikuntapalvelua kohtaan voivat poiketa toisistaan huomattavasti (Afthinos ym., 2005; Kangas ym., 2018). Useissa tutkimuksissa on tuotu esiin liikunnan moninaiset merkitykset yksilölle. Ne voivat liittyä esimerkiksi tervey- teen ja fyysiseen kuntoon, sosiaalisuuteen, oman ajan viet- tämiseen, itsensä haastamiseen tai tavoitteellisuuteen (esim. Grénman ym., 2018; Zacheus, 2009). Nämä merkitykset voivat vaikuttaa siihen, millaista kokemusta asiakas hakee liikuntapalveluista. Afthinos kollegoineen (2005) osoitti jul- kisiin ja yksityisiin kuntokeskuksiin kohdistuneessa tutki- muksessa, että odotuksiin voi vaikuttaa myös muut yksilöl- liset tekijät, kuten ikä, sukupuoli ja motivaatio.

Useat palvelun tuottajan toimet palvelupolun eri vaiheissa vaikuttavat asiakkaan kokemukseen palvelusta. Ennen lii- kuntapalvelun käyttöä yrityksen brändi ja markkinointivies- tintä luovat asiakkaalle mielikuvan palvelusta ja vaikuttavat hänen odotuksiinsa. (Wilson ym., 2016.) Palvelun aikana erityisesti asiakaspalvelu ja sen laatu muovaavat asiakkaal- le syntyvää kuvaa sen tarjoajasta (Tsiotsou, 2016). Lisäk- si liikuntatilan fyysisellä ympäristöllä on merkitystä. Tilo- jen viihtyisyys, toimivuus sekä välineiden ja tilojen kunto ja laatu vaikuttavat asiakkaiden kokemukseen palvelun laa- dusta ja uskollisuuteen palvelua kohtaan (García-Fernández ym., 2020; Polyakova & Ramchandani, 2023). Yoshidan (2017) mukaan laadukkaat palvelut liitetään yleensä kulut- tajien tyytyväisyyteen ja uskollisuuteen tiettyä palvelua tai organisaatiota kohtaan.

Aiemmat liikuntapalveluihin kohdistuneet palvelukoke- mustutkimukset ovat painottuneet erityisesti palvelun tuot- tamiseen ja siihen liittyviin tekijöihin. Yhtenä keskeisenä tutkimusteemana on ollut ryhmädynamiikan vaikutus asia- kaskokemukseen ja liikuntaryhmien jäsenten sitoutumiseen (esim. Caperchione ym., 2011; Stevens ym., 2022). Steven- sin ja hänen kollegoidensa (2022) tutkimuksessa havaittiin, että liikuntaryhmien jäsenten samankaltaisuus (esim. ikä, fyysinen kunto ja suhtautuminen ryhmään) ennusti vahvem- paa sosiaalista identiteettiä ryhmän jäsenenä, mikä puoles- taan lisäsi osallistumista ryhmän toimintaan. Caperchione ja hänen kollegansa (2011) puolestaan tarkastelivat ryhmän ohjaajan vaikutusta yhteenkuuluvuuden tunteeseen. He ha- vaitsivat, että ohjaajat, jotka koettiin innostuneiksi, motivoi- viksi, henkilökohtaista ohjausta tarjoaviksi ja helposti lähes- tyttäviksi, vahvistivat ryhmän koettua yhteenkuuluvuutta (ks. myös Gray & Rhodes, 2018).



Liikunta- ja urheilusektorilla tutkimukset ovat kohdistuneet lisäksi erityisesti palvelun laatuun ja asiakastytyväsyyteen (esim. Álvarez-García ym., 2019; Ferreira-Barbosa ym., 2022; Huang & Kim, 2023; Polyakova & Ramchandani, 2023; Yoshida, 2017). Ferreira-Barbosa kollegoineen (2022) tunnisti systemaattisessa katsauksessa yhdeksän palvelun laadun ulottuvuutta, jotka ennustivat asiakastytyväsyyttä: tilat (esim. ympäristö, välineet), henkilöstö, hinta, tukipalvelut, palautejärjestelmät (reagointi virheisiin ja valituksiin), palveluvarmuus (turvallisuus ja luotettavuus), verkkomarkkinointi ja asiakassuhteiden hoito. Glavelin kollegoineen (2023) osoitti, että kuntosaliohjaajien vuorovai- kutustaidot, kuten sosiaalisuus ja viestintä- ja kuuntelutaidot vahvistivat asiakkaiden luottamusta kuntosalia kohtaan ja lisäsivät asiakastytyväsyyttä. Huang ja Kim (2023) havaitsivat, että asiakastytyväsyyden voi edistää luottamusta ja sitoutumista, mikä puolestaan vahvistaa asiakasuskollisuutta liikuntakeskus kontekstissa.

Nämä aiemmat liikuntasektorin asiakaskokemukseen kohdistuneet tutkimukset ovat kohdistuneet pääasiassa asiakkaiden kokemuksiin koetun palvelun jälkeen (ks. Yoshida, 2017). Asiakaskokemus rakentuu palvelulle asetettujen odotuksien ja palvelun aikana kokemusten pohjalta tehtyjen tulkintojen kohtaamosta (García-Pascual ym., 2023b). Liikuntapalveluiden asiakaskokemuksen kehittämiseksi on tärkeää ymmärtää, millaisia tarpeita, odotuksia ja toiveita asiakkailta on niitä kohtaan. Tämän tutkimuksen tavoitteena on syventää ymmärrystä liikuntapalveluiden asiakaskokemuksesta tarkastelemalla asiakkaiden tarpeita, odotuksia ja toiveita. Tutkimus tuo esiin asiakkaan näkökulmasta merkityksellisiä elementtejä, jotka vaikuttavat asiakaskokemuksen rakentumiseen. Tutkimuskysymyksenä oli, mitkä asiakkaiden tarpeet, odotukset ja toiveet ovat keskeisiä liikuntapalveluiden asiakaskokemuksen kannalta? Tutkimus kohdistuu liikuntapalveluihin, joita voivat tarjota niin liikunta-alan yritykset, kuntien liikuntatoimet, liikunta- ja urheiluseurat kuin kansalaisopistot.

TUTKIMUSMENETELMÄT

Lähestymistavaksi valikoitui laadullinen tutkimus, joka pyrkii tuottamaan ymmärrystä kohderyhmän kokemuksista, ajatuksista, tunteista ja merkityksistä liittyen tutkittavaan ilmiöön (Puusa & Juuti, 2020). Tutkimusaineiston keruussa sovellettiin narratiivista lähestymistapaa. Narratiivisessa tutkimuksessa aineisto koostuu tyypillisesti osallistujien kertomusmuotoisista esityksistä liittyen luonnollisiin vuorovai- kutustilanteisiin (Hänninen, 1999, s. 136). Kertomukset eli narratiivit voivat olla kirjallisia tai suullisia. Tässä tutkimuksessa kerättiin liikuntapalveluihin liittyviä kirjallisia ja suullisia tarinoita, joilla voidaan tehdä sekä näkyväksi että tarkastella erilaisia tunteita, uskomuksia, arvoja ja pyrkimyksiä (Hänninen, 1999).

Tässä tutkimuksessa nähtiin, että osallistujien kertomukset kuvaavat liikkujan sisäistä tarinaa, johon yhdistyy kulttuurisesti rakentunut käsitys liikuntapalveluista ja osallistujan sisäinen kokemus sekä itsestä että suhteesta toisiin (Hänninen, 1999, s. 50). Nämä kertomukset sisältävät etenevän tarinan lisäksi jaettuja merkityksiä, tunteita, ajatuk-

sia, mielikuvia ja tulkintoja liikkumiseen ja liikuntapalveluihin liittyen. (ks. esim. Chase, 2005, s. 656; Ronkainen ym., 2011, s. 93–94.) Kertomuksilla pyritään myös saamaan ilmi käyttäjien odotuksia, toiveita, asenteita sekä miten tässä tutkimuksen kohteena oleva liikuntapalvelujen käyttäminen voisi olla osa ihmisten arkea. Kertomuksien avulla voidaan saada julki käyttäjien tiedostamattomia, kuten myös julkilausumattomia ajatuksia. (Chase, 2005, s. 652.)

Tutkimusaineistona tässä tutkimuksessa käytettiin kirjoitettuja tarinoita (N = 22) sekä tarinallisia haastatteluja (N = 2). Tutkimukseen osallistui yhteensä 24 työikäistä henkilöä, joista 14 käytti säännöllisesti tai satunnaisesti liikuntapalveluita (kuntosalia tai ohjattua liikuntaa), kuusi oli käyttänyt aiemmin, ja neljällä ei ollut aikaisempaa kokemusta liikuntapalveluista. Osallistujien keski-ikä oli 46 vuotta (KH 13,2). Suurin osa osallistujista harrasti säännöllisesti arki- liikuntaa sekä kuntoliikuntaa, kuten lenkkeilyä tai kuntosalilla käymistä. Luontoliikuntaa harrasti lähes puolet osallistujista. Organisoidun kuntourheilun harrastaminen oli vähäisempää.

Tutkimuksen liikuntapalveluihin liittyvät kirjoitetut tarinat kerättiin Webropol-työkalun avulla. Osallistujia ohjattiin kirjoittamaan tarina visualisoidun palvelupolun avulla, jolla haettiin vastauksia tutkimuskysymykseen liikuntapalveluiden asiakaskokemuksen kannalta keskeisistä tarpeista, odotuksista ja toiveista. Ennen tarinan kirjoittamista osallistujia pyydettiin kuvittelemaan jotakin liikuntapalvelua, jonka kokeilemista he voisivat mahdollisesti harkita tai jota olivat joskus kokeilleet. Taustatietokysymysten jälkeen tarinan kirjoittajaa ohjattiin kulkemaan palvelupolkua viiden vaiheen kautta: 1) ajatus liikuntapalvelun käytöstä, 2) päätös palveluun menemisestä, 3) palveluun saapuminen, 4) liikuntapalvelun toteutuminen ja 5) palvelun päättäminen. Osallistuja siirtyi Webropol-lomakkeella vaiheesta toiseen.

Kirjoittamista ohjattiin erivaiheissa apukysymyksillä, jotka suuntasivat osallistujaa tarkastelemaan erityisesti kyseistä vaihetta ja siihen liittyen omaa toimintaa, vaiheeseen liittyviä tunteita, odotuksia, ajatuksia palveluun, henkilökuntaan ja muihin liikkujiin liittyen. Kirjoittamista tukevana apukysymyksenä toimivat ensimmäisessä vaiheessa muun muassa millaisia ajatuksia ja tunteita liikuntapalveluun meneminen herättää minussa, millaista tietoa odotan saavani ennen palveluun menoa. Toisessa vaiheessa eli päätös palveluun menemisestä, apukysymyksenä toimivat muun muassa mitä ajattelen tässä vaiheessa työntekijän ja/tai muiden liikkujien kohtaamisesta, millaisia asioita pohdin ennen palveluun menemistä. Kolmannessa ja neljännessä vaiheessa tarinan kirjoittajaa ohjattiin pohtimaan muun muassa, miten haluan tulla kohdatuksi ja mihin kiinnitän huomiota palveluun tullessa ja palvelun aikana. Palvelun päättämiseen liittyen tarinan kirjoittajaa ohjattiin pohtimaan yleisesti, mitä palvelussa tulisi tapahtua, jotta hän palaisi tähän palveluun.

Yksilöhaastattelut toteutettiin teemahaastattelulla (Hirsjärvi & Hurme, 2008) noudattaen kirjallisten tarinoiden palvelupolkua. Haastattelut etenivät palvelupolun sisältämien apukysymysten mukaisesti kuitenkin sallien vapaan keskustelun sekä tarkentavat kysymykset. Haastattelut pyrittiin pitämään mahdollisimman johdattelemattomina, ja haastateltavat saivat itse kertoa omia ajatuksia, kokemuksia sekä tunteita liikuntapalveluihin liittyen.

Tutkimusta koskevaa Webropol-lomaketta levitettiin valikoitujen kuntien sekä kansalaisopistojen viestintäkanavien kautta. Osallistujiksi haettiin sekä liikuntapalveluja jo käyttäneitä että henkilöitä, joilla ei ollut aiempaa kokemusta niistä. Molempien ryhmien huomioiminen katsottiin tärkeäksi, sillä ihmiset rakentavat mielikuvia palveluista käsitystensä, ajatustensa, havaintojensa sekä uskomustensa varaan, joiden taustalla vaikuttavat yksilöiden arvot, asenteet sekä erilaiset kokemukset (Manninen, 2024). Nämä muodostuneet mielikuvat voivat puolestaan ohjata niin liikunnan toteuttamista kuin liikuntapalvelujen käyttöä. Ne voivat toimia joko palveluiden käyttöä edistävinä tai sitä estävinä tekijöinä (Harmokivi-Saloranta, 2020).

Tutkimus noudattaa tutkimuseettisen neuvottelukunnan (TENK, 2019) ihmistieteisiin kohdistuvan tutkimuksen eettisiä periaatteita ja henkilötietojen käsittelyä koskevaa lainsäädäntöä. Osallistujia informoitiin tutkimuksen alussa kirjallisesti sen tavoitteista, toteutuksesta ja henkilötietojen

käsittelystä. Kaikilta osallistuneilta pyydettiin kirjallinen suostumus tutkimukseen osallistumisesta ja henkilötietojen keräämiseen ja käsittelyyn. Tutkimukseen osallistuminen oli vapaaehtoista.

Ryhmäliikuntapalveluihin liittyvät tarinat kerättiin 11.10.–31.10.2023, ja yksilöhaastattelut toteutettiin keväällä 2024. Haastattelut äänitettiin, ja niiden kesto vaihteli 23–40 minuutin välillä. Kirjoitetuista tarinoista ja sanatarkasti litteroiduista äänitallenteista muodostui tutkimusaineistoa yhteensä 35 tekstisivua. (Verdana, fonttikoko 11, riviväli 1).

Aineiston analysointi toteutui aineistolähtöistä sisällönanalyysia hyödyntäen. Tätä menetelmää käytettäessä aiempi tieto ja teoria tutkimusilmiöstä eivät vaikuta, vaan aineistosta haetaan alkuperäisilmauksia, jotka kuvaavat osallistujien antamia merkityksiä liikuntapalveluiden käyttöön liittyen. (Tuomi & Sarajärvi, 2018.) Aluksi aineisto purettiin ja pilkottiin analysoitaviin osiin, jonka jälkeen se käsitteellistettiin. Äänitiedostot litteroi ensin ulkopuolinen litteroin-

Taulukko 1. Näyte aineiston analyysiprosessista pääluokan ”Palvelun puitteet ja reunaehdot” muodostumisesta.

Alkuperäisilmaus	Pelkistys	Alaluokka	Yläluokka	Pääluokka
Myös kokeilutunnit ovat hyviä, jos ei ole varma sopiiko laji itselle. (LT8.4)	Kokeilutunnit hyviä, jos ei ole varmuutta sopiiko laji.	Sitoutuminen palveluun	Palvelun käyttöehdot	Palvelun puitteet ja reunaehdot
Jännitän usein, että tuleeeko tästä se laji, jota harrastan viisi seuraavaa vuotta. (LT4.23)	Jännittää, onko lajivalinta oikea vuosiksi eteenpäin.			
Määrätyt kellonajat ärsyttää (...).(LT21.8)	Määrätyt kellonajat ärsyttävät.	Aikataulut ja joustavuus		
Tärkeää mulle on joustaminen - turva siitä että ryhmäpaikka on olemassa, mutta samalla tieto että jos elämässä tapahtu jotain kriittistä, en pöde huonoa omatuntoa kun en juuri tällä yksittäisellä viikolla päässyt paikalle (...). LT13.18	Ryhmän joustettava arjen mukaan - ei huonoa omatuntoa, jos ei pääse joka kerta.			
Tunne, että ensi kerralla voin luottaa samoihin asioihin, kun olen tutustunut lajiin ja että vaikka tulee uusia liikkeitä/asioita, kokonaisuus ja kokonaisfiilis pysyy samana. (LT13.38)	Tunne, että voi luottaa, että palvelu pysyy samana seuraavalla kerralla.			
Pitää tapahtua sitä, mitä esitteessä luvataan. (LT 11.7)	Palvelun tulee olla sellaista, kuin luvattu.			
Voiko maksun jakaa osiin, tai saako siitä esim. taukoa, jos tulee pidempi este, enkä pääse harrastukseen. (LT 4.5)	Joutuuko maksamaan, jos ei pysty osallistumaan pitkään aikaan.	Palvelun kustannukset		
Hinta on kohtuullinen (LT13.39)	Hinta on kohtuullinen.			
Kunnolliset opasteet ensikertalaiselle (...)(LT7.13)	Kunnolliset opasteet ensikertalaisille.	Fyysiset tilat		
Kiinnitän huomion siihen, että minulla on oma tila tehdä ja toteuttaa liikkumista. (LT4.39)	Haluaa riittävästi tilaa liikkumiseen.			
Liikuntapaikat olisivat reitin varrella (LT17.1)	Liikuntapalvelut reitin varrella.	Sijainti	Tilat ja saavutettavuus	
Tykkäisin ratsastaa (...), paikat kaukana ja/tai selkeät säännölliset ryhmät puuttuu. (LT21.10)	Palvelut kaukana tai selkeästi säännölliset ryhmät puuttuvat.			
(...), riittääkö välineitä kaikille. (LT10.9)	Riittääkö välineet?	Laitteet		
(...) jos olis kuntosalilla kauheen hikistä tai likasta tai laitteet rikki ni kaiketi ei menis uudestaan (LH2.22)	Likaisuus, laitteet rikki voisi olla este palata palveluun.			

tipalvelu. Tämän jälkeen sekä kirjalliset tarinat että litteroidut haastattelut anonymisoitiin, jotta henkilöitä ei enää voitu tunnistaa. Tutkijat tutustuivat anonymisoituun aineistoon itsenäisesti, jonka jälkeen he sopivat yhdessä keskustellen analyysiyksiköstä ja aineiston koodaamisesta. Analyysiyksikkönä toimi lauseen osa, lause tai pidempi katkelma, mistä oli tulkittavissa tutkimuskysymykseen liittyvää sisältöä.

Seuraavassa vaiheessa aineistot luettiin uudelleen läpi koodaten numeroin alkuperäiset ilmaukset eli ne kohdat aineistoista, joiden tulkittiin kuvaavan liikuntapalvelun käyttöön liittyviä asioita. Näitä kohtia tunnistettiin aineistosta yhteensä 438 kappaletta. Koodatut aineistokohdat vietiin verkossa olevaan luokittelumatriisiin (Excel) antaen samalla tekstikohdalle pelkistetty nimeys (taulukko 1). Näistä nimeyksistä analyysin seuraavassa vaiheessa muodostui alaluokat. Tämän jälkeen alaluokista koottiin yhdessä yläluokat tarkastellen luokkien eroja ja yhtäläisyyksiä ja palaten alkuperäiseen aineistoon tulkinnan ja nimeyksien tarkistamiseksi. Yläluokkia muodostui kahdeksan, joita yhdistettiin muodostaen kolme pääluokkaa. Taulukossa 1 on havainnollistettu pääluokan ”Palvelun puitteet ja reunaehdot” muodostumista.

Aineiston analyysiprosessin viimeisessä vaiheessa irrottauduttiin aineistokeskeisestä analyysistä, ja haettiin erilaisia tulkintoja sisällönanalyysin tuloksena syntyneille havainnoille luoden ymmärrystä merkityksellisistä elementeistä, jotka vaikuttavat asiakaskokemuksen muodostumiseen (ks. Ronkainen ym., 2011). Tässä vaiheessa havaintoja tulkittiin tiiviisti suhteessa muiden tutkijoiden esittämiin ajatuksiin ja käsityksiin (Paavola & Hakkarainen, 2008, 178–179). Nämä tulkintojen kautta syntyneet tulokset esitellään pohdintaosuudessa.

TULOKSET

Aineistosta tunnistettiin neljä pääluokkaa, *Markkinointiviestintä*, *Palvelun puitteet ja reunaehdot*, *Kohtaaminen ja vuorovaikutus* sekä *Ydinpalvelu*, joiden kautta osallistujat kuvasivat liikuntapalveluille asettuja tarpeita, odotuksia sekä toiveita. Kuviossa 1 on esitetty liikuntapalveluihin kohdistuvien tarpeiden, odotuksien ja toiveiden luokittelu neljän pääluokan kautta.

Markkinointiviestintä tiedon lähteenä

Tiedon tarve korostuu ennen asiakkuutta aloittaessa uutta liikuntapalvelua. Uuden liikuntapalvelun aloittaminen jännittää ja voi myös aiheuttaa ahdistavia tuntemuksia. Lajista, ohjaajasta ja palvelun sisällöstä halutaan tietää enemmän ennen kuin lajia tullaan kokeilemaan. On myös tärkeä tietää, millaiset varusteet liikuntalajissa tulee olla. Esteettömyystiedot paikasta tulee saada etukäteen, samoin tieto siitä, onko palvelussa unisex-tiloja. Epävarmuus omasta kunto- tai taitotasosta suhteessa muihin palvelunkäyttäjisiin voi mietityttää etukäteen ja tästä syystä halutaan ennakkoon myös tietää, minkä tasoiselle liikkujalle palvelu sopii.

Tarvitsen tietoa siitä mitä siellä tehdään, minkä tasoiselle liikkujalle palvelu sopii, tarvitsenko aiempaa taustaa kyseisestä lajista.../... (LT16.2)

Osallistujat perehtyvät ja tutustuvat palveluun etukäteen erityisesti verkkosivujen ja sosiaalisen median avulla ja luovat mielikuvan palvelusta. Verkkosivujen ja varaustarjontamallin tulee toimia moitteettomasti, jotta perehtyminen ja palvelujen varaaminen onnistuvat. Palvelun mainonnan halutaan puhuttelevan osallistujaa ja välittävän viestiä, että hän on tervetullut juuri sellaisena kuin on. Olisi tärkeää

Markkinointiviestintä	Palvelun puitteet ja reunaehdot	Kohtaaminen ja vuorovaikutus	Ydinpalvelu
- Tiedon tarve - Tiedon löytyminen ja laatu - Palvelun sisältö - Kunto-, taito-, varustevaatimukset - Sijainti, hinnasto, aikataulu - Esteettömyys - Ohjaajan tiedot	- Palvelun käyttöehdot - Sitoutuminen palveluun - Aikataulut ja joustavuus - Palvelun kustannukset - Tilat ja saavutettavuus - Fyysiset tilat - Sijainti - Laitteet	- Henkilökunnan kohtaaminen - Ensikohtaaminen - Asiakkaiden kuunteleminen - Muiden liikkujien kohtaaminen - Vuorovaikutus muiden liikkujien kanssa - Muiden liikkujien vaikutus omaan toimintaan	- Ohjaajan toiminta - Odotukset ohjaajalle - Harjoittelun aikainen kohtaaminen - Ilmapiirin rakentaminen - Palvelun sopivuus - Itsensä vertailu muihin - Ryhmäpaine - Osallistujan henkilökohtaiset tekijät - Käsitykset itsestä liikkujana - Odotukset liikunnalle

Kuvio 1. Liikuntapalveluihin kohdistuvien tarpeiden, odotuksien sekä toiveiden luokittelu

saada tietoa palvelusta juuri sillä hetkellä, kun mielenkiinto palvelua kohtaa herää. Tietoa haetaan verkkosivuilta, mutta usein odotuksena voi olla, että palveluntuottajaan saa yhteyden myös lisätietojen kysymiseksi.

Huomaan välttävänä sen kaltaisia palvelun tuottajia jotka jotenkin itse profiloituvat fitness-tyyppisiksi puoliammattilaisiksi, jolloin tulkitseen nopeasti että palvelut eivät ole kaltaisilleni taviksille, vaan enemmän tavoitteellisille kuntoilijoille. (LT20.5)

Käyttöehdot ja tilaratkaisut osana palvelun kokemuksellisuutta

Aineisto sisälsi kuvauksia palvelun tiloihin, saavutettavuuden sekä palvelun käyttöehtoihin liittyen, jotka vaikuttivat monin tavoin osallistujien päätöksiin. Merkityksellistä oli palvelun sijainti, palveluajat sekä kustannuksiin liittyvät odotukset. Liikuntapalvelun käyttämisen odotettiin olevan ajankäytöllisesti tehokasta, eikä välimatka palveluun saanut olla liian pitkä. Osa osallistujista kuvasivat, että palvelun hinnan tulisi olla edullinen tai mahdollisuus joustaviin maksuvaihtoehtoihin.

Minut saisi harkitsemaan joustavuus, edullinen hinta, hyvä sijainti suhteessa kotiin ja sopiva aikataulu. (LT6.13)

Aineistosta nousi esille, että palvelulta odotetaan joustavuutta, joka voi liittyä palvelun ajankohtaan tai laajemmin aukioloaikoihin ja palveluun sitoutumiseen. Osa kaipaa palvelulta joustoa ja vapautta palvelun käyttämiseen liittyen, mikä mahdollistaa palvelun käyttämisen itselle sopivalla tavalla tai oman aikataulun mukaan sekä eri lajien tai ryhmien kokeilemisen ennen sitoutumista. Pitkä sitoutumisaika ja maksut voivat mietittyä osallistujia, jos ei pystykään käyttämään palvelua suunnitellusti ja joutuu kuitenkin maksamaan siitä.

No, mulla on itelle tärkeintä se, että se, et mä en ole sidottu mihkään tiettyyn kellonaikaan käyttämään jotain palvelua. Et se, että mulla on itsellä vapaus siitä, että jos mä haluan mennä viiden aikaan jumpalle ni aamulla, ni sit mä meen viiden aikaan jumpalle aamulla. Et se ei oo sillä lailla sidottu mihkään, kenenkään muun kalenteriin ku mun kalenteriin. (H1.2)

Joutuuko maksamaan, jos ei pysty osallistumaan pitkään aikaan. (LT4.5)

Tiloihin liitetyt odotukset liittyivät erityisesti siisteyteen ja väljyyteen, mutta ne liittyivät myös selkeyteen ja opasteisiin. Uuteen palveluun saapuminen voi jännittää ja tarvittavien tilojen, esimerkiksi pukuhuoneiden odotetaan löytyvän helposti, kuten yksi liikuntapalvelutarinan kirjoittaja kuvasi: *Olisi hyvä tietää, missä pukuhuoneet sijaitsevat. (LT19.8)* Liikuntatiloissa tulee voida liikkua ilman ahtaudentuntua ja laitteisiin tai välineisiin ei haluta jonottaa. Huono sisäilma voi vaikuttaa siihen, ettei osallistujia enää palaa palveluun. Ongelmallista on myös liiallinen meteli, liian kylmät tai kuumat tilat, likaisuus tai rikkiäiset välineet.

En palaa palveluun, jos siellä on likaista, hälyistä, ahdas-ta ja/tai huono sisäilma. Likainen pukuhuone, wc ja suihku-tilat on totaali nou nou. (LT17.11)

.../...likaisuus, laitteet rikki voisi olla este palata samaan paikkaan. (H2.22)

Kohtaamisen merkitys vaihtelee – tilaa yksilöllisille tarpeille

Aineistosta nousi useita odotuksia, jotka liittyivät niin henkilökunnan kuin muiden asiakkaiden kohtaamiseen ja vuorovaikutukseen. Liikuntapalvelutarinan kertoneet kohdistivat henkilökuntaan osittain ristiriitaisia odotuksia. Useat toivat esille, että he haluavat henkilökunnan toimittavan heidät tervetulleeksi, kuuntelevan toiveitansa tai mahdollisia huolenaiheita sekä tarvittaessa perehdyttävän liikuntapalvelun toimintaan. Ensikohtaamisessa voi olla myös tärkeää kerrata kaikki itsestään selvältäkin tuntuvat ohjeet, sillä kaikki eivät uskalla kysyä neuvoa. Osa taas haluaa palvelua ilman kohtaamisia henkilökunnan kanssa.

Haluan että minua kuunnellaan, jos tunnen huolta tai epävarmuutta jostakin asiasta ja että perehtymiseen käytetään riittävästi aikaa. (LT20.15)

En halua, että minua kohdataan saapuessani liikuntapalveluun. Jos tarvitsen jotain tietoa, otan itse selvää tai olen tarvittaessa omilla ehdoillani yhteydessä henkilökuntaan. (LT14.11)

Muiden asiakkaiden kohtaaminen voi aiheuttaa erilaisia tunteita ennen palvelun käyttämistä ja palvelun aikana. Vieraiden ihmisten kohtaaminen palveluun tullessa saattaa jännittää osaa palvelun käyttäjistä, kuten yksi liikuntatarinan kertoja kuvasi: *Kynnys mennä täysin vieraiden sekaan on aina tosi kova. (LT13.15)* Aineistosta nousi esille, että palvelun aikana muilta liikuntapalvelun käyttäjiltä odotettiin hyviä tapoja, tervehtimistä ja mahdollisesti yleisten kuulumisten vaihtamista. Joitakin toisten liikkujien läsnäolo saattoi jopa ahdistaa etenkin, jos koki ettei osaa tai vertailee itseään muihin. Kontaktia muiden kanssa saatettiin jopa välttää. Monet liikkujista pyrki kuitenkin keskittymään omaan suoritukseen ja antamaan muille liikkujille rauhan.

Muut liikkuvat voivat ahdistaa, jos olen ainoa, joka ei osaa. (LT16.28)

Yksilöllisten tarpeiden ja ohjaajan merkitys ydinpalvelussa

Aineistosta nousi ydinpalveluun liittyen odotuksia, jotka kohdistuivat ohjaajan toimintaan, palvelun sopivuuteen itselle sekä palvelun laatuun liittyen. Palvelun sisällön valintaan vaikuttivat myös yksilön omat aikaisemmat liikuntakokemukset, mitä liikunnalla haluttiin saavuttaa ja millaisia merkityksiä liikunnalle annettiin.

Erityisesti ohjaajan toiminta ja palvelun sopivuus itselle nousivat aineistosta ryhmäliikunnasta puhuttaessa. Ohjaajan odotettiin olevan ammattitaitoinen, johdonmukainen sekä innostava. Ohjaajalla tuli olla myös hyvät vuorovaikutustaidot ja osaamista soveltaa harjoitteita eritasoisille liikkujille. Henkilökemia ohjaajan kanssa koettiin tärkeäksi ja häneltä odotettiin samaistumispintaa, esimerkiksi liikkujan omaan ikätasoon nähden. Lisäksi ryhmän ohjaajan odotettiin haluavan ohjata ryhmää sen taito- ja kuntotasosta riippumatta.

Ohjaajan ohjaustaidot ovat pääosassa tunnilla, se miten hän kertoo mitä tehdään, ohjaako hän jos teen väärin (usein ei ohjaa). Ohjaajan tulee myös olla lähellä, jotta voin kysyä neuvoa tarvittaessa. Kaikki tämä vaikuttaa siihen, sitoudunko ja saanko tunnista hyvän mielen ja kehoni voi hyvin. (LT4.38)

Ryhmän tason tuli olla liikkujalle sopiva. Omaan toimintaan liittyi epävarmuutta siitä, onko riittävän hyvässä kunnossa tai osaava liikuntalajiin. Ryhmäliikunnassa korostui vertailu muihin liikkujiin, joiden ajatellaan olevan paremmissa kunnossa tai osaavampia, kuin itse on, kuten yksi liikuntatarinan kertoja kuvasi: *Ovatko kaikki muut super hyvässä kunnossa ja taitavia, kun itse en ole (LT16.16)*. Toisaalta saatettiin kokea, että ryhmäpaine kannustaa tekemään.

Ehkä se on se just se ku mä oon joskus aikoja sitten ollut niissä jossain ryhmäliikuntajutuissa, niin se semmoinen paine, mikä tulee siitä, että kun toiset tekee siinä vieressä samoja asioita. (H1.10)

Palvelulta odotettiin erityisesti tasalaatuisuutta ja hyvää ilmapiiriä. Aineistosta nousi esille, että palvelun odotetaan vastaavan osallistujalle luvattua, ja myös pysyvän samanaikaisena jatkossakin. Osa kuvasi liikuntapalvelutarinassaan, kuinka ajan, paikan tai ohjaajan vaihtuminen voi vaikuttaa osallistujan päätökseen lopettaa palvelun käyttäminen. Palvelun ilmapiiriin odotettiin olevan virheet salliva ja kannustava, mihin voidaan käyttää huumoriakin.

Kävin kerran kovan sykkeen tanssitunnilla, jonka opettajalla oli aivan nerokas lähestyminen; .../... koska useimmat olivat aina menossa eri suuntaan kuin toiset, hän opetti meitä moikkaamaan toisillemme kun menimme väärin ja teimme virheistä iloisia kohtaamisia, emme hirveää puristussuorittamista. (LT13.7)

Aiemmat kokemukset ja käsitykset itsestä liikkujana voivat estää liikuntapalvelun käyttämisen. Liikuntapalvelun nähdään mahdollistavan itsestä huolehtimisen ja oman hyvinvoinnin edistämisen. Sen voidaan kokea olevan osa arkea, mutta toisaalta liikunta voidaan nähdä pakollisena toimintona, joka tulee suorittaa säännöllisesti oman terveytensä tukena, kuten yksi tarinankirjoittaja kuvasi: *.../...paikkoja on jotenkin pidettävä kunnossa niin että pysyn toimintakykyisenä. Kuntosalilla käyminen ei ole harrastus, se vertautuu hammaslääkärisssä käymiseen. (LT14.6)*

Mikäli liikuntapalvelu koetaan itselle sopivaksi, niin siihen voidaan sitoutua. Kokemus sopivuudesta liittyi useissa kertomuksissa ryhmän tasoon. Useat kuvasivat, että palveluun sitoutumiseen vaikutti myös se, millainen tunne liikumisesta jää. Liikunnan tulee haastaa ja kuormittaa kehoa liikuntapalvelun kuvaukseen sopivalla tavalla sekä tuottaa onnistumisen kokemuksia. Kielteiset kokemukset voivat aiheuttaa sen, ettei osallistuja enää palaa liikuntapalveluun. Henkilökunnan ja erityisesti ryhmäliikunnassa ohjaajan toiminta vaikuttaa kokonaisvaltaisesti siihen, sitoudutaanko palveluun.

POHDINTA JA JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämän tutkimuksen tavoitteena oli syventää ymmärrystä liikuntapalveluiden asiakaskokemuksesta tarkastelemalla asiakkaiden tarpeita, odotuksia ja toiveita. Liikuntapalvelutarinan kertojat kuvasivat erilaisia tarpeita, odotuksia ja toiveita, jotka liittyivät palvelun markkinointiviestintään, puitteisiin ja reunaehtoihin, kohtaamiseen ja vuorovaikutukseen sekä ydinpalveluun.

Yhtenä tekijänä tutkimuksessamme nousi markkinointiviestintä, jolle asetettiin tiedon tarpeeseen liittyviä useita

erilaisia odotuksia. Tiedon avulla liikuntapalvelun käyttäjä rakensi kuvan sen sisällöstä. Hän sai myös tietää, kenelle palvelu oli kohdennettu ja ohjeita palvelun käyttämiseen liittyen. Markkinointiviestintä, kuten myös yrityksen brändi, luovatkin asiakkaalle mielikuvan palvelusta ja vaikuttavat hänen odotuksiinsa palvelusta (Wilson ym., 2016). Liikuntapalvelun markkinointiviestintä saattoi myös vaikuttaa päätökseen olla menemättä palveluun.

Vuorovaikutus ja kohtaaminen nousi esiin toisena tekijänä tutkimuksessamme. Sosiaalinen vuorovaikutus voidaan nähdä yhtenä liikuntapalvelujen erityispiirteinä (esim. Stevens ym., 2022; Eskiler & Safak, 2022). Eskiler ja Safak (2022) havaitsivat liikuntapalveluihin kohdistuneessa tutkimuksessaan vuorovaikutuksen laadun sekä työntekijöiden että muiden palvelun käyttäjien kanssa vaikuttavan asiakkaiden asiakaskokemukseen ja sitoutumiseen palveluun. Tässäkin tutkimuksessa vuorovaikutus niin työntekijöiden kuin muiden palveluiden käyttäjien kanssa nousi yhdeksi kokemukseen vaikuttavaksi tekijäksi.

Mönkkösen (2018, s. 21, 25) mukaan yksittäiset sanat tai teot eivät vaikuta tilanteeseen yhtä voimakkaasti kuin asenne, jolla toinen ihminen kohdataan. Afthínoksen ja kollegoiden (2005) kuntokeskuksiin kohdistuneessa tutkimuksessa nousi myös henkilökunnan asenne yhdeksi liikuntapalveluiden käyttäjien asettamista odotuksista. Tässäkin tutkimuksessa henkilökunnan ja erityisesti ryhmäliikunnassa ohjaajan asenne kohdata liikkujat erottui tekijäksi, joka pahimmillaan saattoi estää palveluun palaamisen. Toisaalta parhaimmillaan onnistunut kohtaaminen voi johtaa myönteisiin muutoksiin asiakkaan elämässä (Mönkkönen, 2018), mikä voi näkyä positiivisena tunteena palvelun päättymisen jälkeen ja vahvistaa samaan palveluun palaamisen, mikä tässäkin tutkimuksessa nousi esille.

Nämä kuvastavat hyvin sitä, että ohjaajille asetetaan useita erilaisia odotuksia ja heidän toiminnallaan nähdään olevan merkittävä vaikutus asiakaskokemuksen syntyyn. Liikuntapalveluiden työntekijältä vaaditaankin erityistä asiakkaiden ja tilanteiden lukutaitoa, jotta hän voi tunnistaa asiakkaiden ilmeitä ja eleitä sekä tunnistaa erilaisten ryhmien odotuksia ja vaatimuksia. Näin hän pystyy mukauttamaan oman toiminnan suhteessa näihin edistäen asiakkaan palvelukokemusta. (Parviainen, 2011; 2018).

Havaitsimme myös, kuinka osallistujat peilasivat omaa taito- ja kuntotasoaan muihin ryhmäläisiin arvioiden omaa toimintaansa ja ryhmän tasoa suhteessa omaan tasoonsa. Stevens kollegoineen (2022) sai ryhmäliikuntaan kohdistuneessa tutkimuksessaan samansuuntaisia tuloksia. Heidän tutkimuksessaan yhdeksi asiakaskokemukseen vaikuttavaksi tekijäksi tunnistettiin ryhmän jäsenten samankaltaisuus, esimerkiksi iän, sukupuolen, kuntotason ja ryhmään suhtautumisen suhteen, mikä tässäkin tutkimuksessa näyttäytyi erityisesti taito- ja kuntotason suhteen. Stevens ja kollegoiden (2022) tutkimuksessa ryhmän samankaltaisuus saattoi vahvistaa ryhmähenkeä ja lisätä sosiaalista yhteenkuuluvuutta vahvistamalla sitoutumista palveluun ja positiivisempaa asiakaskokemusta. Samankaltaisuus voi myös lujittaa ryhmän kollektiivista pystyvyyttä (Zumeta, 2015), mutta sen voidaan nähdä myös vahvistavan yksilön pystyvyyden kokemusta. Pystyvyyden kokemusta vahvistavat onnistumisen

kokemukset, sopivat haasteet, vertaisoppiminen ja palaute (Bandura, 1997), jotka kaikki nousivat tutkimuksemme palveluun palaamista vahvistaviksi tekijöiksi.

Ryhmähengen ja sosiaalisen yhteenkuuluvuuden tunteen vahvistuminen voi vaikuttaa myös ryhmäläisten turvallisuuden kokemukseen (Stevens ym., 2022). Kyse voi olla psykologisesta turvallisuudesta, jonka Edmondson (1999; 2019) määrittelee yhteiseksi jaetuksi uskomukseksi tiimin turvallisuudesta ja sen normeista. Kuppelwieser ja Finsterwalder (2011) ovat tutkineet psykologista turvallisuutta asiakasryhmien kontekstissa. Asiakasryhmässä psykologinen turvallisuus kuvastaa asiakkaiden mahdollisuutta kokea olonsa turvalliseksi ottaa riskejä, kokeilla uusia asioita, ilmaista itseään sekä esittää kysymyksiä ja jakaa ajatuksia ilman pelkoa arvostelusta. Tässä tutkimuksessa nämä näyttäytyivät osallistujien odotuksina ryhmän samankaltaisuuden lisäksi ilmapiiristä, jonka odotettiin olevan virheitä salliva sekä mahdollistavan omana itsenä olemisen. Toisaalta voidaan katsoa, että turvallisuuden kokemusta etsittiin jo ennen palvelun käyttöä, kun haettiin tietoa palvelusta ja erityisesti siitä kenelle palvelu sopii ja millaista taito- tai kuntotasoa palvelun käyttäminen vaatii. Turvallisuuden kokemus saattoi liittyä myös palveluun saapumisvaiheeseen, johon saattoi liittyä jännittämistä, jopa pelkoa ja epävarmuutta, esimerkiksi tilojen löytämisestä.

Osallistajat ovat kuvanneet liikuntatarinoissa ajatuksiaan, tunteitaan ja kokemuksiaan liikuntapalveluista. Nämä tarinat ovat perustuneet sekä tosielämässä tapahtuneisiin asioihin, että osallistujan ennakkokäsityksiin tai mielikuviin palvelusta. Näin ollen aineisto ei kuvaa todellisuutta juuri sellaisena kuin se on tapahtunut. Tarinat perustuvat kuitenkin kieleen, jonka avulla voidaan välittää merkityksiä, muistoja ja kokemuksia arkielämän eri todellisuuksista. Vaikka kielen avulla voidaan kuvastaa myös asioita, jotka eivät ole koskaan tapahtuneet, on kieli kuitenkin aina juurtunut arkielämän todellisuuteen.

Tarinat konstruoivat todellisuutta sellaisena, kuin se voisi olla tai tapahtua. (Berger & Luckmann, 1994, s. 48–49.) Hännisen (1999, s. 29) mukaan tutkijalla ei ole pääsyä ihmisen mieleen muilla tavoin, kuin kielellisten ilmausten avulla, ja silloinkin kerronta on ihmisen sosiaalisesti tuottamaa tulkintaa. Asiakaskokemus on moniulotteinen ja holistinen kokonaisuus, jossa voivat olla yhtä aikaa läsnä kokemukse-

räinen tieto, asiakkaan muodostamat ja kulttuurisesti rakentuneet käsitykset, mielikuvat sekä tunteet. Kerronnallinen lähestymistapa on yksi keino tutkia ja tavoittaa tätä monitahoista asiakaskokemusta, kun tutkija tiedostaa kertomuksen todellisuuteen liittyvät rajoitteet sekä toisaalta mahdollisuudet.

Tämä tutkimus on laadullinen keskittyen kokemuksiin ja merkityksiin liikuntapalveluista. Menetelmällisesti se ei mahdollista yleistyksiä aineistosta, mutta tulokset ovat omiaan herättämään laajempaa pohdintaa asiakaskokemuksen kehittämisestä liikuntapalveluissa, minkä avulla voidaan vahvistaa asiakkaiden palveluiden käyttämistä ja sitä kautta liikkumista.

Laadullisessa tutkimuksessa on aina kyse tulkinnasta. Tämän tutkimuksen tulkintojen luotettavuutta pyrittiin parantamaan kuvaamalla mahdollisimman tarkasti aineistoanalyysin vaiheet. Myös kahden tutkijan yhteiset keskustelut ja tehtyjen tulkintojen tarkistaminen analyysivaiheessa palautamalla alkuperäiseen aineistoon vahvisti tulkintojen yhtenäisyyttä. Tässä tutkimuksessa osallistujien kirjoittamista ohjattiin erivaiheissa apukysymyksillä, jotka suuntasivat osallistujaa tarkastelemaan omaa toimintaa, vaiheeseen liittyviä tunteita, ajatuksia palveluun, henkilökuntaan sekä muihin liikkujiin liittyen. Nämä saattoivat ohjata osallistujia kiinnittämään huomioita erityisesti näihin seikkoihin vaikuttaen tutkimuksesta tehtyihin havaintoihin, mutta vastauksia ei ollut pakollista rakentaa apukysymysten varaan. Tutkimukseen osallistuvat nostivat eriasioita tarinoissaan painottaen niitä asioita, jotka heitä sillä hetkellä puhututti.

Tutkimus tarjoaa mahdollisuuden tarkastella liikuntapalvelun asiakaskokemukseen vaikuttavia tekijöitä. Tutkimus kuvaa asiakkaiden tarpeita, odotuksia sekä toiveita liikuntapalveluille, joiden kautta palvelun aikana asiakas tarkastelee kokemustaan palvelusta, mikä johtaa asiakaskokemukseen (Tsiotsou 2016). Tutkimuksessa nousi asiakkaan näkökulmasta merkityksellisiksi elementeiksi pystyvyyden ja turvallisuuden kokemus, jotka osittain yhdistivät asiakkaiden palveluille asettamat tarpeet, odotukset sekä toiveet. Nämä huomioimalla liikuntapalveluiden kehittämisessä voidaan mahdollisesti vahvistaa asiakaskokemusta ja sitoutuneisuutta palveluihin. Tuloksia voi pohtia niin julkisen, yksityisen kuin kolmannen sektorin liikuntapalveluiden näkökulmasta.

LÄHTEET

Afthinos, Y., Theodorakis, N. D. & Nassis, P. (2005). Customers' expectations of service in Greek fitness centers: gender, age, type of sport center, and motivation differences. *Managing Service Quality* 15 (3), 245–258.

Álvarez-García, J., González-Vázquez, E., Del Río-Rama, M. D. L. C. & Durán-Sánchez, A. (2019). Quality in customer service and its relationship with satisfaction: an innovation and competitiveness tool in sport and health centers. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 16 (20), 3942. <https://doi.org/10.3390/ijerph16203942>

Bandura, A. (1997). *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. W.H. Freeman.

Becker, L. & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science* 48 (4), 630–648. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00718-x>

Berger, P. L. & Luckmann, T. (1994). *Todellisuuden sosiaalinen rakentuminen*. 6. painos. Gaudeamus.

Caperchione, C., Mummery, W. K. & Duncan, M. (2011). Investigating the relationship between leader behaviours and group cohesion within women's walking groups. *Journal of Science and Medicine in Sport* 14 (4), 325–330. <https://doi.org/10.1016/j.jsams.2011.03.005>

Chandler, J. D. & Lusch, R. F. (2015). Service systems: a broadened framework and research agenda on value propositions, engagement, and service experience. *Journal of Service Research*, 18 (1), 6–22. <https://doi.org/10.1177/1094670514537709>

Chase, S. E. (2005). Narrative inquire: multiple lenses, approaches, voices. Teoksessa: N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (toim.) *The Sage handbook of qualitative research*, s. 651–679. SAGE.

- Edmondson, A.** (1999). Psychological safety and learning behavior in work teams. *Administrative science quarterly* 44 (2), 350–383. <https://doi.org/10.2307/2666999>
- Edmondson, A.** (2019). The fearless organization. Creating psychological safety in the workplace for learning, innovation, and growth. Harvard Business School. John Wiley and Sons.
- Eskiler, E. & Safak, F.** (2022). Effect of customer experience quality on loyalty in fitness services. *Physical Culture and Sport* 94 (1), 21–34. <https://doi.org/10.2478/pcssr-2022-0003>
- Ferreira-Barbosa, H. F., Barbosa, J., Sabino, B. & Loureiro, V.** (2022). Determinants of service quality influencing customer satisfaction in fitness centers: a systematic review. *European Journal of Human Movement* 49. <https://doi.org/10.21134/eujhm.2022.49.3>
- Funk, D. C.** (2017). Introducing a Sport Experience Design (SX) framework for sport consumer behaviour research. *Sport Management Review* 20 (2), 145–158. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2016.11.006>
- García-Fernández, J., Fernández-Gavira, J., Sánchez-Oliver, A. J., Gálvez-Ruiz, P., Grimaldi-Puyana, M. & Cepeda-Carrión, G.** (2020). Importance-performance matrix analysis (IPMA) to evaluate servicescape fitness consumer by gender and age. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 17 (18), 6562. <https://doi.org/10.3390/ijerph17186562>
- García-Pascual, F., Ballester-Esteve, I. & Calabuig, F.** (2023a). Influence of sports participation on the behaviors of customers of sports services: linear and qualitative comparative analysis models. *Healthcare* 11 (9), 1320. <https://doi.org/10.3390/healthcare11091320>
- García-Pascual, F., Parra-Camacho, D. & Martínez Rico, G.** (2023b). Customer experience in sports centres: adaptation and validation of a measurement scale. *Sustainability* 15 (7), 5954. <https://doi.org/10.3390/su15075954>
- Glaveli, N., Papadimitriou, D., Karagiorgos, T. & Alexandris, K.** (2023). Exploring the role of fitness instructors' interaction quality skills in building customer trust in the service provider and customer satisfaction. *European Sport Management Quarterly* 23 (3), 767–788. <https://doi.org/10.1080/16184742.2021.1928256>
- Gray, S. M. & Rhodes, R. E.** (2018). Leadership approaches in group physical activity: a systematic review. *Leisure* 42 (4), 505–527. <https://doi.org/10.1080/14927713.2019.1581993>
- Grénman, M., Oksanen, A., Löyttyniemi, E., Räikkönen, J. & Kunttu, K.** (2018). Mikä opiskelijoita liikuttaa? Liikunnan merkitykset ja niiden yhteys koettuun hyvinvointiin ja liikunnan määrään. *Liikunta & Tiede* 55 (2–3), 94–101.
- Grönroos, C.** (2006). Adopting a service logic for marketing. *Marketing Theory* 6 (3), 317–333. <https://doi.org/10.1177/1470593106066794>
- Harmokivi-Saloranta, P.** (2020). Käyttäjät liikuntapalvelujen kehittäjinä–käyttäjälähtöisessä palveluinnovaatioprosessissa käyttäjien tuottama tieto tutkimuksen kohteena. [Lappeenranta-Lahden teknillinen yliopisto LUT väitöskirja] LUT yliopistopaino. <https://urn.fi/URN:ISBN:978-952-335-483-8>
- Hirsijärvi, S. & Hurme, H.** (2008). Tutkimushaastattelut: teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudeamus.
- Huang, Y. & Kim, D.** (2023). How does service quality improve consumer loyalty in sports fitness centers? The moderating role of sport involvement. *Sustainability* 15 (17), 12840. <https://doi.org/10.3390/su151712840>
- Hänninen, V.** (1999). Sisäinen tarina, elämä ja muutos. [Tampereen yliopisto väitöskirja]. Tampereen yliopiston julkaisuarkisto. <https://urn.fi/urn:isbn:951-44-5597-5>
- Kangas, A., Sokka, S., Itkonen, H. & Jakonen, O.** (2018). Aktiiviset osallistujat: kuntalaiset kulttuuri- ja liikuntapalvelujen kehittäjinä. Kulttuuripolitiikan tutkimuskeskus Cupore. https://www.cupore.fi/images/tiedostot/2018/cupore_kupli_final.pdf
- Kauravaara, K.** (2018). Aikuisliikkuja ja urheiluseuratoiminnan vetovoimatekijät. *Liikunta & Tiede* 56 (4), 71–75.
- Kuppelwieser, V. G. & Finsterwalder, J.** (2011). Psychological safety, contributions and service satisfaction of customers in group service experiences. *Managing Service Quality: An International Journal* 21 (6), 617–635. <https://doi.org/10.1108/09604521111185619>
- Lemon, K. N. & Verhoef, P. C.** (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing* 80 (6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Liikuntalaki** (2015). 390/2015.
- Manninen, J.** (2004). Mielikuvat ohjaavat aikuisten osallistumista koulutukseen. *Aikuiskasvatus* 3 (24), 196–205.
- Mönkkönen, K.** (2018). Vuorovaikutus asiakastyössä. Asiakkaan kohtaaminen sosiaali- ja terveysalalla. Gaudeamus.
- Paavola, S. & Hakkarainen, K.** (2008). Pragmatisistinen välittyneisyys uuden luomisen perustana. Teoksessa E. Kilpinen, O. Kivinen & S. Pihlström (toim.) *Pragmatismi filosofiansa ja yhteiskuntatieteissä*, s. 162–184. Gaudeamus.
- Parviainen, J.** (2011). Työn uusi ruumiillisuus: liikunnanohjaajien keho työvälineenä ja performatiivisuuden pakko palvelutyössä. *Työelämän tutkimus* 9 (3), 207–223.
- Parviainen, J.** (2018). Embodying industrial knowledge: an epistemological approach to the formation of body knowledge in the fitness industry. *Sociology of Sport Journal* 35 (4), 358–366.
- Polyakova, O. & Ramchandani, G.** (2023). Perceived service quality among regular users of gyms in public sports centres in the UK. *Managing Sport and Leisure* 28 (1), 35–54. <https://doi.org/10.1080/23750472.2020.1853594>
- Puusa, A. & Juuti, P.** (2020). Laadullisen tutkimuksen luotettavuus. Teoksessa: A. Puusa & P. Juuti P. (toim.) *Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät*, s. 173–202. Gaudeamus.
- Ronkainen, S., Pehkonen, L., Lindblom-Ylänne, S. & Paavilainen, E.** (2011). Tutkimuksen voimasanat. WSOYpro Oy.
- Stevens, M., White, S., Robertson, A. M. & Cruwys, T.** (2022). Repeated exercise class attendance: the role of class members' similarity and social identification. *Psychology of Sport and Exercise* 61, 102212. <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2022.102212>
- TENK.** (2019). Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakkoarviointi Suomessa. https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Ihmistieteiden_eettisen_ennakkoarvioinnin_ohje_2019.pdf
- Tsiotsou, R. H.** (2016). A service ecosystem experience-based framework for sport marketing. *The Service Industries Journal* 36 (11–12), 478–509. <https://doi.org/10.1080/02642069.2016.1255731>
- Tuomi, J. & Sarajärvi A.** (2018). Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. E-kirja. Nextory.
- Vargo, S. L. & Lusch, R. F.** (2008). Service-dominant logic: continuing the evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science* 36 (1), 1–10. <https://doi.org/10.1007/s11747-007-0069-6>
- Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M. & Schlesinger, L. A.** (2009). Customer experience creation: determinants, dynamics and management strategies. *Journal of Retailing* 85 (1), 31–41. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2008.11.001>
- Wilson, A., Zeithaml, V., Bitner, M. & Gremler, D.** (2016). Services marketing. Integrating customer focus across the firm. 3. painos. McGraw-Hill Education.
- Yoshida, M.** (2017). Consumer experience quality: a review and extension of the sport management literature. *Sport Management Review* 20 (5), 427–442. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2017.01.002>
- Zacheus, T.** (2009). Liikunnan merkitykset vuosina 1923–1988 syntyneiden suomalaisten nuoruudessa. *Liikunta & Tiede* 46 (6), 34–40.
- Zumeta, L. N., Oriol, X., Telletxea, S., Amutio, A. & Basabe, N.** (2015). Collective efficacy in sports and physical activities: perceived emotional synchrony and shared flow. *Frontiers in Psychology* 6, 1960. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2015.01960>