



**KESKI-KARJALAN
KANSALAI SOPISTON LAADULLINEN
JA TOIMINNALLINEN ARVIOINTI**

**Markku Hyvönen
Minna Karvinen**

Toukokuu 2006



**JYVÄSKYLÄN
AMMATTIKORKEAKOULU**
Ammatillinen opettajakorkeakoulu

Tekijä(t) Hyvönen, Markku Karvinen, Minna	Julkaisun laji Kehittämishankeraportti	
	Sivumäärä 90	Julkaisun kieli Suomi
	Luottamuksellisuus <input type="checkbox"/> Salainen saakka	
Työn nimi Keski-Karjalan kansalaisopiston laadullinen ja toiminnallinen arviointi.		
Koulutusohjelma Ammatillinen opettajakorkeakoulu		
Työn ohjaaja(t) Pylkkä, Outi		
Toimeksiantaja(t) Keski-Karjalan kansalaisopisto		
Tiivistelmä <p>Kansalaisopistot ovat joutuneet tarkastelemaan omaa toimintaansa. Lainsäädännön muuttuminen, rahoituksen pientyminen, kansainvälistyminen, ja nopea teknologian kehittyminen ovat olleet tarkastelun taustalla. Vilkasta keskustelua on käyty myös sivistyksen ja koulutuksen merkityksestä. Aikuiskoulutuspolitiikka on muuttunut entistä markkinaperusteiseksi ja opistotkin joutuvat entistä enemmän huomioimaan palvelujensa tehokkuutta ja laatua. Systemaattinen toiminnan suunnittelu on siten paikallaan ja kunkin opiston on kehitettävä itselleen parhaaksi katsomat työmenetelmät palvelujensa parantamiseksi ja tehostamiseksi.</p> <p>Tärkeätä opiston toiminnan laadun kehittämässä on asiakaslähtöisyys. Toiminnan kehittämiseksi on tässä tutkimuksessa esitetty oppivan laatuorganisaation mallia. Kehitystyön pohjaksi ja nykytilanteen arvioimiseksi tehtiin markkinointitutkimus, jolla selvitettiin nykyisten asiakkaiden opiskelun motiiveja ja esteitä, mielipiteitä opiskeluhaluudesta, tarpeista ja opiston imagon selvittämiseksi mielipiteitä opistosta ja opiston tarjoamista palveluista. Tutkimus suoritettiin postikyselynä. Otannalla valituille 213 henkilölle, jotka käyttivät Keski-Karjalan kansalaisopiston palveluita, lähetettiin asiakastyytyväisyyskysely.</p> <p>Tämän tutkimuksen mukaan Keski-Karjalan kansalaisopisto on merkittävä oppilaitos aikuisväestölle. Paikkakuntalaisilla on tarve itsensä kehittämiseen, uusien tietojen ja taitojen oppimiseen ja henkisen vireyden ylläpitämiseen. Valtaosa vastanneista oli kiinnostunut harrastustavoitteisista aineista. Opiskeluun vaikuttavia tekijöitä olivat henkisen vireyden ylläpitäminen, mutta myös tarve taitojen ylläpitämiseen ja parantamiseen. Kiinnostusta oli myös yliopistollisten arvosanojen suorittamismahdollisuuteen.</p> <p>Tällä tutkimuksella on saatu suuntaviivoja toiminnan kehittämälle. Opiston työyhteisön tehtävänä onkin nyt aloittaa arvokeskustelut, kartoittaa nykytilanne, miettiä tulevaisuuden visiota ja tehtäväkuvaa sekä laatia opistolle tiimityönä kehittämissuunnitelma vastaamaan paikallista asiakastarvetta. Pyrkimyksenä olisi kehittää kansalaisopiston toimintaa ja suunnata voimavaroja siten, että opiskelu olisi mahdollisimman monen saavutettavissa ja opiskelijat saavuttaisivat asetetut koulutuksen tavoitteet ja mikäli mahdollista tavoitteet ja odotukset pystyttäisiin ylittämään.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Kansalaisopisto, aikuisopiskelu, asenteet, motiivit, asiakaslähtöisyys, oppiminen, oppiva laatuorganisaatio, omaehtoinen oppiminen, tuote, palvelu, hinta, saatavuus, viestintä.		
Muut tiedot		

Author(s) Hyvönen, Markku Karvinen, Minna	Type of Publication Development project report	
	Pages 90	Language Fin
	Confidential <input type="checkbox"/> Until	
Title The Qualitative and Functional Evaluation of Keski-Karjala Adult Education Centre		
Degree Programme Teacher Education College		
Tutor(s) Pylkkä, Outi		
Assigned by Keski-Karjala Adult Education Centre		
Abstract <p>The adult education centers have been forced to examine their functions. Legislative changes, diminished financing, internationalization and the fast development of technology are the factors influencing their sphere of activities.</p> <p>There has also been a lively discussion about the meaning of civilization and education. Adult education policy has become more marketing oriented and the adult education centers are required to pay more attention to the efficiency and quality of their services. Systematic development planning is thus required, and each adult education centre will have to develop the best possible working methods for improving their services.</p> <p>Customer oriented thinking is of great importance in the development of quality improvement. A learning quality organization policy has been introduced in this research for developing services in adult education centers. As a support for the development work and for analyzing the current situation a marketing research was conducted in order to clarify the present customers' motives, obstacles, willingness and needs to study different subjects and their opinions about the adult education centre and its services. A mail survey was used to carry out the study. The questionnaire was sent to 213 persons studying in Keski-Karjala adult education centre in 2006.</p> <p>According to the study findings Keski-Karjala adult education centre is an important educational establishment for the people in Keski-Karjala. The local people have a need for self-development, learning new skills and knowledge and maintaining their mental well-being. The majority was interested in hobby oriented subjects. There was also interest in the possibility for taking university degrees.</p> <p>This research provides some guidelines for improving activities. The personnel in Keski-Karjala adult education centre is obliged to start discussions about the basic values, to analyze the current situation, to ponder a vision and mission statement for the future, and as a team to draft a development plan to satisfy the needs of the local customers.</p> <p>Keski-Karjala adult education center should develop and focus its activities and resources in order to enable the participation of all potential students. It is also of great importance that students would reach their goals and, if possible, to exceed the goals and expectations.</p>		
Keywords adult education center, adult education, attitudes, motives, customer orientation, learning, learning quality organization, independent learning, product, service, price, communication		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ	
1 JOHDANTO	5
2 KESKI-KARJALAN KANSALAIPOISTON TOIMINTAYMPÄRISTÖ	7
2.1 Keski-Karjalan kansalaisopiston perustaminen ja toiminta	7
2.2 Keski-Karjalan kansalaisopiston arviointijärjestelmä	8
2.2.1 Arviointijärjestelmän lähtökohdat	8
2.2.2 Arvioinnista kehittämisen väline	8
2.2.3 Oppiva organisaatio	9
2.2.4 Määrällinen ja laadullinen arviointi	10
2.2.5 Opetuksen ja oppimisen laadullinen kehittyminen	11
2.2.6 Laadullisen arvioinnin kohteet ja kuvaus	13
3 EMPIIRISEN TUTKIMUKSEN TOTETUTTAMINEN	15
3.1 Tutkimusongelmat	15
3.2 Empiirisen tutkimuksen keskeinen aineisto	16
3.2.1 Tutkittavien esittely ja aineiston keruutapa	17
3.2.2 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi	17
4 ASIAKASKUNNAN TUNTEMUS EMPIIRISENÄ TUTKIMUKSENA	20
4.1 Opiskelijan käyttäytymiseen vaikuttavat tekijät	20
4.1.1 Demografiset tekijät	20
4.1.2 Psykologiset tekijät	21
4.1.3 Sosiaaliset tekijät	26
4.1.4 Opiskelun esteet	28
4.2 Markkinoinnin kilpailukeinot	29
4.2.1 Tuote ja palvelu kilpailukeinona	31
4.2.2 Hinta kilpailukeinona	34
4.2.3 Saatavuus kilpailukeinona	37
4.2.4 Markkinointiviestintä	38
5 ASIAKASKYSELYN TULOKSET	44
5.1 Asiakaskyselyn taustamuuttujat	44

5.1.1 Kotikunta	44
5.1.2 Sukupuolijakauma	45
5.1.3 Ikäjakauma	45
5.1.4 Pohja- ja ammatillinen koulutus	45
5.1.5 Sosioekonominen asema	46
5.2 Opiskelu, opiskelun tarve, motiivit ja esteet	46
5.2.1 Asiakasuskollisuus ja opiskelun keskeyttäminen	47
5.2.2 Mielenkiinto opiskelu- ja harrastusaineisiin	47
5.2.3 Opiskeluun vaikuttavia tekijöitä	49
5.3 Opiston tarjoamat palvelut	53
5.3.1 Imago	53
5.3.2 Opetus ja palvelut	54
5.3.3 Tiedottaminen	56
5.4 Työttömien mielipiteet	56
5.5 Opiston palveluiden kehittäminen asiakkaiden näkökulmasta	60
6 YHTEENVETO JA TOIMENPIDESUOSITUKSET	63
6.1 Keski-Karjalan kansalaisopiston kehittämistoimenpiteet	63
6.2 Swot-analyysi	67
6.3 Empiirisen tutkimuksen analysointi	68
6.3.1 Koulutus- ja aikuisopiskelutarve	68
6.3.2 Opiskeluun vaikuttavia tekijöitä	69
6.3.3 Opiston imago	70
6.3.4 Työttömien toiminnan kehittäminen	71
6.3.5 Opiston toiminnan kehittäminen	71
LÄHTEET	75

LIITTEET

LIITE 1 Keski-Karjalan kansalaisopisto tunnuslukuja 1995 – 2005.	79
LIITE 2 Valtionosuuspohjan mukaisten todellisten kustannusten ja laskennallisen valtionosuuspohjan vertailu; vain kansalaisopistot.	80
LIITE 3. Suunnittelutyökalu.	83
LIITE 4. Oppilaitoksen laatufilosofian keskeiset elementit.	84
LIITE 5. Asiakastyytyväisyyskysely.	85

KUVIOT

KUVIO 1. Asenteiden syntymiseen vaikuttavat tekijät.	25
KUVIO 2. Kuvaus käyttäytymiseen vaikuttavista tekijöistä.	27
KUVIO 3. Markkinointimixin 4 P:tä.	30
KUVIO 4. Palveluajatuksen osat.	33
KUVIO 5. Hinnoitteluprosessin vaiheet.	35
KUVIO 6. Palvelun jakelutiet.	37
KUVIO 7. Dagmar-porrasmalli.	39
KUVIO 8. Tulosten seuranta.	66

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Määrällisen ja laadullisen arvioinnin vertailua.	10
TAULUKKO 2. Vastaajien kotikunta.	44
TAULUKKO 3. Vastaajien sukupuoli.	45
TAULUKKO 4. Vastaajien ikäjakaumat.	45
TAULUKKO 5. Vastaajien tämänhetkinen tilanne.	46
TAULUKKO 6. Opiskelu kansalaisopistossa.	47
TAULUKKO 7. Harrastusaineet.	48
TAULUKKO 8. Kurssille tulomotiivit.	50

TAULUKKO 9. Kurssille osallistumisesteet.	51
TAULUKKO 10. Osallistumispäätökseen vaikuttavat tekijät.	53
TAULUKKO 11. Mielenpiteet Keski-Karjalan kansalaisopistosta.	53
TAULUKKO 12. Mielenpiteet opetuksesta, palveluista ja tiedotuksesta.	55
TAULUKKO 13. Työttömien motiivit vs. koko vastaajat.	58
TAULUKKO 14. Työttömien osallistumispäätöksiin vaikuttavat tekijät.	59
TAULUKKO 15. Työttömien mielenpiteet Keski-Karjalan kansalaisopistosta.	59
TAULUKKO 16. Työttömien mielenpiteet opetuksesta, palveluista ja tiedotuksesta.	60
TAULUKKO 17. Kansalaisopiston toiminnan kehittäminen, oppivan laatuorganisaation periaatteita noudattaen.	64

1 JOHDANTO

Kansalaisopistoverkosto kattaa melkein koko Suomen. Kansalaisopistot ovat yleissivistävää aikuiskoulutusta tarjoavia oppilaitoksia, joissa voi opiskella mm. vieraita kieliä, musiikkia, taideaineita, tekstiilitöitä, tietotekniikkaa, yhteiskunnallisia aineita ja liikuntaa. Iltaisin ja kerran viikossa opiskelun rinnalla järjestetään intensiivikursseja, viikonloppukursseja, monimuoto-opetusta sekä verkkokursseja. Kansalaisopistot tarjoavat myös perusopetuksen ja lukion oppiaineita, taiteen perusopetusta, ammatillista lisäkoulutusta sekä avoimen yliopiston opetusta. Lisäksi mukaan on tullut maksupalvelutoimintaa, jota tarjotaan yrityksille ja yhteisöille.

Opistotoiminnan rahoitus on muuttunut vuosien varrella osaksi kuntien opetus- ja kulttuuritoimen rahoitusta. Tämä on osaltaan pienentänyt julkisen rahoituksen, eli valtiovallan rahoituksen osuutta. Tosin valtiolta ei myöskään puutu opiston opetussuunnitelmien ja toiminnan suunnitteluun, vaan päätöksenteko tapahtuu oppilaitos- ja ylläpitäjätasolla. Kuntien kiristäessä talouttaan kohteena ovat usein olleet vapaa-ajan aktiviteetit, kuten kansalaisopistot. Tämä on herättänyt vilkasta keskustelua, mitä opetusalueita opiston opetussuunnitelmaan pitäisi painottaa. Pitäisikö painottaa yleissivistäviin vai ammatillisiin aineisiin. Mielipiteitä on myös vaihdettu siitä, pitäisikö opiston profiloitua ja mihinkä suuntaan profiloinnin pitäisi tapahtua. Ratkaistavana lienee myös, mikä on opiston tehtäväkuva kunnan muihin palveluihin nähden.

Kuntien tehtäväksi on määritelty sen asukkaiden hyvinvoinnin edistäminen sekä sen edellyttämistä palveluista huolehtiminen. Vastaavasti opistotoiminnalle ei ole säädetty valtakunnallisia tavoitteita. Opistojen tehtäväksi on lainsäädännön perusteella määritelty mm. yleissivistävän aikuiskoulutuksen antaminen. Kansalaisopistolla on ollut keskeinen rooli työttömiksi jääneiden ammattitaidon ja henkisen vireyden ylläpitämiseen tähtäävän koulutuksen järjestämisessä.

Kansalaisopistot ovat joutuneet tarkastelemaan oman toimintansa laatua ja tehokkuutta. Omistajayhteisö haluaa saada luotettavia tietoja opistonsa palvelujen tasosta. Myös opistoon aikova opiskelija on kiinnostunut toiminnan tehokkuudesta ja haluaa tietää haluamansa palvelun hinta/laatu-tason. Jotta nykyisessä kilpailu- ja palveluyhteiskunnassa voidaan säilyttää opistojen olemassaolo, ovat opistot saaneet tutustua laatujärjestelmien laatimiseen, systemaattiseen laadun kehittämiseen sekä laadun arviointiin.

Työyhteisöä on nykyisten muutosten aikana myös kehitettävä. Kuntienkin on kehitettävä sekä työnantajina että palvelujen tuottajina. Työyhteisön on tunnistettava omat toimintatapansa ja sitä olisi pyrittävä kehittämään yhdessä koko henkilöstön kanssa. Tulosjohtamisen tavoitteena on pääpainoisesti tulos. Tulostavoittelussa laatu, asiakas-keskeisyys ja työtyytyväisyys kärsivät.

Tavoitejohtamisen ja tulosjohtamisen rinnalle on tullut laatujohtaminen, ja sitä edelleen täydentämään on tullut oppivan organisaation toimintamalli. Tämän mallin mukaisesti organisaation toimintaa kehitetään henkilöstön ja organisaation oppimiseen perustuen.

Pitkäjänteinen opiston toiminnan suunnittelu ja tehostaminen vaati toimintaympäristön tuntemusta. Paikkakunnalla tehdyt tutkimukset antavat juuri kyseiselle alueelle täsmällistä ja ajantasaista tietoa. Kun tunnetaan mm. opiskelutarpeet, osallistumismotiivit ja osallistumisen esteet, pystytään kehittämistyötä tekemään tarkemmin.

Olemme keskittyneet tässä tutkimuksessa Keski-Karjalan kansalaisopistoon. Rakenteellisesti jaoinme tämän tutkimuksen kahteen osaan. Osa tutkimuksesta keskittyy Keski-Karjalan laadun arviointijärjestelmään ja oppivaan organisaatioon. Toisessa osiossa suoritimme empiirisen tutkimuksen, jonka tavoitteena oli oppia tuntemaan opiston toiminta-alueen asiakkaat entistä paremmin. Empiirinen osio koostuu kirjallisuudesta sekä tekemästämme asiakastyytyväisyyskyselystä. Kysyimme asiakkaiden mielipiteitä opistosta, opiskelusta, opiskelutarpeista ja opiskelun motiiveista sekä esteistä.

Toivomme, että tämän tutkimuksen tuloksia käytettäisiin opiston visioiden, opetuksen, arvokeskustelun ja toiminnan suunnittelun tukena. Toivomme myös, että tämä tutkimus antaisi kokonaisuudessaan suuntaviivoja kansalaisopiston asiakaslähtöiselle laadunkehittämistyölle ja auttavan opistoa jatkossa parantamaan palveluitaan entisestään.

2 KESKI-KARJALAN KANSALAIPOISTON TOIMINTAYMPÄRISTÖ

2.1 Keski-Karjalan kansalaisopiston perustaminen ja toiminta

Kiteen ja Rääkkylän kunnat perustivat yhteisen kansalaisopiston vuonna 1969. Vuonna 1967 neuvotteluissa oli mukana myös Kesälahden kunta, mutta liika Kiteen aseman korostaminen opistoa koskevassa päätöksenteossa perui suuremman ja kattavamman yhteisen opiston synnyn. Jo 36 vuotta sitten ajatukset olivat siten samansuuntaisia kuin nykyisin. Järkevää on perustaa suurempia yksiköitä kuin monta pientä vierekkäin. Kunnallisen palvelun tuottaminen on kustannustehokkaampaa riittävän suuressa yksikössä. Ensimmäisenä työ kautena opistoon ilmoittautui yli 400 opiskelijaa, joista noin 300 oli kiteeläisiä. (Kauppinen 2004, 544)

Liitteeseen 1 olemme koonneet Keski-Karjalan kansalaisopiston antaman opetuksen viimeiseltä 10 vuodelta. Tiedot olemme koonneet kansalaisopistolla käytössä jo vuodesta 1992 olleesta Hellewi -nimisestä kurssihallinto-ohjelmistosta.

Opetuksen määrä tunteina on pysynyt vuodesta toiseen tasaisena. Opistolle vuosittain myönnetty valtionapu, joka perustuu voimassa olevaan lakiin vapaasta sivistystyöstä (632/1998), antaa opistolle laskennallisesti mahdollisuuden toteuttaa opetusta noin 9800 tuntia. Taulukosta kuitenkin näkyy, että taloudelliset resurssit ovat mahdollistaneet suuremman opetustuntimäärän toteuttamisen. Rahoitus suuremmalle opetustuntimäärälle on saatu koulutuspalveluja myymällä, kuten mm. Pohjois-Karjalan TE -keskukselle työllisyyskoulutusta ja eri aiheisia henkilöstökoulutuksia yrityksille. Taulukosta myös näkyy, että opiskelijoita on opistossa noin 15 % toiminta-alueen väkiluvusta.

Liitteestä 2 selviää myös, että Keski-Karjalan kansalaisopisto on suurimpia maaseutuopistoja koko valtakunnassa. Suomen kansalaisopistot saavat valtionapunsa sen mukaan, mihin asutusrakenneryhmään kukin kuuluu. Asutusrakenneryhmä määräytyy sen mukaan, kuinka paljon kunnan asukasluku on per neliökilometri. Keski-Karjalan kansalaisopisto on asutusrakenneryhmä kolmessa.

2.2 Keski-Karjalan kansalaisopiston arviointijärjestelmä

2.2.1 Arviointijärjestelmän lähtökohdat

Vapaa- ja kansalaisopistojen toimintaa säätelee Laki vapaasta sivistystyöstä (632/1998), jonka 7§:n mukaan arvioinnin tarkoituksena on tukea vapaan sivistyksen kehittämistä ja parantaa oppimisen edellytyksiä. Tässä tarkoituksessa oppilaitoksen tulee arvioida antamaansa koulutusta ja sen vaikuttavuutta sekä osallistua ulkopuoliseen toimintansa arviointiin. Keski-Karjalan kansalaisopistolle on laadittu tätä tarkoitusta varten arviointijärjestelmä, joka on lainsäädännön velvoitteen lisäksi myös oppilaitoksen antaman opetuksen kehittämisväline.

Uudet opetusmenetelmät ja oppimisteoreettinen tieto ja sen mukaan muuttuneet toimintakulttuurit edellyttävät arviointikäytänteiden kehittämistä. Kun aiemmin arvioinnissa on korostunut opiskelija, tuotokset ja arvioinnin ulkopuolisuus, on nyt painopiste siirtynyt toimintojen arviointiin, itsearviointiin ja arvioinnin kautta tapahtuvaan ohjaukseen.

2.2.2 Arvioinnista kehittämisen väline

Arviointijärjestelmä on myös laadunvarmistusjärjestelmä. Taloudelliset resurssit ovat kunnissa rajalliset, joten opistotoiminnan määrällinen kehittäminen ei ole mahdollista, vaan vapaan sivistystyön kehittäminen on tapahduttava ensisijaisesti laadullisella kehittämistyöllä.

Keski-Karjalan kansalaisopiston arviointijärjestelmä pohjautuu Balanced Scorecardiin (BSC), joka painottaa arviointia johtamis- ja kehittämisjärjestelmänä ja hakee perinteisen laskentasuuntautuneen raportoinnin korvaavia tai ainakin sitä täydentäviä systemaattisia suunnittelu- ja seurantamuotoja. Balanced Scorecardin periaatteiden mukaisesti mittaristossa on mukana avainmittarit strategioista ja kriittisistä menestystekijöistä.

Tuloksekas ja laadukas toiminta ei synny vain julistamalla visioita ja strategioita, vaan niiden toteutumista tulee seurata. Tarvitaan jatkuvaa arviointia ja kehittämistä. Balanced Scorecardin keskeisenä ideana on nähdä toiminnan kokonaisuus ja siihen oleelli-

sesti vaikuttavat tekijät. Tasapainotetun mittaristomallin mukaan organisaatiota mitataan neljästä näkökulmasta, joita ovat (Kaplan ja Norton 1996, 9):

- Taloudellinen näkökulma, omistajan näkökulma: palvelukyky ja tuloksellisuus. Miltä meidän on näytettävä omistajiemme silmissä?
- Asiakasnäkökulma, asiakastyytyväisyys. Miltä meidän on näytettävä asiakkaidemme mielestä?
- Prosessinäkökulma, toiminta ja rakenteet. Missä sisäisissä prosesseissa meidän on oltava erinomaisia?
- Oppimisen ja kasvun näkökulma, uudistuminen ja henkilöstökehitys. Miten säilytämme kykymme muuttua ja kehittyä?

Tasapainotettuun mittaristoon liittyy kolme ajallista ulottuvuutta: menneisyys, nykyisyys ja tulevaisuus.

2.2.3 Oppiva organisaatio

Keski-Karjalan kansalaisopiston laadullista kehittämistä voidaan tarkastella myös oppivan organisaation viitekehyksessä. Termi kuvaa organisaation toimintatapaa, joka kannustaa yksilöitä ja tiimejä jatkuvaan oppimiseen ja työsuoritusten parantamiseen. Toiminnan taustalla vaikuttavat vahvat arvot ja selkeä visio. Oppiva organisaatio toimii lähellä asiakasta, reagoi nopeasti muutoksiin, sallii virheitä ja oppii niistä. (Ruohotie 1996, 40). Siinä jatkuva kehittäminen ja kehittyminen on perusolemukseltaan oppimisprosessi. Sengen (1990, 4) mukaan oppiva organisaatio on mahdollinen, koska kaikki ihmiset ovat oppijoita ja ihmiset saavat mielihyvää oppimisesta.

Oppivassa organisaatiossa kokeillaan, osallistutaan, sitoudutaan toimintaan, ollaan luovia ja halukkaita uudistumaan ja hyväksytään erilaisuus. Oppivalle organisaatiolle ominaisia piirteitä ovat myös itseohjautuvuus ja -kontrolli, tiedon kulku ja palaute, tiimityöskentely, keskustelukulttuuri, toisen kuunteleminen, vapaus, toisen auttaminen, reflektiivisyys ja kannustava ilmapiiri. (Ruohotie 1996, Nikkanen 1990).

2.2.4 Määrällinen ja laadullinen arviointi

Niinistön (1984, 91 - 95) mukaa määrällistä ja laadullista arviointia voidaan verrata seuraavasti:

	Määrällinen	Laadullinen
Filosofia ja teoria	<ul style="list-style-type: none"> - galilealainen tietetraditio - positivismi - behaviorismi 	<ul style="list-style-type: none"> - aristoteelinen tietetraditio - tulkinnalliset menettelyt - kognitiivinen psykologia
Tiedon olemus ja tiedon hankkiminen	<ul style="list-style-type: none"> - ulkoiset aistihavainnot - empiiriset menetelmät 	<ul style="list-style-type: none"> - ilmiön ymmärtäminen ja oivallus - empiiriset ja hermeneuttiset menetelmät
Todellisuuden olemus	<ul style="list-style-type: none"> - todellisuus suhteellisen staattinen 	<ul style="list-style-type: none"> - todellisuus suhteellisen dynaaminen
Ihmiskäsitys	<ul style="list-style-type: none"> - ihminen objektina - ihminen koostuu ominaisuuksista - ihmiset suhteellisen samantlaisia 	<ul style="list-style-type: none"> - ihminen subjektina - ihminen on persoona, joka kehittyy - yksilöllisen kokemuksen ja näkemyksen korostus

TAULUKKO 1. Määrällisen ja laadullisen arvioinnin vertailua.

2.2.5 Opetuksen ja oppimisen laadullinen kehittyminen

Opetuksen ja opettamisen laadun parantaminen perustuu olettamuksiin tiedosta, oppivasta ihmisestä ja oppimisesta. Opetuksen päämääränä voi olla:

- tietojen ja taitojen omaksuminen, jolloin painottuu behavioristinen oppimiskäsitys.
- suunnittelu ja ongelmaratkaisu, jolloin painottuu humanistinen ja kognitiivistinen oppimiskäsitys

Keski-Karjalan kansalaisopistossa oppiminen nähdään yhteisöllisenä tiedon rakentamisen prosessina, jossa erilaisissa vuorovaikutusverkostoissa oppija rakentaa uutta entisen oppimansa ja kokemansa päälle. Konstruktivistinen tiedonkäsitys lähtee siitä, että jokainen meistä tekee omat tulkintansa maailmasta ja siten konstruoi omat tietämysrakenteensa. (Patrikainen 1999, 61 - 62). Uudesta oppimiskäsityksestä puhuttaessa tarkoitetaan konstruktivismia, joka perustuu käsitykseen tiedon suhteellisuudesta (konstruktivistinen tiedonkäsitys), humanistiseen ihmiskäsitykseen ja oppijan näkemiseen aktiivisena tiedonrakentajana. (Auvinen 2004, 41). Kansalaisopistossa oppija nähdään tavoitteellisena ja aktiivisena tiedon hankkijana, käsittelijänä ja arvioijana sekä oman tietorakenteensa jäsentäjänä.

Konstruktivismi korostaa oppilaan aikaisempien tietorakenteiden merkitystä oppimisessa. Oppiminen ei tapahdu pelkästään kuuntelemalla, näkemällä tai tuntemalla. Oppilaan omien kokemusten ja ajattelurakenteiden merkitys oppimisen kannalta on suuri. Oppilas rakentaa tietämystään ja oppii uutta toimimalla vuorovaikutuksessa toisten kanssa ja hankkimalla uutta tietoa aktiivisesti omakohtaisen toiminnan kautta yhdessä toisten kanssa. (Sahlberg & Leppilampi 1994, 25 - 26)

Konstruktivistisia periaatteita noudattavan opetuksen ilmentyviä ovat Sahlbergin & Leppilammen (1994, 28 - 29) mukaan:

Oppiminen on konstruktivistista.

- Oppiminen ei ole tietojen passiivista vastaanottamista vaan oppilaan omakohtaista ja aktiivista ymmärtämistä ja merkitysten rakentamista.

Oppiminen on kumulatiivista.

- Hyvän oppimisen kannalta on tärkeää, että opettaja tietää ja tunnistaa mitä oppilas ennestään tietää.

Oppiminen on itseohjautuvaa.

- Itseohjautuvuus tarkoittaa sitä, että oppilas ymmärtää ja hallitsee omaa toimintaansa. Hän haluaa oppia ja osaa arvioida oppimisen tuloksia.

Oppiminen on tavoitesuuntautunutta.

- Oppimisen tavoitteet määrittelee usein opettaja. Oppilaita tulisi kuitenkin ottaa mukaan tavoitteiden laatimiseen.

Oppiminen on tilannesidonnaista.

- Tietoa luodaan ja käsitellään sen aidossa kontekstissa.

Oppiminen on mielen, kehon, ympäristön ja tilanteen prosessien yhdistelmä.

Oppiminen on yhteistoiminnallista.

- Yhteistoiminta muuttaa myös oppimisen tavoitteita pelkkien tietojen omaksumisesta uudenlaiseen oppimiskulttuuriin ja oppijayhteisön luomiseen.

Humanistiseen psykologiaan pohjautuvassa kokemuksellisen oppimisen mallissa painotetaan oppijan toimintaa, kokemusta ja kokemusten reflektointia. Tärkeää oppimisessa on keskusteleavassa pienryhmässä toimiminen (Patrikainen 1999, 54 - 55). Kokemusoppimista voidaan kuvata syklinä, jossa omakohtaiset kokemukset generoivat ajattelua ja ohjaavat toimintaa. Oppija tekee havaintoja omakohtaisten kokemusten, tartuntapintojen avulla. Havaintojen avulla syvennetään vanhoja ja muodostetaan uusia käsitteitä. Reflektio on yksi kokemusoppimisen perusprosesseista. Se tarkoittaa oman toiminnan ja ajattelun pohdiskelua. Se on jatkuvaa ja aktiivista itsearviointia, jonka kohteena ovat omat käsitykset, uskomukset ja tietämisen muodot (Sahlberg & Leppilampi 1994, 30.)

2.2.6 Laadullisen arvioinnin kohteet ja kuvaus

Keski-Karjalan kansalaisopiston arviointijärjestelmä sisältää seuraavat kohteet:

1. Opiston toiminta

Olellaiset opiston toiminnasta kertovat faktatiedot. Tällaisia tietoja ovat esim. taloudellisuuden indikaattorit, ilmoittautuneiden opiskelijoiden määrä aineryhmittäin / kursseittain, keskeyttämisprosentti ja keskeyttämisen pääasialliset syyt, opettajien pätevyystaso (suoritetut tutkinnot tai vastaavat), opettajien ja muun henkilökunnan osallistuminen täydennyskoulutukseen, erilaiset tapahtumat, näyttelyt ja projektit (paikalliset, kansalliset ja kansainväliset), yhteistyö muiden oppilaitosten kanssa, sekä kansainvälinen yhteistyö.

2. Opiskelu ja opetus

Opiskelun arviointi tapahtuu jatkuvana arviointina osana opiskelu- ja opetusprosessia sen edetessä. Erityisesti ohjataan opiskelijoita elinikäisen ja itseohjatun oppimisen kannalta olellaiseen itsearviointiin. Itsearviointi perustuu opettajan ja oppilaiden yhdessä luomiin arviointi- ja palautekäytänteisiin. Opiskelijan itsearvioinnin edellytyksenä on opettajan ohjauksessa tapahtunut oman lähtötilanteen kartoitus, omien tavoitteiden asettaminen ja mahdollisuus opiskelijakeskeiseen oppimisprosessiin.

Opiskelijakyselyssä haetaan palautetta kurssista. Kurssiarvioinnin toteuttaa kukin opettaja pitämiensä kurssien osalta lukukaudessa. Opettaja tekee kyselyjen tuloksista yhteenvedon, jota käytetään sekä opettajan suorittaman itsearvioinnin, että siihen perustuvan kehittämiskeskustelun pohjana. Kurssiarviointi vastataan ja se analysoidaan sähköisen palvelun avulla. Päätoimiset opettajat käyvät kehittämiskeskustelun rehtorin kanssa. Tuntiopettajat käyvät keskustelun aineryhmänsä vastuuhenkilön kanssa. Lyhytkestoisten työsuhteen opettajat (esim. vain yksi pidettävä kurssi) pohjaavat itsearviointinsa pääasiassa kurssiarviointiin.

3. Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyvääisyyttä kartoitettaessa tarkastelun kohteena ovat mm. tiedottaminen, asiakaspalvelu, koulutustarve / -tarjonta, julkisuuskuva, opiskeluilmapiiri, opetuksen

laatu, tilat, välineet, materiaali ym. Asiakastyytyväisyyden kysely suoritetaan vuorovuosin eri aineryhmien opiskelijoille. Opistolla on lisäksi jatkuva palautteenantomahdollisuus. Asiakastyytyväisyyskyselyn vastaukset analysoidaan sähköisellä palvelulla, jolloin aineiston käsittely pysyy kohtuullisena työnä.

3 EMPIIRISEN TUTKIMUKSEN TOTETUTTAMINEN

3.1 Tutkimusongelmat

Empiirisen tutkimusosan tarkoituksena on saada parempi tuntemus opiston toiminnan kehittämisen tueksi. Tarkoituksenamme on hankkia tietoa siitä, millainen käsitys paikkakunnan väestöllä on kansalaisopistosta ja opiskelusta yleensä. Haluamme tietoa myös yleisestä koulutustarpeesta ja – halukkuudesta. Tutkimusongelmat esitämme seuraavanlaisina kysymyksinä:

1. Minkälaisia mielipiteitä paikkakuntalaisilla on aikuisopiskelusta ja mikä on opiskelutarve? Mikä on asiakkaiden opiskelutarve? Ovatko vastaajat opiskelleet aikaisemmin opistossa? Jos he ovat keskeyttäneet, niin mitkä ovat olleet syyt? Opiskelevatko vastaajat samanaikaisesti muussa oppilaitoksessa?
2. Mitä opiskeluun vaikuttavia tekijöitä on olemassa?

Mitkä tekijät ja motiivit vaikuttavat kansalaisopistossa opiskeluun osallistumiseen? Millaisia opiskelun esteitä vastaajilla on paikkakunnalla? Kuinka esteitä voidaan eliminoida?

3. Mitä mieltä paikkakuntalaiset ovat opistonsa tarjoamista palveluista? Mikä on opiston imago?

Mitä esityksiä on kurssien sisällön, ajan, paikan ja pituuden suhteen? Mitä mieltä vastaajat ovat opiston kurssimaksuista? Kuinka opiston tiedottaminen on onnistunut? Mistä vastaajat saavat tietoa opistojen toiminnasta? Kuinka tiedottamista tulisi kehittää?

4. Mitä työttömät ovat mieltä paikkakunnan opiston palveluista?
5. Miten kansalaisopiston toimintaa tulisi vastaajien mielestä kehittää?

3.2 Empiirisen tutkimuksen keskeinen aineisto

Oppilaitoksen ulkoinen kuva on luonteeltaan laadullinen muuttuja, jossa on aina tutkittavan kohdejoukon mukaan laaja kirjo ulottuvuuksia. Laadullisuudesta seuraa, että mielikuvien tutkiminen edellyttää kvantitatiivisten kysymysten lisäksi joukon kvalitatiivisia kysymyksiä, joiden validiteetille, reliabiliteetille ja objektiivisuudelle on asetettava tiukat vaatimukset. On tutkimuksia, joissa on järkevää käyttää sekä kvantitatiivista että kvalitatiivisiakin aineistoja rinnakkain. (Alkula et. al. 1994, 118.)

Empiirisen eli kokemuseräisen tutkimuksen keskeisenä aineistona ovat asiakastyytyväisyyskysely. Tutkimusmenetelmäksi eli tutkimuksen mittariksi olemme valinneet kyselylomakkeen, jolla voimme saada sekä kvantitatiivista että kvalitatiivista aineistoa. Tutkimustulokset keskittyvät kyselyistä saatuun aineistoon, joka koostuu opiston asiakkaiden mielipiteistä ja lähtökohtana on siis vastaajan näkökulma asioista. Kyselylomakkeen alussa tiedustelemme vastaajan taustatietoja ja muu osa on lähinnä opistokokemusten ja mielipiteiden tiedustelua.

Tämä tutkimus on pääosin luonteeltaan kvantitatiivinen eli määrällinen. Kvantitatiivinen tutkimus pohjautuu otantaan ja sen tulokset ilmoitetaan mm. prosentteina ja kappaleina (Lotti 1998, 42). Tutkimusotoksen koon huomioon ottaen suurimmassa osassa kysymyksiä on annettu vastattavaksi valmiit vaihtoehdot.

Monet tutkijat ovat kritisoineet kvantitatiivisia tutkimusmenetelmiä. Niiden sanotaan rajaavan ja määrittelevän ennakoita valintavaihtoehtoja ja saavan vastaajat vastaamaan tietyllä tavalla. Survey -tyyppisissä tutkimuksissa aineisto kerätään tarkoin strukturoitujen kyselylomakkeiden avulla ja tulokset saadaan käsittelemällä vastauksia erilaisin tilastollisin menetelmin. (Karhu 1997, 96.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa kiinnostuksen kohteena on ilmiön kuvaaminen. Tutkimuksen lähtökohtana on ilmiön nimi, minkä jälkeen kirjallisuuden ja kerätyn tutkimusaineiston avulla ilmiöstä saadaan esille keskenään suhteessa olevien ominaisuuksien joukko, jotka yhdessä luonnehtivat ilmiötä. (Karhu 1997, 96.) Vastaajien vapaaehtoisten mielipiteiden kartoittamiseksi kysymyslomakkeella on mukana myös

avoimia kysymyksiä. Valmiit vaihtoehdot eivät aina saata antaa täydellistä kuvaa vastaajan mielipiteistä. Avoimet kysymykset täydentävät valmiita vaihtoehtoja.

3.2.1 Tutkittavien esittely ja aineiston keruutapa

Pääosa kansalaisopiston opiskelijoista on ihmisiä, jotka tulevat kurssille omaehtoisesti, hankkiakseen itselleen henkilökohtaisesti tärkeitä tietoja ja taitoja. Tällä asiakastytyväisyyskyselyllä selvitämme opiston toiminta-alueella olevaa aikuiskoulutustarvetta, mielipiteitä aikuisopiskelusta, opiskelumotivaatiosta ja opiskelun esteistä. Tavoitteena on tehostaa omaehtoista koulutusta suuntaamalla sitä nykyistä tehokkaammin siten, että käytettävissä olevan kapasiteetin käyttö tehostuu ja koulutus suuntautuu paremmin todellisen koulutustarpeen mukaisesti.

Toteutimme asiakastytyväisyyskyselyn maaliskuun 2006 aikana. Otantaan otimme mukaan lukuvuoden 2005 – 2006 opiskelijoita. Rajasimme iän 15 vuoteen. Tietokoneohjelma arpoi satunnaisesti opiskelijalistaukset, joista otettiin mukaan listat 1, 9, 17, 20, 25, 33, 37, 41, 49, 57 ja 63, eli yhteensä 11 listaa. Näiltä listoilta kaikki yli 15 vuotta täyttäneet henkilöt, joita oli yhteensä 213 henkilöä, saivat postissa kyselylomakkeen.

3.2.2 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Tutkimuksen luotettavuudesta puhuttaessa viitataan siihen, tuleeko toinen tutkija, samaa tutkimusta, samoin menetelmin toistaessaan samoihin tuloksiin kuin ensimmäistä kertaa tutkittaessa tultiin. Tutkimus ei saisi sisältää satunnaisia virheitä, eivätkä tulokset saisi olla satunnaisten virheiden tuloksia. (Yin 1989, 40.)

Pohdittaessa tutkimuksen luotettavuutta käytetään kahta käsitettä: reliabiliteetti ja validiteetti. Reliabiliteetti tarkoittaa tulosten pysyvyyttä eli se on sitä parempi, mitä vähemmän sattuma vaikuttaa tuloksiin. Validiteetti on tietojen pätevyys, eli sen avulla ilmaistaan, mitataanko sitä, mitä pitäisi mitata vai muuta. Tutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida uusinta- ja rinnakkaismittauksin. (Lotti 1998,33.) Aineiston tulkinnan sanotaan olevan reliaabelia silloin, kun se ei sisällä ristiriitaisuuksia (Eskola & Suoranta 1999, 214). Grönfors (1982) on jakanut validiteetin vielä sisäiseen ja ulkoiseen validiteettiin. Sisäinen validiteetti tarkoittaa sitä, että tutkimuksen teoreettisten ja käsitteellisten määritteiden suhde toisiinsa on looginen. Ulkoinen validiteetti taas il-

maisee teoreettisten ja johtopäätösten ja empiirisen aineiston välisen suhteen pätevyyttä. Ulkoinen validiteetti on yhteydessä enemmän tutkijaan kuin tutkittavien käyttämiseen. Tietyn tutkimushavainnon sanotaan olevan ulkoisesti validi silloin, kun se kuvaa tutkimuskohteen täsmälleen sellaisena kuin se on. Aineiston sisäinen validiteetti siis kuvastaa lähinnä tutkijan tieteellistä otetta ja sitä, että tutkija hallitsee tieteenalansa. (Grönfors 1982, 173 – 174.)

Luotettavuuden kriteereinä käytetään uskottavuutta, siirrettävyyttä, varmuutta ja vahvistuvuutta. Uskottavuus luotettavuuden kriteerinä tarkoittaa sitä, että tutkijan on tarkasteltava, vastaako hänen käsitteellistyksensä ja tulkintansa tutkittavien käsitystä. Tutkimustulosten siirrettävyys on mahdollista tietyin ehdoin. Varmuutta tutkimukseen lisätään ottamalla mahdollisuuksien mukaan huomioon myös tutkimuksen ennustamattomasti vaikuttavat ennakkoehdot. Vahvistuvuus tarkoittaa sitä, että tehdyt tulkinnot saavat tukea toisista vastaavaa ilmiötä tarkastelleista tutkimuksista. (Eskola & Suoranta 1999, 211 – 212.)

Tässä tutkimuksessa keskitymme kyselyssä saatuun aineistoon, jotka koostuvat vastaajien mielipiteistä. Lähtökohtanamme on siis vastaajan näkökulma. Tutkimuksen validiutta olemme pyrkineet parantamaan mm. tutustumalla laajasti ja syvällisesti teoreettiseen viitekehykseen ja siitä saamiimme tietoja olemme pyrkineet hyödyntämään kyselylomakkeen suunnittelussa. Kysymykset ovat mielestämme tutkimusongelmien kannalta järkeviä ja perusteltuja.

Survey –aineistoihin liittyy aina virheen riski. Vastaajilla ei aina ehkä ole kiteytyneitä käsityksiä asiasta, joita kysytään, mutta siitä huolimatta he usein valitsevat jonkin vastausvaihtoehdon. Tietojen puuttumista olemme pyrkineet huomioimaan analysointivaiheessa.

Kaikkein luotettavinta tietoa saadaan tosiasioista. Tutkimusten mukaan kaikkein epäluotettavimpia ovat asenteisiin ja mielipiteisiin liittyvät tiedot. Tämän aineiston luotettavuutta ja tutkimuksen objektiivisuutta olemme pyrkineet parantamaan aineiston keruun hyvällä etukäteissuunnittelulla ja kunnollisella toteutuksella. Asiakastytyväisyyskyselyn otos valittiin tiettyjen kriteereiden mukaisesti ja otos oli mielestämme perusjoukkoon nähden edustava. Olemme kuvanneet kvantitatiivisen aineiston tilastolisten kriteerien mukaisesti ja kvalitatiivisen aineiston luetteloidimme ja vasta tämän

jälkeen ryhmittelimme ne sopiviin asiakokonaisuuksiin. Näillä keinoilla olemme turvanneet tulosten analysoinnin objektiivisuuden.

Yhtenä tutkimuksen luotettavuuskriteerinä pidetään myös toistettavuutta. Yhteiskuntaa koskeva tutkimus ei tarkasti ottaen ole kuitenkaan koskaan toistettavissa täsmälleen samanlaisena. Vaikka haastattelisimme samoja henkilöitä uudelleen, voisivat tulokset olla hieman poikkeavia. Vastaajille on voinut tapahtua väliaikana monia asioita, eikä välttämättä maailmakaan ole enää sama. Toisaalta emme ole kiinnostuneita pelkästään kyselyyn vastanneista henkilöistä, vaan perusjoukosta, jota he edustavat. Vaikka emme voi tehdä täsmälleen samanlaisena toistuvaa tutkimusta, emmekä voi odottaa täsmälleen samoja tuloksia, katsomme kuitenkin tämän tutkimuksen täyttävän toistettavuuskriteerin.

4 ASIAKASKUNNAN TUNTEMUS EMPIIRISENÄ TUTKIMUKSENA

4.1 Opiskelijan käyttäytymiseen vaikuttavat tekijät

4.1.1 Demografiset tekijät

Käyttäytymiseen vaikuttavat tekijät ovat demografiset, psykologiset ja sosiaaliset tekijät. Demografisilla tekijöillä eli väestötekijöillä tarkoitetaan yksilöiden ominaisuuksia, jotka ovat helposti selvitettävissä, mitattavissa ja analysoitavissa. Demografiset piirteet ovat käyttäytymiseen vaikuttavia niin sanottuja kovia tietoja, ja ne ovat markkinoiden kartoituksen peruslähtökohtia. Tärkeimpiä demografisia muuttujia ovat mm.

- ikä
- sukupuoli
- siviilisääty
- asuinpaikka ja asumismuoto
- perheen elinvaihe ja koko
- tulot, käytettävissä olevat varat, kulutus
- ammatti, koulutus
- kieli. (Bergström & Leppänen 2003, 100.)

Esimerkiksi yli 65 –vuotiaiden ryhmä kasvaa. Tähän ikäluokkaan kuuluvat ihmiset keskittyvät yhä suuremmissa määrin omien tarpeiden ja mielihalujen tyydyttämiseen. He ovat valmiita maksamaan elämänmukavuudestaan enemmän kuin samat ikäluokat aiemmin. (Kotler 1990, 133.) Demografisia tietoja Suomesta kerää mm. Tilastokeskus (www.stat.fi) ja Väestörekisterikeskus (www.vaestorekisterikeskus.fi).

4.1.2 Psykologiset tekijät

Elämäntyylin psykologisilla tekijöillä tarkoitetaan yksilön henkilökohtaisia piirteitä eli persoonallisia tarpeita, tapoja, kykyjä ja toimintamuotoja, jotka heijastuvat myös käyttäytymiseen. (Bergström & Leppänen 2003, 101.) Kotler (1996, 181 – 182) on esittänyt neljä psykologista tekijää, jotka vaikuttavat ihmisten valintoihin: motivaatio (motivation), käsitys (perception), oppiminen (learning) sekä uskomukset ja asenteet (beliefs and values). Tarkastelemme seuraavaksi jokaisen tekijän merkitystä.

Motivaatio, motiivi ja tarpeet

Miksi henkilö X kiinnostui ranskankielen kurssista? Mitä hän todellisuudessa tavoittelee ja mitä tarpeita hän yrittää tyydyttää? Ihmisellä on samanaikaisesti useita tarpeita. Jotkut niistä ovat biogeenisiä (biogenic) – ne tulevat fysiologisista jännitystiloiista, esimerkiksi nälästä, janosta ja kylmyydestä. Toiset tarpeet ovat psykogeenisiä (psychogenic), ja ne aiheutuvat psykologisista jännitystiloiista, kuten ryhmän tunnus- tuksen, kunnioituksen ja siihen kuulumisen ja itsensä kunnioittamisen tarpeista. Useimmat näistä tarpeista eivät välttämättä motivoi ihmistä toimimaan välittömästi, sillä ne eivät ole tarpeeksi voimakkaita. Tarpeesta tulee motiivi vasta silloin, kun se on kasvanut riittävän intensiiviseksi. (Kotler 1996, 167 – 168.) Myös Foxallin ja Goldsmithin (1994) mielestä henkilö on motivoitunut vain, kun hänen käytös on kohdistunut jonkun tarpeen tyydyttämiseen tai tarpeen eliminoimiseen. Tarve (need) on rajattua ja halut (want) voivat olla rajattomia. Toisin sanoen jos tarpeena on nälkä, mutta halu, miten sen tyydyttää, on eri asia ja vaihtoehtoja on rajattomasti (Foxall & Goldsmith 1994, 147.)

Eri ihmisillä tuntuu olevan erilaisia tarpeita ja motiiveja, jotka kaiken lisäksi muuttuvat koko ajan riippuen olosuhteista ja ympäristöstä sekä yksilön elämäntilanteesta. Kuitenkin tiedetään, että asiakkaiden tarpeiden tunteminen ja niiden tyydyttäminen on yrityksen menestymisen salaisuus. Koska tuote tai palvelu ostetaan tyydyttämään tarvetta, olisi menestyvän yrittäjän nykyisessä kilpailuyhteiskunnassa pystyttävä kehittämään uusia, entistä tehokkaampia tuotteita ja palveluja, jotka tyydyttävät paremmin kuin entiset. Tyytyväinen asiakas, tässä tapauksessa opiskelija, tulee takaisin. (Karhu 1997, 75.)

Psykologit ovat kehittäneet monia motivaatioteorioita. Kolme parhaiten tunnettua ovat Freudin, Maslowin ja Herzbergin teorit, jotka tarjoavat melko erilaiset lähtökohdat kuluttaja-analyysille ja markkinointistrategialle.

Freudin motivaatioteorian mukaan ihmisen käyttäytymistä muovaavat psykologiset voimat ovat suureksi osaksi tiedostamattomia. Freudin mukaan ihminen tukahduttaa monia viettejään varttuessaan ja oppiessaan hyväksymään yhteisön säännöt. (Kotler 1996, 184.)

Maslowin tarvehierarkia lienee tunnetuin teoria. Maslowin (1954) mielestä ihmisillä on ainakin viisi tarveluokkaa:

1. Fysiologiset tarpeet (kuten nälkä ja jano)
2. Turvallisuuden tarpeet (fyysinen ja psyykkinen turva ja suoja)
3. Yhteenkuulumisen tarpeet, sitoutumisen tarpeet (toiseen ihmiseen ja ryhmään liittymisen tarve, sosiaalinen tarve, kuten rakkaus ja muiden hyväksyntä)
4. Kunnioituksen ja arvostuksen tarpeet (tarve tulla arvostetuksi ja kunnioitetuksi muiden ja omalta taholta)
5. Itsensä toteuttamisen tarpeet (henkilökohtainen kasvu, toisin sanoen halu kehittää itseään ja etsiä rajansa, olla paras mitä voi ja halu tuoda se myös julki)

Maslow uskoi myös, että ihminen täyttää näitä tarpeitaan tietyssä järjestyksessä. Ensimmäisen tason tyydyttäminen on aluksi tärkeintä ja jatkossa ylemmän taso tarpeisiin kiinnitetään huomiota vasta sitten, kun alemman tason tarpeet on tyydytetty. (Maslow 1954, 80 – 91.)

Herzbergin motivaatioteoria erottelee tyytymättömyyttä aiheuttavat tekijät tyydytystä aiheuttavista tekijöistä. Tyytymättömyyttä aiheuttavia tekijöitä voivat olla huono käyttöohjekirja, huono opastus, heikosti järjestetty huolto. (Kotler, 1990, 169.) Muita motivaatioteorioita ovat Alderferin motivaatioteoria, jonka perustana on oletus, että ihmi-

sellä on kolme perustarpeiden kategoriaa: toimeentulotarpeet, liittymistarpeet ja kasvutarpeet (Karhu 1997, 81).

Muitakin tulkintoja motiiveista löytyy. Motiiveja on ryhmitelty eri tutkimuksissa aina päämääristä ja tavoitteista riippuen erilailla, välillä hyvinkin yksityiskohtaisesti eritellen. Johstone & Riviera (1965) jakoivat opiskelumotiivit yksinkertaisesti kolmeen ryhmään, yleissivistäviin, ammatillisiin ja sosiaalisiin motiiveihin. Suomalaisista tutkijoista Alanen (1969, 11 – 13, 28; 1970, 20 ja 1985, 125) vastaavasti yhdisti osallistumistavoitteet kolmeksi pääsuuntaukseksi. Kehittyminen, jolloin tavoitteena on esimerkiksi tiedollisen näköpiirin avartaminen ja persoonallisuuden kehittäminen niiden itsensä vuoksi. Toisena on hyöty, jolloin oppiminen koetaan ensisijaisesti välineeksi sosiaalis-taloudellisen aseman parantamiseen. Yksi keskeinen hyötytavoite on ammatin pätevyyden lisääminen. Kolmantena on viihdytys, johon liittyy kaksi peruspiirrettä: Kysymyksessä on jäsentymätön toiminnan tarve, halu irtautua arkirutiineista ja viihdytystä etsitään sosiaalisista kontakteista. Käytännössä kaikki nämä tavoitteet sisältyvät saman henkilön osallistumismotivaatioon, kysymys on painotuseroista. (Alanen 1969, 28.)

Motiivien analysointi on vaikeaa, koska motiiveihin vaikuttavat monet asiat, myös usein edellinen kokemus tai tulevan odotus. Opiskelijalle opettajan motivaatio ja asennoituminen heijastuu oppilaisiin ja vaikuttaa tuloksiin. Motivaatio on tiettyyn tilanteeseen liittyvä, muuttuva psyykinen tila, joka määrää, miten vireästi ihminen toimii ja mihin hänen mielenkiintonsa kohdistuu. (Peltonen 1985, 52.) Motivoitunut ihminen on päämääräsuuntautunut – toimintaan liittyy tietty intentio ja halu ponnistella tavoitteen saavuttamiseksi. Lisäksi hänelle on tunnusomaista keskittyminen tehtävään. Opiskelumotivaatiossa on kysymys jatkuvasta interaktioprosessista, vuorovaikutuksesta oppijan, hänen käyttäytymisensä ja ympäristön välillä. (Bandura 1986, 24.)

Monet tutkijat ovat tutkineet, mitä motiiveja pitäisi löytyä erilaisten omaehtoisten harrastusten taustalta. Urheilijoiden motiiveja on tutkinut mm Saarinen (1984). Hänen tutkimuksessaan ensisijaiset motiivit olivat fyysinen kunto, virkistys, psyykinen suorituskyky, stressin poisto, henkisen työn vastapaino, kestävyys ja ponnistelu (Saarinen 1984, 163). Jari Metsämuuronen on esittänyt Antero Salmisen (1987) esilletuomia motiiveja, jotka ovat taideharrastajien kuvantekemisen taustalla. Salminen on esittänyt asian seuraavasti: ”Kuvan tekeminen antaa tekijälleen esteettistä ja kinesteettistä nau-

tintoa... Se voi olla nautinnollista monotorisena toimintana ja siksi, että muotojen ilme synnyttää mieluisan kokemuksen. Kuvien tekeminen on myös keino hankkia tunnustusta ja hyväksymistä ikätovereilta, sisaruksilta, vanhemmilta ja opettajilta. Joskus taas hän saa tyydytystä huomatessaan osaavansa tehdä jotain hyvin ja taitavasti.” (Metsämuuronen 1997, 43.) Metsämuuronen on tutkinut myös musiikin harrastajien motiiveja. Motiiveja ovat mm. emotionaalinen nautinto, musiikki itse ja suoritusmotiivi (Metsämuuronen 1997, 44 - 45). Käsityöharrastajien motiiveja ovat käsillä tekeminen, terapeuttisuus, elämäntapa, luovuus, kekseliäisyys. Kieliä harrastavan motiiveina on taas halu saada hyviä arvosanoja, uteliaisuus vierasta kieltä kohtaan, tarkoitus saada hyvä työpaikka, halu osata muutakin kieltä kuin englantia. (Metsämuuronen 1997, 47 - 52.)

Käsitys

Motivoitunut ihminen on valmis toimimaan. Siihen, miten hän toimii, vaikuttaa hänen käsityksensä tilanteesta. Kaksi yhtä motivoituneessa tilassa ja samanaikaisessa tilanteessa olevaa ihmistä voi toimia täysin eri tavalla – heidän käsityksensä tilanteesta ovat tällöin erilaiset. (Kotler 1990, 170.) Esimerkiksi hidaspuheinen opettaja voi jostakin opiskelijasta tuntua laiskalta ja toisesta älykkäältä. Käsitysten vaihtelevuuden lähtökohtana on, että ärsykkeet havaitaan tuntemusten kautta, joita ovat näkö-, kuulo-, haju-, tunto- ja makuaistien informaatiovirrat. Käsitys ei riipu yksinomaan fyysisten ärsykkeiden luonteesta, vaan myös ärsykkeiden suhteesta ympäröivään alueeseen. (Kotler 1990, 170.)

Oppiminen

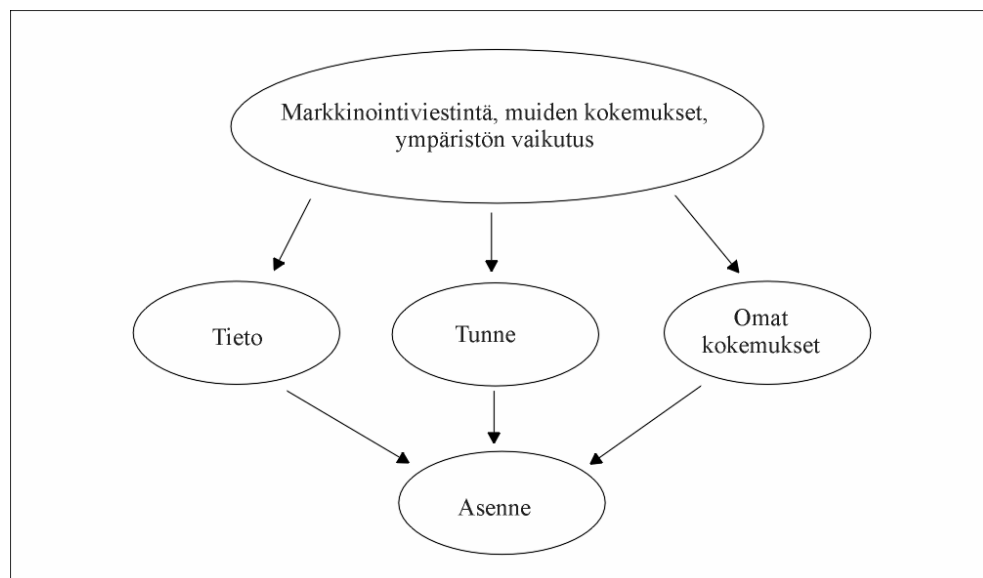
Ihminen oppii toiminnan kautta. Oppiminen kuvastaa yksilön käytöksessä ilmeneviä muutoksia, jotka ovat peräisin kokemuksista. Suurin osa inhimillisestä käyttäytymisestä on opittua. (Kotler 1990, 171.) Oppimista voidaan selittää monella tavalla, esimerkiksi sen perusteella, miten tietoinen yksilö on oppimisestaan. Alinta oppimisen tasoa edustaa ehdollistuminen, jossa yksilö oppii reagoimaan ärsykkeisiin tietyllä tavalla. Mallioppimisessa jäljitetään mallin mukaista käyttäytymistä. Yrityser ehdysoppiminen on tietoisempaa, ja kokemuksen kautta kuluttaja voi oppia ratkaisuja tuoteongelmiinsa. Korkeatasoisessa oppimisessa tarvitaan tietoista orientoitumista. Ostamisessa tämä tarkoittaa eri vaihtoehtojen selvittämistä, tiedonhankintaa ja tietois-

ta ongelmanratkaisua. Tuotteita (palveluja) käytettäessä opitaan näkemään, että tietty tuote (palvelu) ratkaisee tietyn ongelman. (Bergström & Leppänen, 2003, 107.)

Metsämuuronen (1995) jakaa oppimisen omaehtoiseen ja pakonomaiseen oppimiseen. Omaehtoisessa oppimisessa – jota esimerkiksi harrastus on puhtaimmillaan – on kyse siitä, että oppija itse haluaa saada tietoja ja taitoja. Vaikka vakavassa ohjatussa harrastuksessa itse toiminnassa näyttää korostuvan itsekontrolli ja itsehillintä sekä ainakin jonkin asteinen vapauden rajoitus, ei harrastuksesta tule pakonomaista, sillä harrastajan oma mielenkiinto pitää toiminnan omaehtoisena. (Metsämuuronen 1995,17.)

Asenteet

Asenne tarkoittaa ihmisen pysyviä, kognitiivisia eli tietopohjaisia arvioita, tunteita ja toimintapyrkimyksiä jonkin asian, esineen tai ihmisen suhteen. Asenteet voivat olla joko myönteisiä tai kielteisiä ja ne vaikuttavat siihen, miten ihminen suhtautuu huomion kohteena olevaan objektiin. Ihmisillä on omat asenteensa uskontoa, politiikkaa, musiikkia, ruokaa ja lähes kaikkia asioita kohtaan. (Kotler 1990, 172.)



KUVIO 1. Asenteiden syntymiseen vaikuttavat tekijät. (Bergström & Leppänen, 2003, 106.)

Ihmisen arvomaailma näkyy hänen asenteissaan. Tietojen karttuessa yksilö muodostaa omat, subjektiiviset käsityksensä, jotka voivat olla todella pysyviä ja hyvinkin vaikeasti muutettavia. Asenteisiin liittyy tiedollinen, tunneperäinen ja toiminnallinen osate-

kijä. Asenteiden voidaan katsoa syntyvän saadun tiedon, esimerkiksi yrityksen markkinointitoimenpiteiden pohjalta, kokemusten eli tuotteen käytön perusteella sekä ryhmien ja ympäristön vaikutuksesta. Perhe, tuttavat, erilaiset harrastusryhmät, media ja kulttuuri vaikuttavat olennaisesti asennemaailmaan. (Bergström & Leppänen, 2003, 106.)

Asenteiden muuttaminen on haastavaa työtä. Tavoitteenahan on jatkossa muuttaa yksilön käyttäytymistä. Asenteet vaikuttavat käyttäytymiseen ja päinvastoin. Ihmiset oppivat käyttäytymisessä ja se taas vaikuttaa asenteisiin. Toisaalta on väitetty, että asenteet ovat tärkeitä vain, jos ne vaikuttavat käyttäytymiseen. Sosiaaliset paineet ja normit voivat estää asenteiden käyttämistä esimerkiksi työpaikalla. Toisin sanoen vaikka henkilö olisi omilta mielipiteiltään rasisti, ei hän ole sitä toisten nähden työpaikalla. (Arnold ym. 1995, 169.)

4.1.3 Sosiaaliset tekijät

Sosiaaliset tekijät ovat elämäntyyli-tekijöitä. Sosiaalisia tekijöitä tarkasteltaessa tutkitaan kuluttajan toimimista sosiaalisissa ryhmissä sekä näiden ryhmien merkitystä ostajan ostamiseen ja päätöksentekoon. Sosiaalisista tekijöistä käytetään myös nimitystä viiteryhmätekijät. Ostokäyttäytymiseen vaikuttavia sosiaalisia eli viiteryhmätekijöitä ovat mm. perhe, kaveripiiri, idolit, kulttuuri, alakulttuurit, sosiaaliluokka ja työporukka. (Bergström & Leppänen, 2003, 109 - 110.)

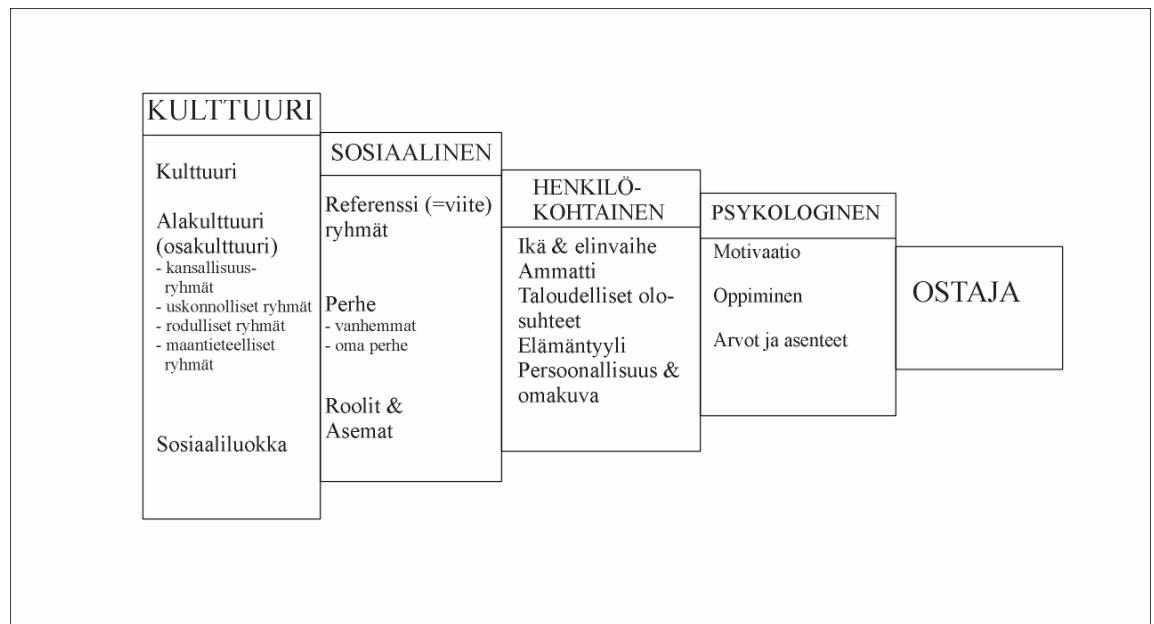
Perhe muodostaa vaikutusvallaltaan suurimman ostajan käyttäytymiseen vaikuttavan viiteryhmän (Kotler 1990, 163). Muiden perheenjäsenten halut, tarpeet ja asenteet vaikuttavat yksilön mielipiteitä muodostettaessa. Riippuu yksilöstä ja yksilön elämäntilanteesta, kuinka vahva on tuo vaikutus. Lapsille perheen mielipiteillä on selvästi vahva merkitys. Toisaalta henkilöllä, joka vastaa taloudesta, saattaa olla vaikutusta mm. siihen, kuinka rahaa käytetään ja miten raha sijoitetaan. (Karhu 1997, 84.)

Perhettä laajempina vaikuttajana on kulttuuri ja sen alakulttuurit. Kulttuuri voidaan ymmärtää hyvin monella eri tavalla. Kulttuurilla voidaan tarkoittaa ihmisen toimintaa ja toiminnan tuotteita. Kulttuuri liitetään usein myös tieteeseen ja taiteeseen, jolloin puhutaan korkeakulttuurista. Sen vastakohta on kansankulttuuri tai populaarikulttuuri. Liike-elämässä taas törmätään yrityskulttuureihin. Kansallisella kulttuurilla tarkoite-

taan esimerkiksi suomalaista kulttuuria eli sitä kulttuuria, joka vaikuttaa yksilön elinympäristössä. Alakulttuurit ovat valtakulttuurin sisällä olevia pienryhmiä, joille on ominaista yhteiset käyttäytymismuodot ja kulutustavat. (Bergström & Leppänen, 2003, 111.) Tällaisia alakulttuureja voi olla mm. kansallisuusryhmät, uskonnolliset ryhmät, rodulliset ryhmät, maantieteelliset ryhmät (Kotler 1990, 160).

Sosiaaliluokat ovat osa kulttuuria (Karhu 1997, 85.) Sosiaaliluokat ovat suhteellisen homogeenisia yhteiskunnan osia. Sosiaaliluokan jäsenillä on samankaltaiset arvot, kiinnostuksen kohteet ja käyttäytymismallit. Sosiaaliluokilla on useita ominaisuuksia. Tiettyyn sosiaaliluokkaan kuuluvat ihmiset käyttäytyvät yleensä yhdenmukaisemmin kuin kahteen eri sosiaaliluokkaan kuuluvat ihmiset. Ihmisten arvostus myöskin määräytyy pitkälle sosiaaliluokan mukaan. Sosiaaliluokka ilmenee monesta eri muuttujasta, kuten ammatista, tuloista, varallisuudesta, koulutuksesta ja arvomaailmasta. Ihmiset voivat myös siirtyä ylempiin tai alempiin sosiaaliluokkiin. (Kotler 1990, 160.)

Ostokäyttäytymiseen vaikuttavia tekijöitä on useita. Parhaimman kuvan antaa Kotlerin (1990, 159) kuvaus:



KUVIO 2. Kuvaus käyttäytymiseen vaikuttavista tekijöistä.

4.1.4 Opiskelun esteet

Aikuisopiskelijan osallistumisen esteitä ovat selvittelleet mm. Lehtonen & Tuomisto (1973), Aho (1980) ja Havén ja Syvänperä (1983). He puhuvat todellisista eli objektiivisista esteistä ja toisaalta asenteellisista sekä kokemukseen pohjautuvista ”oletuista”, subjektiivisista esteistä. Yksilöllisiä syitä voivat olla mm. ikä, vähäinen pohjakoulutus ja väsymys. Asenne-esteet voivat liittyä opetukseen, kuten että opiskelusta ei ole hyötyä, opiskelu on vastenmielistä ja kiinnostuksen puute. Asenteisiin vaikuttavat myös ystävien kokemukset. Aikaan liittyviä osallistumisesteitä voivat olla työ, perhe ja muut harrastukset. Opintomahdollisuuksien tavoitettavuuteen liittyviä esteitä on mm. opiskelumahdollisuuksien etäisyys eli pitkät matkat. Opetustapahtumaan itseensä liittyviä esteitä voi olla myös opetuksen liika vaikeus/helppous, suuret ryhmäkoot, opettajan epämiellyttävyyden, opetustahti tai sopimaton opetuksen taso. (Karhu 1997, 85).

Tutkimusten mukaan eniten osallistumisia ovat vaikeuttaneet aikaan ja tavoitettavuuteen liittyvät esteet. Lisäksi, kuten motiivienkin, on esteiden välillä yhteyttä toisiinsa. Lehtosen ja Tuomiston mukaan osa asenteellisista tekijöistä poistuu, mikäli niihin vaikuttaviin objektiivisiin tekijöihin pystytään vaikuttamaan. (Lehtonen & Tuomisto 1973, 211 –212.) Lisäksi ihmisten harrastuskäyttäytymistä tarkastelleissa tutkimuksissa harrastusten oletetaan kasautuvan siten, että yhdellä toiminnan alueella aktiiviset ihmiset ovat aktiivisia myös muilla alueilla. Tätä kutsutaan ns. harrastusten kasautumishypoteesiksi. (Mäki et. al. 1978, 15 –21).

Metsämuuronen (1997) on löytänyt neljänlaisia oppimista rajaavia tekijöitä: fyysisiä, psyykkisiä, sosiaalisia ja resursseihin liittyviä mahdollisia tekijöitä. Fyysiset, oppimista rajaavat tekijät ovat näkyviä ja ilmeisiä, kun oppijalta puuttuu jokin fyysinen ominaisuus, jota tarvittaisiin tiedon tai taidon hankkimiseen. Psyykkiset, oppimista rajoittavat tekijät ovat vähemmän näkyviä. Tällaiset tekijät ovat subjektiivisia, oppijan itsensä kokemia, tai tiedostamattomia, sisäisiä tekijöitä, jotka rajaavat opiskelemista ja saattavat jopa estää sen kokonaan. Tällaisia ovat esimerkiksi sitoutuminen, sitoutumisen puute, motivaatio ja lahjakkuus. Sosiaaliset, oppimista rajaavat tekijät liittyvät kodin ja läheisten antamiin virikkeisiin ja kimmokkeisiin. Koti ja perhe, sekä lähimmät ystävät tai opettajat, saattavat toisaalta kannustaa hankkimaan tietoa ja taitoja. Erityisesti lasten harrastuksissa vanhemmilla on tärkeä osuus toiminnan rahoittamis-

sa ja harrastusten pariin kuljettamisessa. Toisaalta läheiset saattavat tyrehtyttää syntymässä olevan tai jo syntyneen innostuksen kipinän. Resurssihin liittyvä, oppimista rajaavat tekijät ovat osittain sosiaalisia, osittain ympäristöllisiä seikkoja. Tällaisia tekijöitä ovat mm. aika- ja raharesurssit sekä asuinpaikkakunnalla olevat toimintamahdollisuudet. Mikäli olisi halua harrastaa, mutta ei ole aikaa eikä rahaa tähän, toimivat nämä resurssit oppimista rajoittavina tekijöinä. On kuitenkin huomattava, että oppimista rajoittavat tekijät eivät pysty estämään kaikkein innostuneimpia harrastajia hankkimasta tietoja ja taitoja, mikäli oppimisen halu on valtava. Toisaalta on todettava, että yksikin näistä tekijöistä riittää jossain tapauksissa hävittämään orastavan omaehtoisen oppimisen kasvun. (Metsämuuronen 1997, 23 – 25.)

4.2 Markkinoinnin kilpailukeinot

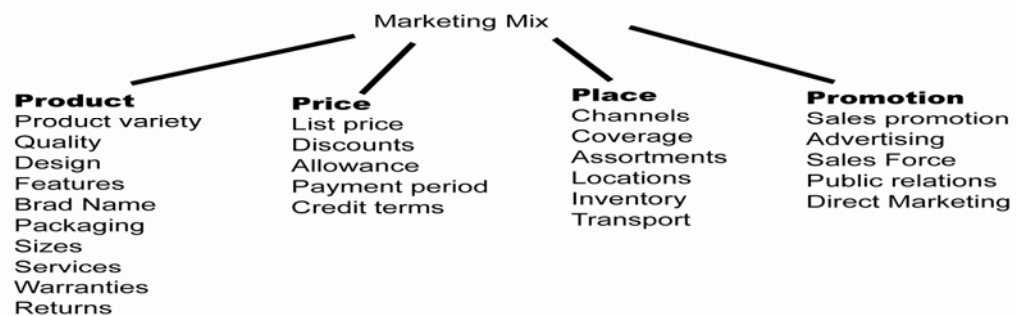
Käytettävissä olevat markkinointikeinot ja -välineet ovat kehittyneet huomasti. Nykyisin markkinoijilla onkin käytettävissään sellainen valintakirjo erilaisia mahdollisuuksia, että oikeiden valintojen tekeminen edellyttää melkoista osaamista. Kun tarkastellaan markkinoinnin toimintamalleja, niin markkinointi vielä nykyäänkin voidaan hyvin usein kiteyttää siten, että sen keskeiseksi tavoitteeksi on asetettu yrityksen tuotteen kaupaksi saaminen. Ajattelun lähtökohtana on tuote, jota eri keinoin tulisi yrittää kaupata. (Rope et al. 1992, 9.)

Markkinointia on ollut aina. Markkinointitarve syntyy siitä, että toisella on halu ostaa ja toisella halu myydä. Markkinoinnissa pätee sanonta ”aika aikaansa kutakin”. Se, mikä on hyvää markkinointia tänään, voi olla huomenna huonoa. Taitava markkinoija oivaltaa, mikä on ajan henki. (Lahtinen et al. 1991, 2.)

Markkinointi on myös keskeinen osa liiketoimintaa ja tärkeä yrityksen menestystekijä. Markkinoinnin avulla mahdollisille ostajille viestitään omista tuotteista ja erotutaan kilpailijoista. Markkinointi ei kuitenkaan ole enää pelkkää mainontaa ja myyntityötä, vaan asiakaslähtöisesti tarkkaan suunniteltu toimintojen kokonaisuus. Markkinointiosaaminen rakentuukin asiakasosaamisen ympärille ja kaikki markkinointi perustuu asiakkaiden ostokäyttäytymisen tuntemiseen ja asiakastarpeiden tyydyttämiseen. (Bergström ja Leppänen 2003, 9.)

Asiakasmarkkinoinnin päätehtävät ovat kysynnän selvittäminen, kysynnän luominen, kysynnän tyydyttäminen ja kysynnän säätely. Näitä tehtäviä varten suunnitellaan markkinoinnin kilpailukeinot, eli se kokonaisuus, jolla yritys lähestyy asiakkaitaan ja muita ulkoisia sidosryhmiä. Yritys rakentaa mahdollisista kilpailukeinosta suunnitelmallisen yhdistelmän, jota kutsutaan myös markkinointimiksiksi. (Bergström ja Leppänen 2003, 9.)

Kirjallisuudessa on useita eri markkinointimix -malleja. Tunnetuin lienee McCarthy'n tuoma työkalu nimeltään 4P-malli. Tämän mallin mukaan yrityksen markkinointimixin osat ovat tuote (product), hinta (price), saatavuus (place) ja markkinointiviestintä (promotion). (Kotler 1996, 92.) Bergström ja Leppänen (2003) ovat täydentäneet 4P-mallia viidennellä P:llä eli henkilöstöllä (personell) (Bergström ja Leppänen 2003, 9). Gummesson (1998) taas on esittänyt perinteiseen markkinointimixiin kuuluvien 4P:n vaihtoehdoksi 30 liike-elämässä vallitsevaa suhdetta nimellä 30R (relationship).



KUVIO 3. Markkinointimixin 4 P:tä. (Kotler 1996, 92).

Tuote – käsitteen alle sisällytetään hyvin usein myös palvelu – käsite. Markkinoinnin kilpailukeinojen ryhmittely on alun perin syntynyt selvittämällä, mitä keinoja tavaroiden markkinoinnissa käytetään. Ylikoski (1998) on esittänyt palvelujen markkinoinnissa tarvittavan myös muita, palvelun luonnetta paremmin vastaavia kilpailukeinoja. Hän on lisännyt tuote – käsitteen alle myös palveluprosessin. Palveluprosessi sisältää varsinaisen palvelun sekä palvelutuotteen toteuttamiseen liittyvät ratkaisut. Markkinointiviestintä – käsitteen alle hän on lisännyt palveluympäristön, eli tilan, missä pal-

velu tapahtuu, sekä vuorovaikutteisen viestinnän palvelutilanteessa. (Ylikoski 1998, 108.) Palvelutilanteessa on läsnä asiakas, henkilöstö sekä muut asiakkaat.

Tässä kehittämistyössä olemme keskittyneet käyttämään McCarthyn luomaa ja Kotlerin käyttämää 4P:n markkinointimixiä. Olemme myös käsitelleet Bergströmin ja Leppäsen kuvaamaa viidettä P, eli henkilöstöä. Tuote – käsitteen rinnalla ja synonyyminä käsittelemme myös palvelua.

4.2.1 Tuote ja palvelu kilpailukeinona

Tuote käsitteenä on laaja. Bergström ja Leppänen (2003) määrittelevät tuotteen olevan markkinoitava hyödyke, jota tarjotaan markkinoille arvioitavaksi, ostettavaksi ja/tai kulutettavaksi niin, että asiakkaiden tarpeet, odotukset ja mielihalut tyydytetään. (Bergström ja Leppänen 2003, 9.) Tämän mukaan tuote ei ole pelkästään fyysinen tuote, vaan siihen liittyy muutakin. Ropen (2000) mielestä tuote markkinoitavana seikkana ei ole niin sanottu tuotannon suorittama tuote. Se on kokonaisuus, minkälaisena tuote asiakkaalle näkyy ja minkälaisena asiakas sen ostaa. Ropen mielestä oikein ymmärrettynä tuote tarkoittaa kaupattavaa hyödykettä, jossa tuote-käsite avautuu monipuolisena. Se voi olla palvelu tai tavara, myymälä tai aate, taidetapahtuma tai henkilöesiintyjä. Tuote-käsite on vain kattonimi kaikille niille asioille, jotka ovat kaupan. Rope ehdottaakin, että tuote-käsitteen laaja-alaisuuden myötä voitaisiin puhua palvelutuotteesta, tavaratuotteesta, toimipaikkatuotteesta, taidetuotteesta ja henkilötuotteesta. (Rope 2000, 208 – 209.)

Tuote-käsitteen alle kuuluu myös tuotteistaminen. Tuotteistaminen tarkoittaa tuotekehityksessä kaikkia niitä toimenpiteitä, joilla tuoteaihiosta (tai palveluaihiosta) saadaan markkinoitava tuote (tai palvelu). (Bergström ja Leppänen 2003, 182.) Tuotteistus liittyy aina tuotteen sisällön konkretisoimiseen. Tarjontapaketissa tuotteen sisältö määritellään niin, että asiakas tietää, mitä tuotteeseen kuuluu eli mitä hän ostaessaan saa ja mistä maksaa. Tuotteistus voidaankin ajatella tuote-elementtien vakioimiseksi ja siten sisällön toiminnalliseksi määrittelemiseksi. Tämän vakioimisen näkökulmasta voidaan tuotteita luokitella vakiointitasojen mukaisesti seuraavasti:

1. Uniikki eli vakioimaton tuote, jolloin jokainen tuote tehdään ainutkertaisena ilman, että on tarkoituskaan tehdä vastaavaa toista samanlaista. Uniikkituottei-

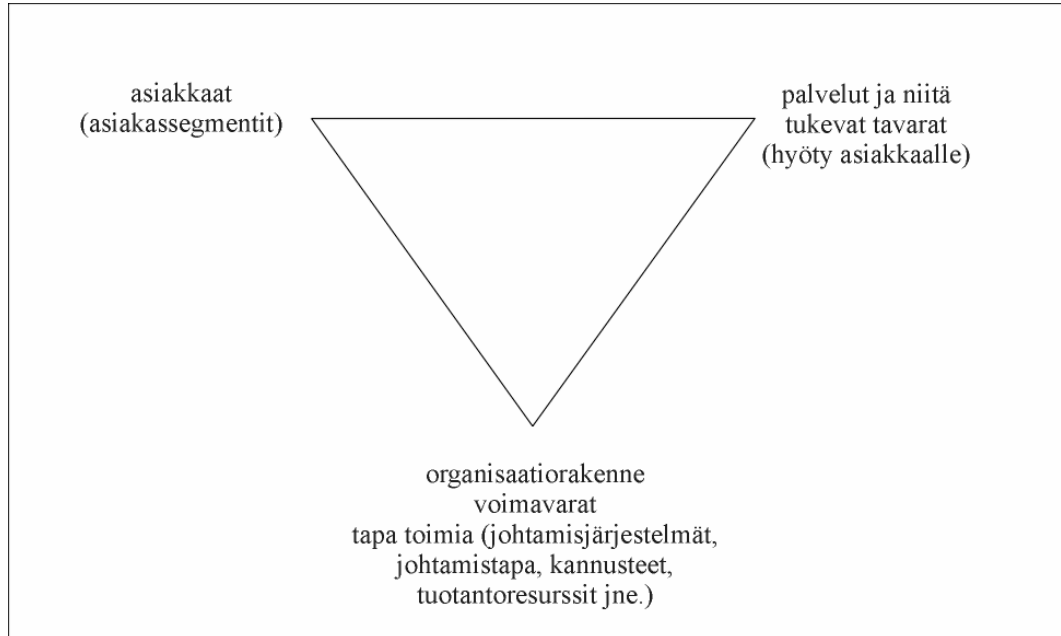
ta ovat esimerkiksi yksin kappalein toteutettu boutique-vaate tai ainutkertaiseen tilaisuuteen tehty esitelmä.

2. Räätelöity tuote, jossa on vakioitu vain perusosiot, joista tuote koostuu, mutta itse tuote tehdään aina asiakkaan tilanteen mukaisesti. Esimerkkinä tästä ovat vaatturin tekemät kaavat ja puku, joka asiakkaan toiveen mukaisesti räätälöidään hänelle sopivaksi. Toinen esimerkki on koulutustuote, jossa koulutustuotteen moduuleista niitä muokaten rakennetaan tuote aina asiakaskohtaisesti.
3. Sovellettu tuote, jossa suurin osa tuotteesta on valikoitu siten, että tuotetta vain sovelletaan asiakaskohtaisesti. Sovelletussa tuotteessa valmis kaupasta myyty vaate korjataan asiakkaan mittoihin istuvaksi. Koulutustuotteessa tämä tarkoittaa valmiin tuotteen asiakaskohtaista soveltamista.
4. Pakettituote, josta käytetään nimitystä hyllytuote, jolloin kaikki tuotteessa on vakioitu. Vaatteessa tämä tarkoittaa täydellistä sarjatuotantovaatetta ja koulutuksessa koulutussisältöä, joka toteutetaan aina yhtäläisenä eri tilanteissa. (Rope 2000, 214 – 215.)

Palvelut ovat aineettomia. Gröönroos (1998, 51) on maininnut, että palvelut ovat jotain, mitä voi ostaa ja myydä, mutta mitä ei voi pudottaa varpailleen. Usein palveluihin kuitenkin liittyy jotain tavaraa, kuten edellä on kuvattu. Palvelu laaja-alaisemmin voidaankin määritellä toiminnaksi tai suoritukseksi, jossa asiakkaalle tarjotaan jotain aineetonta ja jossa omistusoikeus ei siirry. (Ylikoski 1998, 14.) Yhä suurempi osa kaupatuista hyödykkeistä on siis palveluiksi luonnehdittuja. Palvelutuotteella tarkoitetaan tällöin sellaista tuotetta, jossa ostetaan jotain tekemistä (esimerkiksi mainostyö) tai joka on muutoin aineettomaksi katsottavaa (esimerkiksi ravintolapalvelut). Palvelutuote ei tarkoita sitä, että tavaratuotteissa ei olisi palvelua tai että palvelutuotteessa ei olisi fyysisiä elementtejä. (Rope 2000, 208 – 209.) Esimerkiksi ravintolassa ruoka on fyysinen elementti ja tarjoilijan työ on palveluelementti.

Palvelutuote tarvitsee taakseen palveluajatuksen. Palveluajatus eli palveluorganisaation liikeidea ilmaisee, mitä tietyn asiakasryhmän tarpeita palveluorganisaatio haluaa tyydyttää sekä millä resursseilla ja miten tämä toteutetaan. Palveluajatus sisältää päättöksen siitä, mitä asiakkaan tavoittelemlia hyötyjä organisaatio tarjoaa, mitkä ovat

hyödyn tarjoamisen mahdollistavat palvelun ominaisuudet, miten palvelu tuotetaan ja miten asiakas sen saa. (Ylikoski 1998, 110.) Jahnukainen, Junnelius ja Sonkin ovat kuvanneet palveluajatuksen osat seuraavasti:



KUVIO 4. Palveluajatuksen osat. Mukaellen Janhukainen, Junnelius ja Sonkin (1998, 16).

Palveluajatus elää yhteiskunnallisten muutosten ja kilpailutilanteen mukana. Myös asiakkaiden tarpeet saattavat muuttua. Organisaation tulisikin pyrkiä tunnistamaan ne muutokset, joihin sen on kilpailukykyensä säilyttääkseen syytä reagoida. (Ylikoski 1998, 114.)

Tuotteessa, niin kuin myös palvelussa puhutaan tuotteen kerroksellisuudesta. Kotler (1990, 403) puhuu tuotteen kolmikerroksisuudesta. Ensimmäisessä kerroksessa on ydintuote/palvelu. Ydintasolla tuote/palvelun pitää vastata kysymykseen ”Mitä asiakas pohjimmiltaan ostaa?” Toisessa kerroksessa on lisäpalvelut, kuten palvelun saavutettavuus, laatu, palvelun käytön sujuvuus sekä palveluun liittyvät tavarat ja materiaalit. Ylimmässä kerroksessa ovat mm. palvelujen räätälöinti, brändi, sekä kanta-asiakasedut.

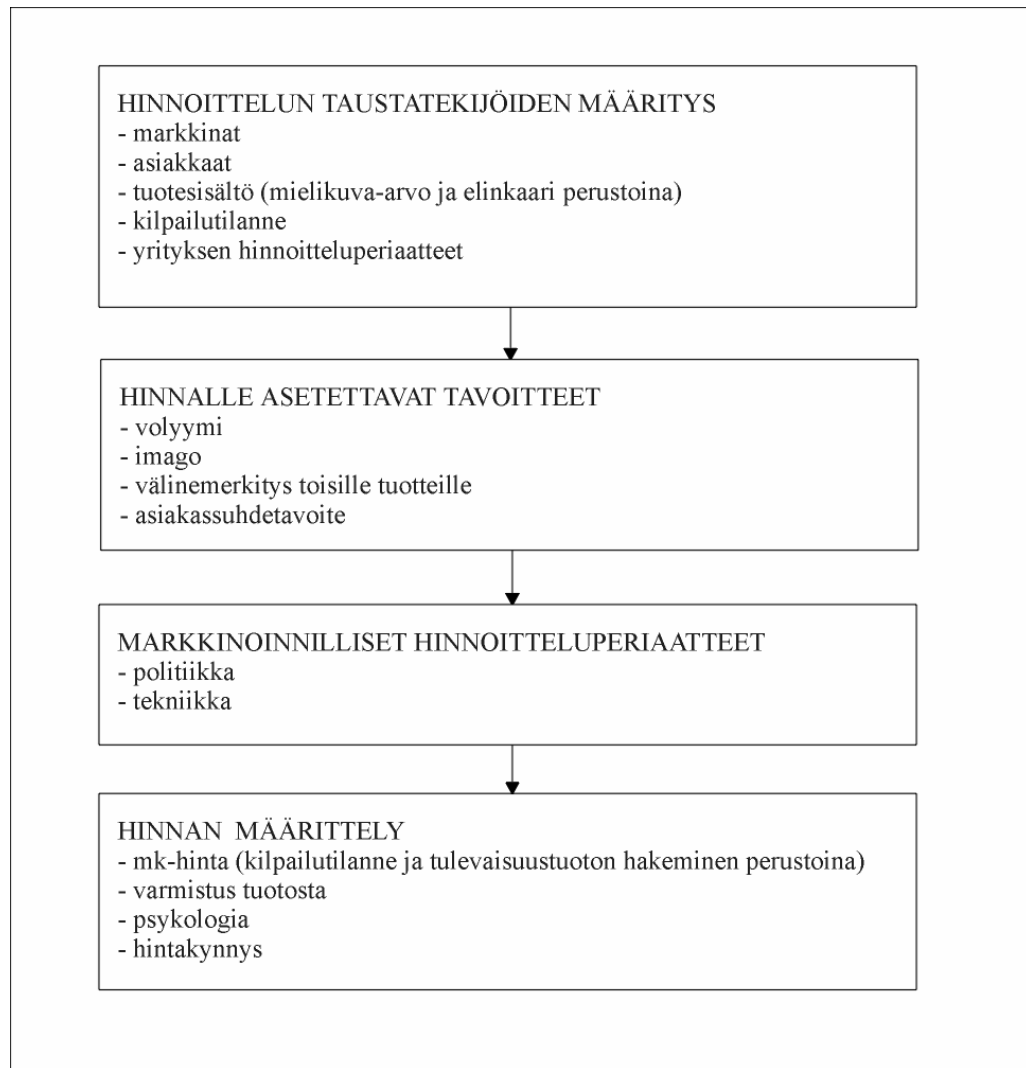
Koska kansalaisopiston tarjoamissa koulutuksissa yhdistyvät sekä palvelu että tuote, olemme valinneet **palvelutuotannon** ensimmäiseksi kilpailukeinoksi.

4.2.2 Hinta kilpailukeinona

Hinta on tuotteiden ja tarjoaman ohella tärkeä kilpailukeino. Kautta historian hinta on ollut ostajan lopulliseen päätökseen eniten vaikuttavia tekijöitä. Hinta on markkinointimixin osa-alueista ainoa, joka tuottaa rahaa yrityksen kassaan. Kaikki muut osa-alueet saavat aikaan vain kustannuksia. (Kotler 1996, 494).

Hinta on tuotteen arvon mittari ja muodostaja. Hinta osoittaa asiakkaalle tuotteen arvon. Hinta on myös kilpailuun vaikuttava tekijä. Jos tuotteen hinta on korkea, se saattaa rajoittaa tuotteen myyntiä. Jos tuotteen hinta on puolestaan matala, se saattaa ehkäistä toisen yrityksen tulon samoille markkinoille, jos ne eivät pysty yhtä edulliseen hintatasoon. Hinta on myös kannattavuuteen vaikuttava tekijä. Hinta vaikuttaa myynnin määrään ja tuottoihin. Hintaa nostamalla parannetaan kannattavuutta, jos lisähinta ei ehkäise tuotteen menekkiä. Jos hinta on alhainen, myynnin määrä voi kasvaa, mutta kannattavuus voi huonontua. Hintapäätöksissä onkin huomioitava hinnan vaikutus sekä myyntimäärään, että tuottoihin. Hinta on vielä tuotteen asemointiin vaikuttava tekijä. Hinnan tulee olla kohderyhmälle sopiva. Sekä liian alhainen että liian korkea hinta voivat rajoittaa tuotteen menekkiä. Eri kohderyhmille saattaa sopia hyvin erilainen hintataso, vaikka kyse on samasta tuotteesta. (Bergström ja Leppänen 2003, 213 - 214.)

Rope (2000, 226) kuvaa hinnoittelun toteutuksen prosessimallina. Hinnoitteluprosessin ensimmäisessä vaiheessa on pidettävä huolta, että organisaation kaikki tuotteet/palvelut ovat hinnoittelullisesti linjassa keskenään. On myös muistettava, että markkinoiden koko, luonne ja kehittyneisyys tuottavat perustat markkinoiden hintatason määrittelylle. Kilpailutilanne ja kilpailijat vaikuttavat siihen, kuinka paljon ja miten kilpailijakunta tulee hintaratkaisuja tehtäessä huomioida. Hinnoittelupäätöksille antaa mahdollisuuden myös tuotteen mielikuva. Erilaiset kohderyhmät hyväksyvät erilaiset hintatasot, joten segmenttien määrittäminen omalta osaltaan vaikuttaa siihen hintahaarukkaan, mikä tuotteelle on mahdollinen.



KUVIO 5. Hinnoitteluprosessin vaiheet.

Kuvion toisen vaiheen tavoitteet määrittelevät perustat. Volyymitavoite riippuu yrityksen kapasiteetista, imago tavoite vaikuttaa hintaratkaisuun ja laatuun, välinemerkitys niissä tilanteissa, joihin liittyy varaosia, asiakassuhdetavoite näkyy mm kanta-asiakkuuksissa.

Kolmannessa vaiheessa tapahtuu varsinaiset hinnoittelupäätökset. Hinnoittelupolitiikassa yritys suhteuttaa oman hintatason kilpaileviin tuotteisiin sekä käyttää hinta-laatu – asteikkoa hyväkseen. Hinnoittelutekniikassa yrityksellä on kolme perusvaihtoehtoa käytettävään:

1. Kokonais- eli pakettihinnoittelu
2. Ydintuotehinta + lisät erikseen hinnoiteltuna
3. Täysin pilkottu hinnoittelu

Neljännessä vaiheessa määritellään yksittäiset tuotehinnat. Katteiden on oltava oikeat, koska sieltä tulee yrityksen tulos. Yksittäiset tuotehinnat muokataan lopuksi psykologisella hinnoittelulla. Hinta asetetaan jonkun hintaluokan alle. Hintakynnykset liittyvät hinta-asemointiin. Esimerkiksi autot voidaan asemoida eri hintaluokkiin. Tämän prosessin jälkeen voidaan hinnalla vielä operoida alennusten ja maksuehtojen avulla. (Rope 2000, 225 – 245.)

Mitä enemmän palvelu on aineeton, sitä enemmän sen hinnoitteluun vaikuttaa kuluttajien näkemys palvelun arvosta. Mitä enemmän palveluun taas sisältyy aineellisia osia, sitä enemmän hinta perustuu kustannuksiin. Hyvin aineettomien palvelujen kohdalla kustannusten määrittäminen on ongelmallista; miten hinnoitella esimerkiksi kokeneen asiantuntijan tietotaito ja asiakkaan tästä saama arvo. (Ylikoski 1998, 153 – 153.)

Anttila ja Iltanen (2001) huomauttavat, että on vaikea sanoa mitään yleispätevää palvelujen hinnoittelumenetelmistä, koska erot ovat niin suuret eri palvelualojen, isojen ja pienten yritysten, yksityisten yritysten ja julkisten laitosten välillä. Tapana ei olekaan puhua palvelujen hinnoista, vaan tariffeista, taksoista, vuokrasta, palkkioista, maksuista, rojalteista jne. Anttilan ja Iltasen mielestä hinnoista keskusteltaessa pitäisi puhua rahallisten kustannusten eli uhrausten lisäksi myös ei-rahallisista kustannuksista, joita asiakas ”maksaa” tuotteesta tai palvelusta. Aina löytyy esimerkiksi asiakastyyppejä, jotka on valmis maksamaan enemmän palvelusta päästäkseen tekemisen vaihasta tai jonotuksesta ja säästääkseen niukkaa aikaansa. Tällaisia ei-rahallisia kustannuksia eli uhrauksia ovat esimerkiksi

- 1) aika (jonotus)
- 2) ponnistelut (matka, terveys)
- 3) psyykkiset esteet (kärsimättömyys)

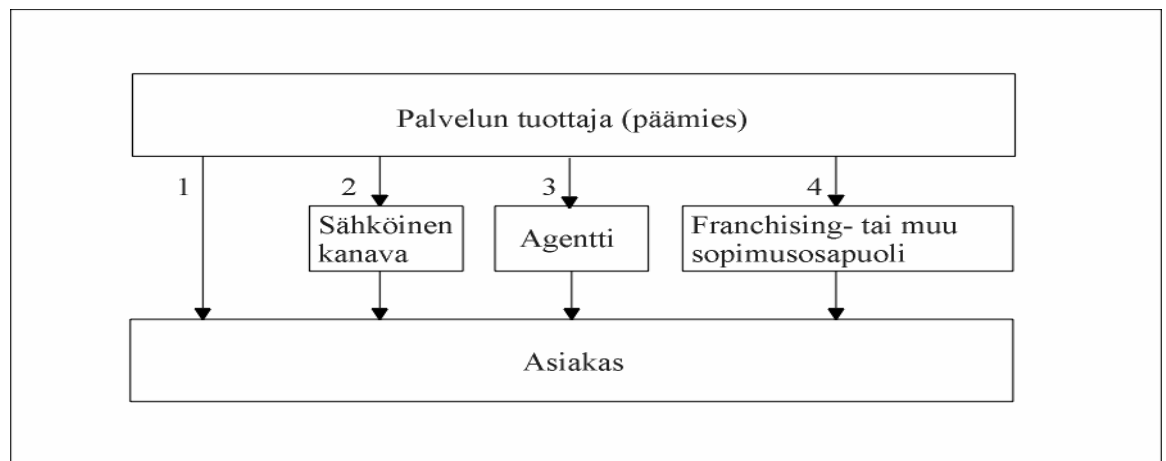
- 4) sosiaalinen riski (riski tulla nähdyksi viiteryhmäänsä, perheeseensä, ammat-
tiinsa tms. nähen väärässä paikassa ja seurassa)

Jos tällaiset lisäkustannukset otetaan huomioon, saadaan palvelujen hinnoittelumene-
telmiä koskevaan keskusteluun selvästi laajempi näkökulma. (Anttila ja Iltanen 2001,
198 – 199.)

4.2.3 Saatavuus kilpailukeinona

Saatavuudella varmistetaan, että tuote on asiakkaiden ulottuvilla niin, että ostaminen
on helppoa ja että yrityksen liiketoiminnalle ja markkinoinnille asetetut tavoitteet to-
teutuvat. (Bergström ja Leppänen 2003, 234). Monet palvelut ovat sidottuja tiettyyn
paikkaan ja tiettyyn henkilöön. Palveluja ei näin voi tuottaa siellä, missä tuotanto olisi
edullisinta ja siirtää sitten sinne, missä kysyntää olisi eniten. (Palmer 1994, 214.)

Kuviossa 6 on esitetty palvelun jakelutievaihtoehdot. Palvelujen jakelutiet ovat tava-
roihin verrattuna yksinkertaisia ja lyhyitä. Jakelutien pituudella tarkoitetaan välipor-
taiden määrää tuottajan ja kuluttajan välillä. Palvelujen jakelutie on yleensä yksipor-
tainen.



KUVIO 6. Palvelun jakelutiet. Ylikoski 1998, 136.

Ensimmäinen nuoli kuvaa tilannetta, jossa palvelun tuottaja eli päämies on suoraan
yhteydessä asiakkaisiinsa. Tällöin joko asiakas tulee palvelun tuottajan luo tai tuottaja
menee asiakkaan luo. Yhteys asiakkaaseen voidaan toteuttaa myös sähköisiä kanavia
käyttäen (nuoli 2). Sähköinen kanava voi välittää palvelun varauksia tai kanavaa

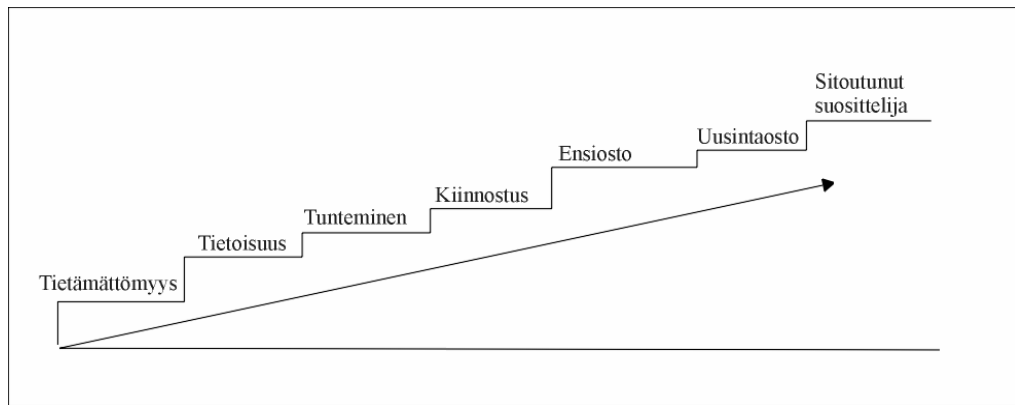
käyttäen asiakkaalle tuotetaan ydinpalvelu. Sähköinen kanava toimii myös viestintävälineenä. Välikädet (nuolet 3 ja 4) vähentävät suoria yhteydenottoja palvelun tuottajaan ja lisäävät jakelun tehokkuutta. Ne tekevät myös ostamisen asiakkaalle helpommaksi. (Ylikoski 1998, 137 - 138.)

Myös palveluorganisaation sijaintiakin tulisi tarkastella asiakkaan näkökulmasta. Palvelujen luonteesta riippuu, onko palvelujen saavutettavuuden kannalta olennaista, että tuottaja sijaitsee lähellä asiakasta vai onko sijaintipaikka asiakkaan kannalta yhdentekevä. Palvelun tuottajan sijaintipaikalla ei ole merkitystä silloin, kun palvelun toimitaminen asiakkaalle tapahtuu sähköisten kanavien kautta. Palvelu voidaan yhtä helposti toimittaa lähelle tai kauas. (Ylikoski 1998, 140 - 141.)

4.2.4 Markkinointiviestintä

Puhuttaessa markkinoinnista ajatus suuntautuu useimmiten viestintään. Markkinointi nähdään usein juuri viestintänä, jota tehdään yrityksestä ulospäin. Tämän ajatuksen mukaan juuri mikään muu kuin viestintä ei markkinointia olisikaan. (Rope 2000, 277.) Markkinointiviestintä tekee yrityksen ja sen tarjooman näkyväksi, joten viestinnällä on suuri merkitys niin mielikuvan luomisessa kuin ostojen aikaansaamisessa. Markkinointiviestinnän avulla luodaan tunnettuutta ja yrityskuvaa, annetaan tietoa tuotteista, hinnoista ja ostopaikoista sekä pyritään vaikuttamaan kysyntään. (Bergström & Leppänen 2003, 273.) Markkinointiviestinnällä tarkoitetaan mainontaa, henkilökohtaista myyntityötä, myynninedistämistä, suoramarkkinointia ja suhdetoimintaa. Palveluorganisaatioiden kohdalla luetteloon voidaan lisätä vielä asiakaspalvelu, asiakkaalle jaettava ohjelmamateriaali ja yritysilme. (Ylikoski 1998, 154.)

Viestinnän tavoitteita voidaan tarkastella montaa kautta. Tunnetuimmat lienevät AIDA (lyhenne sanoista Attention, Interest, Desire, Action) , AIDASS (lyhenne muuten sama, mutta loppuun on lisätty Satisfaction ja Service) ja DAGMAR (Defining Advertising Goals for Measured Results) –porrasmallit. Mallien käytön perusajatuksena on, että kullekin portaalle asetetaan tavoitteet ja mietitään keinot, kuinka tavoitteisiin päästään. (Bergström & Leppänen 2003, 275.)



KUVIO 7. Dagmar-porrasmalli. (Rope 2000, 280)

Kuvion mukaisesti kommunikaation hierarkiamalleja soveltaen markkinointiviestinnän tulee aikaansaada seuraavat vaikutukset:

1. Tietoisuusvaikutus, jolloin tuote (palvelu) tiedetään nimeltä.
2. Tuntemisvaikutus, jolloin kohderyhmä tuntee tuotteen (palvelun) ominaisuuksia.
3. Asennevaikutus, jolloin tuotteeseen (palveluun) saadaan kytkettyä positiivisia mielikuvia ja herätetään kiinnostus sekä kokeiluhalu tuotetta (palvelua) kohtaan.
4. Kokeiluvaikutus, jossa kohderyhmään kuuluva pyritään saamaan ensimmäisen kerran kokeilemaan tuotetta (palvelua).
5. Uusintaosto tyytyväisyyden kautta.
6. Sitoutunut suosittelijasuhde, jossa asiakas on henkisesti sitoutunut käyttämään yrityksen tuotteita (palveluja) ja suosittelee niitä mielellään muillekin. (Rope 2000, 280.)

Mainonta

Kohtaamme mainontaa monessa paikassa ja monen eri kanavan kautta. On erittäin vaikea välttyä altistumasta mainonnalle. Mainonta onkin näkyvin ja julkisin

markkinointiviestinnän muoto. Mainonta on maksettua, samanaikaisesti suurelle kohderyhmälle suunnattua persoonatonta viestintää, jota mainonnan maksajaksi tunnustettava organisaatio välittää erilaisten joukkoviestinten tai muiden kanavien välityksellä. (Vuokko 2003, 193.)

Markkinointiviestinnässä on tärkeätä löytää ne mainonnan muodot ja mainosvälineet, jotka parhaiten tavoittavat halutun kohderyhmän. Mainonnan muotoja ovat mediamainonta (ilmoittelu sanoma- ja aikakauslehdissä, televisiomainonta, elokuvamainonta, radiomainonta, ulko- ja liikennemainonta, verkkomainonta), suoramainonta (osoitteellinen/osoitteeton) sekä muu mainonta (toimipaikkamainonta, mainonta hakemistoissa ja luetteloissa, messuilla tapahtuva mainonta, mainonta tilaisuuksissa ja tapahtumissa, sponsorointiin liittyvä mainonta, mainoslahjat). Tavallisempaa on, että viestintäkeinoista muodostetaan monta kanavaa käyttävä kokonaisuus. Yritys valitsee kuitenkin yhden tai kaksi päämediaa, joita täydennetään muilla viestintämuodoilla kohderyhmän ja tilanteen mukaan. (Bergström & Leppänen 2003, 281.)

Myyntityö

Palvelujen kohdalla henkilökohtainen myyntityö voi tapahtua joko ennen palvelua tai palveluprosessin aikana. Myyntityön tavoitteena on asiakkaiden hankkiminen, asiakassuhteiden luominen ja niiden jatkuvuudesta huolehtiminen. Myyntityön etuna massaviestintään on se, että sanoma voidaan räätälöidä kulloiseenkin tilanteeseen sopivaksi. Etuna on myös se, että keskustelussa asiakkaan kanssa saadaan tuntuma asiakkaan ostohalukkuudesta. (Ylikoski 1998, 158.)

Myyntityö sisältää monenlaisia tehtäväalueita. Se, millaista myyntityötä myyjä tekee, millaiselle asiakaskunnalle ja millaisessa tilanteessa, vaikuttaa siihen, mitä kaikkea myyjän omaan työhön kuuluu. Mutta olipa kyse millaisesta myyntityöstä tahansa, myyntityöhön kuuluu kahdentyyppisiä tehtäviä: varsinaiset myyntitehtävät ja myyntityötä tukevat tehtävät. Varsinaiisiin myyntitehtäviin kuuluvat puhelut, myyntikäynnit, myyntiesittelyt, kokoukset, neuvottelut, asiakkaiden kartoitus, asiakkaiden hankinnan ja myyntitilanteiden valmistelu. Myyntityötä tukevat tehtävät ovat mm. asiakkaiden neuvontaa, koulutusta, jatkuvan tiedon hankintaa ja tuotekehittelyä. (Vuokko 2003, 175 - 176.)

Myynti- ja asiakaspalveluhenkilöstö toimii usein monimutkaisissa vuorovaikutussuhteissa, joiden perusasetelmana on kahdenvälinen asiakaskontakti. Hyvältä myyjältä vaaditaankin soveliaita ominaisuuksia, jotta hän voisi onnistua tehtävässään. Myyntihenkilön tulee osata luoda myönteinen suhde asiakkaaseen löytämällä yhteinen kohtaamistaso tämän kanssa. Myyjän tulee osata kuvailla asiakkaalle asiantuntevasti tuotteen ominaisuuksia ja niiden tuottamia etuja, sekä osattava esittää sanottavansa niin, että asiakas vakuuttuu valinnastaan. Näistä peruslähtökohdista myyjälle viriää kolmentasoisia tavoitteita, joita ovat hyvä esiintymistaito, empatia, joustavuus sekä tavoitteisuus. (Anttila & Iltanen 2001, 255.)

Myynnin jälkeinen toimituksen sujuvuus ja asiakkaan tyytyväisyyden varmistus tulee pitää osana myyntiprosessia. Tätä kaupankäynnin viimeistä vaihetta voidaan nimittää jälkihoitovaiheeksi eli asiakastyytyväisyyden varmistusvaiheeksi. Asiakastyytyväisyyden varmistusvaiheen voidaan katsoa koostuvan kahdesta osiosta: toimituksen toimivuuden varmistuksesta ja asiakkaan kokeman tyytyväisyyden varmistuksesta. (Rope 2000, 405.)

Myynninedistäminen

Myynninedistämisen eli SP:n (Sales Promotion) tehtävä on kannustaa ostajia ostamaan ja myyjiä myymään tiettyä tuotetta tai palvelua. Myynninedistäminen kohdistetaan siis sekä lopullisiin ostajiin, että jakelutien jäseniin. Myynninedistämisen tavoitteena on saada uusia kokeilijoita sekä vahvistaa nykyisten asiakkaiden uskollisuutta ja saada heidät ostamaan enemmän. (Bergström & Leppänen 2003, 390.) Keskeisiä menekinedistämismuotoja Ropen (2000, 366) mukaan ovat:

- markkinointikilpailut (kuluttaja- ja myyjäkilpailut)
- näytemarkkinointi
- kylkiäismarkkinointi
- product placement (=tuotesijoittelu)
- sponsorointi

- tapahtumamarkkinointi
- messut.

Myös palvelujen markkinoinnissa menekinedistämiskeinojen käyttö on kasvussa. Palvelujen menekinedistämisessä voidaan asiakkaan käyttäytymiseen vaikuttaa myös lupaamalla etuja tulevaisuudessa. Asiakasuskollisuutta kasvatetaan kanta-asiakasohjelmilla, joihin kuuluvat asiakkaat saavat erilaisia lisäetuja. (Ylikoski 1998, 161.)

Tiedotus- ja suhdetoiminta

Neljäs markkinointiviestinnän keino mainonnan, myyntityön ja myynninedistämisen rinnalla on tiedotus- ja suhdetoiminta eli PR (Public Relations). Sen tavoitteena on tiedon ja myönteisen suhtautumisen lisääminen sekä suhteiden luominen ja ylläpitäminen sidosryhmiin. PR:ää tarvitaan sekä yrityksen sisällä että yrityksestä ulospäin. Sisäisen tiedotus- ja suhdetoiminnan kohteena ovat oman henkilökunnan lisäksi yrityksen omistajat, hallintoelimet, eläkkeelle jääneet työntekijät ja henkilöstön omaiset. Ulkoisen tiedotus- ja suhdetoiminnan kohteena ovat erityisesti julkiset tiedotusvälineet, yhteistyökumppanit, rahoittajat ja viranomaiset. PR:n tavoitteena ei ole välitön taloudellinen tulos, vaan pitkäaikainen suhtautumisen muutos. (Bergström & Leppänen 2003, 400.)

Suullinen tiedottaminen on tehokkaimpia viestintäkeinoja. Sen etuna on etenkin nopea, heti saatava palaute. Erityisesti suostuttelussa ja asennemuutokseen tähtäävässä viestinnässä henkilökohtainen vaikuttaminen on tehokkain kanava. Sisäisen suhde- ja tiedotustoiminnan muotoja ovat

- henkilökohtainen keskustelu
- pienryhmätiedotus
- osastokokoukset
- kyselytunnit

- yhteistyöelinten kokoukset
- koulutus, myös viestintäkoulutus
- kannusteet
- harrastustoiminta
- huomionosoitukset juhlapäivinä
- henkilökunnan juhlat.

Vaikka suullinen tiedottaminen on nopeaa ja tehokasta, kaikkea ei voi viestittää suullisesti. Kirjallista tiedottamista tapahtuu mm. erilaisten sisäisten lehtien avulla, sähköpostitse, pöytäkirjojen avulla sekä tiedotteiden avulla. (Anttila & Iltanen 2001, 322 - 323.) Ulkoiseen markkinoinnilliseen tiedottamiseen puolestaan kuuluvat kaikki yrityksestä ulospäin suunnatut viestintätoimet, joita ei voi mainostoimiksi lukea. Tällaisia ovat asiakaslehdet, vuosikertomukset, osavuosikatsaukset ja lehdistötiedotteet. (Rope 2000, 362.)

Henkilöstö ja palvelu kilpailukeinona

Menestys asiakasmarkkinoinnissa perustuu henkilöstön osaamiseen ja motivaatioon, minkä vuoksi yrityksen on panostettava sisäiseen markkinointiin. Osaava henkilöstö on avainasemassa palveluja markkinoivassa yrityksessä, koska ihmiset tuottavat palvelut. Henkilöstön viihtyminen, osaaminen ja motivaatio edesauttavat uusien ideoiden syntymistä. Työssään viihtyvät ihmiset tekevät omaa työtään ja koko yritystä koskevia parannusehdotuksia sekä osaavat kuunnella asiakkaiden mielipiteitä ja kehittämisehdotuksia. Henkilöstön vaihtuvuus vähenee, eikä yrityksen tarvitse jatkuvasti etsiä uusia työntekijöitä. Tämän seurauksena asiakkaat ja yhteistyökumppanit saavat parempaa palvelua, asiakkaat ovat tyytyväisempiä ja uskollisempia ja suosittelevat yrityksen tuotteita muillekin. Näin yritys lisää myyntiä ja kannattavuutta. (Bergström & Leppänen 2003, 151 - 152.)

5 ASIAKASKYSELYN TULOKSET

Ottaen huomioon tutkittujen asioiden laajuuden tässä raportissa emme esittele kaikkia saatuja tuloksia yksityiskohtaisesti, vaan ne on aiemmin raportoitu erikseen Keski-Karjalan kansalaisopistolle. Tässä kohdassa esitämme tulokset tutkimusongelmien mukaisesti aihealueittain.

5.1 Asiakaskyselyn taustamuuttajat

Toteutimme tämän tutkimuksen asiakaskyselyn postikyselynä. Lukuvuoden 2005 - 2006 opiskelijoista otetun otannan mukaan, lähetimme kyselyn 213 henkilölle. Rajasimme otannan koskemaan yli 15 -vuotta täyttäneisiin opiston opiskelijoihin. Vastausprosentti oli 45,1 %, eli vastanneita oli 98 kappaletta. Palautetuista vastauslomakkeista hylkäsimme kaksi kappaletta, koska ne olivat puutteellisesti täytettyjä.

5.1.1 Kotikunta

Vastaajista 89 % oli kiteeläisiä ja 5 % rääkyläläisiä. Muita vastaajien kotikuntia olivat Kerimäki, Kesälahti sekä Tohmajärvi.

1. Kotikunta

	N	%
Kitee	85	89 %
Rääkylä	5	5 %
Joku muu, mikä?	6	6 %
Yhteensä	96	100 %

TAULUKKO 2. Vastaajien kotikunta.

5.1.2 Sukupuolijakauma

Vastaajien sukupuolijakauma oli seuraavanlainen; naisia 81 kpl ja miehiä 13 kpl. Ero johtuu siitä, ettemme halunneet tasapuolisen sukupuoliotannon vääristävän oikeata suhdetta. Päätös johtuu siitä, että etukäteen tiesimme kansalaisopiston asiakkaista suurimman osa olevan naisia.

2. Sukupuoli

		N	%
Nainen		81	86 %
Mies		13	14 %
	Yhteensä	94	100 %

TAULUKKO 3. Vastaajien sukupuoli.

5.1.3 Ikäjakauma

Kyselyyn vastanneista ikänsä ilmoitti viittä vastaajaa lukuunottamatta kaikki. Luokitelimme iän tämän raportin taulukossa kuuteen ryhmään. Opiston suurin vastaajien ikäryhmä oli 55 - 64 -vuotiaat (29,7 %).

Ikäluokka	Keski-Karjalan kansalaisopisto
15 - 24	4,3 %
25 - 34	6,6 %
35 - 44	15,4 %
45 - 54	24,2 %
55 - 64	29,7 %
65 -	19,8 %

Nuorin vastaaja oli 17 -vuotias, Vanhin vastaaja oli 84 -vuotias

TAULUKKO 4. Vastaajien ikäjakaumat.

5.1.4 Pohja- ja ammatillinen koulutus

Kansa- tai kansalaiskoulun käyneitä oli opiston asiakkaista 40 % (n=38). Vastaavasti peruskoulun tai keskikoulun käyneiden määrä oli 36 % (n=35). Lukion käyneitä oli 24 % (n= 23).

Vastaajista ilman ammatillista koulutusta oli 39 % (n=37). Ammattikoulutuksen on käynyt 20 % (n=19) ja opistotason koulutuksen on saanut 26 % (n =25). Ammattikorke- tai akateemisen koulutustaustan omaa 15 % (n=15).

5.1.5 Sosioekonominen asema

Tutkimuksessa halusimme myös selvittää, mikä on vastaajan tämänhetkinen tilanne, ovatko he työssä, kotiäitinä tai koti-isänä, työttömänä, eläkkeellä, opiskelijana tai mikä muu heidän elämäntilanteensa voi olla.

	N	%
Työssä	50	52 %
Työtön	9	9 %
Kotiäiti / koti-isä	3	3 %
Eläkkeellä	28	29 %
Opiskelija / koululainen	6	6 %
Yhteensä	96	100 %

Vastaajan tämänhetkinen tilanne

TAULUKKO 5. Vastaajien tämänhetkinen tilanne.

Suurin osa vastaajista oli työelämässä mukana. Työttömien osuus oli pieni. Vastaneista noin kolmannes ilmoitti olevansa eläkkeellä ja noin kymmenesosa ilmoitti olevansa opiskelijana. 3 % ilmoitti olevansa kotona.

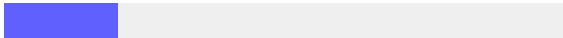


5.2 Opiskelu, opiskelun tarve, motiivit ja esteet

Halusimme tähän tutkimukseen mukaan sellaisia tekijöitä, jotka vaikuttavat itse opiskeluun. Tähän vaikuttavat mm. kurssitarjonta, motiivit ja esteet. Lisäksi halusimme saada tietoa siitä, kuinka asiakasuskollisia opiston asiakkaat ovat.

Joskus opiskelijat keskeyttävät opiskelunsa tai harrastuksensa. Me halusimme kerätä tietoja syistä, jotka johtivat kurssin keskeytymiseen.

5.2.1 Asiakasuskollisuus ja opiskelun keskeyttäminen

Kuten alla olevasta taulukosta näemme, vastaajista noin 80 % on opiskellut opistossa kolme vuotta tai enemmän. Tästä voimme päätellä, että asiakasuskollisuutta kansalaisopistoa kohtaan on olemassa.

		N	%
Olen opiskellut 1-2 vuotena		19	20 %
Olen opiskellut 3-5 vuotena		30	32 %
Olen opiskellut yli 5:nä vuotena		44	47 %
	Yhteensä	93	100 %

TAULUKKO 6. Opiskelu kansalaisopistossa.

Kansalaisopiston kurssuja on keskeyttänyt 14 % vastaajista. Suurimmaksi syyksi keskeytykseen vastaajat mielsivät ajan puutteen, mutta myös yhtenä syynä olivat terveydelliset ongelmat. Muita keskeytyksen syitä olivat motivaatio (kieliopinnot), tilan ahtaus (liikunta) ja liian pitkä tunti (liikunta).

5.2.2 Mielenkiinto opiskelu- ja harrastusaineisiin

Esitimme kyselyssä luettelon harrastusaineista, joita olisi mahdollista opiskella kansalaisopistossa. Laitoimme lisäksi mukaan yhden vapaavalintaisen kohdan. Tässä kohdassa vastaajilla oli mahdollisuus esittää opistolle toivomuksia mahdollisesti sellaisista uusista aihealueista tai kurseista, jotka eivät vielä kuulu kansalaisopiston valmiiseen kurssitarjontaan.

Eniten kiinnostusta herättivät käsityöt sekä liikunta. Seuraavaksi eniten kiinnostusta herätti tietojenkäsittely sekä terveys- ja ravintotietous. Vastaavasti kiinnostusta ei herättänyt matemaattiset aineet, eikä myöskään elokuvataide. Vieraista kielistä eniten kiinnostusta oli englannin kielessä, ja vähiten ruotsin kielessä. Tarkempi erittely löytyy viereisellä sivulla olevasta taulukosta.

	N	%
Ruotsi	1	1 %
Englanti	21	22 %
Vieraat kielet	16	17 %
Psykologia, kasvatus, ihmistuntemus	12	13 %
Uskonto, filosofia, elämäkatsomus	0	0 %
Käsityöt (puu-, metalli- ja ompelutyöt yms.)	47	49 %
Puutarhanhoito	18	19 %
Urheilu ja liikunta	44	46 %
Musiikki (laulu, soitto, kuoroharrastus yms.)	10	11 %
Luonnon suojelemiseen ja tutkimiseen liittyvät asiat	4	4 %
Kirjallinen tai suullinen esitystaito (äidin-kieli, kirjallisuus yms.)	4	4 %
Yhteiskunta- ja talouspoliittiset aineet (yhteiskuntaoppi, kunnallispolitiikka, sosiaalipolitiikka, kansantalous yms.)	2	2 %
Historia (sukututkimus, paikallishistoria yms.)	6	6 %
Näyttämöharrastus ja teatteritietous	7	7 %
Kuvaamataito (piirtäminen, maalaaminen, kuvanveisto yms.)	18	19 %
Valokuvaus, videofilmaus	12	13 %
Elokuvataide ja -tietous	0	0 %
Matemaattiset aineet	0	0 %
Automaattinen tietojenkäsittely (ATK)	20	21 %
Terveys- ja ravintotietous (ensiapukurssi, ravinto-oppi, ruokien valmistus yms.)	18	19 %
Haluaisin harrastaa jotakin muuta, mitä?	9	9 %

TAULUKKO 7. Harrastusaineet.

Mahdollisiksi uusiksi aihealueiksi ja kursseiksi esitettiin seuraavaa:

- huonekalujen entisöinti
- kalastuskursseja
- liikunta: Tai Chi, lavatanssit, jooga
- avoimen yliopiston kursseja
- erityisruokavaliot
- kennelharrastus

Kun kysyimme vastaajilta, millä todennäköisyydellä he osallistuisivat edellisessä kohdassa valitsemalle kurssille, vastauksissa löytyi hajontaa. Vastaajista 39 % osallistuisi varmasti kurssille ja todennäköisesti kursseille osallistuisi noin puolet. 15 % ei osannut sanoa, tulisiko kursseille, vai ei.

5.2.3 Opiskeluun vaikuttavia tekijöitä

Halusimme tässä tutkimuksessa selvittää niitä mahdollisia syitä ja tekijöitä, jotka joko edesauttavat opiskeluun ryhtymistä tai vastakkaisessa tapauksessa estävät opiskelun jatkamisen tai aloittamisen. Motiiviteorioiden tunteminen auttaa meitä kuitenkin ymmärtämään yksilön eli asiakkaan käyttäytymistä.

Opiskelun motiivit

Annoimme kyselylomakkeessa vastaajille arvioitavaksi eri tekijöitä, jotka innostavat kansalaisopistossa opiskeluun. Tarjosimme vastaajille yhdeksän vaihtoehtoa kansalaisopistossa opiskelun motiiveiksi. Pyysimme vastaajia arvioimaan jokaisen motiivin vaikutusta Likertin asteikolla (1 = ei vaikuta ollenkaan, 5 = vaikuttaa erittäin paljon). Annoimme lisäksi avoimen vaihtoehdon vastaajien mahdollisille muille motiiveille.

Alla olevasta keskiarvotaulukosta huomaamme, että henkinen vireys motivoi eniten vastaajia tulemaan kurssille. Kauaksi ei jäänyt myöskään tietojen ja taitojen oppimi-

nen/parantaminen. Sosiaalisuus näkyy siinä, että kurssilla on hauskaa ja se on hyödyllistä ajanvietettä.

Mikä motivoi Sinua tulemaan kurssille? Miten paljon seuraavat seikat vaikuttavat siihen, että lähdit kurssille kansalaisopistoon?	3,77
Tietojen ja taitojen oppiminen/parantaminen	4,31
Kurssista on hyötyä erilaisissa elämäntilanteissa	4,14
Toiminta työttömänä olon sijasta	2,36
Ihmisten tapaaminen	3,61
Kurssilla on hauskaa ja se on hyödyllistä ajanvietettä	4,24
Oppimiskyvyn ylläpitäminen/parantaminen	3,88
Ammatillisten valmiuksien saaminen	2,77
Terveyden ylläpitäminen ja parantaminen	3,82
Henkinen vireys	4,45

TAULUKKO 8. Kurssille tulomotiivit.

Avoimessa vastauksessa motiiveina kursseille tuloon oli mm. uteliaisuus asioihin, innostava opettaja, liikunta, saa tehdä käsillään jotain, työn vastapainoa, saa tehdä käyttö- ja koriste-esineitä, oma terveys, saa nähdä käsien työn tulokset, jotka pysyvät muistoina jälkipolville.

Opiskelun esteet

Pyysimme vastaajia valitsemaan annetuista 14 vaihtoehdosta viisi vaikuttavinta estettä, jotka estävät heidän osallistumisensa opiskeluun. Annoimme vastaajille myös avoimen vaihtoehdon, johon he saivat listata mahdollisia muita, listasta puuttuvia esteitä.

	N	%
Vuorotyö tai muuten opiskeluun sopimaton aika	26	27 %
Pitkät matkat/huonot kulkuyhteydet	32	34 %
Ei aikaa muilta harrastuksilta	12	13 %
Lastenhoito	11	12 %
Huono terveys/liikuntavamma	8	8 %
Tunnen itseni liian väsyneeksi	19	20 %
Kurssilla olevat asiat ovat vaikeita	4	4 %
Kurssi tulee liian kalliiksi	24	25 %
Perheenjäsenten kielteinen suhtautuminen	0	0 %
Ei ole kaveria ja yksin ei tule lähde-tyksi	14	15 %
Ryhmän jäsenet ovat minulle vieraita	1	1 %
Ei ole todellisia esteitä, mutta en saa itseäni liikkeelle	12	13 %
Ei ole esteitä kansalaisopisto-opiskelulle	42	44 %
Joku muu, mikä?	5	5 %

TAULUKKO 9. Kurssille osallistumisesteet.

Kolmasosan mielestä merkittävin opiskelun osallistumiseste oli pitkät matkat/huonot kulkuyhteydet. Kauaksi ei jäänyt myöskään vuorotyö tai muuten opiskeluun sopimaton aika, sekä kurssin kalleus ja väsymys. Seuraavaksi eniten opiskelun aloittamiseen vaikuttivat lastenhoito, ei ole kaveria – ei tule lähde-tyksi, ei aikaa muilta harrastuksilta ja ei saa vain lähde-tyksi liikkeelle. Vähiten vaikutti ryhmän jäsenten vieraus. Myöskään vastaajat eivät kokeneet perheenjäsenen kielteisen suhtautumisen vaikuttavan opiskeluun osallistumiseen, sillä vastaajia ei ollut yhtään. Muiksi esteiksi vastaajat luettelivat hektisen työn, työ pitää sisällään jo niin paljon matkustamista, ei ole aikaa ja perheen lasten harrastukset vievät aikaa.

Kysyimme vielä avoimella kysymyksellä, mitä kansalaisopisto voisi tehdä kurssille tuloesteiden poistamiseksi. Vastaajien mielestä tärkein toimenpide olisi hintojen tarkistaminen. Kausikorttia myös toivottiin ja jos osallistuu useammalle kurssille, huomioitaisiin tämä hinnoittelussa. Tärkeänä vastaajat pitivät myös kurssin ajoitusta. Kurssipaikan sijainnilla olisi myös merkitystä; kun kurssi on lähellä kotia, sinne tulee helpommin lähde-tyksi. Muutama vastaaja ehdotti myös kimppakyytejä, näin myös

autottomat pääsevät mukavasti mukaan. Joidenkin vastaajien mielestä osallistuminen on ihan itsestä kiinni. Muita ehdotuksia oli rento meininki – pois turha jäykkyys sekä kirjat.

Muut opiskeluun vaikuttavat tekijät

Halusimme kyselyssä tiedustella myös sitä, minkä kestoisia kurssit voisivat olla, mikä on sopivin ajankohta ja kuinka paljon aikaa he olisivat valmiita käyttämään haluaansa kurssiin. Lisäksi halusimme mielipiteitä siihen, kuinka paljon opiskelupäätökseen vaikuttavat sellaiset seikat kuin kurssin kouluttaja, ajoitus, sijainti, sisältö ja taso, sekä se, että otetaanko erikoistarpeet huomioon. Laitoimme vaihtoehtoiksi myös tehokkuuden, uuden tiedon ja osaamisen sekä hyvän hinta/laatu – suhteen. Näitä asioita kysyttäessä käytimme Likertin asteikkoa.

Vastaajista 65 % (n=62) oli valmis koko lukuvuoden (noin 9 kk) kestäväan kurssiin. Neljän – kuuden kuukauden kurssiin, eli syys- tai kevätlukukaudeksi, oli kiinnostusta neljäsosalla vastaajista. Mielenkiintoista mielestämme oli se, että lyhytkursseille oli kiinnostusta vain 3 %:lla.

Sopivin opiskeluaika oli vastaajien mielestä (75 %) syyslukukausi. Kevätlukukausi oli 24 % mielestä sopivin. Koska kesälukukausi ei herättänyt kiinnostusta, vastaajat eivät halunneet opiskella yleisinä loma-aikoinakaan.

Ajankohdaltaan sopivin kurssiajankohta oli arki-ilta (71 %). Opiskelu arkipäivisin kiinnosti vuorotyöläisiä. Viikonloppu haluttiin opiskelusta vapaaksi, sillä viikonloppua kannatti vain 2 % vastaajista.

Vastaajista hieman yli puolet oli valmiita käyttämään opiskeluun aikaa 1 – 2 tuntia, mutta myös 3 – 4 tuntia (44 %) sai paljon kannatusta. Koko päivää ei haluttu uhrata, sillä tätä kannatti vain 4 %.

Osallistumispäätökseen vaikuttavia tekijöitä on kuvattu viereisellä sivulla olevaan taulukkoon. Vastauksia analysoidessamme huomasimme, ettei mitään suuria eroja eri tekijöiden välille ollut syntynyt. Eniten osallistumispäätökseen vaikuttivat opetuksen sisältö sekä osaavat kouluttajat.

	4,07
Osaavat kouluttajat - erikoisosaaminen	4,33
Kurssin ajoitus	4,16
Kurssin sijainti	4,03
Kurssin sisältö	4,47
Oikea/sopiva taso	4,04
Erikoistarpeet otetaan huomioon	3,59
Tehokkuus	3,85
Uusin tieto ja osaaminen	4,07
Hyvä hinta/laatu -suhde	4,04

TAULUKKO 10. Osallistumispäätökseen vaikuttavat tekijät.

Vähiten vaikuttivat tehokkuus sekä erikoistarpeiden huomioiminen.

5.3 Opiston tarjoamat palvelut

5.3.1 Imago

Tämän tutkimuksen yhtenä tavoitteena oli selvittää vastaajien mielikuvia Keski-Karjalan kansalaisopistosta. Minkälainen on ihmisten käsitys yleisesti opistosta ja minkälainen imago opistolla on paikkakunnalla? Annoimme vastaajille opiston toimintaa kuvaavia väittämiä, joita pyysimme vastaajien arvioimaan Likertin asteikolla.

	3,71
Kansalaisopisto on asiantunteva	3,93
Kansalaisopiston kurssit ovat avoimia kaikille	4,16
Kansalaisopisto on aikaansa seuraava	3,86
Kansalaisopisto on viihtyisä	3,70
Kansalaisopisto on kansainvälinen	3,40
Kansalaisopistosta saa ammatillista koulutusta	3,54
Opiskelu kansalaisopistossa on edullista	3,37

TAULUKKO 11. Mielenpiteet Keski-Karjalan kansalaisopistosta.

Vastaajat olivat vahvasti samaa mieltä (83 %) väittämästä, jossa väitettiin **kansalaisopiston kurssit olevan avoimia kaikille**. Ei osaa sanoa – vastanneita oli vähän (2 %) ja eri mieltä -vastauksia oli enemmän (14 %). Tuloksien valossa seuraavaksi eniten (81 %) pidettiin kansalaisopistoa **asiantuntevana**. Vain alle kymmenen prosenttia vastaajista oli eri mieltä. **Kansalaisopisto oli aikaansa seuraava** – väittämän kanssa oli täysin samaa mieltä 73 %. En osaa sanoa – mielipidettä oli 18 % vastanneista.

Viihtyisänä opistoa piti 66 %. Neljäsosa ei osannut sanoa kantaansa. Eniten epä tietoisuutta aiheutti väittämä: **kansalaisopisto on kansainvälinen**, enemmistö (55 %) vastasi ”en osaa sanoa”. Kansalaisopistoa kansainvälisenä piti 40 % vastanneista. Väittämän kanssa eri mieltä oli 5 %. Keski-Karjalan kansalaisopiston vastaajista yli puolet oli sitä mieltä, että opistossa **saa ammatillista koulutusta**.

Väittämästä opiskelu **kansalaisopistossa on edullista** olivat vastaajat jo enemmän eri mieltä. Eri mieltä oli kolmasosa vastaajista. Kuitenkin edullisena piti 56 %. Vastaajista kymmenesosa ei halunnut määritellä kantaansa.

5.3.2 Opetus ja palvelut

Halusimme myös tiedustella, minkälainen mielikuva vastaajilla on paikkakunnan opiston opetuksesta, palveluista ja tiedotuksesta. Opiston **tiedottamista** pidettiin selvästi hyvänä (62 %). Tiedotusta huonona tai kohtalaisena piti 20 % ja vaihtoehdon ”en osaa sanoa” valitsi vain 4 %. Hyvänä pidettiin myös **mielikuvan vastaamista odotuksiin** (65 %). Hajontaa sen sijaan oli kohdassa, jossa kysyttiin opiston **kurssitarjonnan vastaamista odotuksiin**. Hyvänä tätä piti puolet, mutta kohtalaisena kolmasosa. Kantaansa ei ilmaissut 12 %.

Eniten eri mieltä oltiin opistokurssien **hinnan vastaamisesta odotuksiin**. Melkein kymmenen prosenttia mielsi hinnan vastaavan huonosti odotuksia, 37 % puolestaan piti hintaa kohtalaisena. Hinta vastasi hyvin odotuksia 38 %:n mukaan ja 7 %:n mukaan erinomaisesti. Vajaa kymmenen prosenttia vastaajista ei osannut/halunnut ottaa kantaa. Johtopäätöksenä voimme sanoa, että vastaukset hajosivat melko tasapuolisesti puolesta sekä vastaan.

Opiston **asiakaspalvelua** piti hyvänä ja erinomaisena kolme neljäsosaa vastanneista. Palvelun koki kohtalaisena 18 % ja huonona 4 % vastaajista. Kurssilla **käytetyt ope-**

tusvälineet ja materiaalit vastasivat hyvin (51 %) tai erinomaisesti (15 %) vastaajien tarpeita. 19 %:n mielestä opetusvälineet ja materiaalit vastasivat kohtalaisesti tarpeita. **Opetustilat** soveltuivat vastaajien mielestä hyvin (51 %) työskentelyyn, joskin neljäsosan mielestä tilat soveltuivat työskentelyyn kohtalaisesti. Vain 2 % ei osannut sanoa kantaansa.

Kurssien tavoitteet ja sisällöt tukivat vastaajien edistymistä hyvin (67 %). Vain 12 % mielestä edistymisen tukemista tapahtui kohtalaisesti. Samoin myös **kurssin opetus tuki edistymistä** hyvin (65 %). Vastaajista jopa 18 % arvioi opetuksen tukevan edistymistä erinomaisesti. Kurssin opetus tuki edistymistä joko kohtalaisesti tai huonosti 8 %:n mielestä. Myös **kurssin kesto suhteessa sisältöön** on vastannut 48 %:n mielestä hyvin, erinomaisesti jopa 23 %:n mukaan. Alla olevaan taulukkoon olemme laskeneet keskiarvot edellä mainituista kohdista.

	3,58
Miten hyvin opiston toiminnasta tiedottaminen on mielestäsi toiminut?	3,68
Miten hyvin mielikuvasi opistosta vastaa odotuksiasi?	3,66
Miten hyvin opiston kurssitarjontaa vastaa odotuksiasi?	3,31
Miten kurssin hinta vastaa odotuksiasi?	2,97
Miten hyvin opiston asiakaspalvelu (ilmoittautuminen, laskutus, tiedottaminen) on kohdallasi toiminut?	3,69
Miten hyvin kurssilla käytetyt opetusvälineet ja -materiaalit vastaavat tarpeitasi?	3,62
Miten hyvin opetustilat soveltuvat työskentelyyn?	3,59
Miten hyvin kurssin tavoitteet ja sisällöt tukivat edistymistäsi?	3,73
Miten hyvin kurssin opetus tuki edistymistäsi?	3,89
Miten hyvin kurssin kesto suhteessa sisältöön vastasi odotuksiasi?	3,65

TAULUKKO 12. Mielenpitoet opetuksesta, palveluista ja tiedotuksesta.

Kysyimme vastaajilta avoimella kysymyksellä opiskeluilmapiiriä. Vastaajat kokivat opiskeluilmapiirin hyväksi. Erittäin hyvä ilmapiiri johtuu hyvistä ohjaajista, ilmapiiri on rento, huumorintajuinen porukka on koolla ja kaikki huomioidaan. Eri-ikäiset opiskelijat tukevat toisiaan ja siksi on mukava tulla opiskelemaan. Toki muutama koki ilmapiirin viileäksi ja irralliseksi, eräs taas mukavaksi, mutta ajoittain kyräileväksi.

5.3.3 Tiedottaminen

Keski-Karjalan kansalaisopisto tiedottaa toiminnastaan mm. syksyisin Koti-Karjala –lehden välissä tulevalla opinto-ohjelma –esitteellä. Lisäksi opistosta ja kurssitarjonnasta on saatavilla tietoa Internetistä. Lehdissä on myös juttuja ilmoituksia ja mainoksia aina tarpeen mukaan.

Halusimme tässä tutkimuksessa selvittää, mistä opiston asiakkaat saavat tietoa kansalaisopistosta. Annoimme lomakkeella eri vaihtoehtoja sekä lisäksi yhden avoimen kohdan, johon vastaaja voi lisätä mahdollisesti vaihtoehtoista puuttuneen tietolähteen. Koska myös halusimme saada uusia ideoita tiedottamiseen, kysyimme vastaajilta avoimella lisäkysymyksellä, missä muualla tämän hetkisen tiedottamisen lisäksi opistosta pitäisi tiedottaa.

Tulosten mukaan eniten opistotietoa oli saatu opiston omasta opinto-oppaasta, eli Koti-Karjala –lehden välissä tulevasta esitteestä. Kolme neljäsosaa vastaajista ilmoitti saaneensa opistotietoa esitteestä. Toiseksi tehokkain tiedonvälittäjä oli ystävä tai tuttu (26 %). Opiston Internetsivustot olivat 18 % vastaajista tietolähde. 12 % oli saanut tiedon kurssin opettajalta. Kukaan vastaajista ei ollut saanut tietoja työvoimatoimistosta. Työvoimatoimisto lienee edelleenkin yksi tietolähde, jonka toiminnan tehostamista ja yhteistyön lisäämistä kannattaisi miettiä. Avoimen kysymyksen vastauksista ilmeni, että nykyinen opiston tiedotus on riittävää.

5.4 Työttömien mielipiteet

Vastanneista työttömiä oli 9 henkilöä, jotka kaikki olivat kiteeläisiä. Yhtään miesvastaajaa ei joukossa ollut. Yksi vastaajista sijoittui ikäryhmään 25 – 34 -vuotiaat, kuusi vastaajaa sijoittui ikäryhmään 55 - 64 -vuotiaat ja kaksi vastaajaa oli yli 65 -vuotiaita.

Neljällä vastaajalla oli pohjakoulutuksena peruskoulu, muut olivat käyneet kansa- tai kansalaiskoulun. Neljä oli käynyt ammattikoulun. Kaksi oli käynyt ammattikurssin, samoin kaksi oli ollut opistotasoisessa koulutuksessa. Yhdellä vastaajalla ei ollut ammatillista koulutusta.

Opinto-opas on tälläkin ryhmällä se, josta tiedot alkavista kursseista on saatu. Mielienkiintoista tässä on se, ettei työvoimatoimisto – vaihtoehtoa tullut kenellekään. Yhteistyötä työvoimatoimiston kanssa tulisi mielestämme todellakin tehostaa.

Kaksi vastaaja oli opiskellut kansalaisopistossa 1 – 2 vuotta, kuusi oli puolestaan opiskellut 3 – 5 vuotta. Yksi vastaaja oli opiskellut yli 5 vuotta. Kukaan vastaajista ei ollut keskeyttänyt kursseja kansalaisopistossa.

Harrastusaineiden opiskeluhaluus painottui käsitöihin, sillä viisi vastaaja halusi harrastaa käsitöitä. Kolme valitsi kieltenopiskeluvaihtoehdoista englannin. Muita valittuja harrastusaineita olivat kuvaamataito, puutarhanhoito, ATK, kirjallinen tai suullinen esitystaito, terveys- ja ravintotietous, musiikki, näyttämöharrastus, valokuvaus sekä urheilu ja liikunta. Kuusi osallistuisi varmasti kurssille, kaksi todennäköisesti ja yksi vastaajista ei osannut sanoa, osallistuuko kurssille vai ei.

Kun tarkastelimme työttömien **motiiveja** osallistumiseen kansalaisopiston kursseille, huomasimme eroavaisuuksia muuhun vastaajajoukkoon nähden. Emme kuitenkaan voi tehdä tilastollisesti merkittäviä huomioita, koska työttömiä oli edustettuna 9 % vastaajista. Kuitenkin joitakin johtopäätöksiä voitaneen tehdä. Henkinen vireys oli tässäkin paras motiivi, myös tietojen ja taitojen oppimista motiivina pidettiin tärkeänä. Vaikka vastaajat olivat työttömiä, ei toiminta työttömänä olon sijaista motivoi, sillä se tuli näistä motiivivaihtoehdoista viimeiseksi. Tarkemmin eroavaisuuksia voimme tarkastella seuraavalla sivulla olevasta taulukosta.

	n= 96 3,77	n=9 4,20
Tietojen ja taitojen oppiminen/parantaminen	4,31	4,50
Kurssista on hyötyä erilaisissa elämäntilanteissa	4,14	4,25
Toiminta työttömänä olon sijasta	2,36	4,11
Ihmisten tapaaminen	3,61	4,33
Kurssilla on hauskaa ja se on hyödyllistä ajanvietettä	4,24	4,13
Oppimiskyvyn ylläpitäminen/parantaminen	3,88	4,38
Ammatillisten valmiuksien saaminen	2,77	3,50
Terveyden ylläpitäminen ja parantaminen	3,82	3,88
Henkinen vireys	4,45	4,67

TAULUKKO 13. Työttömien motiivit vs. koko vastaajat.

Työttömät halusivat opiskella joko koko lukuvuoden tai 4 – 6 kuukautta. Heistä kukaan ei halua opiskella kesälukukaudella, vaan opiskelut toivotaan tapahtuvan syys- ja kevätlukukausien aikana. Opiskeluaika toivottiin myös tässäkin olevan arkisin, ei viikonloppuisin. Viisi vastaajista toivoisi opiskelun kestävän 3 – 4 tuntia viikossa, kolme 1 – 2 tuntia viikossa ja yksi halusi opiskella koko päivän.

Kurssin sisältö, kurssin sijainti sekä osaavat kouluttajat ovat ne tekijät, jotka vaikuttavat osallistumispäätökseen. Kurssin ajoituksella ei ole niin merkittävää roolia – tämä lienee ymmärrettävää, koska työttömällä on aikaa enemmän käytössä verrattuna työsäkäyviin. Muut vaihtoehdot selviävät seuraavalla sivulla olevasta taulukosta.

	n=96	n=9
	4,07	4,13
Osaavat kouluttajat - erikoisosaaminen	4,33	4,44
Kurssin ajoitus	4,16	3,75
Kurssin sijainti	4,03	4,44
Kurssin sisältö	4,47	4,50
Oikea/sopiva taso	4,04	4,00
Erikoistarpeet otetaan huomioon	3,59	3,78
Tehokkuus	3,85	4,13
Uusin tieto ja osaaminen	4,07	4,00
Hyvä hinta/laatu -suhde	4,04	4,13

TAULUKKO 14. Työttömien osallistumispäätöksiin vaikuttavat tekijät.

Vastaajilla ei ollut yleisesti esteitä kurssille osallistumiseen. Eniten esteenä vaikuttivat pitkät matkat ja huonot kulkuyhteydet. Myös kurssin kalleus voi olla este, siksi kurssihintojen puolittamista työttömille kannatettiin. Kun kysyimme mielipidettä kansalaisopistosta, työttömät olivat kriittisempiä perusjoukkoon verrattuna. Alla olevista taulukoista näemme eroavaisuudet.

	n=96	n=9
	3,71	3,52
Kansalaisopisto on asiantunteva	3,93	3,89
Kansalaisopiston kurssit ovat avoimia kaikille	4,16	4,00
Kansalaisopisto on aikaansa seuraava	3,86	3,44
Kansalaisopisto on viihtyisä	3,70	3,25
Kansalaisopisto on kansainvälinen	3,40	3,75
Kansalaisopistosta saa ammatillista koulutusta	3,54	3,88
Opiskelu kansalaisopistossa on edullista	3,37	2,38

TAULUKKO 15. Työttömien mielipiteet Keski-Karjalan kansalaisopistosta.

	n=96 3,58	n=9 3,21
Miten hyvin opiston toiminnasta tiedottaminen on mielestäsi toiminut?	3,68	3,67
Miten hyvin mielikuvasi opistosta vastaa odotuksiasi?	3,66	3,56
Miten hyvin opiston kurssitarjonta vastaa odotuksiasi?	3,31	3,13
Miten kurssin hinta vastaa odotuksiasi?	2,97	2,25
Miten hyvin opiston asiakaspalvelu (ilmoittautuminen, laskutus, tiedottaminen) on kohdallasi toiminut?	3,69	2,89
Miten hyvin kursseilla käytetyt opetusvälineet ja -materiaalit vastaavat tarpeitasi?	3,62	3,50
Miten hyvin opetustilat soveltuvat työskentelyyn?	3,59	3,33
Miten hyvin kurssin tavoitteet ja sisällöt tukivat edistymistäsi?	3,73	3,50
Miten hyvin kurssin opetus tuki edistymistäsi?	3,89	3,50
Miten hyvin kurssin kesto suhteessa sisältöön vastasi odotuksiasi?	3,65	2,75

TAULUKKO 16. Työttömien mielipiteet opetuksesta, palveluista ja tiedotuksesta.

5.5 Opiston palveluiden kehittäminen asiakkaiden näkökulmasta

Lopuksi kysyimme vastaajilta palautetta ja esityksiä toiminnan kehittämiseksi. Avoin kysymykseen - mitä toiveita sinulla on kurssitarjonnan suhteen yleensä – esitti mielipiteitään 58 vastaajaa. Vastaukset olivat rohkaisevia ja sieltä löytyi muutamia ideoitakin. Olemme ryhmitelleet vastauksia asiakokonaisuuksiin. Koska vastaukset olivat nimettömiä, siteeraamme niitä jatkossa.

Useimmat vastaajien esitykset liittyivät opetuksen tarjontaan. Liikunta, musiikki sekä yliopiston kurssit herättivät mielipiteitä:

”Voisi vuosittain vaihtaa eri opiskeluvaihtoehtoja esim. musiikkitarjonta. ”

”Kursseja, joihin on tungosta ei saa lopettaa esim. entisöinti.”

”Toivon, että kädentaidot kurssseja tulisi olemaan jatkossakin. ”

”Pyrkikää pitämään sama tarjonta vaikka talous onkin tiukilla. Jaksamista. ”

”Minulle kurssien tarjonta on aivan riittävä ja monipuolinen - suorastaan valinnan runsautta.

Ajattelen vielä suosittuja liikuntaopintoja. Tulijoita syksyllä on paljon, vähitellen rivit ”harvenevat”. Näitä paikkoja voisi tietty todella käyttää tarjoamalla niitä lukuvuoden aikana alennettuun hintaan. Joku, joka jäi syksyllä ulkopuolelle saattaisi ehkä tulla mukaan. ”

”Liikuntakursseja esim. pilates heti työpäivän jälkeen klo 16 voisi jäädä suoraan töistä ennenkuin ajaa kotiin syrjäkylälle. Korvesta ei tule lähdettyä enää illalla uudestaan liikkeelle ja onhan se kustannuskysymyksen näillä bensan hinnoilla. ”

- "Äänenkäytön koulutusta saisi olla enemmän. Silloin tällöin laulunopettaja voisi vieraillla. "
- "Valinnan mahdollisuuksia on hyvä olla. "
- "Toivoisin avoimen yliopiston kursseja / luentoja sairaanhoidosta."
- "Lisää perheiden yhteistä tekemistä esim. äiti-lapsi ryhmiä tai isä-lapsi ryhmiä - askartelu, liikunta tms. aihepiirejä. "
- "Pysyisivät ennallaan."
- "Kalastusvälineiden valmistukseen, kalastukseen ja kalaruokiin liittyvät kurssit kiinnostavat. "
- "Nuorille jotain omaa. "
- "Vanhoja, suosittuja kursseja ei pitäisi lopettaa / supistaa. "
- "Vaihteleva tarjonta = joka vuosi olisi jotakin uutta, erikoista kurssia. Lapsille enemmän kursseja. Seuratkaa aikaa, uudistukaa. "
- "Taito- ja taidekursseja lisää. "
- "Enemmän liikuntaa aamupäivälle esim. toinen keppijumppa tai vastaava ryhmä torstaiamulle klo 10 - 11. "
- "Enemmän vaihtoehtoja. "
- "Monipuolista liikuntaa, lapsillekin liikunnallisia kursseja. "
- "Kädentaitojen opetusta. "
- "Missä määrin yliopisto-opintoja (Avoin yo) voisi saada paikkakunnalle."
- "Lyhyitä kursseja lisää. Liikuntaa sisältävät kurssit. "
- "Saataisiin niitä kursseja mitä pyydämme. "
- "Iäkkäille sopivia liikuntajuttuja! "
- "liikuntaa, hyvinvoinnin edistämiseen liittyvät kurssit - ravinto, oman kehon tunteminen."
- "Jokaiselle löytyy varmaan jotakin tässäkin olemassa olevasta tarjonnasta. "
- "Naisten sählyä, kiitos! "
- "Mahdollisimman monipuolinen, erilaisia ryhmiä ja yksilöitä palveleva tarjonta. "
- "Jatkuvuutta kursseille yli lukukausien. "
- "Liikuntaryhmiä enemmän. "
- "Enemmän käsityöpainotteisia kursseja. "
- "Ei kun lisää. "

Seuraavaksi eniten vastaajia askarrutti kurssien hintataso. Tällaisia mielipiteitä esitettiin:

- "Hyvä ylin johto! En tiedä onko teillä oikeasti alasajo menossa? Meillä kädentaitajilla on ainakin asiasta sellainen käsitys esim. tunteja vähennetään, hintoja korotetaan, kausi- ja perhealennukset poistetaan, työttömien alennukset poistetaan jne. (roskat joutaa maton alle). Toivottavasti näillä muilla aloilla on maksavia opiskelijoita riittävästi, ettei koko opisto joudu kohta kiinni opiskelijoiden puutteessa. Olisi hauska nähdä tilasto tarjotuista - alkaneista kurseista / opiskelijamäärät esim. kuluvasta lukuvuodesta. "
- "Monipuolisia myös eläkeläisille sopivia ja eläkeläisten tulotaso on otettava huomioon hintoja määriteltäessä. Alennukset. "
- "Hinnat kurssien keston verrattuna ovat liian korkeita. Kurssit saisivat kestää pitempään keväällä. Opiskelupassin uudelleen käyttöönotto. Kaikki kurssimaksut samassa kirjekuussa / laskulla opiskelijalle (säästää kaupungille sekä opiskelijalle) "

”Jos kurssimaksu olisi pienempi osallistuisin useampiin. ”

”Ei valittamista. Eläkeläisalennuksia voisi olla. ”

”Kurssit voisivat kestää ihan toukokuun loppuun saakka, koska hinta on tosi arvokas, aivan kuin ne loppuisivat joka vuosi aikaisemmin, mistä johtuu? ”

Kansalaisopistolaisia askarruttivat sivukylien asema opiston kurssitarjonnassa. Seuraavanlaisia mielipiteitä esiintyi:

”Saada kursseja haja-asutusalueelle. ”

”Kurssitarjonta on aika hyvää, mutta olen huolissani syrjäkylien piirien kohtalosta. Itse en lähde työpäivän jälkeen ajamaan keskustan kursseille. Jos lähialueen (oman kylän tai naapurikylien) kurssit loppuu, loppuu myös minun piirissä käynti. keskustaan lähtö on kustannus- ja aikakysymys perheelliselle. Tähän asti olemme saaneet hakemamme kurssit ja olemme olleet tyytyväisiä. Toivottavasti jatkossakin saamme olla yhtä tyytyväisiä! Kiitos! ”

”Kursseja myös maaseudulle. Ei keskittämistä Kiteen keskustaan. ”

”Kursseja eri puolelle kaupunkia. ”

”Että kurssit jatkuisivat syrjäkylillä edelleen.”

Osa vastaajista oli tyytyväisiä kansalaisopiston palveluihin. Heidän mielestään tarjontaa oli riittävästi, se on monipuolista ja asiakkaiden toiveet huomioidaan. Palvelua pidettiin hyvänä.

Lisäksi mainittiin seuraavaa:

”Ammattinsa osaavat opettajat eivät ole aina motivoituneita. ”

”Kansalaisopiston kurssit loppuvat liian aikaisin kevästä, saisivat kestää toukokuun loppuun. ”

”Kiteesali, jossa jooga on ei ole paras paikka. Usein esteenä muut tilaisuudet ja luokat ahtita ja likaisia eikä tiedotus muutoksista aina toimi. Pitäisi löytää kyllin tilava ja rauhallinen tila joogatunneille. Tunteja myös vähennetty liikaa. ”

”Suosituimmista kursseista useampi vaihtoehto eri päivinä ja kellonaikoina. Kurssit puolivuotiksi. Syyslukukaudelle oma kurssi ja kevätlukukaudelle oma samasta aiheesta. Mahdollisesti myös jatkokurssi. ”

Yhteenvedona voimme todeta, että vastaajien mielestä opistojen toimintaa tulee jatkossakin kehittää. Ajan hermoilla oleminen lienee jatkossakin olevan suotavaa. Huoli sivukylien opetustarjonnasta tulevaisuudessa näkyi myös selvästi. Koska tänä päivänä kansalaisopistojen talous on aika tiukka, tässä kohden ei kuitenkaan pitäne säästöjä tehdä.

6 YHTEENVETO JA TOIMENPIDESUOSITUKSET

6.1 Keski-Karjalan kansalaisopiston kehittämistoimenpiteet

Laki vapaasta sivistystyöstä (632/1998) määrää arvioinnista. Lain 7§:n mukaan arvioinnin kehityksenä on tukea vapaan sivistyksen kehittämistä ja parantaa oppimisen edellytyksiä. Keski-Karjalan kansalaisopiston arviointijärjestelmä pohjautuu Balanced Scorecardiin (BSC). Koska arviointijärjestelmä on tehty lain velvoitteesta ja ulkopuolisen konsultin tuottamana, ei henkilökunta välttämättä ole ymmärtänyt, miksi opistoa on arvioitava jatkuvana prosessina. Tämän johdosta henkilökunta ei ole myöskään pystynyt syvällisesti sitoutumaan toimintaan.

Kansalaisopiston toiminnan kehittämiseen ei riitä pelkästään arviointi, vaan kehittämistä olisi meidän mielestämme syytä lähestyä kokonaisvaltaisesti. Kansalaisopiston toiminnan suunnittelussa – kehittämisen pohjaksi – on hyvä tuntea opiston menneisyyttä, nykyisyyttä ja tulevaisuutta.

Kehittämistyössä menneisyyden tunteminen on tärkeää. Tämän avulla ymmärretään nykyistä tilannetta. Henkilöstön tulisi tuntea toiminnan historiaa, jotta opistosta ja sen toiminnasta muodostuisi selkeä kuva. Henkilökunnan tulisi tietää, miksi olemme markkinoilla, ketä varten me siellä olemme ja kuka on opiston asiakas. Tässä opisto voisi hyödyntää kansalaisopiston vanhoja työntekijöitä. Heillä saattaa olla paljon ns. hiljaista tietoa, joka voisi olla hyödyllistä vielä tänä päivänäkin. Jotta uusiin haasteisiin pystytään vastaamaan mahdollisimman tehokkaasti, edellyttää se toiminnan taustan ja yrityskulttuurin tuntemista. Kehittäminen saattaa edellyttää jopa tämän kulttuurin muuttamista.

Kansalaisopiston toiminnan kehittäminen		
Oppivan laatuorganisaation periaatteita noudattaen		
MENNEISYYS	NYKYTILANTEEN ANALYSOINTI	TULEVAISUUS
Miksi ollaan tässä tilanteessa?	Asiakaslähtöisyys <ul style="list-style-type: none"> - nykyinen asiakas - potentiaalinen asiakas - opiston palvelut - tiedottaminen - koulutustarve - opiskelun motiivit - opiskelun esteet 	Arvokeskustelu
Mikä on ollut opiston tehtäväkuva?	Opiston resurssit <ul style="list-style-type: none"> - vahvuudet/heikkoudet - mahdollisuudet/uhat - ydinosaaminen ja henkilöstö - tilat ja kalusto 	Visiot – tehtäväkuva Profiloituminen Verkostoituminen
Ketä on palveltu?	Markkina-asema Kannattavuus Kustannukset	Uudet palvelut Entisten kehittäminen Rutiinien kriittinen tarkastelu
		Henkilöstön kehittäminen
		Sitoutuminen Palkitseminen

TAULUKKO 17. Kansalaisopiston toiminnan kehittäminen, oppivan laatuorganisaation periaatteita noudattaen.

Kilpailutilanteen ja toimintaympäristön muuttumisen vuoksi ei aina tunneta tämän hetken tilannetta tarpeeksi hyvin. Tulevaisuudenkin suunnittelu on siten vaikeaa.

Opistossa jo mukana olevat opiskelijat tunnetaan tilastojen perusteella, mutta tarkempi tuntemus heidän mielipiteistään, esimerkiksi heidän koulutustarpeista ja opiskelun motiiveista sekä esteistä puuttuvat. Kuitenkin nämä ovat perusedellytyksiä oppilaitoksen toiminta-ajatuksen muodostamiselle ja täsmentämiselle sekä kehittämistyön käynnistämiseksi. Uuden luomisen ja toiminnan kehittämisen pohjaksi suosittelemme nykytilanteen analysointia. Apuna voidaan käyttää mm. markkinointitutkimusta.

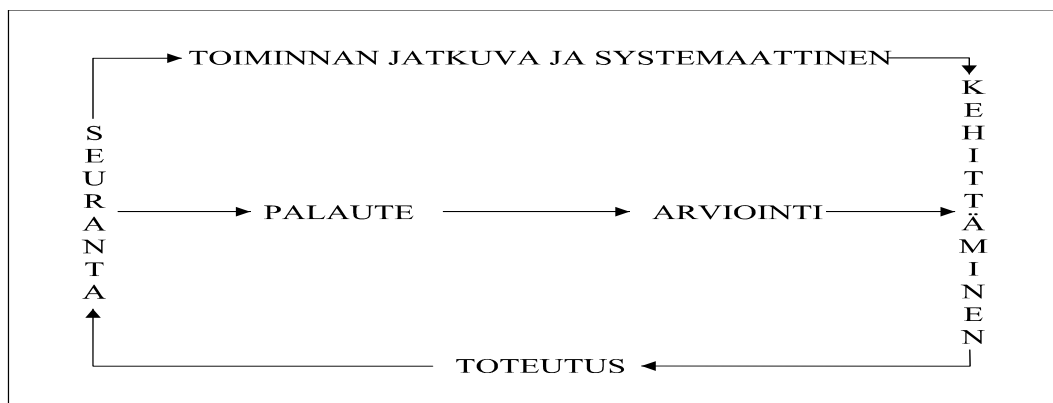
Tulevaisuudensuunnittelussa liikkeellelähtö tapahtuu arvokeskustelusta. Yhteisesti pitäisi miettiä, mitkä arvot ovat opistolle tärkeitä nyt ja tulevaisuudessa. Mahdollisesti tarvitaan myös opiston tehtävänkuvan, eli mission, selkeyttämistä. Tämä voi tarkoittaa mahdollisen uuden vision luomista. Visiolla tarkoitamme pitkälle aikavälille asetettua tavoitetta. Visio kertoo mm. minkälaista toimintaa, opetusta ja palvelua opisto haluaa sisällyttää toimintaansa. Toiminnan kehittämisessä tulisi myös nähdä kokonaisuus. Esimerkiksi mikä on opiston asema suhteessa kunnan muihin palveluihin? Syytä lieenee myös huomioida toiminta-alueella ja lähiympäristössä toimivat – vastaanlaisia palveluja antavat – organisaatiot ja niiden palvelutuotannon vuorovaikutus.

Arvokeskustelun jälkeen päätetään siis opiston visioista ja edelleen yksityiskohtaisemmin tehtävänkuvasta. Tavoitteita asetetaan pitkälle sekä lyhyelle aikavälille. Pitäisi miettiä, mitkä ovat kokonaisuuden kannalta ne keskeisimmät tulokseen ja kilpailukykyyn vaikuttavat osatoiminnot. Tilanneanalyysi on voinut tuoda esiin myös toimintoja, jotka ovat joko turhia tai vanhentuneita. Osa toiminnoista voi olla myös sellaisia, joista tehokkuutta ajatellen ei suhteessa saada vastaavaa hyötyä. Laatu ajatellen nämä olisi hyvä huomioida. Onko mielekästä tehdä asioita, joilla ei ole asiakkaalle mitään merkitystä? Turhaan tehty työ vie resursseja ja liika laatu maksaa. Esimerkiksi liika mainostaminen tai mainoksen väärä ajoitus tai väärä kohderyhmä tuo kuluja, mutta ei välttämättä asiakkaita. Koskapa tulevaisuuden suunnittelun pitäisi tapahtua asiakaslähteisesti, olisi myös mietittävä, ketkä ovat opiston sisäisiä ja ulkoisia asiakkaita. Ketä palvellaan ensisijaisesti – esimerkiksi opiskelijoita, työnantajia vai yhteiskuntaa? Mikä tai mitkä ovat kansalaisopiston ydinprosessit nyt ja tulevaisuudessa, huomioiden asiakaslähtöisyyden sekä opiston strategiset tavoitteet. On muistettava, että lyhyen aikavälin tavoitteet ja niiden saavuttaminen ovat välietappeja vision ja tehtävänkuvan toteuttamisessa. Näitä välitavoitteita tulisi uusia ja tarkistaa aina tarpeen mukaan.

Tavoitteiden määrittelyn jälkeen tulisi miettiä toteuttamiskeinoja. Kuinka kehitetään ja parannetaan toimintoja ja mitä uutta voidaan luoda ja miten. Kilpailukyvyyn kehittäminen edellyttää kansalaisopiston toiminnan keskittymistä niille alueille, joilla sillä on ylivoimaista osaamista. Kuitenkin valtiovallan määräykset saattavat olla este keskittymiseen. Nykyhetken tilanneanalyysiin perustuen mahdollisesti jo tiedetään, mikä on asiakkaiden mielestä tämän hetken osaamisen taso. Tätä osaamista lienee hyvä jatkuvasti kehittää. Kyselyn perusteella myös pystytään tutkimaan, mitä uutta asiakkaat odottavat. Kuitenkin on hyvä pitää mielessä, että kaikkea ei voi tehdä. On siis harkittava, mitä opisto osaa tehdä hyvin ja voiko opisto kenties erikoistua omien resurssien mukaan. Tarvittaessahan opisto voi verkostoitua sekä käyttää apuna toisten asiantuntijuutta. Asiakaslähtöisyyden lisäksi huomioitavia asioita ovat omat resurssit, kannattavuus, kustannukset sekä markkina-asema.

Suunnittelun jälkeen tulee toteutus. Mikäli suunnitteluvaihe on tehty oppivan laatuorganisaation ajatusten ja periaatteiden mukaisesti yhteistyössä henkilökunnan ja myös asiakkaiden kanssa, on suunnitelman toteuttaminen helpompaa. Näin henkilökunta ja asiakkaat saadaan sitoutumaan, ja mahdollinen muutosvastarinta on heikompaa. Jos taas päätökset tehdään ylhäältä alaspäin, tilanne olisi todennäköisesti toinen.

Lopuksi on vielä muistettava seurata saatuja tuloksia, jotta mahdolliset virheet voidaan korjata nopeasti ja joustavasti. Näin myös estetään samojen virheiden toistuminen sekä uusien virheiden syntyminen.



KUVIO 8. Tulosten seuranta.

Liitteeseen 3 olemme lisänneet suunnittelutyökalun, joka helpottaa mission, arvon, vision, strategian, toimintasuunnitelman, arvioinnin ja johtopäätösten työstämistä.

Liite 4 puolestaan kuvaa oppilaitoksen laatufilosofian keskeisiä elementtejä. Halusimme näin tuoda laatuajattelumallin esille, koska tämä voi olla yksi tulevaisuuden tärkeä osa-alue.

6.2 Swot-analyysi

Tutkimuksen empiirisessä osuudessa yhtenä tavoitteenamme oli saada opiston toiminnan ja laadunkehittämistyön tueksi entistä parempi toiminta-alueen asiakaskunnan ja asiakastarpeiden tuntemus. Seuraavassa esittelemme nelikenttäanalyysin muodossa luettelomaisesti tässä tutkimuksessa esilletulleita tuloksia ja ajatuksia opiston toiminnan suunnittelun ja kehittämistyön avuksi. SWOT –analyysi on ns. nelikenttäanalyysi, jossa määritellään organisaation vahvuudet (strength), heikkoudet (weakness), mahdollisuudet (opportunities) ja uhat (threat).

Vahvuudet

- kurssit avoimia kaikille
- opisto on aikaansa seuraava
- asiantuntevuus
- viihtyisä ympäristö

Heikkoudet

- yhteistyö työvoimatoimiston kanssa
- kurssien hintataso
- välimatkat

Mahdollisuudet

- koulutushalukkuuteen vastaaminen
- oppilaitosyhteistyö
- verkostoituminen

- yritysysteistyöprojektit
- työllisyysongelma – työttömäksi jääneiden henkisen vireyden ylläpitäminen
- elinikäisen oppimisprosessin opettaminen henkilöstölle ja opiskelijoille
- oppivan organisaation periaatteiden toteuttaminen opistotyössä
- työntekijöiden hiljaisen tiedon hyväksikäyttäminen suunnittelu- ja kehittäelytyössä

Uhat

- julkisen rahoituksen pieneneminen
- työttömyysongelma
- tuntiopettajien saatavuus
- kilpailutilanne
- opiskelun esteet korostuvat
- motivointi

Näitä tuloksia opisto voi käyttää arvokeskustelun, vision, tehtäväkuvan ja toiminnan suunnittelun pohjana. Täydellisen analyysin tekemiseksi tulee huomioida, että opiston toimintaan vaikuttavat monet muutkin tekijät sekä sisäinen että ulkoinen asiakkuus.

6.3 Empiirisen tutkimuksen analysointi

6.3.1 Koulutus- ja aikuisopiskelutarve

Käsitlemme tässä luvussa vielä yhteenvedonomaaisesti tutkimusongelmien jo edellä esitettyjä tuloksia. Tulosten mukaan kansalaisopisto näyttää olevan melko merkittävä oppilaitos aikuisväestölle. Melkein puolet vastaajista oli opiskellut kansalaisopistossa yli viisi vuotta. Kansalaisopiston kursseja oli keskeyttänyt 14 % vastaajista. Ajan puute, terveydelliset syyt, motivaation puute, tilojen ahtaus ja liian pitkät tunnit olivat keskeyttämisen takana.

Kuten jo johdannossa mainitsimme, kansalaisopisto tarjoaa monipuolista opetusta käyttäjilleen. Tämä pätee myös vastaajien palautteessa. Eniten tarvetta koettiin liikunnan ja käsityön osa-alueilla. Trendivalveutuneisuuttakin löytyi; mukaan toivottiin la-

vatansseja sekä erityisruokavaliokursseja. Myös avoimen yliopiston kursseja toivottiin valikoimiin.

Kurssin pituuden suhteen suosituimpia näyttivät opiskelijoiden mielestä olevan koko vuoden kestävätkurssit. Ajoituksellisesti syyslukukausi oli kevätlukukautta suosittuampi. Mielenkiintoista oli myös se, että kesälukukausi ei herättänyt kiinnostusta.

Selvästi suosituin opiskeluajankohta oli arki-ilta. Ajatellen opiskelun pituutta tunneissa suosi yli puolet vastaajista 1 – 2 tunnin oppijaksoja. Pitemmän, 3 – 4 tunnin opetusjakson kannalla oli myös yli 40 % ja vain 4 % olisi halukas myös koko päivän opiskeluun. Opiskeluajan pituuteen vaikuttaa varmasti se, mitä vastaaja opiskelee. Esimerkiksi entisöintiin lienee syytä varata pitempi aika, kun taas kielten opiskeluun riittänee lyhyempi tunti.

Koulutushalukkuudessa on selvästi nähtävissä kansalaisopiston merkitys yleissivistävän ja harrastustavoitteisen koulutuksen antajana, sillä valtaosa vastanneista oli kiinnostunut harrastustavoitteisista aineista. Voidaanko todeta, että maaseudulla kansalaisopisto on harrastusaineiden tarjoaja merkittävässä roolissa? Harrastustavoitteisessa opiskelussa puolestaan korostui tietopohjaisuus ja tavoitteellisuus sekä tehokkuus itsensä kehittämisessä ja mahdollisen hyödyn saaminen sitä kautta.

6.3.2 Opiskeluun vaikuttavia tekijöitä

Tämän tutkimuksen mukaan vahvana tekijänä kurssille osallistumiseen, oli henkisen vireyden ylläpitäminen. Myös tarve tietojen ja taitojen ylläpitämiseen ja parantamiseen oli vaikuttava tekijä. Kolmanneksi vastaajia motivoivat sosiaaliset tarpeet: kursilla oli hauskaa ja se oli hyödyllistä ajanvietettä. Johtopäätökseksi voimme todeta, että opiskeluun vaikuttaa yhteenkuulumisen tarpeet sekä itsensä kehittämisen tarve. Näyttää siltä, että ihmiset haluavat sosiaalisuutta. Tänä päivänä yksinäisyys, työn kiireellisyys ja syrjäytyneisyys etäännyttävät ihmisiä toisistaan. Ihmiset myös haluavat saada elämäänsä sisältöä opiskelusta ja itsensä kehittämisestä. Tätä kautta ihminen saa uutta sisältöä myös työelämäänsä. Tällainen motivaatio antaa hyvän pohjan oppivan laatuorganisaation periaatteiden toteuttamiselle työyhteisössä. Motivoinnin lisäksi opiskelupäätöstä tehtäessä vastavuoroisesti vaikuttivat myös opetuksen sisältö, osaat kouluttajat ja kurssin ajoitus.

Toimintaa suunniteltaessa ja kehitettäessä on motivaation lisäksi myös tutkittava mahdollisen opiskelun esteiden osuutta. Viitekehysten puolella tutustuimme useisiin opiskeluesteisiin. Merkittävä syy opiskelun esteisiin oli saatavuuteen liittyvät tekijät, eli pitkät matkat ja huonot kulkuyhteydet. Vastaajat olivat huolissaan sivukylien opetustarjonnasta. Osa vastaajista ehdotti kimpakyytien järjestämistä ratkaisuksi tämän esteen poistamiseksi. Myös kurssien hintavuutta pidettiin yhtenä esteenä. Vastauksissa pyydettiin kurssien hinta/laatu –suhteen tarkistamista.

Mikä on sitten asenteiden osuus – ovatko ne esteitä vai motivoivia tekijöitä? Osa vastaajista ei saanut itseään liikkeelle, niin vaikuttavatko siihen asenteet vai motivaation puute? Tämä jäi tässä tutkimuksessa avoimeksi tekijäksi. Mielestämme asenteisiin voi opisto vaikuttaa mm. markkinoinnin avulla. Paikallislehdessä julkaistavat jutut kursseilla tapahtuvista asioista voisivat muokata asennetta – ainakin tietoisuus kursseista leviäisi.

Ratkaisuja ja vastauksia siihen, millä keinoilla opiskelun esteitä ja keskeyttämistä voitaisiin eliminoida, tulisi meidän mielestämme pohtia yhdessä opiskelijoiden kanssa. Opiskelun haasteellisuus, opetuksen tason nostaminen ja oppivan laatuorganisaation periaatteiden soveltaminen, sekä elinikäisen oppimisen periaatteen toteuttaminen antavat mielestämme vastauksia vallitsevaan motivointi- ja asenneongelmaan ja sitä kautta myös opiskelun esteisiin ja keskeyttämiin.

6.3.3 Opiston imago

Kokonaisuudessaan voimme todeta, että opiston imago on hyvä. Paikkakuntalaisten mielestä kansalaisopiston kurssit olivat avoimia kaikille ja kansalaisopistoa pidettiin asiantuntevana ja aikaansa seuraavana. Sen sijaan opiston kansainvälisyyttä epäiltiin. Voisiko tässä tehdä yhteistyötä rajanaapurin, Venäjän kanssa?

Myös opiston asiakaspalvelua pidettiin hyvänä. Opetustiloja pidettiin soveltuvina työskentelyyn, vaikka joidenkin mielestä tilan ahtaus vaikutti harrastukseen. Tämä ongelma selvinnee varmasti keskustelemalla kurssilaisten, vastaavan opettajan sekä vastuuhenkilöiden kanssa.

Kurssin tiedottaminen todettiin myös hyväksi. Vastaajat pitivät paikallislehden välissä, syksyisin ilmestyvää opinto-opas -liitettä, riittävänä tiedottamisvälineenä. Toiseksi

tehokkain tiedonvälittäjä oli ystävä tai tuttu. Kun katsomme tiedottamista markkinointinäkökulmasta, niin parhain markkinointiväline on juuri ystävän tai läheisen mielipide ja suosittelu. Voisiko tätä hyödyntää enemmän myös kansalaisopistossa? Jos joku opistossa opiskeleva toisi mukanaan tietyn määrän uusia asiakkaita, hän saisi siitä jotain etuuksia? Tätä menettelytapaa käytetään hyvin paljon mm. erilaisissa kirjakerhoissa. Voisiko myös miettiä muutoksia opinto-oppaaseen? Esimerkiksi opiskelijat itse kirjoittaisivat kurssikuvaukset ja ohjaaja antaisi siihen tarvittaessa apuaan? Tästä on hyvä lähteä kehittämään opiston toimintaa aina parempaan ja laadukkaampaan suuntaan.

6.3.4 Työttömien toiminnan kehittäminen

Koska vastaajista vain hyvin pieni osa oli työttömiä, on vaarallista lähteä tekemään yleismaailmallisia yleistyksiä. Kuitenkin joitakin asioita voimme pohtia.

Ensinnäkin yhteistyökeskustelujen avaaminen työvoimatoimiston kanssa lienee paikallaan. Keski-Karjalan kansalaisopiston alueella työttömyysprosentti lienee korkeammalla kuin esimerkiksi pääkaupunkiseudulla.

Luovuus ja itsensä toteuttaminen painottuivat myös työttömien vastauksissa. Henkinen vireyden ja tietojen ja taitojen oppiminen olivat ne motiivit, jolla nämä vastaajat päätyivät opistoon opiskelemaan. Osallistumis päätöksiin vaikuttivat kurssin sisältö, kurssin sijainti sekä osaavat kouluttajat. Kurssille osallistumisesteen toivat pitkät matkat ja huonot kulkuyhteydet. Myös kurssien kalleus nousi esille. Ratkaisuna tähän voisi ehdottaa kimpapakyytejä sekä erikoishinnoittelua. Ns. opintoseteleiden (voucher) käyttöönottoa voisi myös tutkia ja selvittää.

6.3.5 Opiston toiminnan kehittäminen

Koska tuote tai palvelu ostetaan tyydyttämään tarvetta, olisi opiston pystyttävä kehittämään uusia, entistä tehokkaampia tuotteita ja palveluja. Opiston tulisi miettiä, kuinka palveluja kehittämällä voitaisiin turvata paikkakuntalaisille mahdollisuus itsensä kehittämiseen sekä uusien tietojen ja taitojen hankkimiseen. Opistolla on varmasti haasteellista olla mukana nykyisessä, nopeasti kehittyvässä yhteiskunnassa. Opiston pitäisi miettiä, kuinka opiston palvelujen saavutettavuus vastaa tai rajoittaa opistotoiminnalle asetettua sivistyksellisen tasa-arvon periaatteen toteutumista. Eten-

kin jos valtiovalta laittaa tulevaisuudessa omia ehtoja mukaan, jolla valtion varoja jalkautetaan opistolle. Mietittävää riittää myös siinä, riittääkö nykyinen tarjonta tämänhetkisille markkinoille ja onko hinta kilpailukykyinen markkinatarpeeseen nähden. Löytyykö vielä jostakin vaihtoehtoja rahoituksen suhteen, vai onko kaikki keinot jo käytössä? Miten opisto pystyy tarjoamaan palveluitaan käypään hintaan ja sopivan sisältöisinä kaikille paikkakuntalaisille, kuten esimerkiksi sivukyliä asukkaille, työttömille, opiskelijoille, eläkeläisille, uusavuttomille tai vaikkapa henkisesti väsyneille?

Toimistopalveluiden saavutettavuuden suhteen kyselyn tulokset eivät anna aihetta muutoksiin. Peräti yli 70 % vastaajista oli sitä mieltä, että asiakaspalvelu on hyvää. Jos kuitenkin jotain halutaan vielä parantaa saavutettavuutta/palvelua tulevaisuudessa, voisi vielä pohtia, onko tarvittaessa myös opiston muu henkilöstö, kuten opettajat, helposti opiskelijoiden tavoitettavissa esimerkiksi sähköpostitse tai puhelimitse?

Palveluja kehitettäessä on edelleen hyvä miettiä toimiiko opiston koko palveluketju moitteettomasti? Mitkä ovat esimerkiksi kursseille valinnan kriteerit, mikäli tietyille kursseille on tungosta? Pääseekö halukkaat mukaan ilmoittautumisjärjestyksessä? Voisiko peruutustapauksia varten kehittää toimivan jonotuslistasysteemin, jotta tyhjiä, maksamattomilta opiskelupaikoilta vältyttäisiin? Hyvin suunniteltu systeemi takaisi sen, että opiskelijat ilmoittaisivat peruutuksesta opistolle mahdollisimman ajoissa. Näin opisto puolestaan voisi antaa jonotuslistalla oleville mahdollisuuden kursseille osallistumiseen. Näin pystyttäisiin eliminoimaan mahdollinen tulon menetys.

Lisäksi olisi hyvä miettiä, miten etäopiskelun avulla voitaisiin opistossa lisätä koulutuksellista tasa-arvoa. Etäopiskelun avulla voisi tarjota uusia mahdollisuuksia mm. sellaisille henkilöille, joilla on liikunta-, kuulo-, näkö- tai muu vamma, mikä on aiemmin estänyt opiskelun ja itsensä kehittämisen. Voisiko tietokoneavusteista opetusta käyttää paikkakunnalla heidän kuntoutukseensa ja koulutukseensa? Tänä päivänä opiskelu on mahdollista kotoakin käsin, kunhan tarvittavat laitteistot on käytettävissä. Voidaanko etäopiskelua hyödyntää myös harvaanasutulla maaseudulla, jossa opiskelun esteenä ovat monesti pitkät matkat?

Hinnoittelu vaikuttaa olennaisesti asiakkaan opiskelupäätökseen. Minkä kannan opisto ottaa hinnoitteluun? Huomioidaanko hinnoittelussa eri opiskelijaryhmät ja opiskelijan elämäntilanne? Kuinka huomioidaan opiston aktiiviset opiskelijat, voisiko heille antaa

paljousalennuksia tai määräalennuksia? Hinnoittelulla voidaan vaikuttaa opiston käyttöasteeseen; liian korkea hinta karkottaa asiakkaat ja liian matala hinta taas ei kata kustannuksia. Tähän täytyisi löytää optimaalinen hintahaarukka. Hintaa voidaan myös käyttää houkuttimena, jos kurssille ei ole ilmoittautunut tarpeeksi kiinnostuneita asiakkaita. Opistollahan voisi yhtenä laatuavoitteena olla esimerkiksi yksilön elämisen laadun kehittäminen muuttuvassa yhteiskunnassa. Tämän mukaisesti opisto voisi tutustuttaa opiskelijat ympäristö- ja yhteiskunnallisiin asioihin ja opettaa heidät kantamaan niistä vastuuta. Kuitenkin tämän tutkimuksen tuloksen mukaan kiinnostus ympäristö- ja laatuasioihin oli vähäistä. Valistuksen ja tiedotuksen lisäksi hinnoittelulla mahdollisesti voitaisiin edistää kiinnostuksen kasvua. Maksuehtojen antaminen tietyn elämäntilanteen omaaville opiskelijoille voisi poistaa esteen opiston palvelujen käyttöön.

Mikäli yksilön laadun kehittäminen kuuluisi opiston tavoitteisiin, olisi huomioitava myös opiskelijoiden henkinen hyvinvointi. Uusi teknologia on tullut osaksi yrityksen toimintaa. Uusia ammatteja syntyy, mutta vanhat työntekijät eivät välttämättä voi niihin koulutuksen puutteen vuoksi siirtyä. Uusi teknologia sekä rikastuttaa että myös yksinkertaistaa työtä, mutta kehityksen mukana on usein syntynyt myös ongelmia. Työpaineet ja stressi on lisääntynyt kiireestä ja ylikuormituksesta, mutta myös siitä, että työpaikoilla ei panosteta mielekkäisiin työmenetelmiin, palautteeseen ja palkkaukseen.

Opiston koulutustarjonnassa elämisen laadun ja vähemmistöryhmien huomioiminen olisi varmasti tärkeää pitkällä aikajänteellä. Henkisen hyvinvoinnin edistymistä on tosin vaikea mitata, mutta se varmasti näkyy vähentyneinä sairauspoissaoloina työpaikoilta. Olisiko opistolla mahdollisuutta olla näiden teemojen taustavaikuttajana - elämän laadun ja terveen elämän puolestapuhujana? Voisiko yhteistyötä tehdä vapaaehtoisjärjestöjen, terveyskeskuksen, työterveyshuoltojen ja työnantajien kanssa?

Jatkuvat sosiaaliset ja tekniset muutokset muuttavat elämäämme. Tähän lisättyinä yksilöllinen kasvu ja urakehitys tarkoittavat sitä, että koulutuksella on avainrooli monissa yhtiöissä. Nykyisin ihmisiä palkataan töihin usein sillä perusteella, mitä he voivat oppia, ei sen perusteella, mitä he tietävät. Työelämän kehittämisessä korostetaan sitä, että ihmisiä pitää kouluttaa elinikäiseen oppimiseen. Tämä elinikäisen oppimisprosessin opettaminen opiskelijalle voisi olla kansalaisopistonkin tehtävä.

Erään määritelmän mukaan laatu on sama kuin tyytyväinen asiakas. Asiakkaiden tarpeiden huomioiminen ja niiden tyydyttäminen on opistolle menestyksen salaisuus. On ilmeistä, että kaikkien osapuolten yhteistyö ja mm. valtiolta saatu taloudellinen tuki edesauttavat ja toisaalta turvaavat mahdollisuuden opistotoiminnan kehittämiseen sekä palvelujen monipuoliseen ja laadukkaaseen tarjontaan. Opistopalveluja kehittämällä ja opiskelun esteisiin vaikuttamalla ja niitä eliminoimalla voitaisiin myös uusille opiskelijoille avata opiston ovet. Samalla nykyisille opiskelijoille pystyttäisiin tarjoamaan entistä parempia palveluja.

LÄHTEET

- Aho, S. 1980. Opetuksen ja opiskelun vaikeudet kansalais- ja työväenopistoissa. Turun yliopisto. Kasvatustieteiden laitos. Julkaisusarja A:73. Turku.
- Alanen, A. 1969. Edistävää ja viihdyttävää opintokerhotoimintaa. Acta Universitatis Tamperensis. Ser. A. Vol. 29. Tampere.
- Alanen, A. 1970. Aikuisopiskelun motivaatio. Teoksessa Opiskeleva aikuinen. Vaapaan kansansivistystyön XVII vuosikirja. Myllykoski. Otava.
- Alanen, A. 1985. Johdatus aikuiskasvatukseen. Helsinki.
- Alkula, T. & Pöntinen, S. & Ylöstalo, P. 1994. Sosiaalitutkimuksen kvantitatiiviset menetelmät. WSOY. Juva.
- Anttila, M. & Iltanen, K. 2001. Markkinointi. Porvoo. WS Bookwell Oy.
- Arnold, J. & Cooper, C. & Robertson, I. 1995. Work Psychology. Understanding Human Behaviour in the Workplace. 2nd edition. Pitman Publishing. London.
- Auvinen, P. 2004. Ammatillisen käytännön toistajasta monipuoliseksi aluekehittäjäksi? Ammattikorkeakoulu-uudistus ja opettajan työn muutos vuosina 1992-2010. Joensuun yliopiston kasvatustieteellisiä julkaisuja n:o 100. Joensuu: Joensuun yliopisto.
- Bandura, A. 1986. Social Foundations of thought and action. A social cognitive theory. Prentice-Hall. Englewood Cliffs. New Jersey.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2003. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki. Edita.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 1999. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 3.painos. Jyväskylä.
- Foxall, G.R & Goldsmith R.E. 1994. Consumer psychology for marketing. British Library Cataloguing in Publication Data. Great Britain.
- Grönfors, M. 1982. Kvalitatiiviset kenttätutkimusmenetelmät. WSOY. Juva.
- Grönroos, C. 1998. Nyt kilpaillaan palveluilla. Porvoo. WSOY Kirjapainoyksikkö.
- Gummesson, E. 1998. Suhdemarkkinointi 4P:stä 30R:ään. Helsinki. Kauppakaari Oyj.
- Havén, H. & Syvänperä, R. 1983. Aikuiskoulutukseen osallistuminen. Tilastokeskus. Tutkimuksia nro 92. Helsinki. Valtion painatuskeskus.

Janhukainen, I. & Junnelius, C. & Sonkin, L. 1988. Liiketoiminnan kehittäminen liikeidean pohjalta. Espoo. Weilin & Göös.

Johstone, J.W & Riviera. R. 1965. Volunteers for Learning. A study of the Educational Pursuit of American Adults. Aldine. Chigago.

Karhu, E. 1997. Keski-Karjalan ja Linnalan kansalaisopistojen asiakaslähtöinen toiminnan kehittäminen. Lopputyö.

Kaplan, R.S., Norton, D.P. 1996. The Balanced Scorecard. Translating Strategy into Action. Harvard Business School Press. Boston.

Kauppinen, P. 2004. Kahteen suuntaan katsonut. Kiteen kunta 1870-luvulta 2000-luvulle. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Kotler, P. 1990. Markkinoinnin käsikirja. Analyysi, suunnittelu, toteutus ja seuranta. Jyväskylä. Gummerus Kirjapaino Oy.

Kotler, P. 1996. Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation, and Control. 9th ed. Prentice-Hall Internationa Inc., A Simon & Schuster Company, New Jersey.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. & Hytönen, K. 1991. Asiakassuuntainen markkinointi. Fintrade-Philippin Print, Hong Kong: Avaintulos Oy.

Lehtonen, H. & Tuomisto, J. 1973. Aikuiskoulutus Suomessa: käsitykset ja käyttö. Tampereen yliopisto. Yhteiskuntatieteiden tutkimuslaitos. Tutkimuksia ja selvityksiä 1.

Lotti, L. 1998. Markkinointitutkimuksen käsikirja. Markkinointi-instituutin kirjasarja n:o 44. WSOY. Porvoo.

Maslow, A. 1954. Motivation and Personality. New York.

Metsämuuronen, J. 1997. Omaehtoinen oppiminen ja motiivistrukturit. Opetushallitus. Tutkimus 3/1997.

Metsämuuronen, J. 1995. Harrastukset ja omaehtoinen oppiminen: Sitoutuminen, motivaatio ja coping. Teoreettinen tausta, rakenneanalyysi ja sitoutuminen. Tutkimuksia 146. Helsingin yliopiston opettajankoulutuslaitos, Tummaavuoren kirjapaino Oy, Vantaa.

Mäki, J. & Purhonen, S. & Weckroth, K. 1978. Motivaatio ja toiminnan käsite: teoreettinen tarkastelu. Tampereen yliopisto. Sosiologian ja sosiaalipsykologian laitoksen tutkimuksia. 31. Tampere.

Niinistö, K. 1984. Aikuiskoulutus ja sen evaluointi. Uusia sovellutuksia lähinnä tulkinnallisesta näkökulmasta. Valtion painatuskeskus. Helsinki.

Nikkanen, P. 1990. Luentomoniste. Oppiva organisaatio. Teoriaa ja käytäntöä. Laatu-kurssi. Savonlinnan aikuiskoulutuskeskus.

Palmer, A. 1994. Principles of services marketing. London. McGraww Hill.

Patrikainen, R. 1999. Opettajuuden laatu. Ihmiskäsitys, tiedonkäsitys ja oppimiskäsi-tyt opettajan pedagogisessa ajattelussa ja toiminnassa. Jyväskylä: PS-kustannus.

Peltonen, M. 1985. Koulutuksella tulevaisuuteen. Teollisuuden koulutusvaliokunta, Sarja A/13/1992. STK – KTL.

Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki. Kaupakaari Oyj.

Rope, T. & Vahvaselkä, I. 1992. Nykyaikainen markkinointi. Jyväskylä. Gummerus kirjapaino Oy.

Ruhotie, P. 1996. Oppimalla osaamiseen ja menestykseen. Helsinki. Edita.

Saarinen, P. 1984. Liikunnastako pysyvä harrastus? Seuruutietoa toiselta neljännelle vuosikymmenelle. Oulun yliopisto. Kasvatustieteiden tiedekunnan tutkimuksia 27.

Sahlberg, P. & Leppilampi, A. 1994. Yksinään vai yhteisvoimin. Vantaa: Helsingin yliopiston Vantaan täydennyskoulutuskeskus.

Senge, P. 1990. The fifth discipline. The art and practise of the learning organization. New York. Doubleday/Currency.

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä. Merkitys, vaikutus ja keinot. Porvoo. WS Bookwell Oy.

Yin, R. 1989. Case Study Research. Design and methods. Applied Social Research Methods Series. Vol. 5. Sage Publications. Beverly Hills. CA.

Ylikoski, T. 1998. Unohtuiko asiakas? Perustietoja palvelujen markkinoinnista. Keuruu. Otavan Kirjapaino.

Internetlähteet:

www.stat.fi

www.vaestorekisterikeskus.fi

<http://www.intermin.fi/intermin/home.nsf/pages/5147F6816F9BA43BC2256FB100326DD8?opendocument>

<http://vos.uta.fi/rap/kust/v04/raportit.html>

LIITE 1 Keski-Karjalan kansalaisopisto tunnuslukuja 1995 – 2005.

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Toimintatuotot				277 815	235 126	214 794	247 141	270 515	243 775	300 858	250 144
Toimintakulut				699 327	655 630	652 092	683 462	727 066	724 110	730 597	659 192
Toimintakate				421 512	420 504	437 298	436 321	460 023	480 558	429 739	410 814
Bruttokustannus €/tunti				57,07	54,99	59,19	61,19	63,62	63,97	64,83	61,73
Bruttokustannus €/asukas				50,21	47,80	47,99	51,09	55,11	55,77	57,02	52,03

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Opetustunteja	11 664	12 292	10 737	12 254	11 921	11 017	11 169	11 429	11 320	11 270	10 679
Valtionosuus oppitunnit	10 408	10 742	10 426	12 013	10 473	10 788	10 700	10 496	10 374	11 029	9 845
Myyntipalvelu oppitunnit	1 256	1 550	311	241	442	229	469	933	946	241	834
Asukkaita	14 422	14 263	14 095	13 927	13 717	13 587	13 378	13 192	12 984	12 813	12 668
Opiskelijoita	2 890	2 854	2 787	2 493	2 663	2 474	2 454	2 369	2 319	2 370	2 215
As. luvusta %	20,04	20,01	19,77	17,90	19,41	18,21	18,34	17,96	17,86	18,50	17,21
Kurssilaisia	4 776	5 215	4 802	4 367	4 776	4 733	4 812	4 683	4 611	4 647	4 246
Toimipaikkoja	98	90	98	93	95	94	89	88	88	86	78
Opettajia	208	216	161	144	162	153	149	137	125	132	127

LIITE 2

Valtionosuuspohjan mukaisten todellisten kustannusten ja laskennallisen valtionosuuspohjan vertailu; vain kansalaisopistot.

Laitos	Opetus-tunnit	Kustannukset euroa	Kustann. e/tunti	Opetus-tunnit	Laskenn. vos-peruste	Yks.hinta e/tunti	Opetus-tunnit	Vos-peruste kustannuksista	Euroa/tunti
02285 Alastaron kansalaisopisto	2.175	118.000	54,25	1.844	101.328	54,95	84,78	85,87	101,28
02150 Enon kansalaisopisto	2.804	163.000	58,13	2.819	154.904	54,95	100,53	95,03	94,53
02231 Haapajärven kansalaisopisto	4.830	224.000	46,38	4.225	232.164	54,95	87,47	103,64	118,49
02232 Haapaveden kansalaisopisto	13.059	1.147.000	87,83	12.496	686.655	54,95	95,69	59,87	62,56
02179 Hankasalmen kansalaisopisto	6.923	357.000	51,57	6.211	341.294	54,95	89,72	95,60	106,56
02234 Iin ja Yli-Iin kansalaisopisto	8.547	480.000	56,16	8.186	449.821	54,95	95,78	93,71	97,85
02127 Iitin kansalaisopisto	3.952	186.000	47,06	3.812	209.469	54,95	96,46	112,62	116,75
02063 Ikaalisten kansalaisopisto	5.878	328.000	55,80	5.961	327.557	54,95	101,41	99,86	98,47
02048 Ingå medborgarinstitut	3.206	127.000	39,61	2.805	154.135	54,95	87,49	121,37	138,72
02201 Jalasjärven kansalaisopisto	6.451	359.000	55,65	6.203	340.855	54,95	96,16	94,95	98,74
02143 Joroisten kansalaisopisto	3.568	181.000	50,73	3.394	186.500	54,95	95,12	103,04	108,32
02275 Joutsan kansalaisopisto	5.571	277.000	49,72	4.922	270.464	54,95	88,35	97,64	110,51
02164 Juankosken kansalaisopisto	3.784	214.000	56,55	3.207	176.225	54,95	84,75	82,35	97,16
02202 Jurvan kansalaisopisto	4.081	283.000	69,35	4.024	221.119	54,95	98,60	78,13	79,24
02198 Järvi-Pohjanmaan kansalaisop.	8.479	455.000	53,66	7.384	405.751	54,95	87,09	89,18	102,40
02293 Kaakkois-Savon kansalaisopisto	4.760	261.000	54,83	4.562	250.682	54,95	95,84	96,05	100,22
02130 Kaakon kansalaisopisto	3.044	164.000	53,88	2.615	143.694	54,95	85,91	87,62	101,99
02165 Kaavin kansalaisopisto	2.763	115.000	41,62	2.621	144.024	54,95	94,86	125,24	132,02
02237 Kalajoen kansalaisopisto	4.447	242.000	54,42	4.163	228.757	54,95	93,61	94,53	100,98
02145 Kangasniemen kansalaisopisto	5.689	393.000	69,08	4.788	263.101	54,95	84,16	66,95	79,54
02204 Kannuksen kansalais-	6.602	327.000	49,53	5.932	325.963	54,95	89,85	99,68	110,94

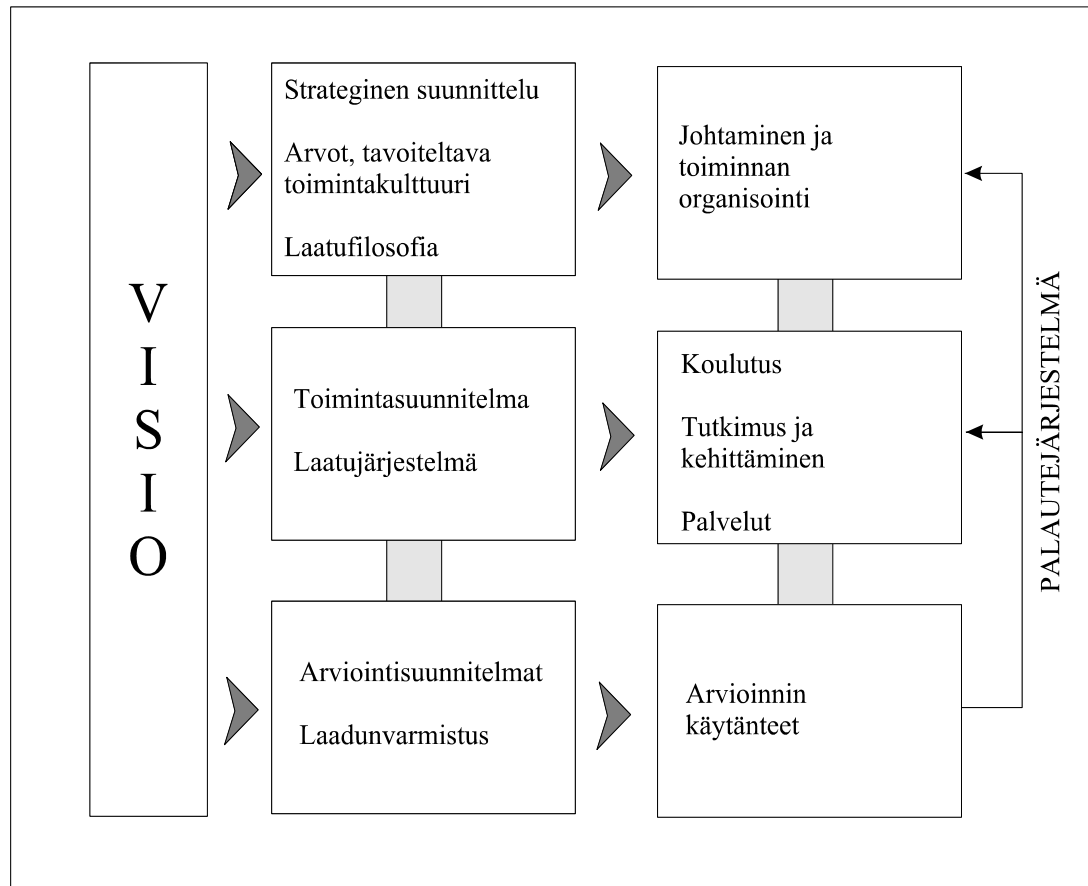
opisto									
02184 Karstulan kansalaisopisto	6.105	349.000	57,17	6.152	338.052	54,95	100,77	96,86	96,12
02301 Kaski-kuusen kansalaisopisto	8.704	432.000	49,63	8.043	441.963	54,95	92,41	102,31	110,71
02205 Kauha-joen kansalaisopisto	8.400	511.000	60,83	8.168	448.832	54,95	97,24	87,83	90,33
02260 Keminmaan kansalaisopisto	7.183	443.000	61,67	6.374	350.251	54,95	88,74	79,06	89,10
02154 Keski-Karjalan kansalaisopisto	10.925	696.000	63,71	9.842	540.818	54,95	90,09	77,70	86,25
02185 Keuruun kansalaisopisto	10.102	646.000	63,95	9.228	507.079	54,95	91,35	78,50	85,93
02090 Kimito-bygdens medborgarinst.	2.701	170.000	62,94	2.381	130.836	54,95	88,15	76,96	87,31
02166 Kiuruveden kansalaisopisto	6.852	391.000	57,06	6.853	376.572	54,95	100,01	96,31	96,30
02229 Kristinestads medborgarinst.	5.960	326.000	54,70	5.044	277.168	54,95	84,63	85,02	100,46
02224 Kronoby medborgarinstitut	6.830	323.000	47,29	6.154	338.162	54,95	90,10	104,69	116,19
02240 Lakeuden kansalaisopisto	3.823	187.000	48,91	3.699	203.260	54,95	96,76	108,70	112,34
02199 Lakeudenportin kansalaisopisto	17.363	917.000	52,81	16.130	886.344	54,95	92,90	96,66	104,05
02169 Leppävuirran kansalaisopisto	10.311	571.000	55,38	9.529	523.619	54,95	92,42	91,70	99,23
02105 Lopen opisto	4.163	200.000	48,04	3.893	213.920	54,95	93,51	106,96	114,38
02073 Merikarvian kansalaisopisto	5.901	253.000	42,87	5.999	329.645	54,95	101,66	130,29	128,17
02066 Mynämäen seud. kansalaisopisto	4.908	284.000	57,86	4.647	268.504	57,78	94,68	94,54	99,85
02148 Mäntyhärjun kansalaisopisto	5.384	354.000	65,75	4.899	269.200	54,95	90,99	76,05	83,57
02170 Nilsjän kansalaisopisto	3.825	226.000	59,08	3.979	218.646	54,95	104,03	96,75	93,00
02226 Nykarleby arbetarinsti- tut	6.850	373.000	54,45	6.327	347.669	54,95	92,36	93,21	100,91
02227 Närpes medborgarinstit- tut	8.684	506.000	58,27	8.279	454.931	54,95	95,34	89,91	94,31
02242 Oulasopisto	9.755	604.000	61,92	8.717	478.999	54,95	89,36	79,30	88,75
02243 Oulujo- ki-opisto	6.503	366.000	56,28	6.805	373.935	54,95	104,64	102,17	97,63
02298 Pedersöre medborga- rinstitut	7.724	433.000	56,06	7.303	401.300	54,95	94,55	92,68	98,02
02212 Perhoni- jokilaakson	7.028	357.000	50,80	6.667	366.352	54,95	94,86	102,62	108,18

kansalaisop.									
02190 Pohj- Päijänte kansalaisop.	3.601	234.000	64,98	3.363	184.797	54,95	93,39	78,97	84,56
02158 Polvijär- ven kansalais- opisto	4.012	200.000	49,85	3.741	205.568	54,95	93,25	102,78	110,23
02159 Puruveden kansalais- opisto	3.407	236.000	69,27	3.153	173.257	54,95	92,54	73,41	79,33
02292 Rautjär- ven kansalais- opisto	2.919	165.000	56,53	2.931	161.058	54,95	100,41	97,61	97,21
02287 Ristiinan kansalaisopisto	3.935	242.000	61,50	3.280	180.236	54,95	83,35	74,48	89,35
02277 Ruokola- hden kansa- laisopisto	3.957	200.000	50,54	3.582	196.831	54,95	90,52	98,42	108,72
02114 Ruoveden opisto	3.796	230.000	60,59	3.393	186.445	54,95	89,38	81,06	90,69
02247 Ruukin kansalaisopisto	6.858	320.000	46,66	6.764	371.682	54,95	98,63	116,15	117,76
02191 Saari- järven kansa- laisopisto	11.512	595.000	51,69	10.357	569.117	54,95	89,97	95,65	106,32
02286 Savitai- paleen kansa- laisopisto	6.168	316.000	51,23	5.659	310.962	54,95	91,75	98,41	107,26
02174 Sisä- Savon kansa- laisopisto	12.239	649.000	53,03	11.087	609.231	54,95	90,59	93,87	103,63
02115 Some- ron kansalais- opisto	5.184	333.000	64,24	4.484	246.396	54,95	86,50	73,99	85,54
02215 Teuvan kansalaisopisto	3.558	220.000	61,83	3.544	194.743	54,95	99,61	88,52	88,87
02160 Tohma- järvi-Värtsilän kansal.op.	3.933	235.000	59,75	3.938	216.393	54,95	100,13	92,08	91,97
02216 Toho- lammin kansa- laisopisto	4.098	195.000	47,58	3.791	208.315	54,95	92,51	106,83	115,48
02176 Tuus- niemen kansa- laisopisto	2.917	181.000	62,05	2.683	147.431	54,95	91,98	81,45	88,56
02139 Valkeaa- lan kansalais- opisto	4.507	280.000	62,13	3.979	218.646	54,95	88,28	78,09	88,45
02196 Viitasaa- ren kansalais- opisto	3.929	227.000	57,78	3.554	195.292	54,95	90,46	86,03	95,11
02122 Vilppu- lan kansalais- opisto	3.373	177.000	52,48	3.006	165.180	54,95	89,12	93,32	104,72
02123 Virtain kansalaisopisto	5.891	334.000	56,70	5.394	296.400	54,95	91,56	88,74	96,92
02220 Vöörä- Oravais-Maxmo medb.inst.	6.076	351.000	57,77	5.840	320.908	54,95	96,12	91,43	95,12
02162 Ylä- Karjalan kansa- laisopisto	5.671	326.000	57,49	4.588	252.111	54,95	80,90	77,33	95,59
3 Kunta	398.138	22.565.000	56,68	369.397	20.311.516	54,99	92,78	90,01	97,02

LIITE 3. Suunnittelutyökalu.

Elementti	Sisältö/Tehtävä
Missio	Perustehtävän määrittely: <ul style="list-style-type: none"> • miksi oppilaitos on olemassa • mikä on perustehtävämme ja päämäärämme • mistä maksetaan palkka
Arvot	Ohjaavat toimintaa: <ul style="list-style-type: none"> • mikä on oppilaitoksen toiminnassa tärkeää • mihin toiminta perustuu
Visio	Tulevaisuuskuva: <ul style="list-style-type: none"> • millaista tulevaisuutta halutaan tehdä • mikä on mahdollista
Strategia	Toimintaperiaatteet vision saavuttamiseksi: <ul style="list-style-type: none"> • toiminta ja keinot, miten päästään päämäärään
Toimintasuunnitelma	Toimintaohjeisto: <ul style="list-style-type: none"> • tulostavoitteet, menettelytavat, ajoitus ja resursointi
Arviointi	Tulkinnallinen analyysi: <ul style="list-style-type: none"> • suhteessa arvoihin, päämääriin ja tavoitteisiin
Johtopäätökset	Miten kehittämistä jatketaan: <ul style="list-style-type: none"> • Toimenpiteet, joihin arviointitulosten perusteella ryhdytään

LIITE 4. Oppilaitoksen laatufilosofian keskeiset elementit.



LIITE 5. Asiakastyytyväisyyskysely.

ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

KESKI-KARJALAN KANSALAIPOISTO

Minna Karvinen
Markku Hyvönen

1. Kotikunta

- Kitee
 Rääkkylä
 Joku muu, mikä? _____

2. Sukupuoli

- Nainen
 Mies

3. Syntymävuosi _____

4. Pohjakoulutus

- Kansa- tai kansalaiskoulu
 Peruskoulu tai keskikoulu
 Lukio

5. Ammatillinen koulutus ja koulutusala

- Ei ammatillista koulutusta
 Ammattikurssi
 Ammattikoulu
 Opistotasoinen koulutus
 Ammattikorkeakoulu
 Akateeminen koulutus

6. Vastaajan tämänhetkinen tilanne

- Työssä
 Työtön
 Kotiäiti / koti-isä
 Eläkkeellä
 Opiskelija / koululainen

7. Mistä sait tiedon kurssista, jolle osallistuit? Yksi tai useampi vastaus sallitaan

- Opiston opinto-oppaasta
 Opiston nettisivulta
 Ystävältä, tuttavalta
 Kurssin opettajalta
 Opiston toimistosta
 Työvoimatoimistosta
 Työpaikalta
 Kirjastosta
 En ole saanut tietoa mistään
 Muualta, Mistä? _____

8. Missä muualla mielestäsi kansalaisopiston kursseista pitäisi tiedottaa? _____

9. Kuinka monena vuotena olet opiskellut paikkakuntasi kansalaisopistossa?

- Olen opiskellut 1-2 vuotena
 Olen opiskellut 3-5 vuotena
 Olen opiskellut yli 5:nä vuotena

10. Oletko joskus keskeyttänyt kurssisi kansalaisopistossa?

- En ole keskeyttänyt
 Kyllä, mikä kurssi ja mikä oli syy? _____

11. Seuraavassa on luettelo harrastusaineista, joita kansalaisopistossa voi opiskella. Valitse rastittamalla ne aineet, joita Sinä haluaisit harrastukseksi opiskella.

- Ruotsi
 Englanti
 Vieraat kielet
 Psykologia, kasvatus, ihmistuntemus
 Uskonto, filosofia, elämäkatsomus
 Käsityöt (puu-, metalli- ja ompelutyöt yms.)
 Puutarhanhoito
 Urheilu ja liikunta
 Musiikki (laulu, soitto, kuoroharrastus yms.)
 Luonnon suojelemiseen ja tutkimiseen liittyvät asiat
 Kirjallinen tai suullinen esitystaito (äidinkieli, kirjallisuus yms.)
 Yhteiskunta- ja talouspoliittiset aineet (yhteiskuntaoppi, kunnallispolitiikka, sosiaalipolitiikka, kansantalous yms.)
 Historia (sukututkimus, paikallishistoria yms.)
 Näyttämöharrastus ja teatteritietous
 Kuvaamataito (piirtäminen, maalaaminen, kuvanveisto yms.)
 Valokuvaus, videofilmaus
 Elokuvataide ja -tietous
 Matemaattiset aineet
 Automaattinen tietojenkäsittely (ATK)
 Terveys- ja ravintotietous (ensiapukurssi, ravinto-oppi, ruokien valmistus yms.)
 Haluaisin harrastaa jotakin muuta, mitä? _____

12. Millä todennäköisyydellä osallistuisit edellisessä kohdassa haluamallasi kurssille/kursseille?

- Osallistun varmasti
 Osallistun todennäköisesti
 En osaa sanoa

13. Mikä motivoi Sinua tulemaan kurssille? Miten paljon seuraavat seikat vaikuttavat siihen, että lähdit kurssille kansalaisopistoon?

	ei vaikuta ollenkaan	ei vaikuta kovin paljon	en osaa sanoa	vaikuttaa melko paljon	vaikuttaa erittäin paljon
Tietojen ja taitojen oppiminen/parantaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kurssista on hyötyä erilaisissa elämäntilanteissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Toiminta työttömänä olon sijasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Ihmisten tapaaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kurssilla on hauskaa ja se on hyödyllistä ajanvietettä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oppimiskyvyn ylläpitäminen/parantaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ammatillisten valmiuksien saaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Terveysten ylläpitäminen ja parantaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkinen vireys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Minua motivoi jokin muu, mikä? _____

15. Kuinka pitkään kurssiin kansalaisopistossa olisit valmis osallistumaan?

- Lyhytkurssi (pari päivää)
 Lyhyehkö koulutusjakso (esim. 1 - 2 viikkoa)
 1 - 3 kuukautta
 4 - 6 kuukautta
 Koko lukuvuosi (noin 9 kk)

16. Mikä olisi Sinulle sopivin opiskelu-aika? (Yksi tai useampi vastaus)

- syys - joulukuu eli syyslukukausi
 tammi - toukokuu eli kevätlukukausi
 kesä - elokuu eli kesälukukausi

17. Voisiko kurssin järjestää yleisinä loma-aikoina?

- syys - joulukuussa (esim. syys/talvi/joululoman aikaan)
 tammi - toukokuussa (esim. hiihto/pääsiäisloman aikaan)
 kesä - elokuussa (kesäloman aikaan)
 en halua opiskella yleisinä loma-aikoina

18. Mikä on Sinulle sopivin kurssiajankohta?

- Arkipäivisin
 Arki-iltaisin
 Viikonloppuna

19. Montako tuntia päivästä olisit valmis käyttämään opiskeluun kansalaisopistossa?

- 1 - 2 tuntia
 3 - 4 tuntia
 Koko päivän

20 Kuinka paljon seuraavat tekijät vaikuttavat tehdessäsi osallistumispäätöstä? Merkitse joka riville asteikosta sopivin vaihtoehto:

	eivät vaikuta ollenkaan	eivät vaikuta kovin paljon	en osaa sanoa	vaikuttavat melko paljon	vaikuttavat erittäin paljon
Osaavat kouluttajat - erikoisosaaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kurssin ajoitus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kurssin sijainti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kurssin sisältö	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oikea/sopiva taso	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Erikoistarpeet otetaan huomioon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tehokkuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Uusin tieto ja osaaminen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvä hinta/laatu - suhde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

21. Seuraavassa on luettelo kurssille osallistumisesteistä. Mikäli sinulla on esteitä, valitse viisi (5) Sinulle tärkeintä estettä kurssille osallistumiseen.

- Vuorotyö tai muuten opiskeluun sopimatona aika
- Pitkät matkat/huonot kulkuyhteydet
- Ei aikaa muilta harrastuksilta
- Lastenhoito
- Huono terveys/liikuntavamma
- Tunnen itseni liian väsyneeksi
- Kurssilla olevat asiat ovat vaikeita
- Kurssi tulee liian kalliiksi
- Perheenjäsenien kielteinen suhtautuminen
- Ei ole kaveria ja yksin ei tule lähdeä
- Ryhmän jäsenet ovat minulle vieraita
- Ei ole todellisia esteitä, mutta en saa itseäni liikkeelle
- Ei ole esteitä kansalaisopisto-opiskelulle
- Joku muu, mikä? _____

22. Mitä kansalaisopisto voisi mielestäsi tehdä kurssille tuloesteiden poistamiseksi?

23. Seuraavassa esitetään joukko väitteitä kansalaisopistosta. Merkitse jokaisen väittämän kohdalle se vaihtoehto, joka parhaiten vastaa omaa näkemystäsi paikkakuntasi kansalaisopistosta.

	täysin eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	en osaa sanoa	jokseenkin samaa mieltä	täysin samaa mieltä
Kansalaisopisto on asiantunteva	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kansalaisopiston kurssit ovat avoimia kaikille	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kansalaisopisto on aikaansa seuraava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kansalaisopisto on viihtyisä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kansalaisopisto on kansainvälinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kansalaisopistosta					

saa ammatillista koulutusta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opiskelu kansalaisopistossa on edullista	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. Mikä on mielipiteesi paikkakuntasi kansalaisopiston opetuksesta, palveluista ja tiedotuksesta? Yksi merkintä joka riville.

	huonosti	kohtalaisesti	en osaa sanoa	hyvin	erinomaisesti
Miten hyvin opiston toiminnasta tiedottaminen on mielestäsi toiminut?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin mielikuvasi opistosta vastaa odotuksiasi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin opiston kurssitarjoa vastaa odotuksiasi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten kurssin hinta vastaa odotuksiasi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin opiston asiakaspalvelu (ilmoittautuminen, laskutus, tiedottaminen) on kohdallasi toiminut?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin kursseilla käytetyt opetusvälineet ja -materiaalit vastaavat tarpeitasi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin opetustilat soveltuvat työskentelyyn?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin kurssin tavoitteet ja sisällöt tukivat edistymistäsi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin kurssin opetus tuki edistymistäsi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Miten hyvin kurssin kesto suhteessa sisältöön vastasi odotuksiasi?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. Millainen kurssin/kurssien opiskeluympäristö on ollut?

26. Mitä toiveita sinulla on kurssitarjonnan suhteen yleensä?
