

”VALINNANVARAA KURSSITARJONNASSA OLISI RUNSASTI, JOS VAIN EHTISIN SITÄ HYÖDYNTÄÄ.”

Mielipidekysely Kaukametsän opistosta 2012

Virpi Pietiläinen

Opinnäytetyö
Helmikuu 2013

Liiketalouden koulutusohjelma
Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala



JYVÄSKYLÄN AMMATTIKORKEAKOULU
JAMK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



Tekijä(t) PIETILÄINEN, Virpi	Julkaisun laji Opinnäytetyö	Päivämäärä 12.02.2013
	Sivumäärä 109	Julkaisun kieli suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty (X)
Työn nimi "VALINNANVARAA KURSSITARJONNASSA OLISI RUNSAASTI, JOS VAIN EHTISIN SITÄ HYÖDYNTÄÄ." Mielipidekysely Kaukametsän opistosta 2012		
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma		
Työn ohjaaja(t) HAKKARAINEN, Sinikka		
Toimeksiantaja(t) Kaukametsän opisto		
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää kajaanilaisten mielipiteitä Kaukametsän opistosta ja sen järjestämistä kursseista opiston toiminnan kehittämiseksi. Tutkimus on uusintatutkimus, sillä vastaavanlainen kysely toteutettiin vuonna 2008. Tutkimuksen tuloksia on verrattu aiempiin tuloksiin.</p> <p>Tutkimuksen keskeisenä teorialähteenä on markkinointia, palvelujen markkinointia, palvelujen laatua, asiakassuuntautuneisuutta ja Y-sukupolvelle markkinointia käsittelevä kirjallisuus. Tutkimuksen aineisto kerättiin keväällä 2012. Kyselylomake lähetettiin 2000 kajaanilaiselle viidestä eri ikäryhmästä. Jokaisesta ikäryhmästä oli poimittu 400 henkilöä satunnaisotannalla. Kyselyyn vastasi 452 henkilöä, joten tutkimuksen vastausprosentti oli 22,6 %.</p> <p>Suurimmalla osalla vastaajista oli positiivinen mielikuva Kaukametsän opistosta. Opiston palveluja käyttäneet arvioivat opistoa useammin positiivisin adjektiivein kuin palveluja käyttämättömät vastaajat. Vastaajat olivat osallistuneet eniten kielten, liikunnan, yleissivistävien aineiden sekä tekstiilityön kursseihin. Vähiten vastauksia kyselyyn saatiin nuorimmalta vastaajaryhmältä, 20–24-vuotiailta, ja naiset vastasivat miehiä useammin kaikissa ikäryhmissä. Vastaavanlainen jakauma todettiin myös vuoden 2008 tutkimuksessa.</p> <p>Ajan puute oli eri ikä- ja sukupuoliryhmissä yleisin syy siihen, miksi opiston toimintaan ei osallistuttu. Nuoret vastaajat sanoivat muita useammin syyksi, että kurssit ovat liian kalliita tai että he eivät tunne opiston toimintaa. Miehet vastasivat naisia useammin, että he eivät löytäneet kurssiohjelmaa kiinnostavia kursseja.</p> <p>Suosituimpia kurssitoiveita olivat kielten, liikunnan, kädentaitojen ja musiikin kurssit. Esitetyt kurssitoiveet toimivat apuna Kaukametsän opiston tulevan kurssiohjelman suunnittelussa. Fokusryhmäkeskusteluilla voitaisiin selvittää tarkemmin, millaiset kurssit innostaisivat nuoria aikuisia ja miehiä osallistumaan aktiivisemmin opiston toimintaan.</p>		
Avainsanat (asiasanat) palvelujen markkinointi, palvelujen laatu, asiakassuuntautuneisuus, Y-sukupolvi		
Muut tiedot		



Author(s) PIETILÄINEN, Virpi	Type of publication Bachelor's Thesis	Date 12022013
	Pages 109	Language Finnish
		Permission for web publication (X)
Title OPINION SURVEY OF THE KAUKAMETSÄ ADULT EDUCATION CENTRE 2012		
Degree Programme Business Administration		
Tutor(s) HAKKARAINEN, Sinikka		
Assigned by The Kaukametsä Adult Education Centre		
<p>The purpose of the thesis was to discover the opinions of people in Kajaani of the Kaukametsä Adult Education Centre and its courses, in order to develop the course programme. This was a renewed research as a similar research was conducted in 2008. The results of this survey were compared with the previous results.</p> <p>The theoretical framework of the study consists of marketing, service marketing, quality of services, customer-oriented marketing, and marketing to the Generation Y. The data was collected in the spring of 2012. The questionnaire was sent to 2000 citizens of Kajaani in five different age groups. Each group consisted of the randomly selected 400 people. 452 people responded to the survey with a response rate of 22.6%.</p> <p>The majority of the respondents had a positive image of the Kaukametsä Adult Education Centre. Kaukametsä customers evaluated Kaukametsä more often with positive adjectives than other respondents. The respondents had participated most often in courses of languages, physical exercise, liberal arts, and textile. The youngest sample group, those aged 20-24, responded less than the others whereas women in the all age groups responded more actively than men. Similar results were also found in the previous study in 2008.</p> <p>Lack of time was the most common reason not to participate in Kaukametsä activities within the different age and gender groups. Young respondents indicated more often than the others that courses were too expensive or they were not familiar with the Kaukametsä activities. Men indicated more often than women that they did not find the offered courses interesting.</p> <p>The respondents hoped for more courses particularly on languages, physical exercise, manual skills, and music. These proposals will be taken into consideration when planning a new course programme. For a further study, a focus group conversation could be a method to clarify what kinds of courses would motivate young adults and men to participate.</p>		
Keywords service marketing, quality of services, customer orientation, Generation Y		
Miscellaneous		

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	5
2	MARKKINOINTI.....	7
2.1	Markkinoinnin määritelmä ja markkinointimix	7
2.2	Ostoprosessi.....	10
2.3	Markkinointiviestintä	12
2.4	Markkinasegmentointi	13
2.5	Asiakassuuntautuneisuus markkinoinnissa	14
2.6	Y-sukupolvi kuluttajana	15
2.6.1	Millaisia Y-sukupolveen kuuluvat ovat?	15
2.6.2	Y-sukupolvelle markkinointi	17
3	PALVELUT.....	19
3.1	Palvelujen markkinointi.....	19
3.2	Julkisista palveluista viestiminen	22
4	TUTKIMUKSEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ	24
4.1	Kajaani	24
4.2	Kaukametsän opisto	25
4.3	Mielipidekysely Kaukametsän opistosta vuonna 2008.....	27
5	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	29
5.1	Tutkimusmenetelmät	29

5.2	Tutkimuskysymykset ja kyselylomake.....	30
5.3	Tutkimustulokset	31
5.3.1	Vastaajien taustatiedot	32
5.3.2	Kaukametsän opistoa koskevat kysymykset	35
5.3.3	Kysymykset kursseista.....	43
5.3.4	Kurssitoiveita	52
5.3.5	Validiteetti ja reliabiliteetti	60
5.3.6	Vertailua vuoden 2008 tuloksiin	61
6	JOHTOPÄÄTÖKSET.....	64
	LÄHTEET	71
	LIITTEET	73
	Liite 1. Saatekirje.....	74
	Liite 2. Kyselylomake	75
	Liite 3. Taulukot tyytyväisyydestä kursseihin ja hinnan arvioinnista.....	78
	Liite 4. Avoimet vastaukset.....	80
 KUVIOT		
	KUVIO 1. Vastaajien sukupuolijakauma	32
	KUVIO 2. Ikäjakauma	33
	KUVIO 3. Naisten ja miesten osuus ikäryhmittäin	33

KUVIO 4. Koulutustausta	34
KUVIO 5. Postinumeroalue	34
KUVIO 6. Toimipisteen sijainnin tietämys	35
KUVIO 7. Kaukametsän opiston tunnettuus	36
KUVIO 8. Naisten ja miesten Kaukametsän opiston tuntemus	36
KUVIO 9. Tiedonsaanti	37
KUVIO 10. Mielikuva	38
KUVIO 11. Mielenpiteet Kaukametsän opistosta	38
KUVIO 12. Mielenpiteiden jakautuminen sukupuolen mukaan	39
KUVIO 13. Mielenpiteiden jakautuminen ikäryhmien mukaan	40
KUVIO 14. Palveluja käyttäneet	41
KUVIO 15. Naiset ja miehet Kaukametsän opiston palvelujen käyttäjinä	41
KUVIO 16. Palvelujen käyttö ikäryhmittäin	42
KUVIO 17. Osallistuminen kursseille	43
KUVIO 18. Kursseille osallistujien sukupuoli	45
KUVIO 19. Tyytyväisyys kursseihin	46
KUVIO 20. Hinnan arviointi	48
KUVIO 21. Mieluisin kurssin pituus	50
KUVIO 22. Kurssimuoto	51
KUVIO 23. Mieluisin opiskelumuoto	52
KUVIO 24. Vastaajien harrastukset	53

KUVIO 25. Haluttiinko lisää harrastuksiin liittyviä kursseja?	55
KUVIO 26. Palveluja käyttäneiden ja käyttämättömien harrastukset	56
KUVIO 27. Esteitä palvelujen käytölle	57
KUVIO 28. Esteitä palvelujen käytölle sukupuolittain	58
KUVIO 29. Esteitä palvelujen käytölle ikäryhmittäin	59

TAULUKOT

TAULUKKO 1. Neljä P:tä - neljä C:tä	8
TAULUKKO 2. Involvoituneisuuden tason ja viestintästrategioiden välinen suhde	22
TAULUKKO 3. Kurssitoiveita ikä- ja sukupuoliryhmittäin	49
TAULUKKO 4. Mieluisin kurssin pituus, avoimet vastaukset	50
TAULUKKO 5. Vastaajien liikuntamuotoja ja muita harrastuksia, avoin vastaus.....	54

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tarkoituksena on tutkia kajaanilaisten mielipiteitä Kaukametsän opistosta ja sen järjestämistä kursseista opiston toiminnan kehittämiseksi. Kaukametsän opisto on Kajaanin kaupungin omistama kansalaisopisto. Opisto haluaa palvella kajaanilaisia hyvin ja pysyä jatkuvasti ajan hermolla, minkä vuoksi mielipiteiden kartoitus on tärkeää.

Päättökysymys on: Millaisia kursseja kajaanilaiset toivovat Kaukametsän opistolta?

Tätä pääkysymystä selvitetään seuraavien alatutkimuskysymysten avulla:

1. Minkä aihepiirien kurssit kiinnostavat kajaanilaisia eniten?
2. Millainen on mieluisin kurssimuoto?
3. Millainen mielikuva kajaanilaisilla on Kaukametsän opistosta?
4. Millainen tunnettuus Kaukametsän opistolla on kajaanilaisten keskuudessa?
5. Mitä esteitä kajaanilaisilla on Kaukametsän kursseille osallistumiselle?
6. Mitä muutoksia on tapahtunut verrattuna aiempaan Petron (2008) tutkimukseen?

Tutkimuksessa selvitetään, millaisista kursseista pidetään eniten ja millaisia kursseja ohjelmaan toivottaisiin lisättävän. Lisäksi tutkimuksessa selvitetään, miten hyvin Kaukametsän opisto tunnetaan kajaanilaisten parissa. Tutkimuksen teoreettinen viitekehys muodostuu markkinoinnin, asiakassuhdemarkkinoinnin, palvelujen markkinoinnin ja palveluiden laadun teorioista.

Tutkimus on toteutettu postikyselynä 2 000 kajaanilaiselle. Vastaanottajat on poimitu satunnaisotannalla, joten vastaajien joukossa on laidasta laitaan Kaukametsän asiakkaita sekä kajaanilaisia, jotka eivät tunne opiston palveluja. Kyselylomakkeessa on huomioitu nämä erilaiset ryhmät. Tutkimuksella pyritään selvittämään mitä kajaanilaiset toivovat kansalaisopistolta ja miten houkutella opistoon uusia asiakkaita.

Kajaanilaisten mielipiteitä Kaukametsän opistosta on kysytty viimeksi tässä laajuudessa Katriina Petron vuonna 2008 valmistuneessa opinnäytetyössä *Mielipidekysely Kaukametsän opistosta*. Petron tutkimuksen kyselyosuus toteutettiin syksyllä 2007. Neljän ja puolen vuoden aikana sekä opiston toiminnassa että Kajaanin alueella on tapahtunut muutoksia, ja siksi on hyödyllistä kartoittaa kajaanilaisten mielipiteitä uusintakyselyllä. Nyt tehty uusi tutkimus on toteutettu lähes samanlaisella kyselylomakkeella kuin Petron tutkimus vastausten vertailtavuuden vuoksi.

Säännölliset asiakastutkimukset ovat avainasemassa asiakkaiden tarpeiden ymmärtämisessä (Zeithaml, Berry & Parasuraman 1988, 38). Lähes jokainen yksityinen tai julkinen palveluorganisaatio mittaa nykyään palveluidensa laatua ja asiakastyytyväisyyttä (Skålén & Fougère 2007, 110). Lämsä ja Uusitalo (2002, 72–73) toteavat, että asiakkaat eivät usein valita virheistä palveluorganisaatioille, vaan kertovat ongelmista mieluummin ystävilleen tai vaihtavat palveluntarjoajaa. Asiakaskyselyt ovatkin tärkeitä, sillä ne tarjoavat matalan kynnyksen kanavan asiakaspalautteelle.

Tutkimuksen luvuissa kaksi ja kolme käsitellään markkinointia, asiakassuhteita ja palveluja tutkimuskirjallisuuden pohjalta. Keskeisiä teorialähteitä tutkimukselle ovat markkinoinnissa Kotler ja Armstrong (2010) sekä Bergström ja Leppänen (2009), palvelujen markkinoinnissa Lämsä ja Uusitalo (2002) ja palvelujen laadussa Grönroos (2001 ja 2009). Asiakastyytyväisyyttä käsitellään Anttilan ja Iltasen (2007) mukaan ja involvoituneisuutta Eskelisen (2005) mukaan. Lisäksi lähteenä on käytetty Parmentin (2008) teosta Y-sukupolvesta. Luvussa neljä kerrotaan Kajaanista, Kaukametsän opistosta sekä Petron (2008) tutkimuksesta. Luvussa viisi esitellään tutkimusmenetelmät, tutkimuskysymykset sekä tulokset. Tuloksia myös vertaillaan Petron (2008) tutkimuksen tuloksiin. Lopuksi viimeisessä luvussa kuusi käsitellään tutkimustuloksista saatuja johtopäätöksiä teorian valossa sekä pohditaan aiheita lisätutkimukselle.

2 MARKKINOINTI

Tässä luvussa esitellään markkinoinnin määritelmä ja markkinointimix, kuvataan ostoprosessia sekä käsitellään markkinointiviestintää, markkinasegmentointia, asiakassuuntautuneisuutta sekä Y-sukupolvea kuluttajana. Luvun keskeisiä teorialähteitä ovat Kotler ja Armstrong (2010), Bergström ja Leppänen (2009), Anttila ja Iltanen (2007) sekä Parment (2008).

2.1 Markkinoinnin määritelmä ja markkinointimix

Kotler ja Armstrong (2010) määrittelevät markkinoinnin prosessiksi, jossa organisaatiot tuottavat arvoa asiakkaille ja pyrkivät taloudelliseen kannattavuuteen. Markkinoinnilla pyritään saamaan uusia asiakkaita ja säilyttämään nykyiset asiakkaat. (Kotler & Armstrong 2010, 28–29.)

Markkinointiprosessissa on viisi vaihetta (Kotler & Armstrong 2010, 29):

- 1) markkinoiden ja asiakkaiden tarpeiden ymmärtäminen
- 2) asiakaslähtöisen markkinointistrategian suunnitteleminen
- 3) arvoa tuottavan, integroidun markkinointisuunnitelman rakentaminen
- 4) asiakkaiden tarpeiden tyydyttäminen ja kannattavien asiakassuhteiden luominen
- 5) voiton tuottaminen.

Bergström ja Leppänen (2009) kuvaavat markkinoinnin olevan sekä strategia että taktiikka eli tapa ajatella ja tapa toimia. Markkinointi on keskeinen tekijä organisaation liiketoiminnassa, ja sen lähtökohtana ovat asiakkaiden tarpeet. (Bergström & Leppänen 2009, 20.)

Asiakkaat ovat tärkein yrityksen menestykseen vaikuttava tekijä. Menestyvä yritys tuottaa kilpailijoitaan suurempaa asiakasarvoa ja tyytyväisyyttä, ja siksi yrityksen pitäisikin positioida tuotteensa vahvasti kuluttajien mielessä. Positointi ja differentoin-

ti ovat markkinoinnin menetelmiä, joilla tuotteelle rakennetaan erottuva brändi. (Kotler & Armstrong 2010, 74, 92–93.)

Markkinointimix tarkoittaa organisaation strategiaan perustuvaa kilpailukeinojen yhdistelmää (Bergström & Leppänen 2009, 20). Onnistunut markkinointimix sisältää asiakkaiden tarpeiden ymmärtämistä, tuotekehittelyä, kannattavaa hinnoittelua sekä tehokkaita jakelukanavia ja promotointia (Kotler & Armstrong 2010, 29).

Markkinointimix sisältää niin sanotut neljä P:tä: *product*, *price*, *place* ja *promotion* eli tuote, hinta, myyntipaikka/jakelukanavat ja markkinointiviestintä. Neljän P:n mallia voidaan kritisoida siitä, että se tarkastelee markkinointia pelkästään myyjän näkökulmasta, ei ostajan. Ostajan näkökulmasta vastaavat neljä tekijää voitaisiin esittää neljän C:n mallilla: *customer solution*, *customer cost*, *convenience* ja *communication* (ratkaisu asiakkaan ongelmaan, kustannukset asiakkaalle, mukavuus ja viestintä). (Kotler & Armstrong 2010, 72, 77.) Molemmat mallit on esitetty taulukossa 1.

TAULUKKO 1. Neljä P:tä - neljä C:tä (Kotler & Armstrong 2010, 77)

Neljä P:tä	Neljä C:tä
product	customer solution
price	customer cost
place	convenience
promotion	communication

Neljän P:n mallin *tuotteella* tarkoitetaan joko tavaraa tai palvelua. Siihen sisältyvät tuotteen erilaiset ominaisuudet, brändi, pakkaus ja oheispalvelut. *Hinnalla* tarkoitetaan paitsi listahintaa, myös tarjouksia ja maksuehtoja. *Paikalla* tarkoitetaan sijaintia, jakelukanavia, valikoimaa ja logistiikkaa. *Promootio* käsittää kaiken myynninedistämisen, kuten mainonnan, henkilökohtaisen myyntityön ja PR-työn. Neljän C:n lista esittää vastaavat asiat ostajan näkökulmasta. Tuotteen pitää tarjota ratkaisu asiakkaan ongelmaan. Kustannukset sisältävät tuotteen hinnan lisäksi myös muut hankintaan sisältyvät kustannukset, jotka jäävät asiakkaan maksettavaksi (esimerkiksi tuotteen kuljetuskustannukset). Asiakkaat pitävät tärkeänä tuotteen hankkimisen helppoutta,

ja siksi esimerkiksi myyntipaikan sijainti on heille keskeinen tekijä. Asiakkaat eivät halua olla vain markkinointiviestinnän kohteita, vaan he toivovat kaksisuuntaista vuorovaikutusta myyjän kanssa. Kotler ja Armstrong (2010) toteavatkin, että markkinoijien on syytä pohtia ensin neljää C:tä ja vasta sen jälkeen suunnitella neljää P:tä. (Kotler & Armstrong 2010, 76–77.)

Kaukametsän tarjoamia palveluja ovat kansalaisopistokurssit. Näiden lisäksi opisto tarjoaa avointa yliopisto-opetusta, yleisiä kielitutkintoja, näyttelyjä, konsertteja, yleisöluentoja ja seminaareja. Kaukametsän opistolla on useita toimipisteitä eri puolilla Kajaanin aluetta, ja opiston palvelujen saavutettavuuteen on kiinnitetty huomiota. Kajaanin kunta on kuitenkin laaja alue. Eniten kursseja voidaan tarjota Kajaanin keskustassa sijaitsevassa Kaukametsän opiston päätoimipisteessä, kun taas haja-asutusalueilla palvelutarjonta on vähäisempää pienemmän asukasmäärän takia.

Hinta vaikuttaa asiakkaiden ostopäätökseen ja toiminnan kannattavuuteen. Hinnoittelun perusteet ovat julkisessa organisaatiossa erilaiset kuin kaupallisessa yrityksessä. Kaupallisessa organisaatiossa hinnoitteluun vaikuttavat tavoiteltu voitto, mielikuvahinnoittelu, kustannukset, kysyntä, kilpailu sekä muut ympäristötekijät. Mielikuva hinnoittelulla tarkoitetaan laadun viestimistä hinnan avulla: kallis tuote mielletään korkealaatuiseksi. Jos yritys sen sijaan tavoittelee runsaan myynnin tuomaa kustannussäästöä, hinta on asetettava edulliseksi. (Lämsä & Uusitalo 2002, 111–112.)

Julkisissa palveluorganisaatioissa kustannusten hallinta on usein tärkein hinnoittelun peruste (Lämsä & Uusitalo 2002, 111–112). Esimerkiksi kansalaisopisto käyttää kurssimaksuilla saatuja tuloja kustannusten kattamiseen. Liikemyrityksen tavoin myös kansalaisopisto pyrkii markkinoinnillaan saavuttamaan mahdollisimman laajan asiakaskunnan. Erona on kuitenkin se, että kansalaisopiston toiminnan tavoitteena on lakisääteisen tehtävän toteuttaminen, ei taloudellisen voiton tavoittelu. Laissa vapaasta sivistystyöstä (1 luku, 1 §) sanotaan, että koulutustoiminnan tarkoituksena on tukea tasa-arvoa ja aktiivista kansalaisuutta (L 29.12.2009/1765). Tasa-arvon toteutumiseksi hinnoittelun on oltava kohtuullista, ettei kurssien hinta muodostuisi osallistumisen esteeksi.

Kaukametsän opisto markkinoi kurssejaan joka syksy ja kevät koteihin jaettavalla opinto-oppaalla. Oppaat jaetaan myös kaupungin eri yksiköihin sekä esimerkiksi pankkeihin, liikelaitoksiin ja terveyskeskuksiin. Kaukametsän opiston uusia markkinoitaitoimenpiteitä ovat Facebook, blogi ja Opinraitti. Oma Facebook-sivu otettiin käyttöön vuonna 2011. Blogia kirjoittaa opiston henkilökunta, ja yleisöllä on mahdollisuus kommentoida. Opinraitti puolestaan on Kainuun aikuisopiskelijoiden ohjaus- ja neuvontapalvelu. Kaikkiin näihin sähköisiin palveluihin on linkit Kaukametsän kotisivuilta.

Tämän lisäksi Kaukametsän opisto tiedottaa joka lukukauden alussa ohjelmastaan Kainuun Sanomissa, KotiseutuPlus-lehdessä, kaupungin sisäisessä tiedotteessa sekä paikallisradiossa. Myös lukukausien aikana opisto tiedottaa erilaisista tapahtumistaan samoissa medioissa. Kurseista ja tapahtumista tiedotetaan jatkuvasti myös Kaukametsän opiston nettisivuilla sekä toisinaan lisäksi julisteilla ja flyereilla. Opisto kuuntelee asiakkaitaan keräämällä kurssipalautetta eri kurssien jälkeen. Ajan hengessä pysytään huomioimalla opiskelijoiden toiveita ja uusia kurssi-ideoita. (Kaukametsän opisto. Toimintakertomus 2011, 5, 11.)

Kaukametsän opiston kilpailijoita ovat muut vapaa-ajan toimintaa tarjoavat organisaatiot. Kajaanissa toimii esimerkiksi myös toinen kansalaisopisto, Kainulan kansalaisopisto. Erilaiset liikuntalajit ovat suosittuja harrastusmuotoja Kaukametsän opistossa, ja siten kilpailijoita ovat esimerkiksi muut liikuntakeskukset.

2.2 Ostoprosessi

Kysyntä syntyy yhdistelmästä tarpeita, haluja ja ostovoimaa. Tarpeet voivat olla fyysisiä, sosiaalisia tai itsensä kehittämisen tarpeita. Haluihin vaikuttavat paitsi tarpeet myös kulttuuri ja yksilön persoonallisuus. Usein yritykset keskittyvät liikaa asiakkaiden ilmaistuihin haluihin ja jättävät huomiotta asiakkaiden piilevät tarpeet. Tällöin unohdetaan, että tuote ei ole itsetarkoitus, vaan ainoastaan väline, jolla ratkaistaan asiakkaan ongelma. (Kotler & Armstrong 2010, 30–31.)

Ostoprosessi alkaa paljon ennen varsinaista ostoa ja jatkuu pitkälle sen jälkeen. Ostopäätösprosessissa on viisi vaihetta (Kotler & Armstrong 2010, 177):

- 1) ostotarpeen havaitseminen
- 2) tiedonhaku tuotteesta
- 3) vaihtoehtojen vertailu
- 4) ostopäätös
- 5) oston jälkeinen käyttäytyminen.

Prosessin lopputulemana voi olla myös päätös olla ostamatta. Päivittäistavaroiden ostossa kuluttaja ei käy läpi kaikkia näitä vaiheita, mutta uusien ja harvinaisempien tuotteiden kohdalla kaikki viisi vaihetta käydään yleensä läpi. (Kotler & Armstrong 2010, 177.)

Markkinoijan toimenpiteet riippuvat siitä, missä vaiheessa prosessia kuluttaja on. Ostotarpeen havainneelta kuluttajalta markkinoijan tulisi selvittää, mitkä ongelmat aiheuttivat tarpeen. Tiedonhakuvaiheessa kuluttaja tarvitsee paljon tietoa tuotteesta. Kaupallinen markkinointiviestintä on yleisin tietolähde, mutta henkilökohtaiset lähteet koetaan uskottavimmaksi tietolähteeksi. Toisten käyttäjien arvioita tuotteista etsitään yleisesti myös internetin eri foorumeilta. Oston jälkeen kuluttajan tyytyväisyys tuotteeseen vaikuttaa siihen, ostaako hän samaa tuotetta uudelleen ja suosittelee ko hän sitä muille. (Kotler & Armstrong 2010, 178–179.)

Anttila ja Iltanen (2007, 35, 37) toteavat, että asiakkaiden ostopäätökseen vaikuttaa yleensä usea eri valintaperuste, ja siksi yrityksen on tunnettava hyvin asiakkaidensa tarpeet. Ostopäätös eri tuotemerkkien välillä syntyy asiakkaiden omien tai perheenjäsenten kokemuksista sekä ystävien, työtovereiden ja naapureiden valintojen ja mielipiteiden perusteella (Parment 2008, 144). Asiakkaat vertailevat tuotteita ydintuotteen, sen lisäpalveluiden sekä yrityksestä saadun mielikuvan perusteella. Lisäpalvelujen ja mielikuvien merkitys kilpailukeinona on noussut nykyaikana tärkeämmäksi kuin ennen, sillä ne mahdollistavat yrityksille paremmat erottumismahdollisuudet toisista yrityksistä kuin pelkkä ydintuote. Lisäpalvelut ovat ydinpalvelun käyttöön liittyviä

tukipalveluja. Yrityksen mielikuvaan sisältyvät muun muassa sen brändi ja logo. (Läm-
sä & Uusitalo 2002, 102–103.)

2.3 Markkinointiviestintä

Edellä todettiin, että kuluttajat pitävät henkilökohtaisia tietolähteitä luotettavampina kuin kaupallista markkinointiviestintää. Grönroosin (2009, 359–360) mukaan Duncan ja Moriarty (1997) toteavat, että asiakkaat pitävät luotettavimpana tietolähteenä muilta asiakkailta tai uutisista saatua suunnittelematonta viestintää. Duncan ja Moriarty (1997) jakavat kokonaisvaltaisen markkinointiviestinnän neljään eri luokkaan (Grönroos 2009, 359–360):

- 1) suunnitellut viestit
- 2) tuoteviestit
- 3) palveluviestit
- 4) suunnittelemattomat viestit.

Grönroosin (2009) mukaan Duncan ja Moriarty (1997) kirjoittavat, että organisaation markkinointisuunnitelma käsittää usein vain suunnitellut viestit, jotka tarkoittavat markkinointiviestintää esimerkiksi eri medioissa. Asiakkaiden mielestä suunnitellut viestit ovat kuitenkin usein epäluotettavia. Toinen ryhmä, tuoteviestit, tarkoittaa tuotetta ja yritystä kuvailevia viestejä, kuten kuvauksia tuotteiden raaka-aineista tai käyttötarkoituksesta. Myös tuoteviestit ovat suunniteltuja, mutta ne ovat sävyltään neutraalimpia kuin puhdas markkinointiviestintä, ja siksi ne herättävät hieman enemmän luottamusta. Palveluviestit muodostuvat asiakkaiden vuorovaikutuksessa asiakaspalvelijoiden ja yrityksen järjestelmien kanssa. Palvelutilanteessa asiakas tekee havaintoja ja näin hänen käsityksensä muodostuu oman kokemuksen pohjalta. Palveluviestejä ei voida täysin suunnitella ennakolta, ja siksi asiakkaat kokevatkin ne luotettavammiksi kuin suunnitellut viestit ja tuoteviestit. Kaikkein luotettavimpina kuluttajat pitävät suunnittelemattomia viestejä. Näitä viestejä he saavat esimerkiksi muilta asiakkailta tai uutisten välityksellä. (Grönroos 2009, 359–360.)

2.4 Markkinasegmentointi

Onnistunut segmentointi on asiakaslähtöisen markkinoinnin keskeinen menestystekijä. Segmentoinnissa tunnistetaan ja valitaan erilaisia asiakasryhmiä markkinoinnin kohteeksi. (Bergström & Leppänen 2009, 150–151.) Segmentit muodostetaan asiakasryhmissä havaittujen yhtäläisyyksien ja erojen perusteella esimerkiksi ostokäyttäytymisessä tai maantieteellisissä, demografisissa tai psykografisissa tekijöissä (Kotler & Armstrong 2010, 73). Segmentoinnilla pyritään löytämään yritykselle kannattavimmat asiakasryhmät. Markkinointiongelmia johtuvat usein puutteellisesti toteutetusta segmentoinnista. (Bergström & Leppänen 2009, 150–151.)

Ostokäyttäytymiseen liittyviä segmentointiperusteita ovat asiakassuhteen säännöllisyys tai satunnaisuus, ostomäärät, käyttökokemukset, tuotetietoisuus ja tuotteeseen liittyvät edut (esimerkiksi laatu, palvelu ja hankinnan helppous). Maantieteellisiä segmentointiperusteita ovat esimerkiksi kunta tai kunnan eri osat. Demografisia tekijöitä ovat ikä, sukupuoli, perhe, tulot, ammatti, koulutus, uskonto tai etnisuus. Psykografisia tekijöitä ovat sosiaalinen luokka, elämäntyyli ja persoonallisuus. (Kotler & Armstrong 2010, 217.)

Markkinoiden segmentointiin ei ole yhtä oikeaa tapaa, vaan markkinoijan on kokeiltava erilaisia segmentointiperusteita löytääkseen omaan toimintaansa sopivimman tavan. Yksi segmentti voisi käsittää esimerkiksi edullista hintaa suosivat kuluttajat ja vastaavasti toinen segmentti kuluttajat, jotka etsivät korkeaa laatua. (Kotler & Armstrong 2010, 73, 216.)

Segmentoinnissa on kaksi erilaista toimintamallia: *keskitetty strategia* ja *selektiivinen strategia* eli täydellinen segmentointi. *Keskitetty strategia* on erityisesti pienten yritysten toimintatapa, jossa organisaatio valitsee vain yhden asiakassegmentin markkinointinsa kohteeksi. *Selektiivisessä strategiassa* eli täydellisessä segmentoinnissa organisaatiolla on useita asiakasryhmiä, joille jokaiselle kehitetään oma markkinointihjelmansa. Segmenttikohtainen suunnittelu koskee muun muassa tuotteita, hintoja, saatavuutta, markkinointiviestintää ja asiakassuhdemarkkinointia. (Bergström & Leppänen 2009, 158, 160).

Kaukametsän opisto on julkinen organisaatio, jonka tehtävänä on palvella kaikkia kajaanilaisia. Tästä syystä se ei voi rajata segmentoinnilla pois mitään asiakasryhmiä. Segmentoinnista on kuitenkin hyötyä julkisellekin organisaatiolle, sillä sen avulla voidaan huomioida eri asiakasryhmien tarpeita paremmin. Kaukametsän opisto voi segmentoida asiakasryhmiään muun muassa kurssitoiveiden, iän, sukupuolen ja asuinpaikan perusteella. Nuoret esimerkiksi ovat usein kiinnostuneet eri harrastuksista kuin vanhemmat ikäryhmät. Markkinointiviestinnässä segmentointia voidaan hyödyntää kohdistamalla internetmarkkinointia erityisesti nuorempiin asiakasryhmiin.

2.5 Asiakassuuntautuneisuus markkinoinnissa

Asiakassuuntautunut markkinointi on kokonaisuus, jolla organisaatio luo, ylläpitää ja kehittää asiakassuhteitaan (Bergström & Leppänen 2009, 460). Asiakasarvon tuottaminen ja asiakastyytyväisyys ovat keskeisiä tekijöitä kestävien asiakassuhteiden rakentamisessa. Asiakassuuntaisen markkinointistrategian rakentamiseksi markkinoijan on tunnettava asiakkaansa ja heidän tarpeensa. (Kotler & Armstrong 2010, 31–32.) Tässä markkinointitutkimuksella on keskeinen rooli. Markkinatutkimuksella saatujen tietojen perusteella tuotteita pyritään erilaistamaan eli differoimaan eri asiakasryhmien toivomusten mukaan. (Anttila & Iltanen 2007, 33–34.)

Asiakastyytyväisyys riippuu tuotteesta saaduista kokemuksista suhteessa ostajan ennako-odotuksiin. Asiakas on tyytymätön, jos tuote ei vastaa odotuksia. Odotuksia vastaava tuote vahvistaa asiakastyytyvää, kun taas odotukset ylittävä tuote ilahduttaa asiakasta. Markkinoijan on viisasta luvata asiakkaille vain se, mitä yritys varmasti pystyy toimittamaan, ja sen jälkeen pyrkiä suoriutumaan lupausta paremmin. Ilahtuneet asiakkaat suosittelvat yritystä muillekin asiakkaille. (Kotler & Armstrong 2010, 37.) Anttila ja Iltanen (2007) muistuttavat niin sanotusta 3/11-säännöstä, jonka mukaan tyytyväinen asiakas kertoo tyytyväisyydestään keskimäärin kolmelle henkilölle, kun taas tyytymätön asiakas kertoo kokemuksestaan 11 henkilölle. Uskollisten kanta-asiakkaiden saaminen on organisaatiolle kannattavaa, sillä heihin kohdistettava markkinointi on huomattavasti edullisempaa kuin uusien asiakkai-

den hankkiminen tai tyytymättömien asiakkaiden lepyttäminen. (Anttila & Iltanen 2007, 51–52, 54.)

Asiakastyytyväisyys riippuu tuotteen laadusta, tuotteeseen liittyvistä lisäpalveluista, annettujen lupausten pitämisestä sekä asiakkaan ja kontaktihenkilöiden välisestä vuorovaikutustilanteesta. Asiakas odottaa, että yrityksen henkilökunta on aidosti kiinnostunut ratkaisemaan hänen ongelmansa. Asiakastyytyväisyyden lisääminen edellyttää usein panostusta sellaisiin tekijöihin, joiden hyödyllisyyttä on vaikea mitata. Erityisesti palveluissa asiakkaiden mielipiteet palvelun laadusta vaihtelevat suuresti, vaikka palvelu olisi tarjottu periaatteessa samanlaisena eri asiakkaille. (Anttila & Iltanen 2007, 51, 54–55.)

2.6 Y-sukupolvi kuluttajana

Nuorin vastaajaryhmä, 20–24-vuotiaat, vastasi muita ikäryhmiä vähemmän sekä tähän tutkimukseen että Petron (2008) tutkimukseen Kaukametsän opistosta. Tämä ikäryhmä kuuluu niin sanottuun Y-sukupolveen. Y-sukupolvella tarkoitetaan vuosina 1982–2000 syntyneitä nuoria ja nuoria aikuisia (McC Crindle 2003, 1).

2.6.1 Millaisia Y-sukupolven kuuluvat ovat?

Nuoret ja nuoret aikuiset elävät eri elämänvaihetta kuin vanhemmat ikäryhmät, mutta eroja ikäryhmien välille luo myös erilainen aikakausi, jossa Y-sukupolvi on syntynyt ja varttunut. Y-sukupolvi on elänyt lapsuuttaan ja nuoruuttaan nopean teknologisen kehityksen ja globalisaation aikana. Erityisesti nuoruudessa Y-sukupolven maailmankuvaan vaikuttavat voimakkaasti televisio, elokuvat, musiikki sekä ikätoverit. (McC Crindle 2003, 1–2.) Eräs esimerkki tästä on tosi-tv, joka tarjoaa periaatteessa kenelle tahansa mahdollisuuden kuuluisuuteen. Kuuluisuuden tavoittelu motivoikin monia nuoria aikuisia. (Parment 2008, 25.)

Parment (2008) toteaa, että Y-sukupolven kuuluvia syytetään toisinaan epäkunnioitaviksi ja huonokäyttösisiksi, mutta toisaalta heitä pidetään myös kunnianhimoisina ja eteenpäinpyrkivinä. Nuori sukupolvi suhtautuu optimistisesti tulevaisuuteen ja

ennen kaikkea omaan, henkilökohtaiseen kehittymiseensä. Teknologinen kehitys on tuonut maailman lähemmäksi, ja tarjolla on jatkuvasti uusia mahdollisuuksia: uusia tuotteita, kommunikointikanavia, koulutuksia ja ammatteja. Sekä yksisuuntainen viestintä, esimerkiksi ulkomaiset tv-kanavat ja nettisivut, että interaktiivinen viestintä, kuten tekstiviestit ja nettiforumit, ovat tehneet Y-sukupolvesta aidosti kansainvälisen sukupolven, joka on oppinut suvaitsevaisuutta muita kulttuureja kohtaan. Y-sukupolven kuuluvat ovat tottuneet muutokseen, eivätkä he pelkää satunnaisia takaiskuja. Epäonnistumisen jälkeen voi aina yrittää uudestaan jossain toisaalla, vaikka toisessa maassa. (Parment 2008, 19, 21, 36, 38.)

Y-sukupolven edustajat ovat tottuneet käyttämään globalisoituneen maailman tarjoamia runsaita tietolähteitä ja kommunikointikeinoja. He lukevat uutiset mieluummin verkosta kuin paperilta. He ovat taitavia etsimään tietoa ostopäätöksen tueksi internetistä sekä sosiaalisista verkostoistaan. Vaikka tiedonhaku sujuu heiltä nopeasti, vanhemmat ikäryhmät pitävät heidän tietämystään usein pinnallisena. (Parment 2008, 23–25, 28.)

Y-sukupolven kuuluvilla on suuret sosiaaliset verkostot, joihin kuuluu tuttuja ja puolittuja, mutta heillä on myös pitkäaikaisia ja tärkeitä ystävyysuhteita. Nuoret ja nuoret aikuiset ovat tottuneet puhumaan tunteistaan ja yksityisasiastaan ystäviensä kanssa avoimemmin kuin vanhemmat ikäryhmät. (Parment 2008, 31, 36.)

Y-sukupolven edustajat ovat kasvaneet materian ja viihteen keskellä, mutta tämä on saanut heidät etsimään syvempiä elämänarvoja. Arvoja heille voivat tarjota esimerkiksi ympäristönsuojelu, sosiaaliset kysymykset, ihmisoikeudet, vapaaehtoistyö tai uskonto. (McCrinkle 2003, 4.) Median välityksellä he ovat tulleet tietoiseksi ympäristöongelmista, kehittyvien maiden työskentelyolosuhteista sekä globaalista taloudesta. Toisaalta Y-sukupolven kuuluvat pitävät kuluttamisesta. Materiaalinen hyvä koetaan itsestäänselvyydeksi, sillä siihen on totuttu. Ympäristöaatetta pidetään tärkeänä, mutta silti moni nuori kuluttaja valitsee tuotteen hinnan, ei ekologisuuden, perusteella. (Parment 2008, 36, 43.)

2.6.2 Y-sukupolvelle markkinointi

Parment (2008) suosittelee keinoiksi Y-sukupolvelle markkinointiin lähettiläiden käyttöä, yhteisbrändäystä sekä tuotesijoittelua. Uudet markkinointikeinot eivät korvaa vanhoja, mutta niillä voidaan tehostaa markkinointia erityisesti nuorille kuluttajille. Edellä mainituista keinoista kansalaisopiston markkinointiin voisi soveltua parhaiten lähettiläiden käyttö. Lähettiläät ovat asiakkaita, jotka markkinoivat tuotteita tai organisaatiota toisille kuluttajille. Lähettiläiden käyttö on osa niin sanottua C2C- eli *consumer-to-consumer* -markkinointia, jossa kuluttajat markkinoivat toisilleen tuotteita. Internet on lisännyt C2C-markkinoinnin merkitystä. Eräs esimerkki lähettiläiden käytöstä ovat muotiblogit, joissa kirjoittajat kertovat omia näkemyksiään ja kokemuksiaan muodista, esittelevät valokuvia sovittamistaan vaatteista ja mainostavat samalla liikkeitä, joissa ovat asioineet. (Parment 2008, 129, 141, 146.)

Yhteisbrändäys tarkoittaa kahden tai useamman brändin markkinointia yhdessä jokaisen brändin vahvistamiseksi. Yhteispromootointi toisen tuotemerkin kanssa on segmentointikeino, jolla kerrotaan kuluttajille, miten tuote halutaan profiloida. Jos esimerkiksi yksi yhteisbrändätty tuote on ympäristöystävällinen, tämä antaa positiivisen mielikuvan myös muille siihen yhdistetyille tuotteille. Tuotesijoittelu puolestaan on tuttua elokuvista ja televisio-ohjelmista. Tuotesijoittelussa tuote esitetään positiivisessa valossa esimerkiksi niin, että tunnettu näyttelijä käyttää sitä ja tuotteen tuotemerkki on selvästi näkyvässä. (Parment 2008, 144, 146, 148.)

Y-sukupolven mielipiteiden kartoittaminen markkinointitutkimuksella on tärkeää, sillä nuoret kuluttajat luovat ostopäätöksillään trendejä, ja tulevaisuudessa heidän ostovoimansa kasvaa edelleen. Parment (2008) suosittelee fokusryhmäkeskusteluja ja laadullista tiedonkeruuta selvittämään kuluttajien mielipiteitä ja kokemuksia tuotteista. Fokusryhmät voivat koostua asiakkaista ja esimerkiksi heidän kanssaan työskentelevistä jälleenmyyjistä. Tuotesuunnittelua varten on keskeistä selvittää, millaisia tuotteita kuluttajat toivovat ja miten tuotteita voisi kehittää. (Parment 2008, 135, 151–152.)

Tuotteiden elinkaari on nykyään lyhempi kuin ennen. Tuote voi tulla suosituksi nopeasti, mutta yhtä nopeasti se voi myös menettää suosionsa. Y-sukupolveen kuuluvat ovat kasvaneet tuotemerkkien täyttämässä maailmassa, ja brändit ovat heille tärkeitä. Brändeistä etsitään merkityksellisyyttä, esimerkiksi tuotteen ympäristöystävällisyyttä tai sitä, että tuote korostaa käyttäjän persoonallisuutta. Y-sukupolvi on vanhempia sukupolvia innokkaampi kokeilemaan uusia tuotteita. Nuoret kuluttajat eivät välttämättä suosi kalliita tuotteita, vaan he osaavat hyödyntää tuotemerkkitietoisuuttaan etsimällä muodikkaita halvemman hintaluokan vaihtoehtoja. (Parment 2008, 41, 142, 151–152.)

Kuluttajilla ei ole enää nykyään yhtä mielibrändiä, vaan he pitävät monista eri brändeistä. Tyytyväisetkään asiakkaat eivät enää välttämättä jää yhden liikkeen kantaasiakkaiksi. Tämä pätee erityisesti Y-sukupolveen kuuluviin, jotka ovat tottuneet runsaaseen tarjontaan ja valinnanmahdollisuuksiin. On tyypillistä, että nuori kuluttaja ei ole lojaali tietylle tuotteelle tai yritykselle, sillä hänestä on hauskaa kokeilla jotain uutta. Toisaalta tyytyväiset kuluttajat palaavat usein takaisin, vaikka he asioisivat välillä myös kilpailijan liikkeessä. (Parment 2008, 23–24, 141–142.)

3 PALVELUT

Tässä luvussa käsitellään palvelujen laatua, palvelujen markkinointia ja involvoituneisuutta. Luvun keskeisiä teorialähteitä ovat Grönroos (2001 ja 2009), Lämsä ja Uusitalo (2002) ja Eskelinen (2005).

3.1 Palvelujen markkinointi

Palvelulla tarkoitetaan tyypillisesti aineetonta palvelutuotetta, jota ei voi yleensä testata ennen ostamista. Markkinoijan tulisikin pyrkiä konkretisoimaan palvelut markkinointiviestinnässään ja kertoa näin asiakkaille palvelun laadusta. (Kotler & Armstrong 2010, 269.)

Palvelutapahtumassa syntyy vuorovaikutussuhde asiakkaan ja yrityksen edustajan, kontaktihenkilön, välille. Vuorovaikutus voi tapahtua myös fyysisen laitteen, esimerkiksi itsepalvelulaitteen, kanssa. Asiakassuhde on vuorovaikutusmarkkinointiin perustuvan palvelujen markkinoinnin keskeisin tekijä. (Anttila & Iltanen 2007, 38, 40.)

Palvelujen tuotanto ja kulutus tapahtuvat yleensä samanaikaisesti, ja siksi jokainen palvelutilanne on ainutkertainen. Luvussa 2.1 kuvattu perinteinen 4 P -malli on liian suppea kuvaamaan palvelujen markkinointia. Malliin onkin syytä lisätä vielä kolme P:tä: *personnel*, *physical facilities* ja *process management* eli henkilöstö, fyysiset puitteet ja prosessit. Palvelutapahtuman onnistumiseen voivat vaikuttaa myös muut asiakkaat. (Anttila & Iltanen 2007, 40.)

Grönroos (2001, 123; 2009, 122) määrittelee laadukkaan palvelun seitsemällä kriteerillä, joiden tärkeysjärjestys vaihtelee eri toimialojen, organisaatioiden ja asiakkaiden mukaan:

- 1) Palveluntarjoajan ammattimaisuus ja taidot
- 2) Asiakaspalvelijoiden asenteet ja käyttäytyminen

- 3) Lähestyttävyyys ja joustavuus: palvelun helppo saavutettavuus ja asiakkaan toiveisiin sopeutuminen (sijainti, aukioloajat, työntekijät ja järjestelmät)
- 4) Luotettavuus
- 5) Palvelun normalisointi: ongelmatilanteiden ratkaiseminen
- 6) Palvelumaisema: organisaation fyysinen ympäristö
- 7) Maine ja uskottavuus

Asiakkaiden kokema laatu voi liittyä tuotteen tai palvelun teknisiin ominaisuuksiin, mutta laatukokemukset voivat pohjautua myös muihin seikkoihin. Asiakkaiden kulloinkin arvostamat tekijät määrittelevät hyvän laadun kriteerit. (Grönroos 2001, 98–99.)

Organisaation imago ja liiketoiminta voivat kärsiä, jos asiakkaiden kokema laatu ei ole yhdenmukaista heidän odottamansa palvelun kanssa (Zeithaml ym. 1988, 36). Organisaation maine ja imago ovat tärkeitä, sillä jos asiakkailla on myönteinen mielikuva palveluntarjoajasta, he antavat helpommin anteeksi pienet virheet. Jos virheitä sattuu kuitenkin usein, imago kärsii, ja jos imago on kielteinen, mikä tahansa virhe vahvistaa kielteistä mielikuvaa. Ero koetun ja odotetun laadun välillä voi olla myös myönteinen, jos tuotteen tai palvelun laatu onkin parempaa kuin asiakas odotti. (Grönroos 2001, 101, 151–152.)

Palveluyrityksen markkinointitoiminnot voidaan jakaa kolmeen ryhmään: ulkoiseen markkinointiin, sisäiseen markkinointiin ja vuorovaikutusmarkkinointiin. Ulkoinen markkinointi suuntautuu markkinoille, ostoon ja kulutukseen. Sisäisen markkinoinnin tehtävä on motivoida yrityksen henkilöstöä asiakaslähtöiseen työskentelyyn. Vuorovaikutusmarkkinointi on interaktiivista markkinointia, jossa myyjä ja asiakas vaikuttavat yhdessä palveluprosessiin. Vuorovaikutusmarkkinointi tuottaa lisääntyntä asiakastytyväisyyttä ja pitkäaikaisen asiakassuhteen tuomaa luottamusta. (Anttila & Iltanen 2007, 35, 37, 41.)

Palvelut on syytä asemoida ja tuotteistaa, että niistä voitaisiin kertoa konkreettisesti markkinointiviestinnässä. Palvelujen asemointi tarkoittaa muista erottuvan tarjonnan luomista ja tätä kautta kilpailuedun saamista. Palvelujen asemoinnin avulla

aineeton palvelu voidaan konkretisoida asiakkaille. Palveluja voidaan asemoida esimerkiksi kertomalla asiakkaille palvelun tuottamista hyödyistä tai palvelun ominaisuuksista. Sopivien asemointitekijöiden löytäminen edellyttää tietoa asiakkaiden tarpeista. Palvelun tuotteistaminen tarkoittaa palvelun kehittämistä monista osista koostuvaksi kokonaisuudeksi. (Lämsä & Uusitalo 2002, 96–98, 100–101.) Kun nämä kokonaispalvelun muodostavat osat on määritelty, palvelun sisältö voidaan esitellä selkeästi organisaation viestinnässä.

Markkinoijan tulee osata asettaa asiakkaiden odotukset oikealle tasolle. Vähäisillä lupauksilla voidaan onnistua tyydyttämään vanhat asiakkaat, mutta epäonnistutaan uusien asiakkaiden houkuttelussa. Liialliset lupaukset puolestaan johtavat asiakkaiden pettymiseen. (Kotler & Armstrong 2010, 31.) Grönroos toteaa, että markkinoinnissa on parempi luvata liian vähän, jotta annetut lupaukset pystytään varmasti myös pitämään. Jos asiakkaan odotukset palvelusta ovat epärealistisia, hän kokee palvelun kokonaislaadun alhaiseksi, vaikka laatu voitaisiinkin jollain objektiivisella mittarilla määritellä hyväksi. Asiakkaat voivat hyväksyä laadultaan alempitasoisenkin palvelun, kunhan heissä ei ole herätetty liiallisia odotuksia palvelun tasosta. (Grönroos 2001, 105–107, 151–152.)

Asiakas voi hyötyä pitkäaikaisesta asiakassuhteesta monin eri tavoin. Jatkuvuus mahdollistaa asiakkaalle yksilöllisesti kohdennetun palvelun, mikä helpottaa asiointia ja säästää aikaa. Hyödyt korostuvat vaativissa asiantuntijapalveluissa, esimerkiksi terveydenhuoltopalveluissa. Kun asiakas ja palveluyrityksen työntekijä tuntevat toisensa, asiakassuhde voi palvella myös sosiaalisia tarpeita. Kanta-asiakas voi hyötyä myös taloudellisesti erilaisten alennusten ja erikoistarjousten kautta. (Lämsä & Uusitalo 2002, 64–65.)

Palvelujen aineettoman luonteen vuoksi niiden sisältö voi toisinaan vaikuttaa asiakkaista epämääräiseltä. Yksi keino konkretisoida palveluja asiakkaille ovat palveluyrityksen fyysiset puitteet. Palveluympäristön suunnittelulla ja estetiikalla luodaan miellyttävää palvelun sisällöstä. Fyysisillä puitteilla voidaan herättää asiakkaan kiinnostus ja erottua kilpailijoista. Palveluympäristö viestittää myös palvelun erityispiirteistä ja laadusta. Lisäksi fyysiset puitteet vaikuttavat ostohalukkuuteen. Tilan miellyttävyyttä

voidaan lisätä väreillä, materiaaleilla, äänillä ja tuoksuilla. (Lämsä & Uusitalo 2002, 121–122.)

3.2 Julkisista palveluista viestiminen

Peltola (2006) kuvaa julkisen organisaation viestintästrategioita eritasoisesti involvoituneille kansalaisille. Involvoituneisuus tarkoittaa sitä, miten tärkeäksi ja kiinnostavaksi henkilö kokee jonkin asian. Peltolan mukaan involvoituneisuuden tasolla on merkitystä siihen, miten kansalaiset hakevat tietoa julkisten organisaatioiden palveluista. Matalasti involvoituneet henkilöt turhautuvat saadessaan liian yksityiskohtaista tietoa, kun taas korkeasti involvoituneet henkilöt turhautuvat liian yleisluontoisesta informaatiosta. Julkisten organisaatioiden pitäisi pystyä tarjoamaan informaatiota eri tavoin involvoituneille asiakkailleen. (Peltola 2006, 93–94.) Eriasteisesti involvoituneet kansalaiset myös edellyttävät eri viestintäkanavien käyttöä. Taulukossa 2 on esitetty Eskelisen malli erilaisille ryhmille viestimisestä. (Eskelinen 2005, 3.)

TAULUKKO 2. Involvoituneisuuden tason ja viestintästrategioiden välinen suhde (Eskelinen 2005, 105)

	Matalasti involvoituneet kansalaiset	Keskinkertaisesti involvoituneet kansalaiset	Korkeasti involvoituneet kansalaiset
Viestintäkanava	Joukkoviestintä	Julkaisut	Henkilökohtainen palvelu, henkilökohtaiset kirjeet, www-sivut
Viestin sisältö	Vähän informaatiota sisältävä	Runsaasti informaatiota sisältävä	Runsaasti informaatiota sisältävä
Viestin tavoite	Luoda tietoisuutta	Tarjota pääsy palveluihin	Luoda positiivinen asenne

Eskelisen (2005, 3) lisensiaatintutkimuksen mukaan kansalaisten asenteet julkista kuluttajainformaatiota kohtaan vaihtelivat. Tutkimuksessa todettiin, että mitä enemmän kuluttajilla oli perustietoa Suomen Kuluttajavirastosta ja mitä positiivi-

sempi asenne heillä sitä kohtaan oli, sitä enemmän he käyttivät sen palveluja. Tulokset osoittivat, että sidosryhmien luottamus oli tärkeä tekijä, joka tuli pyrkiä säilyttämään. Eskelisen tulosten mukaan kansalaisten involvoituneisuuden taso vaihteli laajasti henkilön ja tilanteen mukaan, ja sillä oli vaikutusta kansalaisten tiedonhakuun ja tiedonkäsittelyyn. Sama asia saattaa aiheuttaa korkeaa involvoituneisuutta joillekin ihmisille ja matalaa involvoituneisuutta toisille. Kuitenkaan involvoituneisuuden taso ei ollut aina niin korkea kuin voisi olettaa, sillä tutkimukseen haastatellut saattoivat kertoa, että he olivat esimerkiksi ostaneet auton tai talon impulsiivisesti. Tulosten mukaan lisääntynyt involvoituneisuuden taso ei myöskään aina tarkoittanut positiivisempia asenteita. (Eskelinen 2005, 3, 102.)

4 TUTKIMUKSEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

Tutkimuksen toimeksiantaja on Kaukametsän opisto, joka on Kajaanin kaupungin omistama kansalaisopisto. Tässä luvussa kerrotaan Kajaanista ja sen alueella viime vuosina tapahtuneista muutoksista. Luvussa esitellään myös Kaukametsän opisto sekä Kaukametsän opistosta vuonna 2008 tehty tutkimus.

4.1 Kajaani

Kajaanissa on 38 045 asukasta, ja sen pinta-ala on 2 264 neliökilometriä (Kaupunkitieto 2012). Vertailun vuoksi väkiluvultaan paljon suuremman Jyväskylän (132 062 asukasta) pinta-ala on huomattavasti Kajaania pienempi 1 466,5 neliökilometriä (Tietoa Jyväskylästä 2012). Kajaanin keskustan ulkopuolella matkat palveluihin voivatkin olla huomattavan pitkiä. Lisäksi joukkoliikenne varsinkin iltaisin on harvaa. Tämä vaikuttaa myös Kaukametsän opintojen saavutettavuuteen. Vuolijoen kunta liitettiin Kajaaniin vuoden 2007 alussa, ja kuluneina vuosina integraatio on vahvistunut. Kainuun ja myös Kajaanin ongelmana on väestön ikääntyminen, vaikka muutamana viime vuotena syntyvyys on noussut Kajaanissa.

Vuosisadan ajan Kajaanissa jatkunut paperinvalmistus loppui vuoden 2008 joulukuussa UPM:n Kajaanin tuotantolaitoksen suljettua ovensa. Tällöin sadat ihmiset menettivät työpaikkansa. Kajaani on menettämässä myös toisen perinteikkään instituution, kun yli sata vuotta toiminut Kajaanin opettajankoulutusyksikkö lopettaa toimintansa keväällä 2013. Lopettamispäätös tehtiin maaliskuussa 2010, ja toimintaa on ajettu alas siitä lähtien. Kajaanin työmarkkinoilla on kuitenkin tapahtunut myös positiivista kehitystä, sillä paperitehtaan entiselle alueelle on perustettu Renforsin Ranta -niminen alue, jonne on tullut paljon uutta yritystoimintaa. Erityisesti miesten työllisyystilannetta ovat parantaneet myös naapurikuntien Sotkamon ja Paltamon kaivos Hankkeet.

Muutoksia Kainuussa on aiheuttanut myös vuosina 2005–2012 toteutettu hallintokokeilu. Tässä kokeilussa maakunta on vastannut sosiaali- ja terveydenhuollon sekä osin opetustoimen tehtävistä Kainuun kuntien alueella. (Hallintokokeilu 2005–2012, n.d.) Vuonna 2013 nämä tehtävät siirtyvät takaisin kunnille. Kokeilun tarkkoja vaikutuksia ei ole vielä tutkittu, mutta sen hyödyllisyydestä käydään vilkasta keskustelua puolesta ja vastaan. Joka tapauksessa kokeilu aiheutti runsaasti muutoksia hallinto-byrokraatiaan. Kainuun kuntien kansalaisopistojen hallinto kuitenkin pysyi kuntien vastuulla myös kokeilun ajan, joten Kaukametsän opiston toimintaan kokeilu ei suoranaisesti vaikuttanut.

4.2 Kaukametsän opisto

Kaukametsän opisto on kansalaisopisto, joka järjestää opetusta noin 50:ssä eri toimipisteessä Kajaanin alueella lähiöissä ja haja-asutusalueella. Opiston päätoimipaikka sijaitsee Kajaanin ydinkeskustassa, Kaukametsän kongressi- ja kulttuurikeskuksessa. Vuonna 2011 Kaukametsän opisto juhli neljäntäkymmenettä toimintavuottaan. (Kaukametsän opisto. Toimintakertomus 2011, 4–5.)

Kansalaisopistojen toimintaa ohjaavat vapaan sivistystyön uudistettu lainsäädäntö (1998/632; 29.12.2009/1765; 10.12.2010/1103) sekä vapaan sivistystyön kehittämisohjelma 2009–2012 (Markkanen ym. 2012b, 15). Laissa vapaasta sivistystyöstä (1 luku, 1 §) kuvataan vapaan sivistystyön tarkoitusta seuraavasti:

”Vapaan sivistystyön tarkoituksena on järjestää elinikäisen oppimisen periaatteen pohjalta yhteiskunnan eheyttä, tasa-arvoa ja aktiivista kansalaisuutta tukevaa koulutusta. Vapaana sivistystyönä järjestettävän koulutuksen tavoitteena on edistää ihmisten monipuolista kehittymistä, hyvinvointia sekä kansanvaltaisuuden, moniarvoisuuden, kestävän kehityksen, monikulttuurisuuden ja kansainvälisyyden toteutumista. Vapaassa sivistystyössä korostuu omaehtoinen oppiminen, yhteisöllisyys ja osallisuus.” (L 29.12.2009/1765.)

Kansalaisopistokurssien lisäksi Kaukametsän opisto tarjoaa myös avointa yliopisto-opetusta, yleisiä kielitutkintoja, näyttelyjä, konsertteja, yleisöluentoja ja seminaareja

(Kaukametsän opisto. Toimintakertomus 2011, 4). Kaukametsän opisto osallistuu Kajaanin kaupungin lapsi- ja nuorisopolitiikan kehittämissohjelmaan 2011–2015 ja järjestää siten kursseja myös lapsille ja nuorille.

Kaukametsän opiston rehtori Eila Parviainen kuvaa vuonna 2012 ilmestyneessä opiston juhlakirjassa tehtäviä seuraavasti: "Kansalaisopistojen perustehtäviä ovat uusien kansalaisvalmiuksien omaksumiseen tähtäävät opinnot, vieraiden kulttuurien ja kielten ymmärtämiseen tähtäävät opinnot, sekä aikuisten ja nuorten monipuolinen taidakasvatus ja kädentaitojen vaaliminen. Opiston tehtävänä on kuunnella ja toteuttaa kajaanilaisten opiskelu- ja harrastustoiveita parhaalla mahdollisella tavalla." (Kaukametsän opisto – oppimisen iloa, 2012, 7.)

Kaukametsässä oli 3 758 kansalaisopisto-opiskelijaa ja 7 247 kurssilaista vuonna 2011. Määrät ovat merkittäviä Kajaanin asukaslukuun (38 045 asukasta) suhteutettuna. Kaukametsän opistossa toteutettiin vuoden aikana yhteensä 20 142 opetustuntia. (Kaukametsän opisto. Toimintakertomus 2011, 5.) Kansalaisopistojen opetustuntien määrä on opetus- ja kulttuuriministeriön säätelemää.

Kansalaisopiston toiminnalla ei tavoitella taloudellista voittoa (Markkanen ym. 2012a, 23), vaan kurssimaksuilla katetaan kustannuksia. Kansalaisopisto saa lisäksi avustusta toimintaansa kaupungilta ja valtiolta. Opiston toimintakulut vuonna 2011 olivat 1 855 000 euroa, josta valtionosuus kattoi 619 000 euroa. Kaupungin taloudellinen tuki opistolle pieneni vuonna 2011 verrattuna edelliseen vuoteen. Opetushallitus tuki Kaukametsän toimintaa myöntämällä 15 000 euron opintoteliavustuksen työttömille, eläkeläisille, senioreille, maahanmuuttajille sekä vähän koulutetuille. Opisto ei korottanut kurssimaksujaan vuonna 2011, mikä lisäsi opetustuntien ja opiskelijoiden määriä. (Kaukametsän opisto. Toimintakertomus 2011, 5.)

Suosituimpia kursseja vuonna 2011 olivat liikuntakurssit sekä ravitsemus- ja terveyskasvatus, joista erityisesti erilaiset terveysruoka- ja laihdutuskurssit keräsivät osanot-tajia. Muita suosittuja kursseja olivat muun muassa yleissivistävät aineet, kielet ja musiikki. Opisto seuraa aktiivisesti uusia muotivirtauksia, ja kurssiohjelmaan onkin otettu mukaan esimerkiksi zumba, joka on suosittua eri ikäryhmien parissa. Kauka-

metsän opisto tarjoaa ohjelmassaan myös kielten yksilö- ja pariopetusta. Tämä opetusmuoto aloitettiin Kaukametsässä syksyllä 2010 hyvin onnistuneena kokeiluna, ja nyt se on vakiintunut osaksi opiston opetustarjontaa. Miehiä kiinnostavat erityisesti teknisen työn kurssit. Vuonna 2011 teknisen työn kursseille osallistui 332 opiskelijaa, joista miehiä oli 163 ja naisia 169. Miehiä on houkuteltu mukaan toimintaan myös omilla liikunta- ja joogaryhmillä. (Kaukametsän opisto. Toimintakertomus 2011, 12–13, 17, 25.)

4.3 Mielipidekysely Kaukametsän opistosta vuonna 2008

Nyt tehty opinnäytetyö on uusintatutkimus Petron vuonna 2008 tekemälle opinnäytetyölle *Mielipidekysely Kaukametsän opistosta*. Uusi tutkimus on toteutettu lähes samanlaisella kyselylomakkeella kuin Petron tutkimus vastausten vertailtavuuden vuoksi. Muutamaa kysymystä on tarkennettu tai muutettu esimerkiksi opiston ohjelmassa tapahtuneiden muutosten tai postinumeroalueiden muuttumisen takia. Lisäksi kyselyyn on lisätty yksi uusi kysymys, joka koskee toiveita opintoryhmän koosta. Kummassakin tutkimuksessa väestötietojärjestelmästä otettiin satunnaisotannalla 2 000 kajaanilaista viidestä eri ikäryhmästä. Ikäryhmät olivat 20–24-, 30–34-, 40–44-, 50–54- sekä 60–64-vuotiaat, ja jokaisesta niistä otettiin 400 henkilöä.

Petron (2008) tutkimuksessa todettiin, että Kaukametsän opiston tunnettuus oli hyvä, ja opistoa arvioitiin yleisimmin viihtyisäksi. Kajaanilaiset kertoivat saavansa tietoa opistosta erityisesti koteihin jaettavasta opinto-oppaasta. Yli puolet kyselyyn vastanneista oli käyttänyt opiston palveluja, ja käytyihin kursseihin oltiin yleensä tyytyväisiä. Palveluja käyttäneiden mielipiteet opistosta olivat positiivisempia kuin palveluja tuntemattomien. (Petro 2008, 58–59.)

Aiemmassa kyselyssä huomattiin, että erityisesti nuoret ja miehet eivät olleet kovin aktiivisia vastaamaan. He olivat käyttäneet palveluja muita vastaajaryhmiä vähemmän ja kokivat opiston etäiseksi muita useammin. Petro (2008, 59) totesi, että miesten tietämystä opistosta tulisi lisätä. Vuoden 2008 tutkimuksen perusteella opiston ohjelmaan on lisätty liikuntakursseja miehille, esimerkiksi taekwondo ja potkunyrk-

keilyä. Muillekin vastaajaryhmille on aloitettu uusia kursseja Petron tutkimuksen jälkeen. Eräs esimerkki kurssiuutuuksista on *Hopea ja helmet koruissa* -kurssi, jollaista osa vastaajista oli toivonut (Petro 2008, 61). Lisäksi opisto on ottanut markkinoinnissaan käyttöön Facebookin syksystä 2011 lähtien nuorempien kajaanilaisten tavoittamiseksi.

5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tässä luvussa esitellään tutkimusmenetelmät, tutkimuskysymykset, kyselylomake sekä tutkimuksen tulokset. Lisäksi tuloksia vertaillaan vuoden 2008 tutkimuksen tuloksiin.

5.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimus toteutettiin pääasiassa määrällisenä eli kvantitatiivisena tutkimuksena. Aineisto kerättiin postitse lähetetyillä kyselylomakkeilla keväällä 2012. Lomakkeilla oli mukana sekä monivalintakysymyksiä että avoimia kysymyksiä, joihin vastaajat voivat vastata vapaasti omin sanoin.

Kyselylomake lähetettiin 2 000 kajaanilaiselle, jotka edustivat viittä eri ikäryhmää: 20–24-, 30–34-, 40–44-, 50–54- sekä 60–64-vuotiaita. Jokaisesta ikäryhmästä oli poimittu 400 henkilöä satunnaisotannalla väestötietojärjestelmästä. Vastausaikaa oli kaksi viikkoa. Muistutusta kyselystä ei lähetetty kustannussyistä.

Saadut vastaukset syötettiin SPSS-tilasto-ohjelmaan. Monivalintakysymysten tulokset analysoitiin kvantitatiivisen tutkimuksen periaatteiden mukaan. Kvantitatiivinen tutkimus on tarpeellinen selvittämään mielipiteiden jakautumista ja ongelmien laajuutta. Kvantitatiivisen tutkimuksen keskeisiä piirteitä ovat muun muassa johtopäätökset aiemmista tutkimuksista sekä aiemmat teoriat. Havaintoaineistoa käsitellään ja analysoidaan tilastollisesti. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 131.)

Tulosten analysoinnissa käytettiin muun muassa ristiintaulukointia ja chi-square-testiä. Chi-square- eli khin neliö -testin avulla lasketaan tulosten merkitsevyyttä ilmaiseva p-arvo. Merkitsevyytaso tarkoittaa todennäköisyyttä tehdä virheellinen johtopäätös. Tilastollisen merkitsevyyden rajat ovat (Heikkilä 1999, 186):

$p \leq 0,001$ erittäin merkitsevä

$0,001 < p \leq 0,01$ merkitsevä

0,01 < p ≤ 0,05 melkein merkitsevä

0,05 < p ≤ 0,1 suuntaa antava

Kvalitatiivinen tutkimus tuo lisätietoa kvantitatiivisten kysymysten tuottamiin tuloksiin. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistosta etsitään säännönmukaisuuksia, joiden mukaan sitä voidaan luokitella teemoittain (Hirsjärvi ym. 2004, 157). Avoimet kysymykset ovat tarpeellisia, sillä niissä vastaajat voivat antaa omin sanoin lisätietoa tutkimuksen aihepiiristä.

Kyselylomakkeen avointen kysymysten vastauksia luokiteltiin kvalitatiivisen tutkimuksen metodein. Kvalitatiivinen tutkimusaineisto oli tarpeen muuttaa kvantitatiiviseksi, jotta voitiin selvittää eri tekijöiden määrällinen esiintyminen aineistossa. Saadut vastaukset luokiteltiin ja koodattiin numeraalisesti. (Kananen 2008, 28–29.)

Luokkien muodostamisessa mukailtiin vuoden 2008 tutkimuksen avoimista vastauksista muodostettuja luokkia tulosten vertailtavuuden vuoksi. Kurssitoiveiden luokittelussa hyödynnettiin Kaukametsän opiston opinto-oppaassa käytettyjä kurssien ryhmittelyjä.

5.2 Tutkimuskysymykset ja kyselylomake

Tutkimuksen pää tutkimuskysymys oli: Millaisia kursseja kajaanilaiset toivovat Kaukametsän opistolta? Tätä pääkysymystä selvitettiin seuraavien alatutkimuskysymysten avulla:

1. Minkä aihepiirien kurssit kiinnostavat kajaanilaisia eniten?
2. Millainen on mieluisin kurssimuoto?
3. Millainen mielikuva kajaanilaisilla on Kaukametsän opistosta?
4. Millainen tunnettuus Kaukametsän opistolla on kajaanilaisten keskuudessa?
5. Mitä esteitä kajaanilaisilla on Kaukametsän kursseille osallistumiselle?
6. Mitä muutoksia on tapahtunut verrattuna aiempaan Petron (2008) tutkimukseen?

Ensimmäiseen alatutkimuskysymykseen etsittiin vastausta kysymällä, mille kursseille vastaajat olivat osallistuneet. Ensimmäiseen alatutkimuskysymykseen liittyi myös

avoimia kysymyksiä, joihin vastaajat voivat omin sanoin kertoa kurssitoiveistaan. Toisen alatutkimuskysymyksen selvittämiseksi vastaajilta kysyttiin kyselylomakkeessa mieluista kurssin pituutta, kurssimuotoa sekä opiskeluryhmän kokoa. Myös alatutkimuskysymysten 3–5 aiheista esitettiin kysymyksiä kyselylomakkeella. Kolmas ja neljäs alatutkimuskysymys liittyvät kajaanilaisten tiedonsaantiin Kaukametsän opistosta. Palveluiden laatua tutkittaessa on tärkeää tietää, miten hyvin palveluista on onnistuttu kertomaan. Kurseille osallistumisen esteitä kartoittamalla voidaan pohtia Kaukametsän opiston mahdollisuuksia vähentää näitä esteitä. Kuudennen alatutkimuskysymyksen selvittämiseksi tuloksia verrattiin Petron (2008) tutkimukseen.

Kyselylomake oli jaettu neljään osioon: vastaajien taustatiedot, Kaukametsän opistoa koskevat kysymykset, kysymykset kursseista sekä kurssitoiveet. Kysymyslomakkeen ensimmäisessä osiossa A kysyttiin vastaajan taustatietoja: sukupuoli, ikä, koulutus sekä postinumeroalue. Osiossa B kysyttiin, miten hyvin vastaajat tuntevat opiston sekä millainen mielikuva heillä opistosta on. Osiossa C kysyttiin vastaajien käymiä kursseja sekä mieluisinta kurssimuotoa. Vastaajille esitettiin myös kaksi monivalintakysymystä, joissa heitä pyydettiin arvioimaan tyytyväisyyttään kursseihin sekä kurssien hintaa. Näissä monivalintakysymyksissä käytettiin viisiportaista Likertin asteikkoa, jossa vastaaja sai valita asteikon vaihtoehtoista mielipidettään parhaiten kuvaavan (esimerkiksi 5 = erittäin tyytyväinen, 4 = tyytyväinen, 3 = ei tyytyväinen eikä tyytymätön, 2 = jonkin verran tyytymätön, 1 = erittäin tyytymätön). D-osiossa selvitettiin vastaajien harrastuksia, kurssitoiveita sekä kursseille osallistumisen esteitä. Kyselylomakkeen kysymykset on esitelty tutkimustulosten yhteydessä kappaleessa 5.3. Koko kyselylomake on tutkimuksen liitteenä (liite 2).

5.3 Tutkimustulokset

Kaukametsän opiston kyselyyn vastasi 452 henkilöä 2 000 henkilön otoksesta. Vastausprosentti oli 22,6 %, mikä on lähes sama kuin Petron vuoden 2008 kyselyssä (23 %). Vastausprosentti on melko alhainen, joten tuloksia voidaan pitää suuntaa antavina. Postitse toteutettavien kyselyiden ongelmana on kato (Hirsjärvi ym. 2004, 185). Alhaisesta prosenttimäärästä huolimatta 452 henkilön vastaajajoukko on kuitenkin

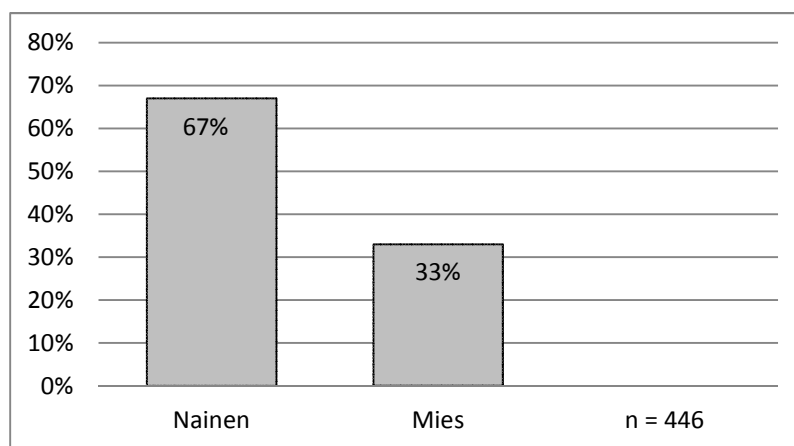
merkittävä mielipiteenilmaisija. Lisäksi näiden kahden, eri vuosina toteutetun, kyselyn tuloksissa voidaan huomata samankaltaisuutta, mikä parantaa tulosten luotettavuutta ja yleistettävyyttä.

Vähiten vastauksia saatiin nuorimmasta ikäryhmästä (20–24-vuotiaat) ja eniten vanhimmasta (60–64-vuotiaat). Kaikissa ikäryhmissä naiset vastasivat aktiivisemmin kuin miehet. Nämä tiedot on esitetty tarkemmin seuraavien sivujen kuvioissa. Vastausaktiivisuuden vaihtelu ikä- ja sukupuoliryhmittäin oli samansuuntainen myös vuoden 2008 kyselyssä.

5.3.1 Vastaajien taustatiedot

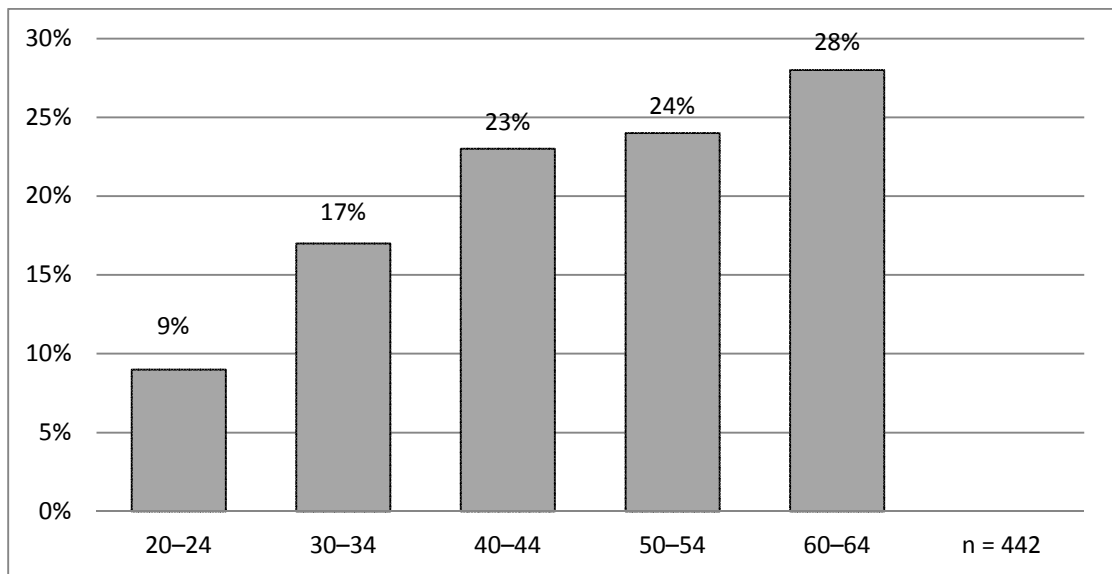
Kyselylomakkeen osiossa A eli taustatiedoissa kysyttiin sukupuolta, ikää, koulutusta sekä postinumeroaletta, missä vastaaja asuu.

Naisia oli vastaajista 67 % (301 vastaajaa) ja miehiä 33 % (145 vastaajaa) (kuvio 1). Kuusi henkilöä ei vastannut tähän kysymykseen. Vastaamatta jättäneet luokitellaan puuttuvaksi tiedoksi, joten heidän määränsä ei vaikuta prosenttijakaumaan.



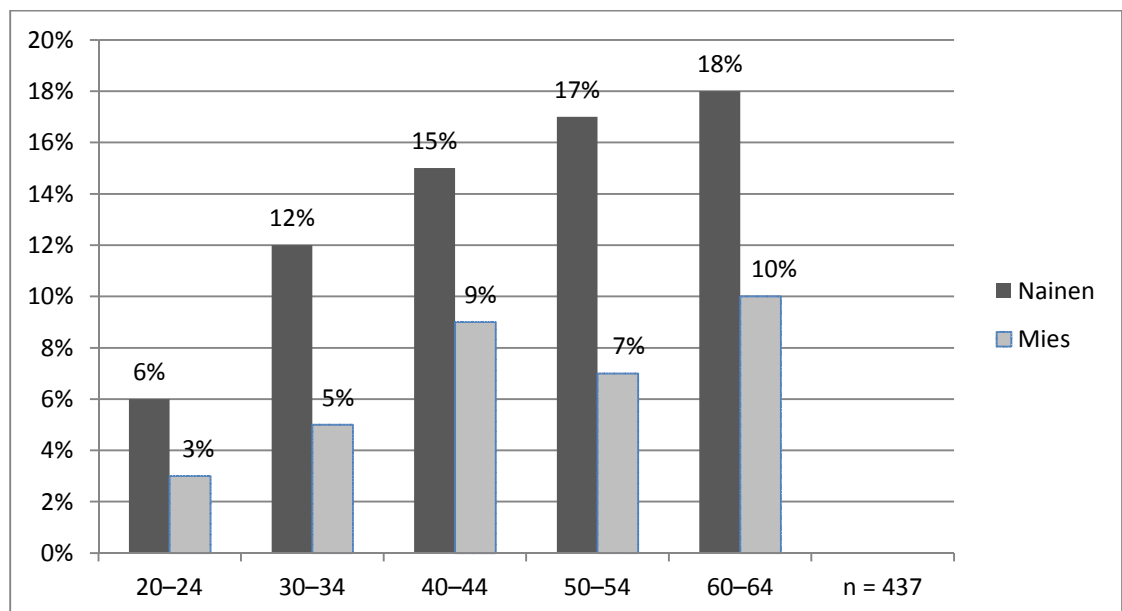
KUVIO 1. Vastaajien sukupuolijakauma

Vastausaktiivisuus oli korkein vanhimmassa ikäryhmässä 60–64-vuotiaat ja pienin nuorimmassa ikäryhmässä 20–24-vuotiaat. Vastaajien ikäjakauma on esitetty kuviossa 2.



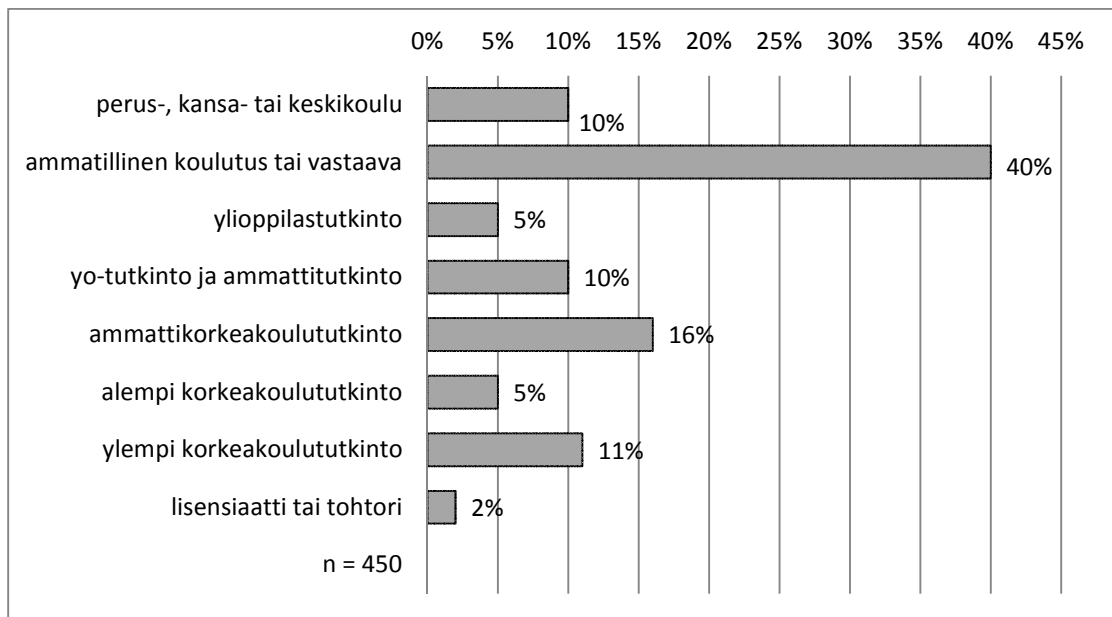
KUVIO 2. Ikäjakauma

Naisten osuus oli kaikissa ikäryhmissä suurempi kuin miesten. Naisten ja miesten prosentuaaliset osuudet ikäryhmittäin on esitetty kuviossa 3.



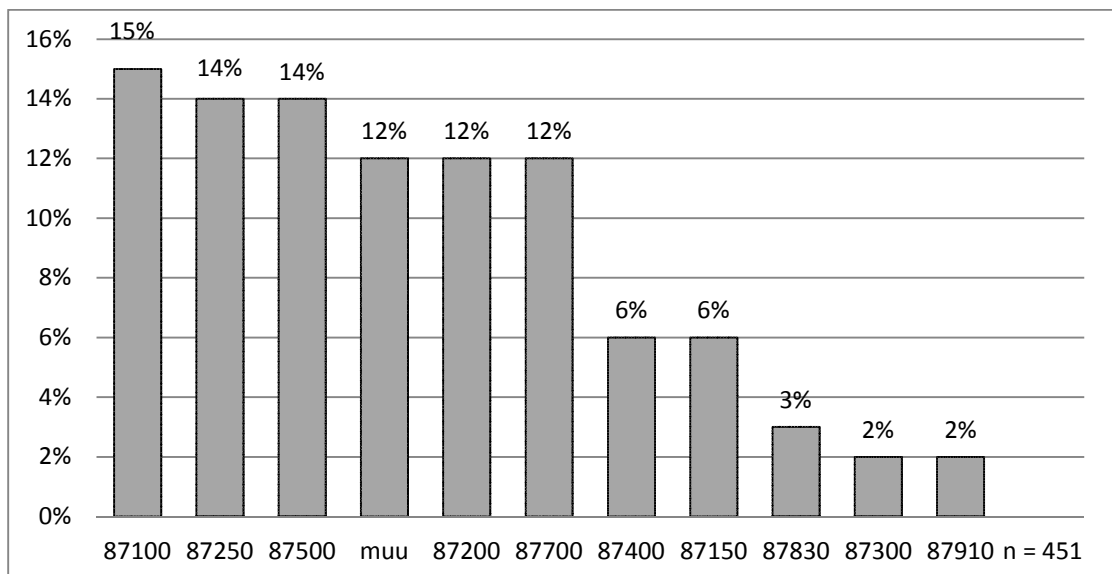
KUVIO 3. Naisten ja miesten osuus ikäryhmittäin

Taustatietoina selvitettiin myös vastaajien koulutustausta ylimmän suoritettun tutkinnon mukaan (kuvio 4). Yleisin koulutustausta oli ammatillinen koulutus tai vastaava (40 %) ja toiseksi yleisin ammattikorkeakoulututkinto (16 %).



KUVIO 4. Koulutustausta

Taustatietoina kysyttiin lisäksi vastaajien asuinalueen postinumeroa (kuvio 5). Eniten vastaajia (15 %) asui Kajaanin ydinkeskustan alueella (87100). Lähes yhtä paljon asui myös alueilla 87250 ja 87500 (14 % molemmissa). Vaihtoehdon *muu* oli valinnut 12 % vastaajista. Mainitut muut postinumeroalueet on lueteltu liitteessä 4.

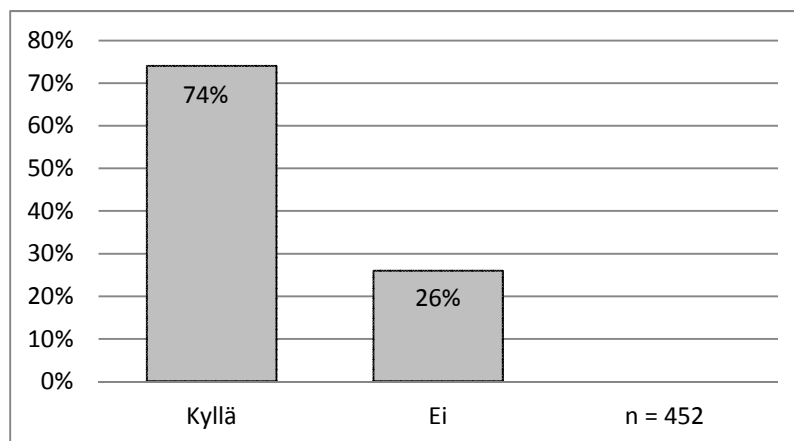


KUVIO 5. Postinumeroalue

5.3.2 Kaukametsän opistoa koskevat kysymykset

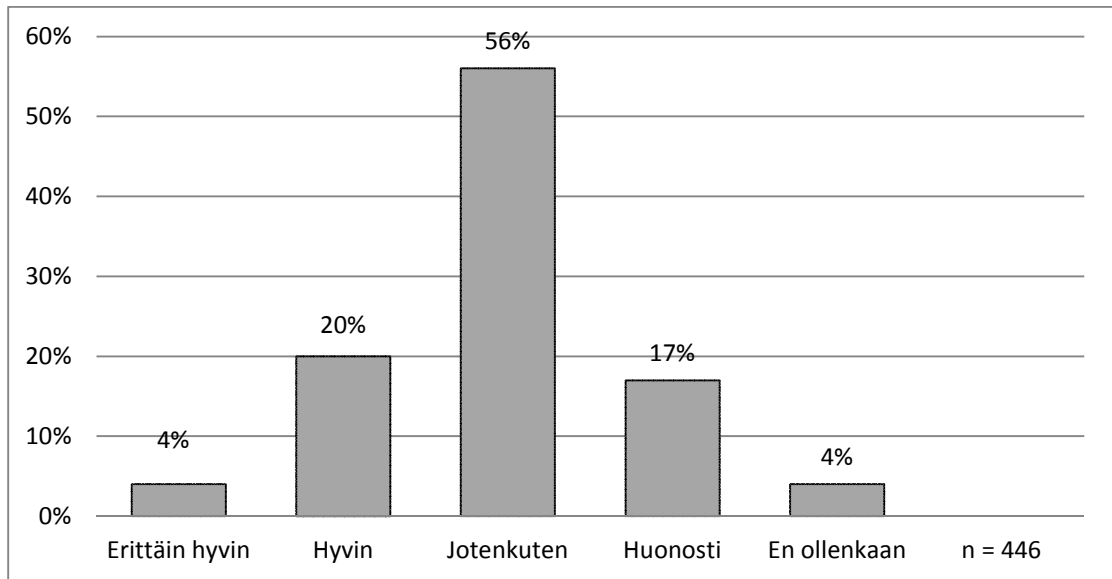
Kyselylomakkeen osiossa *B. Kaukametsän opisto* vastaajilta kysyttiin, miten hyvin he tuntevan Kaukametsän opiston ja millainen mielikuva heillä opistosta on.

Suurin osa vastaajista (74 %) tiesi, missä Kaukametsän opiston lähin toimipiste on (kuvio 6). Tähän monivalintakysymykseen vastasivat kaikki vastaajat (452 henkilöä). Naisten ja miesten välillä ei ollut tilastollisesti merkitsevää eroa toimipisteen tietämisessä. Vastaajia pyydettiin myös kirjoittamaan omin sanoin lähin toimipisteensä, ja tähän avoimeen osioon vastasi 173 vastaajaa. Suurin osa heistä nimesi lähimmäksi toimipisteeksi Kaukametsän opiston päätoimipisteen Koskikadulla Kajaanin keskustassa. Myös maininnat *hotelli Kajanuksen vieressä* ja *Kajaanissa joen rannassa* tarkoittavat samaa Kaukametsän opiston päätoimipistettä. Avointen vastausten perusteella muutama vastaaja oli kuitenkin sekoittanut Kaukametsän opiston toiseen kajaanilaiseen kansalaisopistoon (esimerkiksi vastaus *Kainula* viittaa toiseen kansalaisopistoon). Kaikki mainitut toimipisteet on lueteltu liitteessä 4.



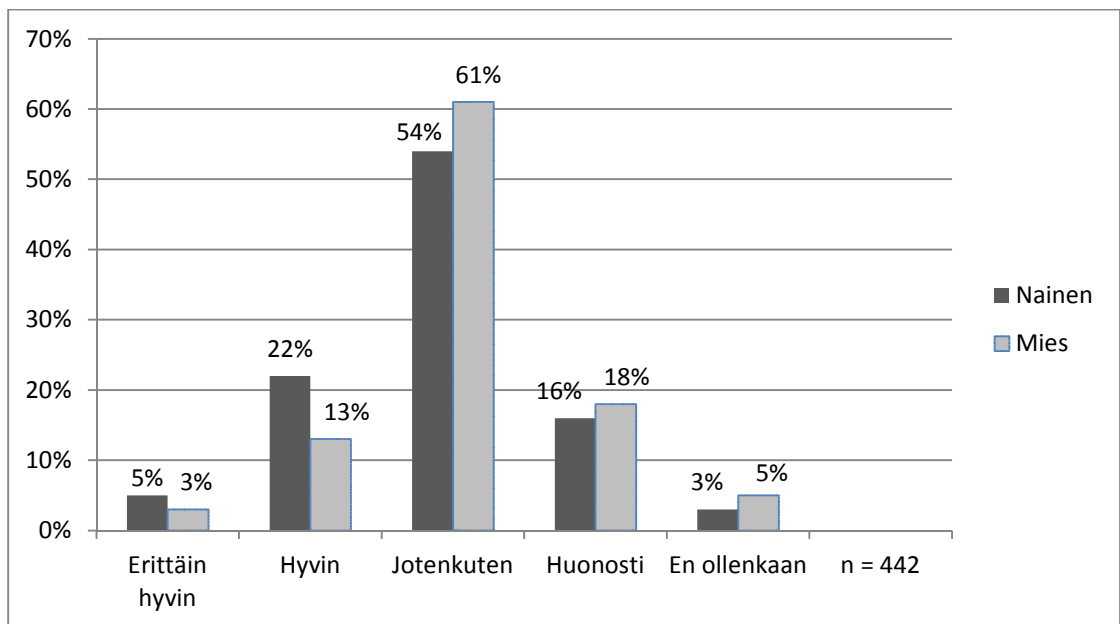
KUVIO 6. Toimipisteen sijainnin tietämys

Monivalintakysymyksessä numero kuusi vastaajia pyydettiin arvioimaan, miten hyvin he tuntevat Kaukametsän opiston. Yleisin vastaus oli *jotenkuten*, sillä näin vastasi 56 % vastaajista. Muuten vastaajat jakaantuivat varsin tasaisesti niihin, jotka tunsivat opiston joko hyvin tai huonosti (kuvio 7).



KUVIO 7. Kaukametsän opiston tunnettuus

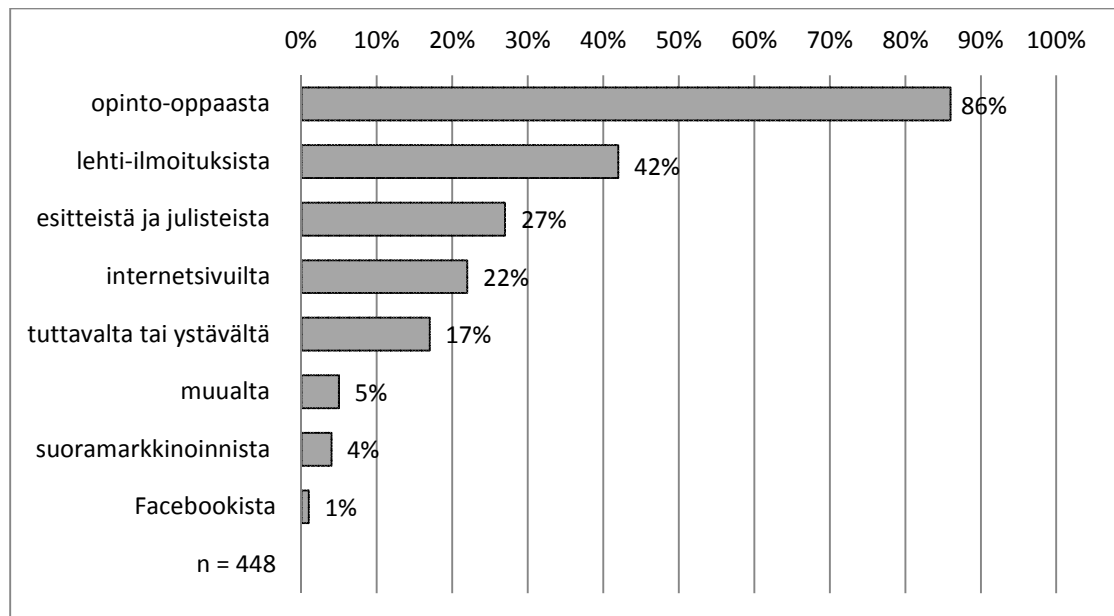
Naiset tunsivat opiston jonkin verran paremmin kuin miehet, kuten kuviosta 8 ilmenee.



KUVIO 8. Naisten ja miesten Kaukametsän opiston tuntemus

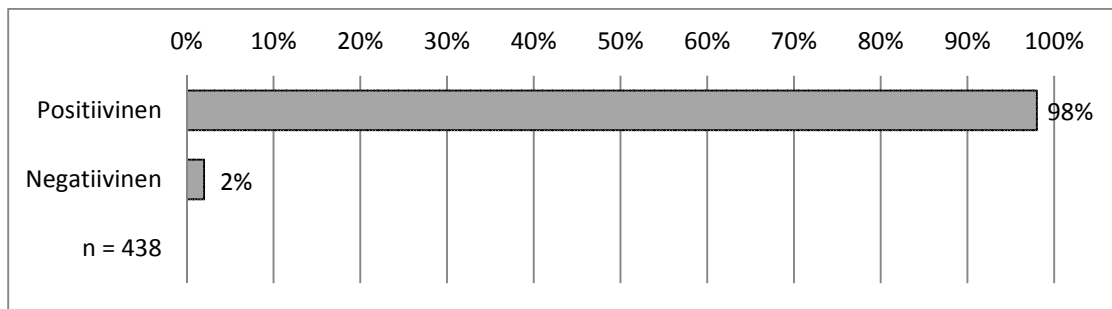
Kysymyksessä seitsemän vastaajilta kysyttiin, mistä he olivat saaneet tietoa Kaukametsän opistosta. Tässä monivalintakysymyksessä oli mahdollisuus valita useampia vaihtoehtoja (kuvio 9). Suurin osa vastaajista (86 %) kertoi saaneensa tietoa koteihin jaettavasta Kaukametsän opinto-oppaasta. Toiseksi useimmin vastaajat olivat saa-

neet tietoa lehti-ilmoituksista (42 %) ja kolmanneksi eniten esitteistä ja julisteista (27 %). Internetsivuilta tietoa oli saanut 22 prosenttia vastaajista, mutta Facebookista vain hieman yli yksi prosentti (kuusi vastaajaa). Kaukametsän opisto otti Facebook-sivut käyttöönsä syksyllä 2011, mutta tuloksen perusteella kovin monet eivät ole vielä löytäneet niitä. Myös melko monet vastaajat (17 %) olivat saaneet tietoa Kaukametsän opistosta tuttavalta tai ystävältä. Viisi prosenttia vastaajista ilmoitti saaneensa tietoa muualta kuin annetuista vastausvaihtoehdoista. Avoimissa vastauksissa kuvattiin, että tietoa oli saatu muun muassa opiskelemalla tai työskentelemällä Kaukametsän opistossa. Kaikki avoimet vastaukset on listattu liitteessä 4.



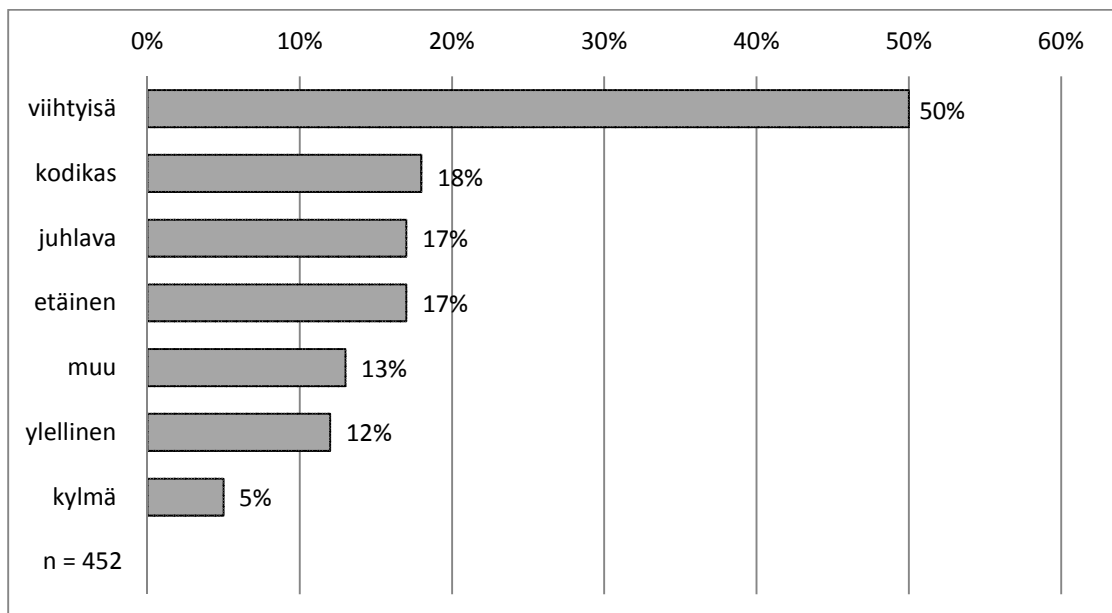
KUVIO 9. Tiedonsaanti

Mielikuva Kaukametsän opistosta (kuvio 10) oli suurimmalla osalla vastaajista (98 %) positiivinen (n = 438). Ainoastaan yhdeksällä henkilöllä oli negatiivinen mielikuva Kaukametsän opistosta. Naisilla, miehillä ja eri ikäryhmillä ei ollut tilastollisesti merkitseviä eroja mielikuvassa.



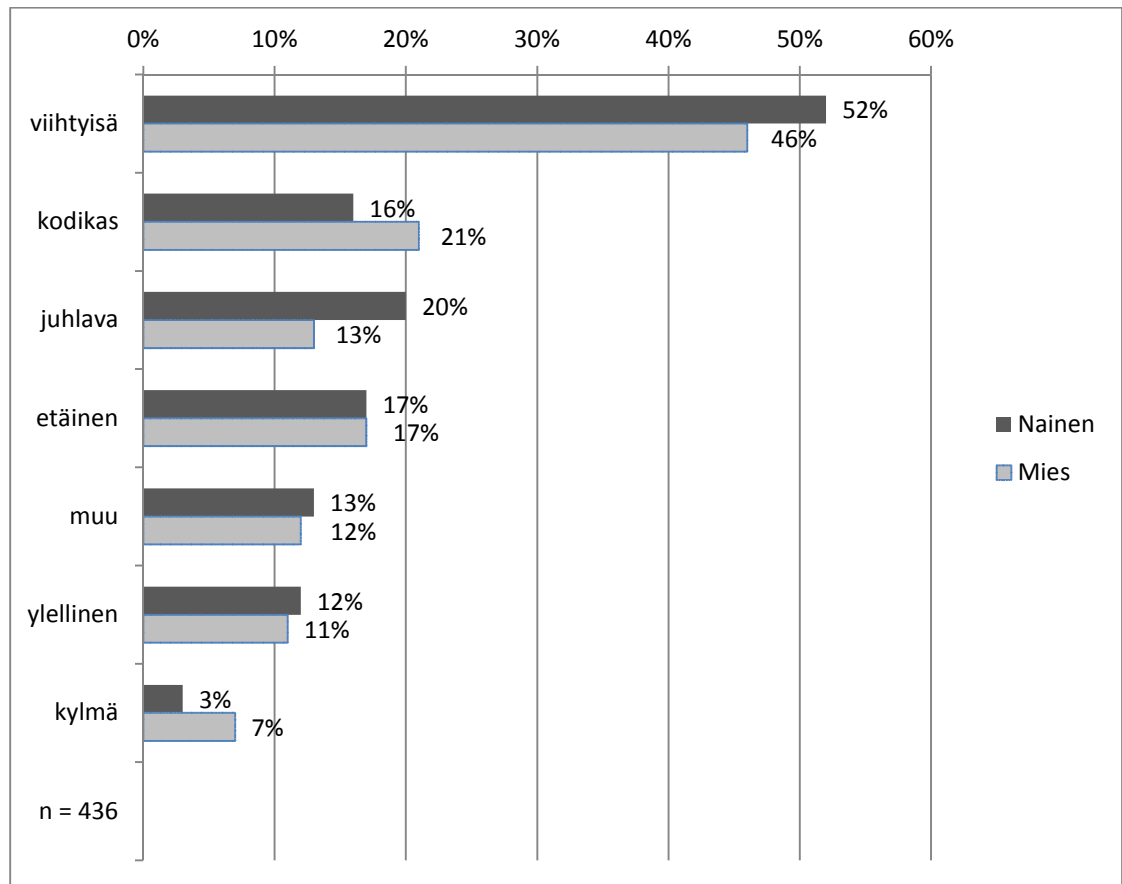
KUVIO 10. Mielikuva

Kysymyksessä yhdeksän vastaajaa pyydettiin arvioimaan tarkemmin mielikuvaansa Kaukametsän opistosta (kuvio 11). Kysymyksessä oli mahdollisuus valita useampia vaihtoehtoja. Puolet vastaajista (50 %) piti Kaukametsän opistoa viihtyisänä. Seuraavaksi yleisimmät vastaukset olivat kodikas (18 %), juhlava (17 %) ja etäinen (17 %). Viisi prosenttia vastaajista piti opistoa kylmänä. Vastausvaihtoehdon *muu* oli valinnut 13 % vastaajista. Mainittuja avoimia vastauksia olivat muun muassa neutraali, tavallinen, asiallinen ja monipuolinen. Muutama vastaaja totesi, ettei hänellä ole kokemusta Kaukametsän opistosta eikä hän siksi pysty arvioimaan sitä. Kaikki avoimet vastaukset on esitetty liitteessä 4.



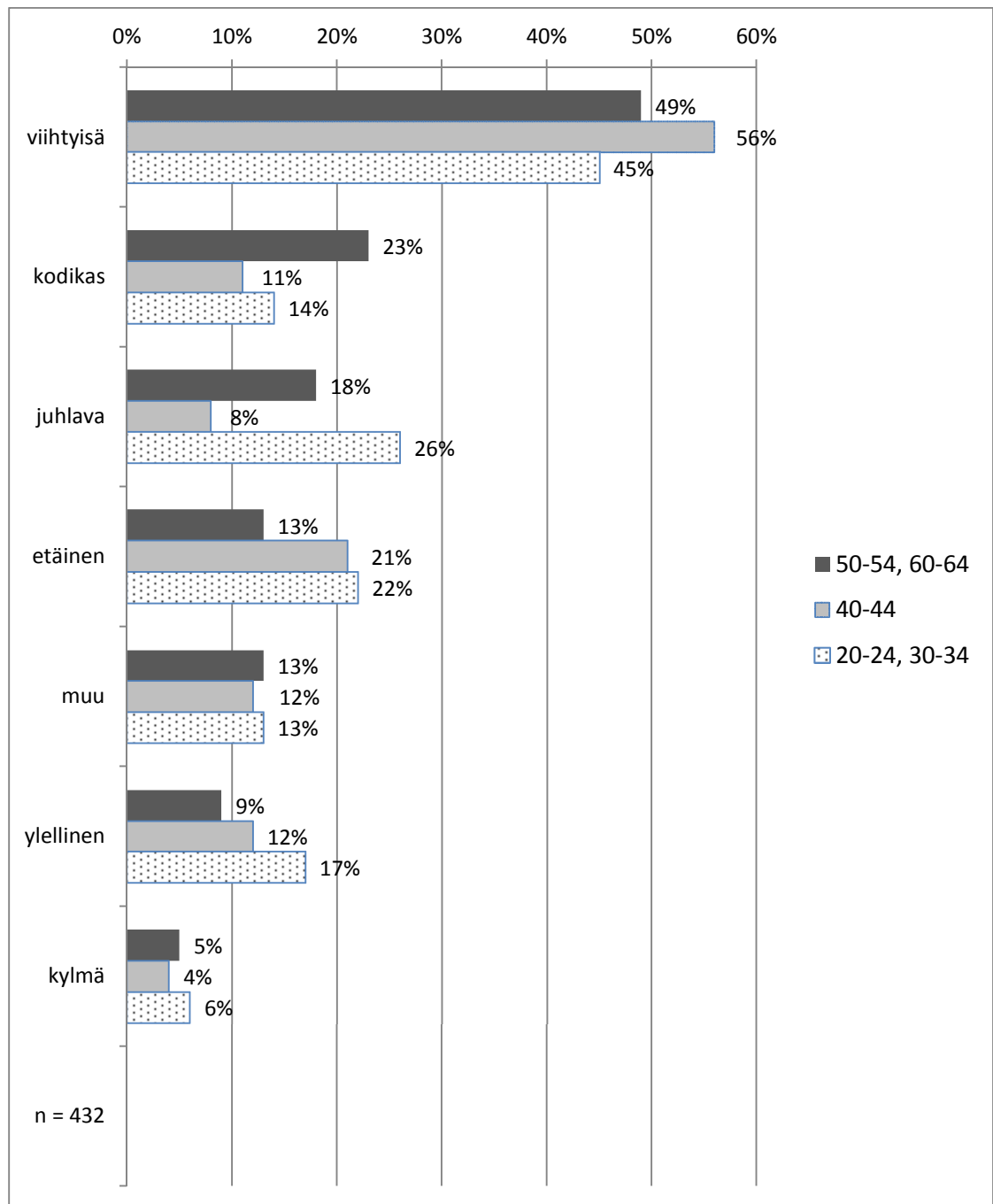
KUVIO 11. Mielipiteet Kaukametsän opistosta

Khin neliö -testin mukaan sukupuoliolla oli tilastollisesti suuntaa antava merkitys vaihtoehdoissa *juhlava* ja *kylmä* (kuvio 12). Naisista 20 % ja miehistä 13 % piti opistoa juhlavana ($p = 0,074$). Kylmänä opistoa piti naisista 3 % ja miehistä 7 % ($p = 0,060$).



KUVIO 12. Mielenpiteiden jakautuminen sukupuolen mukaan

Tutkimuksessa selvitettiin myös, oliko vastaajien iällä vaikutusta mielipiteeseen Kaukametsän opistosta. Tämän selvittämiseksi ikäryhmät luokiteltiin uudelleen alkupe- räisestä viidestä luokasta kolmeen luokkaan, sillä viidessä luokassa olisi ollut liian vähän havaintoja joidenkin vastausvaihtoehtojen kohdalla. Uudet ikäluokat kysymyk- sen tuloksissa ovat 1) 20–24- ja 30–34-vuotiaat, 2) 40–44-vuotiaat sekä 3) 50–54- ja 60–64-vuotiaat. Mielenpiteiden jakautuminen on esitetty kuviossa 13.

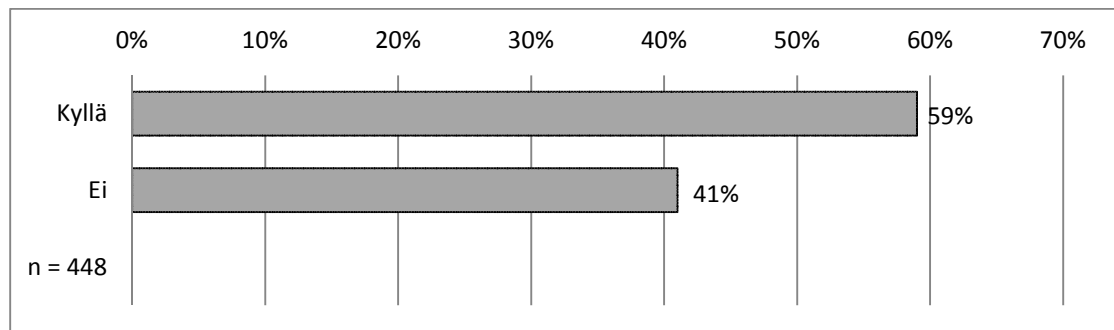


KUVIO 13. Mielipiteiden jakautuminen ikäryhmien mukaan

SPSS-analyysissä ilmeni, että iällä oli vaikutusta vaihtoehdossa *juhlava*, *ylellinen*, *kodikas* ja *etäinen*. Vaihtoehdossa *juhlava* on tilastollisesti merkitsevä ero ($p = 0,004$) eri ikäryhmien välillä. Useimmin opistoa pitivät juhlavana 20–24- ja 30–34-vuotiaat (26%), kun taas 40–44-vuotiaista vain 8% piti opistoa juhlavana. Vaihtoehdossa *ylellinen* oli tilastollisesti suuntaa antava ero ($p = 0,062$). Useimmin opistoa pitivät ylellisenä 20–24- ja 30–34-vuotiaat (17%) ja vähiten 50–54- ja 60–64-vuotiaat (9%).

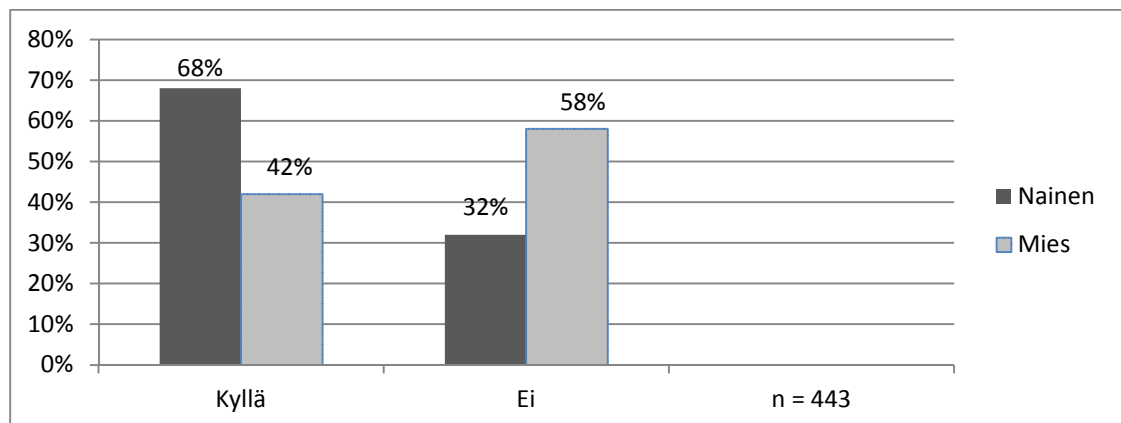
Kodikkaana opistoa pitivät eniten 50–54- ja 60–64-vuotiaat (23 %) ja vähiten 40–44-vuotiaat (11 %). Tilastollinen ero on melkein merkitsevä ($p = 0,011$). Vanhin ikäryhmä 50–54- ja 60–64-vuotiaat koki opiston muita harvemmin etäiseksi (13 %). 20–24- ja 30–34-vuotiaista opistoa piti etäisenä 22 prosenttia ja 40–44-vuotiaista 21 prosenttia. Ero on tilastollisesti melkein merkitsevä ($p = 0,045$).

Kysymyksessä numero kymmenen kysyttiin, onko vastaaja käyttänyt Kaukametsän opiston palveluja. Palveluja kertoi käyttäneensä 59 % vastaajista eli 264 vastaajaa, kun vastaajien kokonaismäärä tähän kysymykseen oli 448 (kuvio 14).



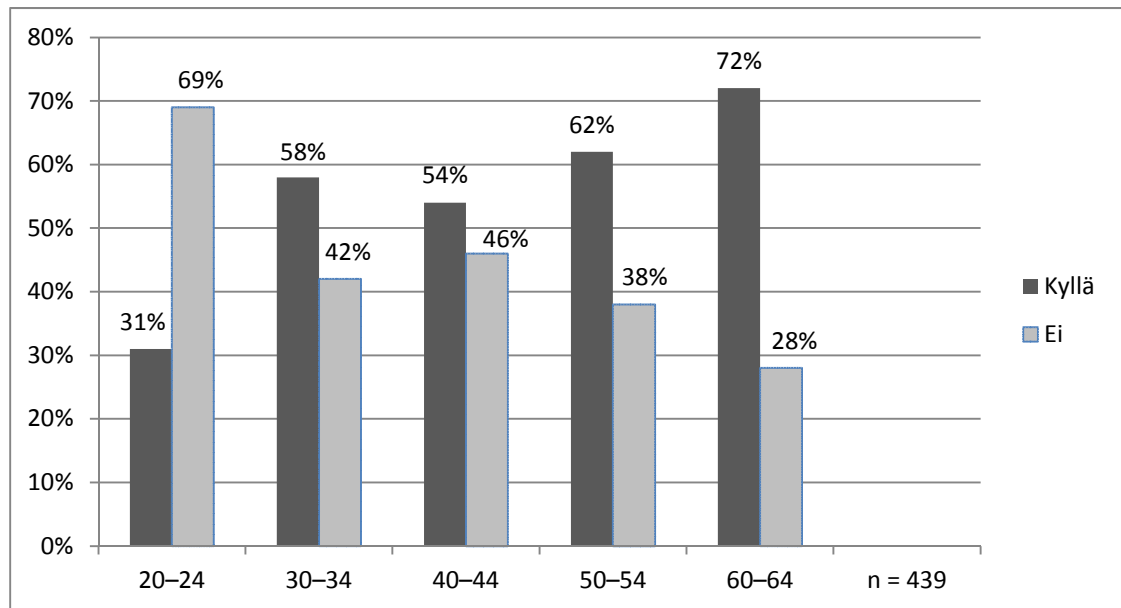
KUVIO 14. Palveluja käyttäneet

Naiset käyttävät Kaukametsän opiston palveluja miehiä enemmän (kuvio 15). Naisista 68 % kertoi käyttäneensä Kaukametsän palveluja, kun taas miehistä myöntävästi vastasi 42 %. Ero oli tilastollisesti erittäin merkitsevä ($p = 0,000$).



KUVIO 15. Naiset ja miehet Kaukametsän opiston palvelujen käyttäjinä

Myös ikä osoittautui tilastollisesti erittäin merkitseväksi tekijäksi palvelujen käytössä ($p = 0,000$). Vähiten palveluja oli käyttänyt nuorin ikäryhmä 20–24-vuotiaat (31 prosenttia) ja eniten vanhin ikäryhmä 60–64-vuotiaat (72 prosenttia). Kolmella keskimäisellä ikäryhmällä palvelujen käyttö vaihteli 54–62 prosentin välillä. Palvelujen käyttö ikäryhmittäin on esitetty kuviossa 16.



KUVIO 16. Palvelujen käyttö ikäryhmittäin

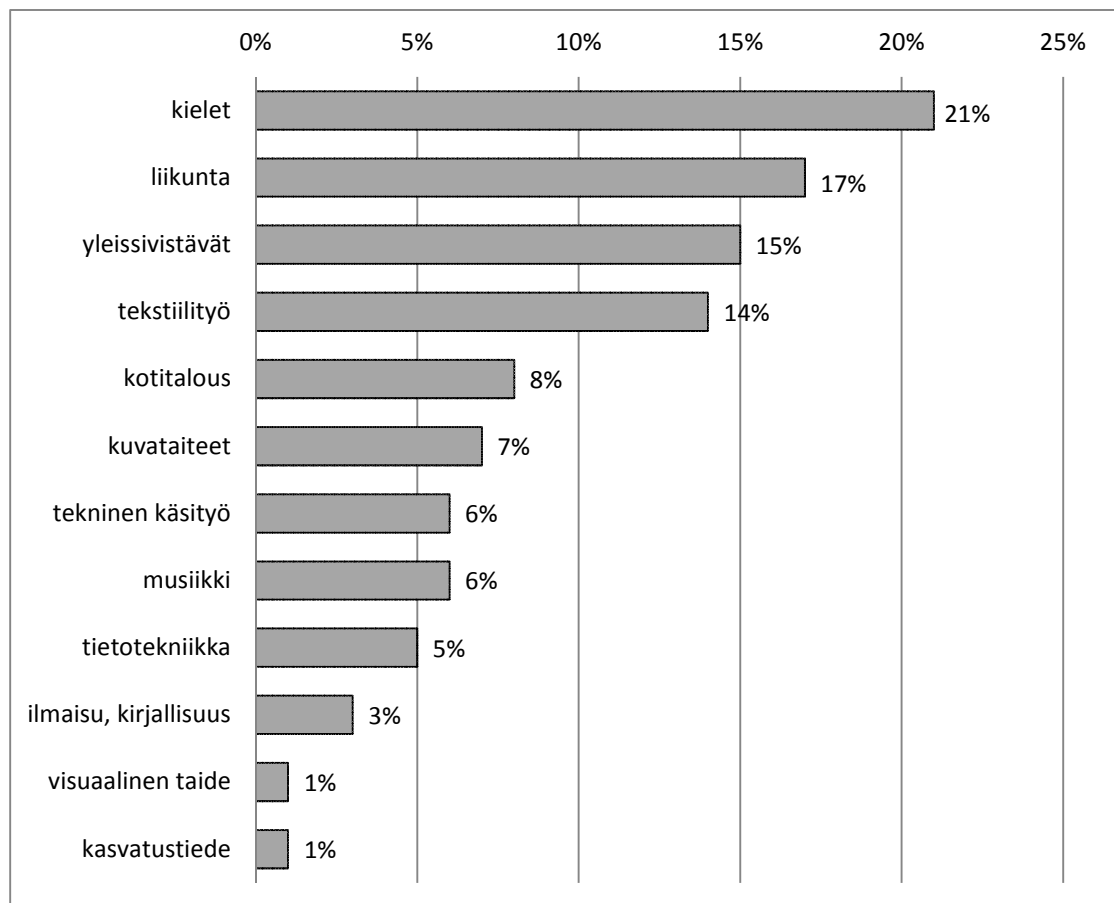
Kokemukset palvelujen käytöstä vaikuttivat Kaukametsän opistoa koskeviin arvioihin adjektiiveissa *kodikas*, *viihtyisä* ja *etäinen* ($n = 438$). Palvelujen käyttö lisäsi positiivista asennetta opistoa kohtaan, sillä palveluja käyttäneet pitivät opistoa useammin kodikkaana ja viihtyisänä, mutta harvemmin etäisenä verrattuna palveluja käyttämättömiin vastaajiin.

Prosentteina esitettynä 21 % palveluja käyttäneistä piti opistoa kodikkaana, kun taas palveluja käyttämättömistä vain 13 % piti opistoa kodikkaana ($p = 0,026$, tilastollisesti melkein merkitsevä). Palveluja käyttäneistä 54 % piti opistoa viihtyisänä, kun taas palveluja käyttämättömistä 43 % piti opistoa viihtyisänä ($p = 0,018$, tilastollisesti melkein merkitsevä). Etäiseksi opiston koki 12 % palveluja käyttäneistä, kun taas palveluja käyttämättömistä 24 % piti opistoa etäisenä ($p = 0,001$, tilastollisesti erittäin merkitsevä).

5.3.3 Kysymykset kursseista

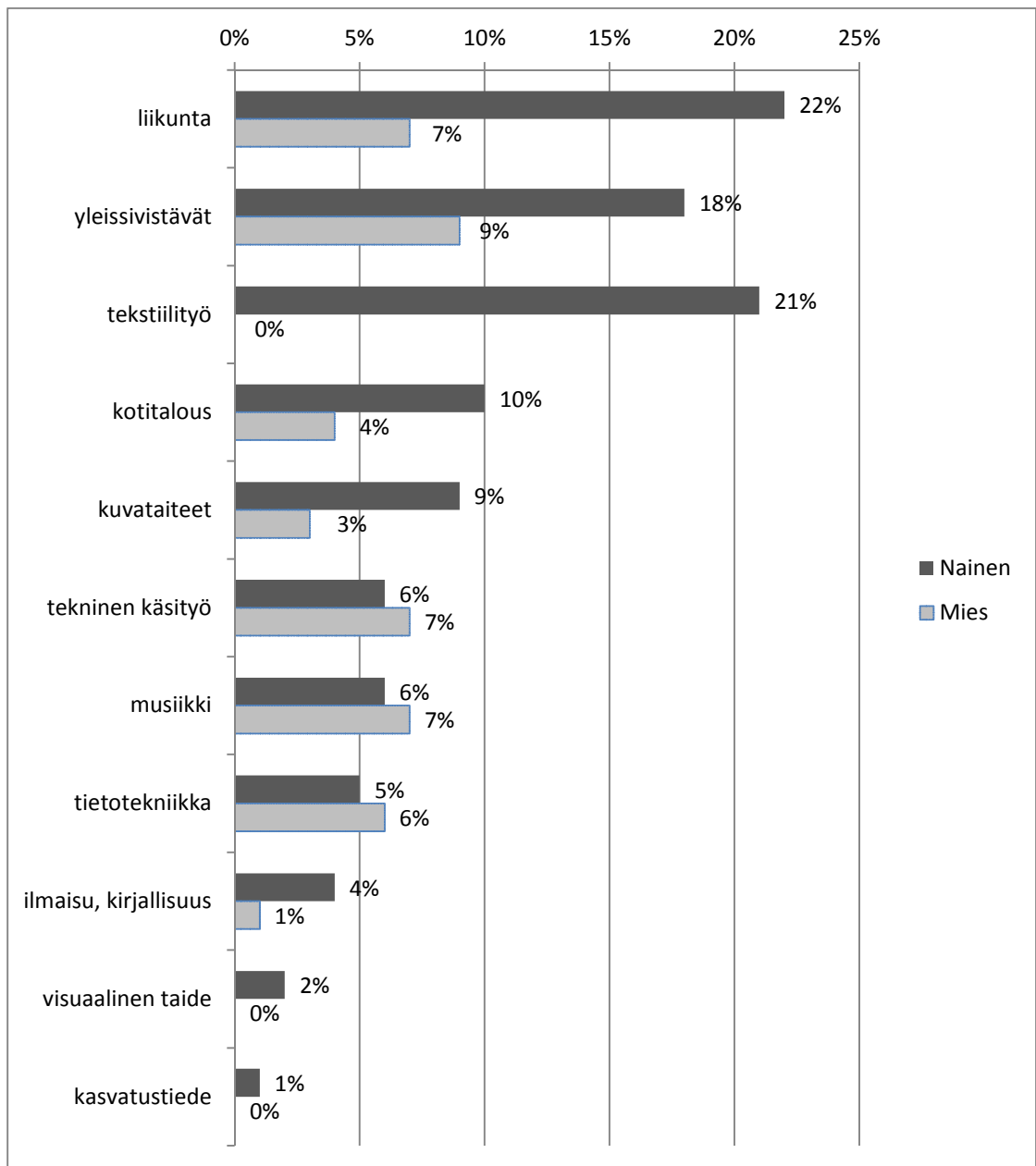
Kyselylomakkeen C-osio käsitteli kursseja. Kysymys 11 oli tarkoitettu niille vastaajille, jotka olivat kertoneet käyttäneensä Kaukametsän opiston palveluja. Vastaajilta kysyttiin, minkä alan kursseilla he olivat käyneet, ja heitä pyydettiin arvioimaan tyytyväisyyttään kursseihin sekä kurssien hintaa. Palveluja käyttäneitä vastaajia oli yhteensä 264 henkilöä eli 59 % vastaajien kokonaismäärästä.

Kysymyksen 11 a-kohdassa vastaajat kertoivat, millä kursseilla he olivat käyneet. Eniten vastaajat olivat käyneet kielikursseilla (21 % vastaajista). Muita suosittuja kursseja olivat liikunta (17 %), yleissivistävät aineet (15 %) sekä tekstiilityö (14 %). Vastauksen jakauma on esitetty kuviossa 17.



KUVIO 17. Osallistuminen kursseille

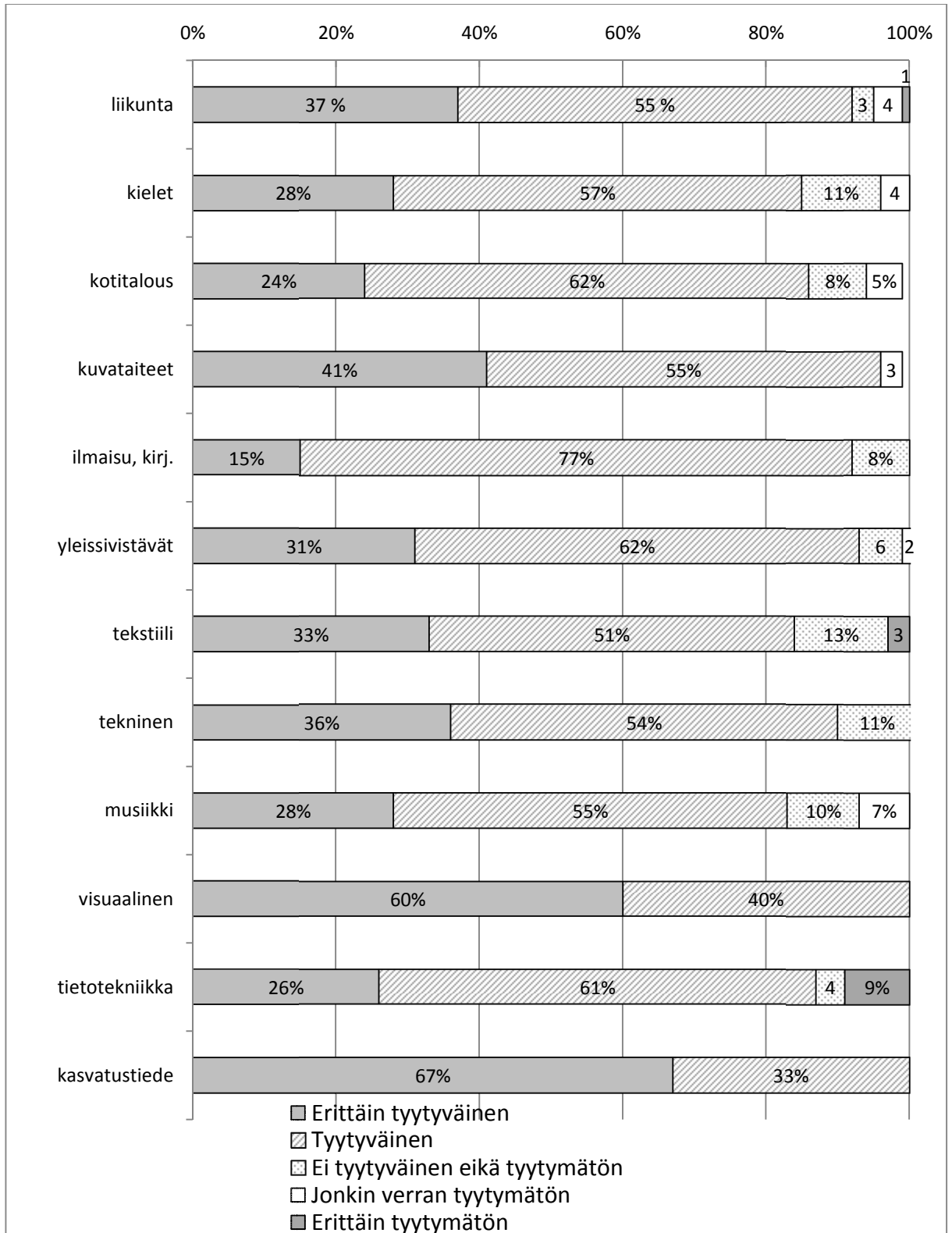
Vastaajien sukupuolella oli tilastollista merkitsevyyttä osallistumiseen seuraaville kursseille: tekstiilityöhön ($p = 0,000$, tilastollisesti erittäin merkitsevä), liikuntakursseille ($p = 0,000$, tilastollisesti erittäin merkitsevä), yleissivistäviin aineisiin ja luentoihin ($p = 0,010$, tilastollisesti merkitsevä), kotitalouskursseille ($p = 0,027$, tilastollisesti melkein merkitsevä) sekä kuvataiteisiin ($p = 0,020$, tilastollisesti melkein merkitsevä). Naiset olivat miehiä aktiivisempia osallistujia kaikissa edellä luetelluissa aineissa. Esimerkiksi tekstiilityöhön oli osallistunut 64 naista, mutta ei yhtään miestä. Lisäksi visuaalisen taiteen perusopetukseen oli osallistunut vastaajista viisi naista, mutta ei yhtään miestä. Samoin kasvatustieteen/aikuiskasvatustieteen perusopintoihin oli osallistunut kolme kyselyyn vastannutta naista, mutta ei yhtään miestä. Tilastollinen merkitsevyys ei näkynyt khin neliö -testissä kahdessa viimeksi mainitussa aineessa vastaajien pienen kokonaismäärän vuoksi. Naisten ja miesten osallistuminen eri aineisiin ilmenee kuviosta 18.



KUVIO 18. Kurseille osallistujien sukupuoli

Kysymyksessä 11b vastaajilta kysyttiin tyytyväisyyttä kursseihin, joille he olivat osallistuneet. Useimmiten kursseihin oltiin tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä, kuten kuvista 19 ilmenee. Esimerkiksi suosituimmilla kursseilla, joita olivat kielet, liikunta, yleissivistävät aineet ja tekstiilityö, tyytyväisten ja erittäin tyytyväisten kurssilaisten yhteismäärät olivat 84–93 % painottuen vastaukseen *tyytyväinen*. Myös tietotekniikan ja musiikin kursseihin oltiin useimmiten tyytyväisiä, mutta 9 % tietotekniikkaa opiskelleista ilmoitti olevansa erittäin tyytymätön ja 7 % musiikkia opiskelleista oli

jonkin verran tyytymätön. Tämän kysymyksen tulokset on esitetty myös taulukko-
muodossa liitteessä 3.



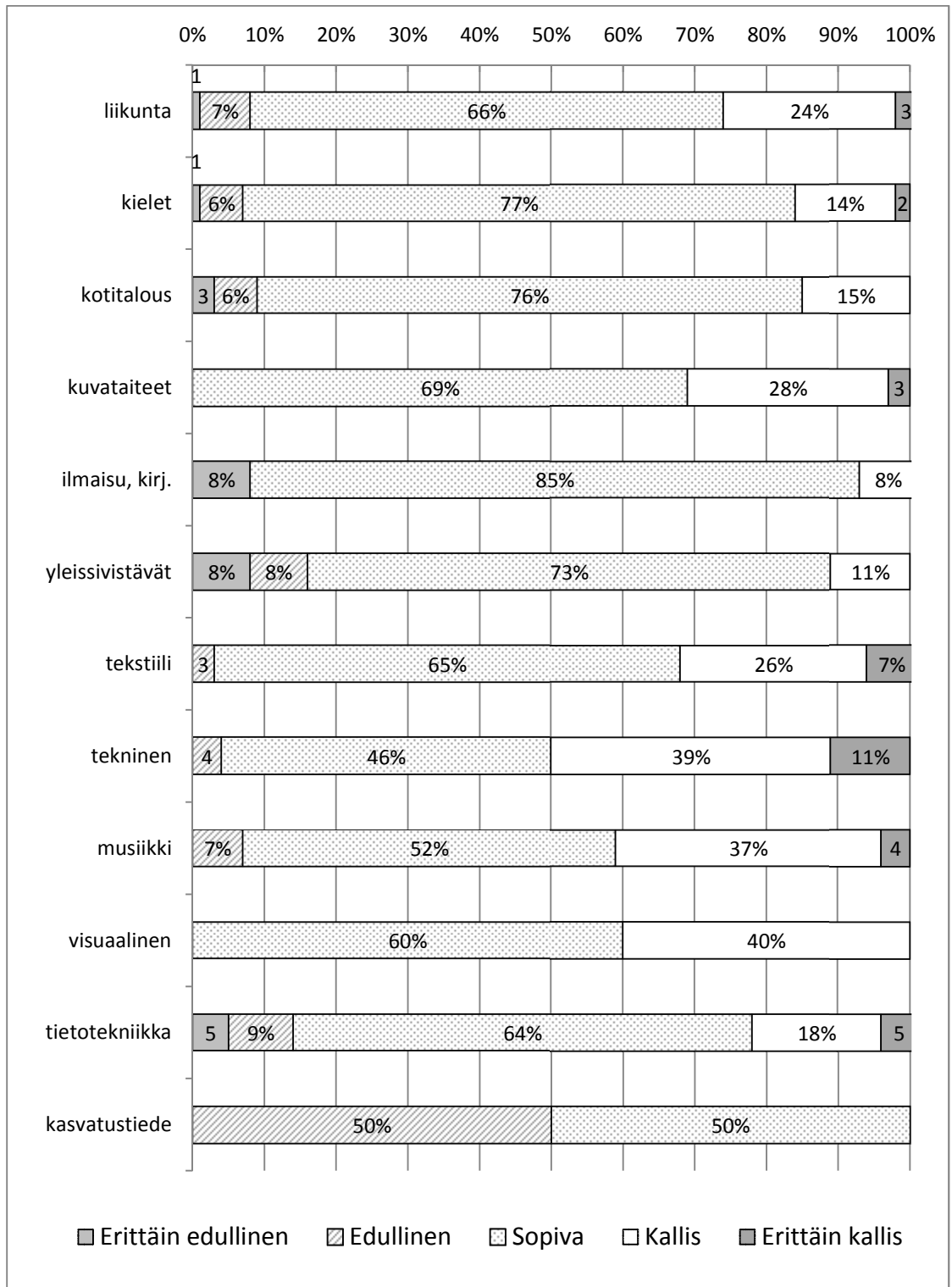
KUVIO 19. Tyytyväisyys kursseihin

Niitä vastaajia, jotka olivat olleet erittäin tyytymättömiä kurssiin, pyydettiin kertomaan omin sanoin tyytymättömyytensä syy. Vastauksia tuli 12 kappaletta, ja esitettyjä syitä olivat muun muassa seuraavat:

- etenemistahti, joka oli liian nopea tai hidas kurssista riippuen
- liian suuri kurssilaisten määrä, joka haittasi opiskelua korukiven hionnassa
- neuvonnan vähäisyys vasta-alkajalle kuvataidekurssilla
- muskariaika, joka oli lähes aina lyhyempi kuin oli ilmoitettu
- opettajan innostuksen puute
- tyytymättömyys opetuksen tasoon
- sisäilmaongelma tanssisalissa.

Lisäksi eräs vastaaja kertoi olevansa tyytyväinen siihen, että tälle keväälle oli järjestetty liikunnan lisäkursseja, kun yleensä liikuntakurssit loppuvat hänen mielestään liian aikaisin keväällä. Nämä avoimet vastaukset on listattu tarkemmin liitteessä 4.

Kysymyksessä 11c vastaajia pyydettiin arvioimaan niiden kurssien hintaa, joille he olivat osallistuneet. Tulokset on esitetty kuviossa 20 sekä liitteen 3 taulukossa. Yleisin vastaus lähes kaikkien kurssien kohdalla oli, että hinta on sopiva. Kalleimpana osallistujat pitivät teknistä käsityötä, sillä 50 % osallistujista arvioi kurssin hintaa kalliiksi tai erittäin kalliiksi. Musiikin kurssilaisista 41 % ja tekstiilityön kurssilaisista 33 % piti hintaa kalliina tai erittäin kalliina. Vähemmän harrastetuista kursseista visuaalisen taiteen perusopetukseen oli vastaajista osallistunut viisi henkilöä, ja heistä kaksi piti hintaa kalliina ja kolme sopivana. Kasvatustieteen ja aikuiskasvatustieteen perusopin-tojen hintaa olivat arvioineet kaksi vastaajaa, ja heistä toinen piti hintaa edullisena ja toinen sopivana.



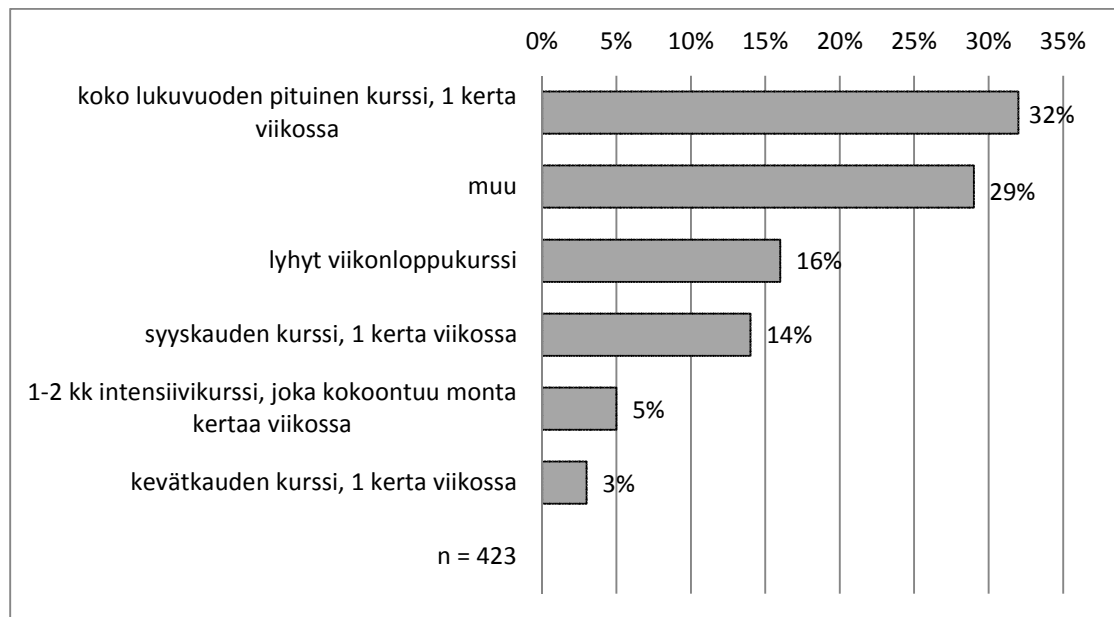
KUVIO 20. Hinnan arviointi

Kysymys 12 oli avoin kysymys, jossa kysyttiin, millaisilla kursseilla vastaajat haluaisivat opiskella Kaukametsän opistossa. Vastaajat esittivät yhteensä 505 erilaista kurssi-idea. Kaikki kurssitoiveet on luokiteltu yksityiskohtaisesti liitteessä 4. Taulukossa 3 on esitetty yhteenveto vastaajien ehdottamista kursseista luokiteltuna ikäryhmän ja sukupuolen mukaan. Suosituimpia kurssitoiveita olivat järjestyksessä kielet, liikunta, tekstiilityö, tekninen käsityö, musiikki, kuvataiteet ja tietotekniikka. Kielikursseja ja tekstiilityön kurseja toivoivat eniten kolmeen vanhempaan ikäryhmään kuuluvat naiset. Liikuntakursseja toivoivat myös eniten naiset, ja heistä erityisesti ikäryhmä 50–54-vuotiaat.

TAULUKKO 3. Kurssitoiveita ikä- ja sukupuoliryhmittäin

Vuotta	20–24		30–34		40–44		50–54		60–64		Yhteensä
	N	M	N	M	N	M	N	M	N	M	
Liikunta	7	1	13	-	18	4	20	-	10	6	79
Kielet	8	3	8	6	13	8	15	6	12	6	85
Kotitalous	2	1	5	1	6	-	7	2	4	1	29
Kuvataiteet	9	1	7	1	3	2	5	-	10	1	39
Ilmaisutaito, kirjallisuus ja sanataide	1	-	1	1	2	-	1	-	2	-	8
Yleissivistävät aineet ja luennot	-	-	3	3	3	2	6	2	9	1	29
Kädentaidot (yleisesti)	-	-	5	1	1	1	3	1	5	1	18
Tekstiilityö	6	1	7	-	10	1	14	-	11	1	51
Tekninen käsityö	2	2	4	1	6	9	9	4	5	7	49
Musiikki	5	5	9	5	3	3	7	-	4	3	44
Tietotekniikka	-	2	3	1	2	4	5	5	8	6	36
Muu	1	1	12	1	5	4	5	4	4	1	38
Yhteensä	41	17	77	21	72	38	97	24	84	34	505

Kysymyksessä 13 vastaajilta kysyttiin mieluisinta kurssin pituutta (kuvio 21). Suosituin kurssityyppi oli koko lukuvuoden pituinen kurssi, joka kokoontuu kerran viikossa (32 %). Sekä naiset, miehet että eri ikäryhmät valitsivat koko lukuvuoden pituisen kurssin mieluisimmaksi kurssityypiksi.



KUVIO 21. Mieluisin kurssin pituus

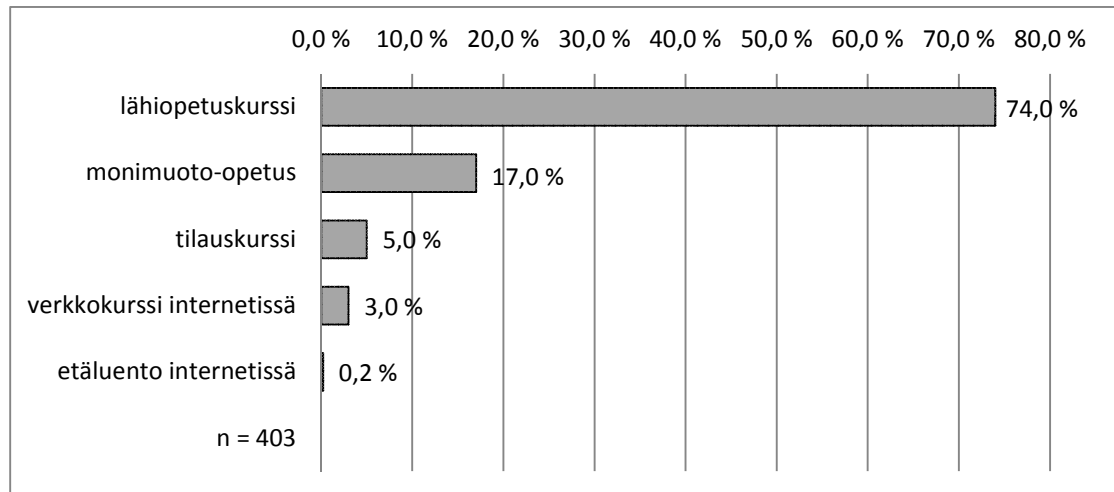
Monet vastaajat olivat valinneet kurssin pituutta koskevassa kysymyksessä useamman eri vaihtoehdon, vaikka vastausohjeen mukaan tarkoitus oli valita vain yksi mieluisin kurssityyppi. Nämä monen vaihtoehdon vastaukset on luokiteltu monivalintakysymyksen kohtaan *muu*, ja ne on laskettu mukaan kysymyksen avoimiin vastauksiin. Yleisimmät avoimet vastaukset on esitetty taulukossa 4, ja kaikki kysymyksen avoimet vastaukset on lueteltu liitteessä 4.

TAULUKKO 4. Mieluisin kurssin pituus, avoimet vastaukset

KURSSIN PITUUS	MAININTOJA
Syyskauden kurssi, 1 kerta viikossa	68
Kevätkauden kurssi, 1 kerta viikossa	64
Lyhyt viikonloppukurssi	52
Koko lukuvuoden pituinen kurssi, 1 kerta viikossa	42
1–2 kk:n intensiivikurssi, joka kokoontuu monta kertaa viikossa	14
Sopiva pituus riippuu opiskeltavasta aineesta	3

Kun sekä monivalintakysymyksen vastaukset (kuvio 21) että avoimiin vastauksiin lasketut maininnat (taulukko 4) lasketaan yhteen, suosituin kurssin pituus on edelleen koko lukuvuoden kurssi, joka kokoontuu kerran viikossa. Toiseksi suosituin on syyslukukauden kurssi, joka kokoontuu kerran viikossa, ja kolmantena on lyhyt viikonloppukurssi.

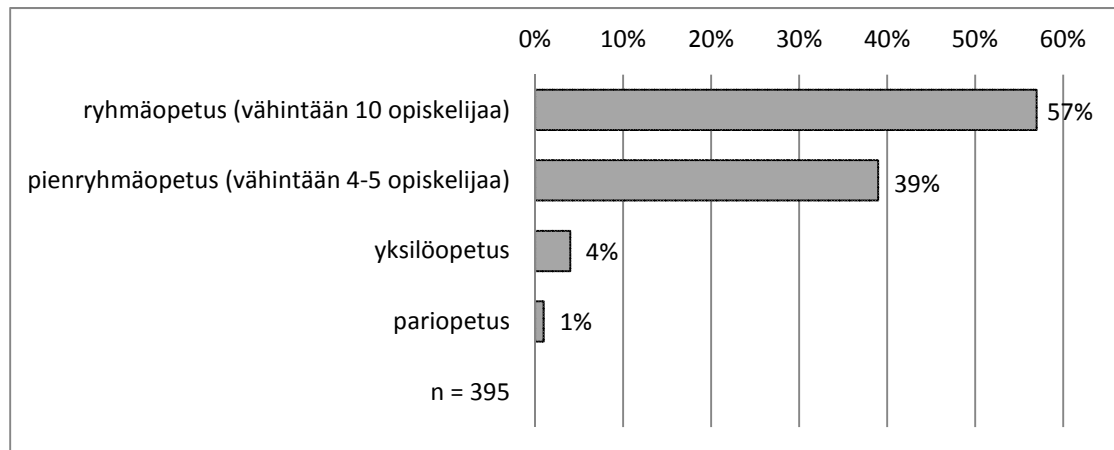
Parhaaksi kurssimuodoksi vastaajat valitsivat lähiopetuksen (74 %). Naiset valitsivat lähiopetuksen miehiä useammin (naiset 79 %, miehet 63 %). Miehet sen sijaan valitsivat monimuoto-opetuksen naisia useammin (miehet 27 %, naiset 13 %). Lällä ei ollut tilastollista merkitsevyyttä kurssimuodon valinnassa. Tulokset on esitetty kuviossa 22.



KUVIO 22. Kurssimuoto

Tilauskurssin valitsi 5 % vastaajista. Vastaajia pyydettiin kuvaamaan tarkemmin, millaista tilauskurssia he toivoivat. Erilaisia kurssitoiveita esitettiin 14 kappaletta, ja ne olivat muun muassa kielikursseja, ruoanlaittokursseja ja tietokonekursseja. Nämä avoimet vastaukset on listattu liitteessä 4.

Kysymys 15 oli monivalintakysymys, jossa kysyttiin vastaajien mieluisinta opiskelumuotoa (kuvio 23). Suosituin vaihtoehto oli ryhmäopetus (57 %). Monet (39 %) valitsivat myös pienryhmäopetuksen, jossa ryhmässä on vähintään 4–5 opiskelijaa. Usein paras kurssimuoto riippuu opiskeltavasta alasta, kuten muutama vastaaja totesi eri kysymysten avoimissa vastauksissa.

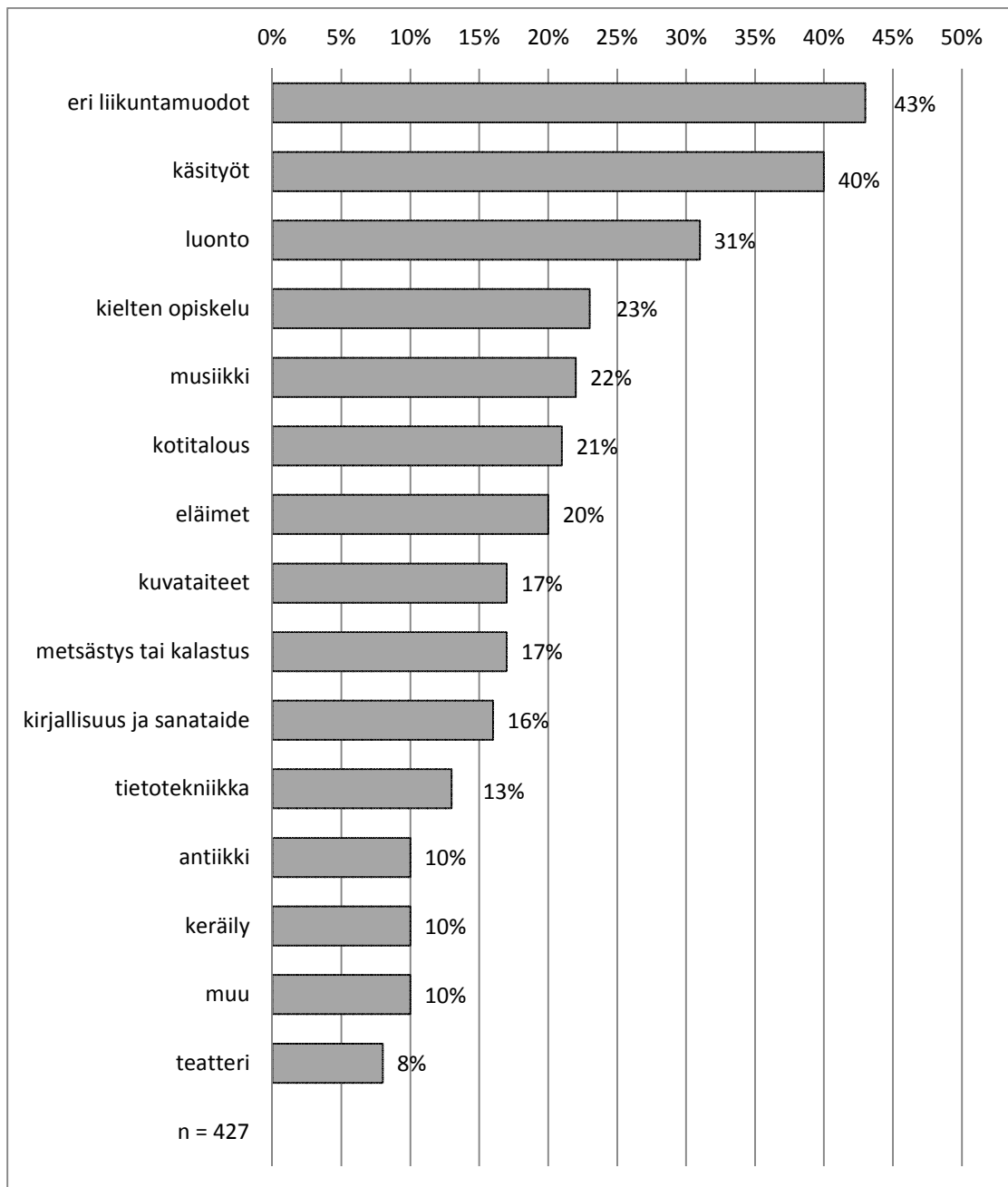


KUVIO 23. Mieluisin opiskelumuoto

5.3.4 Kurssitoiveita

Osiassa D kysyttiin vastaajien harrastuksia sekä sitä, toivoisivatko he näihin harrastuksiin liittyviä kursseja lisättäväksi Kaukametsän opiston kurssitarjontaan. Lisäksi kysyttiin kursseille osallistumisen esteitä.

Monivalintakysymyksessä 16 vastaajia pyydettiin merkitsemään harrastuksensa. Vastaajilla oli mahdollisuus valita useampia vaihtoehtoja. Suosituimpia harrastuksia olivat eri liikuntamuodot (43 %), käsityöt (40 %) ja luonto (31 %). Harrastukset on esitetty kuviossa 24.



KUVIO 24. Vastaajien harrastukset

Kysymyksen 16 avoimessa osiossa oli mahdollisuus kirjoittaa harrastuksensa myös omin sanoin. Taulukossa 5 on lueteltu ne liikuntamuodot ja muut harrastukset, joista oli useampi kuin yksi maininta. Suosituimpia liikuntamuotoja olivat lenkkeily, hiihto, jumppa, jooga ja tanssi. Eri liikuntamuotojen lisäksi mainintoja saivat muun muassa matkailu, puutarhanhoito, historia ja elokuvat. Kaikki harrastukset on lueteltu liitteessä 4.

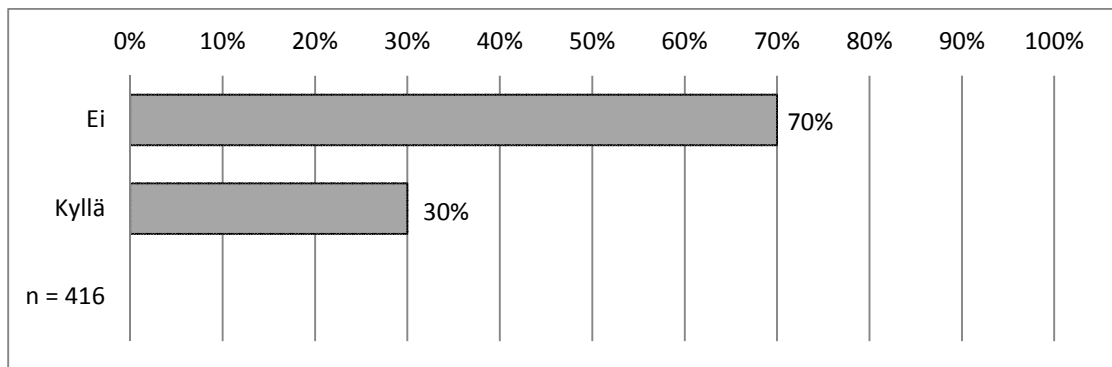
TAULUKKO 5. Vastaajien liikuntamuotoja ja muita harrastuksia, avoin vastaus

Juoksu/lenkkeily	31	Joukkuelajit	3
Hiihto	25	Jääkiekko	3
Jumppa	24	Kestävyyslajit	3
Jooga	20	Nyrkkeily	3
Tanssi	20	Pallopelit	3
Kuntosali	13	Vesijumppa/-juoksu	3
Pyöräily	13	Flamencotanssi	2
Uinti	13	Kehon- ja painonhallinta	2
Zumba	13	Kuntonyrkkeily	2
Kävely	10	Laskettelu	2
Venyttely	10	Lihaskuntoharjoitus	2
Kuntoilu	7	Luistelu	2
Matkailu	7	Mökkeily	2
Puutarhanhoito	6	Patikointi	2
Golf	5	Rullaluistelu	2
Sauvakävely	5	Sisustus	2
Historia	4	Spinning	2
Kahvakuula	4	Sukututkimus	2
Kuntojumppa	4	Sulkapallo	2
Pilates	4	Suunnistus	2
Aerobic	3	Ulkoliikunta	2
Elokuvat	3	Valokuvaus	2
Hevosurheilu	3		

Kysymyksessä 17 kysyttiin, halusivatko vastaajat lisää harrastuksiinsa liittyviä kursseja Kaukametsän opiston ohjelmaan. Vastaajista 70 % totesi, että harrastuksiin liittyviä kursseja ei tarvitse lisätä (kuvio 25).

Vastaajia pyydettiin myös kuvaamaan omin sanoin, millaisia kursseja he toivoisivat Kaukametsän opiston lisäävän tarjontaansa. Eniten toivottiin erilaisia liikunta- ja käsi-työkurssseja. Kaikki kysymykseen esitetyt avoimet vastaukset on lueteltu liitteessä 4.

Monet vastaajien mainitsevat kurssit ovat jo mukana Kaukametsän kurssitarjonnassa. Tämän voi tulkita joko niin, että vastaajat eivät tunne kurssiohjelmaa kovin hyvin, tai sitten he toivovat näiden kurssien määrää lisättävän vielä entisestään.

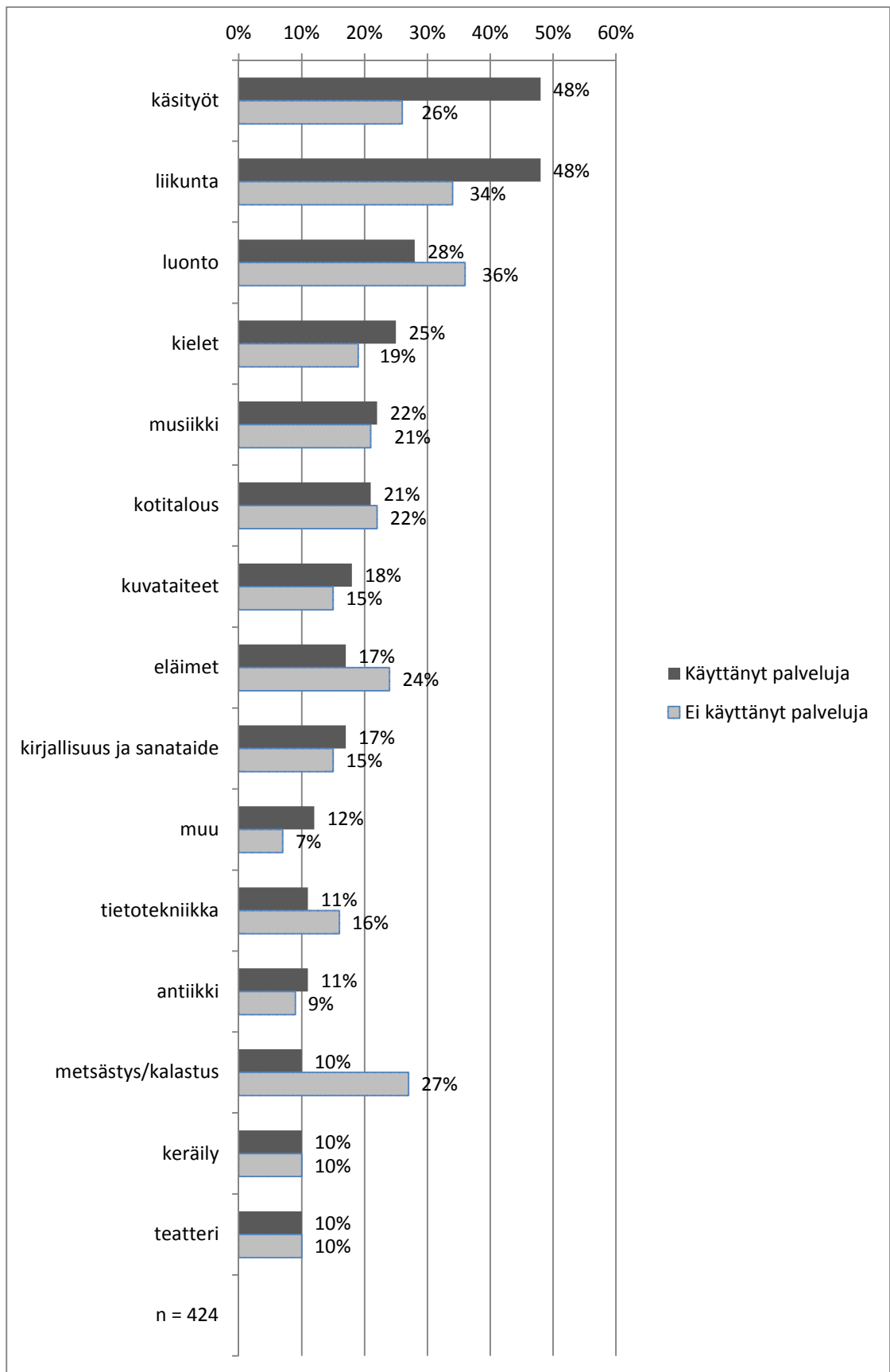


KUVIO 25. Haluttiinko lisää harrastuksiin liittyviä kursseja?

Kaukametsän opiston palveluja käyttäneistä 32 % halusi opiston lisäävän harrastuksiinsa liittyviä kursseja, ja palveluja käyttämättömistä näin toivoi 27 %.

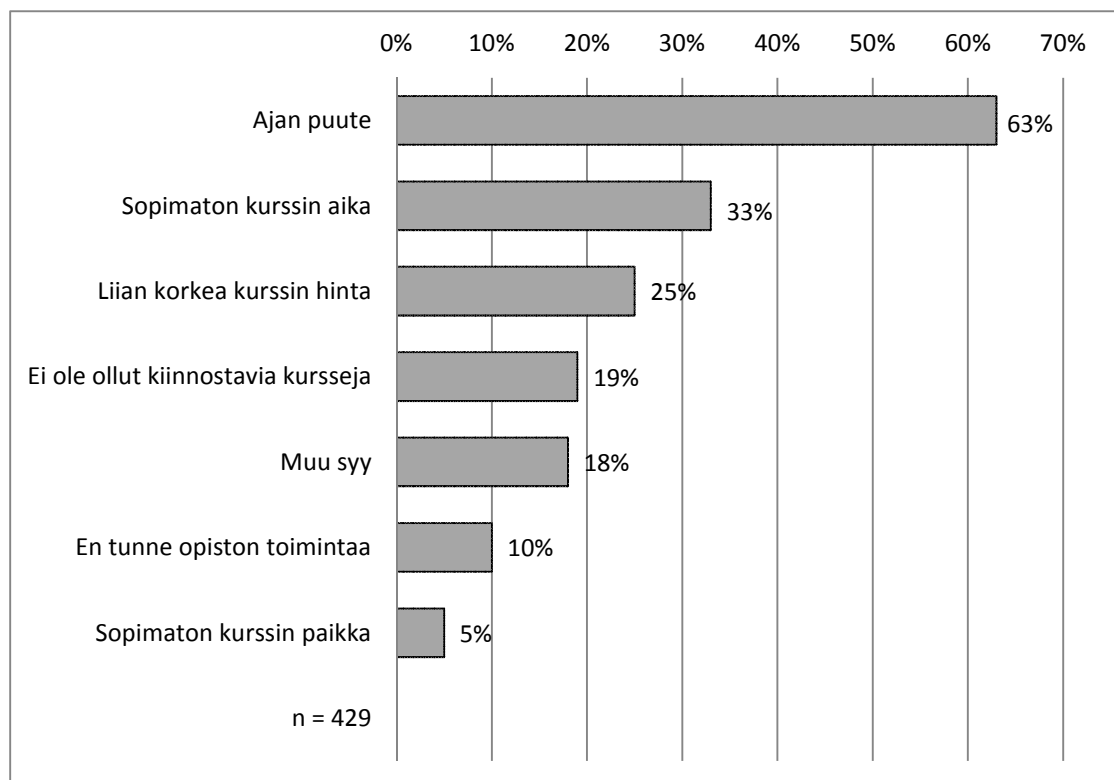
Ristiintaulukoinnilla tutkittiin, minkä verran eri alojen harrastajat olivat käyttäneet Kaukametsän opiston palveluja. Eniten palveluja olivat käyttäneet käsitöiden, liikunnan, luonnon ja kielten harrastajat. Tulokset on esitetty kuviossa 26.

Palvelujen käytössä ja muutamien alojen harrastamisessa ilmeni tilastollista eroa. Tällaisia harrastuksia olivat käsityöt, metsästys/kalastus, liikunta, teatteri, eläimet ja luonto. Käsitöiden ($p = 0,000$) ja metsästyksen/kalastuksen ($p = 0,000$) harrastajilla ero oli tilastollisesti erittäin merkitsevä. Käsitöiden harrastajista 48 % oli käyttänyt palveluja ja 26 % ei ollut käyttänyt palveluja. Metsästyksen tai kalastuksen harrastajista 10 % oli käyttänyt palveluja, kun taas 27 % ei ollut käyttänyt palveluja. Eri liikuntamuotojen harrastuksessa ilmeni tilastollisesti merkitsevä ero ($p = 0,005$): 48 % liikunnan harrastajista oli käyttänyt palveluja ja 34 % ei ollut käyttänyt palveluja. Teatterin harrastuksessa ja palvelujen käytössä oli tilastollisesti melkein merkitsevä ero ($p = 0,030$): 10 % oli käyttänyt palveluja, kun taas 4 % ei ollut käyttänyt palveluja. Eläinten ja luonnon harrastamisen ja palvelujen käytön välillä oli tilastollisesti suuntaa antava ero: eläinten harrastajista ($p = 0,053$) 17 % oli käyttänyt palveluja ja 24 % ei ollut käyttänyt palveluja, ja luonnon harrastajista ($p = 0,084$) 28 % oli käyttänyt palveluja ja 36 % ei ollut käyttänyt palveluja.



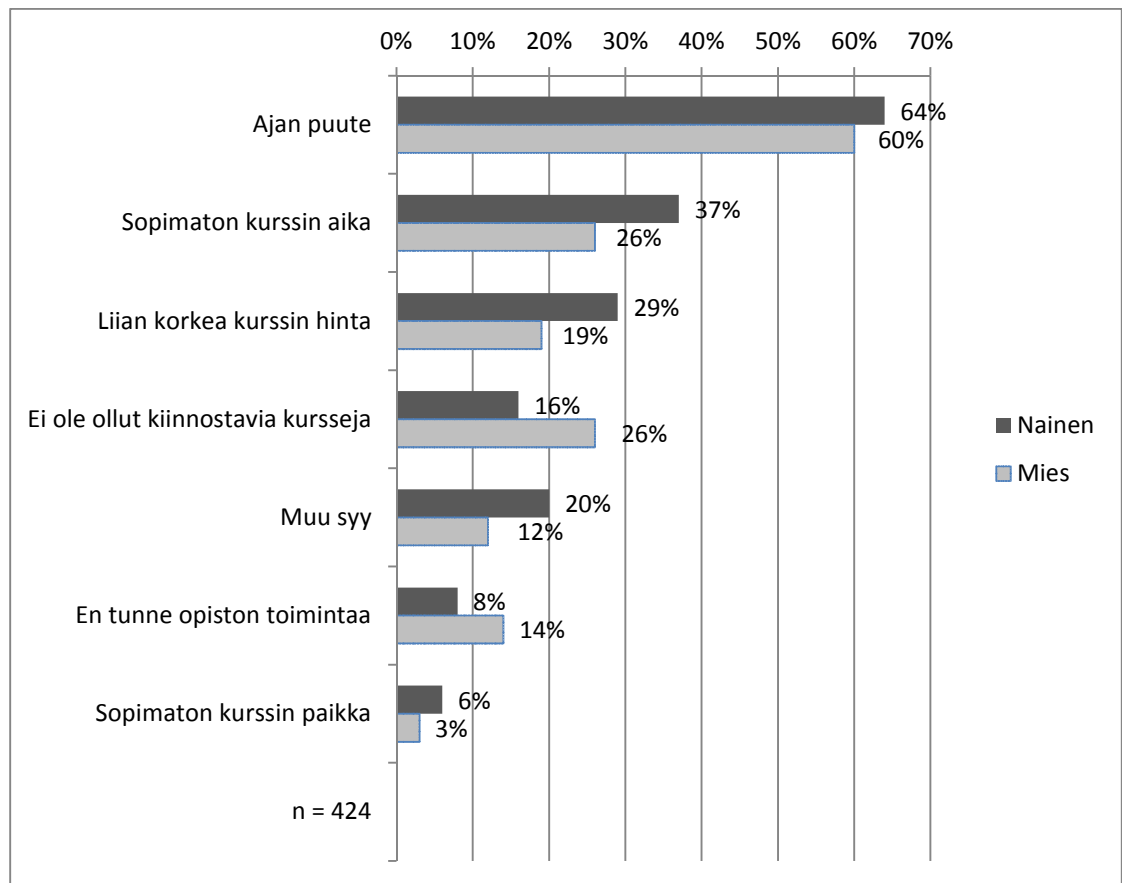
KUVIO 26. Palveluja käyttäneiden ja käyttämättömien harrastukset

Viimeisessä kysymyksessä 18 vastaajilta kysyttiin esteitä Kaukametsän opiston palvelujen käytölle (kuvio 27). Yleisin syy oli ajan puute (63 %). Muita yleisiä syitä olivat sopimaton kurssin aika, liian korkea kurssin hinta sekä kiinnostavien kurssien puute. Vastaajat saivat kertoa myös omin sanoin esteistä palvelujen käytölle. Avoimissa vastauksissa mainitut yleisimmät esteet olivat vuorotyö, hankala kulkumatka kurssipaikalle sekä vastaajan oma aikaansaamattomuus. Kaikki avoimet vastaukset on listattu liitteessä 4.



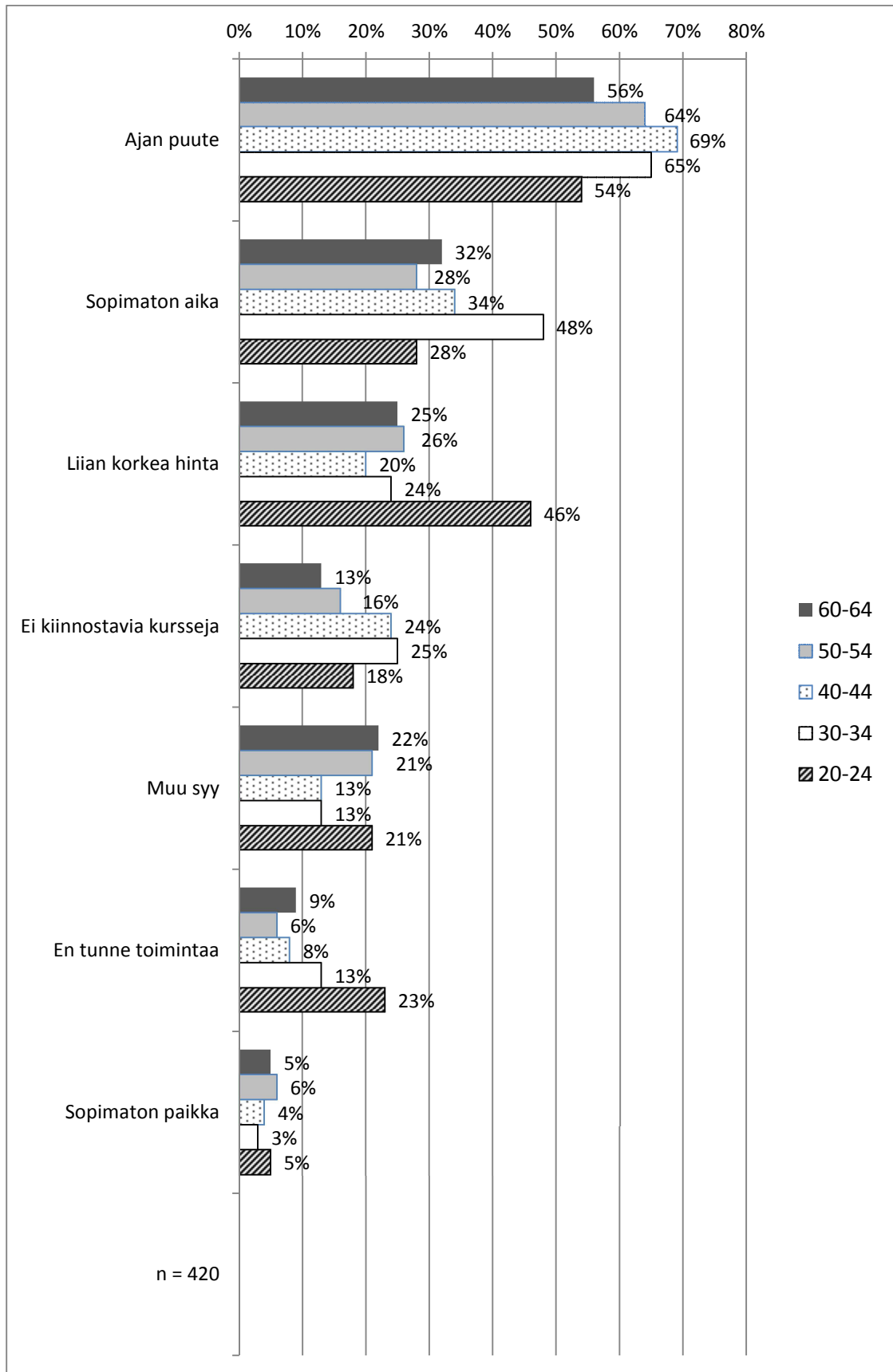
KUVIO 27. Esteitä palvelujen käytölle

Naisten ja miesten välillä oli tilastollisesti melkein merkitsevä ero seuraavien esteiden kohdalla: *ei ole ollut kiinnostavia kursseja* ($p = 0,015$), *sopimaton kurssin aika* ($p = 0,020$), *liian korkea kurssin hinta* ($p = 0,025$), *muu syy* ($p = 0,049$) sekä *en tunne opiston toimintaa* ($p = 0,050$). Tulokset on esitetty sukupuolittain kuviossa 28.



KUVIO 28. Esteitä palvelujen käytölle sukupuolittain

Myös eri ikäryhmien vastauksissa oli eroja palvelujen käytön esteissä. Hintaa piti liian korkeana erityisesti nuorin ikäryhmä 20–24-vuotiaat, sillä heistä 46 % oli valinnut tämän vaihtoehdon. Muiden ikäryhmien vastaukset tähän vaihtoehtoon vaihtelivat 20–26 %:n välillä. Nuorimpien vastaajien esteenä oli muita useammin myös se, etteivät he tunne opiston toimintaa. Näin vastasi 23 prosenttia 20–24-vuotiaista. Sopimaton kurssin aika sen sijaan oli esteenä erityisesti 30–34-vuotiailla (48 %). Tulokset on esitetty ikäryhmittäin kuviossa 29.



KUVIO 29. Esteitä palvelujen käytölle ikäryhmittäin

5.3.5 Validiteetti ja reliabiliteetti

Tutkimuksissa käytettyjen mittarien luotettavuutta arvioidaan validiteetin ja reliabiliteetin avulla. Mittaamisen validiteetti ilmaisee, missä määrin on kyetty mittaamaan juuri sitä, mitä pitikin mitata. Reliabiliteetilla tarkoitetaan mittarin luotettavuutta ja riippumattomuutta sattumanvaraisuudesta. Mittauksen reliabiliteetti on korkea, jos eri mittauskerroilla saadaan samanlaisia tuloksia samasta tai samantapaisesta aineistosta. (Holopainen & Pulkkinen 2002, 14–15.)

Tutkimuksen validiteetin ja reliabiliteetin voi arvioida melko hyväksi. Kysymykset käsittelevät monipuolisesti vastaajien kiinnostusta opiskella Kaukametsän opistossa, mikä parantaa validiteettia. Kyselylomakkeilla ja tulosten analysoinnilla saatiin vastaukset Kaukametsän opistoa koskeviin tutkimuskysymyksiin. Vastaava kysely on toteutettu neljä vuotta aiemmin, ja näin ollen se on jo kertaalleen testattu. Tulosten yleistettävyyttä vähentää se, että kyselyn vastausprosentti oli melko alhainen, 22,6 %. Vuoden 2008 kyselyn vastausprosentti oli lähes sama, 23 %. Pieni ero vastausprosentissa saattaa johtua eri ajankohdasta, sillä aiempi kysely toteutettiin syksyllä, kun taas tällä kertaa kysely toteutettiin loppukevästä. Tutkimuksen tuloksissa voidaan huomata vastaavuutta vuoden 2008 tulosten kanssa. Tällä perusteella tutkimuksen reliabiliteetin voi arvioida melko hyväksi. Kahden eri tutkimuksen tulosten vertailu parantaa tulosten luotettavuutta ja yleistettävyyttä.

Vastausaktiivisuuden vähäisyys voi kertoa siitä, etteivät monet tunne Kaukametsän opistoa hyvin. Muistutuskysely olisi voinut nostaa vastausprosenttia, mutta sitä ei tehty kustannus- ja aikataulusyistä. Syynä vastausten vähäisyyteen voi olla myös kyselyn pituus. Kysely on kolmesivuinen, mikä saattoi tuntua liian pitkältä joidenkin vastaajien mielestä. Vastausaktiivisuus olisi todennäköisesti ollut suurempi, jos kyselyt olisi toteutettu toisenlaisella metodilla, esimerkiksi henkilökohtaisin haastatteluin. Tällöin vastausprosentin olisi saanut korkeammaksi, mutta toisaalta vastaajamäärä olisi kokonaisuudessaan jäänyt huomattavasti pienemmäksi, koska suuren joukon haastattelemineen olisi vienyt paljon aikaa. Tästä syystä postikysely katsottiin tutkimuksen parhaaksi toteutustavaksi.

Kaukametsän opisto kerää kurssipalautetta opiskelijoiltaan myös eri kurssien jälkeen. Tutkimuksen laajalla postikyselyllä pyrittiinkin tavoittamaan paitsi opiston asiakkaita myös niitä henkilöitä, jotka eivät ole käyttäneet Kaukametsän palveluja.

5.3.6 Vertailua vuoden 2008 tuloksiin

Tämän tutkimuksen ja vuonna 2008 tehdyn tutkimuksen tulokset ovat hyvin samansuuntaisia. Kyselyn vastausprosentti oli molemmissa tutkimuksissa lähes sama: 22,6 % tässä tutkimuksessa ja 23 % vuoden 2008 kyselyssä (Petro 2008, 32).

Naisten osuus vastaajista oli 67 %, ja myös vuoden 2008 kyselyssä vastaajien enemmistö (61 %) oli naisia. Molemmissa tutkimuksissa vanhin ikäryhmä, 60–64-vuotiaat, vastasi aktiivisimmin ja nuorin ikäryhmä, 20–24-vuotiaat, vähiten. Kummassakin tutkimuksessa vastaajien yleisin koulutustausta oli ammatillinen koulutus tai vastaava ja toiseksi yleisin ammattikorkeakoulututkinto. Myös vastaajien yleisin asuinpaikka oli pysynyt samana: postinumeroalue 87100. (Petro 2008, 33–35.)

Kaukametsän opiston lähimmän toimipisteen sijainnin tietämys oli samaa tasoa molemmissa kyselyissä: 74 % vuonna 2012 ja 73 % vuonna 2008. Uudessa tutkimuksessa suuri osa vastaajista arvioi tuntevansa Kaukametsän opiston jotenkuten (56 %) tai hyvin (20 %). Vuonna 2008 opiston tunsivat jotenkuten 46 % vastaajista, mutta opiston hyvin tuntevien määrä oli silloin korkeampi, 28 % (Petro 2008, 35, 37). Tulosten perusteella opisto tunnetaan hieman huonommin nyt kuin vuonna 2008.

Suurin osa vastaajista (86 %) kertoi saaneensa tietoa Kaukametsän opistosta koteihin jaettavasta Kaukametsän opinto-oppaasta. Määrä oli kasvanut vuoden 2008 kyselyn tuloksesta, sillä silloin 75 % vastaajista ilmoitti saavansa tietoa opinto-oppaasta (Petro 2008, 37). Tuloksen mukaan opinto-opas tutkitaan siis nykyään aiempaa useammin.

Suurin osa vastaajista (98 %) kertoi mielikuvansa Kaukametsän opistosta olevan positiivinen. Vuoden 2008 tutkimuksessa 97 % vastasi mielikuvan olevan positiivinen (Petro 2008, 38), joten tulos oli parantunut hieman jo aiemminkin erittäin korkeasta tuloksesta.

Vastaajista 50 % arvioi Kaukametsän opiston viihtyisäksi. Myös vuoden 2008 kyselyssä yleisin vastaus oli viihtyisä (44 % vastaajista). On positiivista kehitystä, että entistä useammat kokevat Kaukametsän viihtyisäksi. Kaukametsän opiston palveluja oli käyttänyt 59 % vastaajista ja 58 % vuonna 2008. Kaukametsän opiston palveluja käyttäneet pitivät opistoa useammin viihtyisänä ja kodikkaana, mutta harvemmin etäisenä verrattuna palveluja käyttämättömiin vastaajiin. Myös vuoden 2008 tutkimuksessa ilmeni samansuuntaista tilastollista merkitsevyyttä näissä kolmessa adjektiivissa: kodikas, viihtyisä ja etäinen. (Petro 2008, 39, 42–43.)

Vastaajilta kysyttiin, minkä alojen kursseille he olivat osallistuneet. Suosituimmat oppiaineet olivat kielet (21 % vastaajista), liikunta (17 %), yleissivistävät aineet (15 %) sekä tekstiilityö (14 %). Nämä neljä olivat suosituimmat oppiaineet samassa järjestyksessä myös vuonna 2008. Aiempaan tutkimukseen verrattuna kielten opiskelun suosio oli uusissa tuloksissa laskenut, sillä aiemmin kieliä opiskeli 29 % vastaajista. Sen sijaan tekstiilityön suosio oli kasvanut, sillä aiemmin tekstiilitöitä harrasti 9 % vastaajista, kun nyt määrä oli 14 %. Muiden kurssien suosio oli pysynyt suurin piirtein samoissa lukemissa. Vastaajien esittämiä suosituimpia kurssitoiveita avoimeen kysymykseen 12 olivat molemmissa tutkimuksissa kielet, liikunta, tekstiilityö, tekninen käsityö ja musiikki (Petro 2008, 44, 49).

Suosituin kurssin pituus oli koko lukuvuoden kurssi, joka kokoontuu kerran viikossa. Toiseksi suosituin oli kerran viikossa kokoontuva syyslukukauden kurssi, ja kolmantena oli lyhyt viikonloppukurssi. Myös vuonna 2008 kolmen kärki oli sama, mutta lyhyt viikonloppukurssi oli silloin toisella sijalla ja syyskauden kurssi kolmantena (Petro 2008, 48).

Lähiopetus oli vastaajien mielestä paras (74 %) ja monimuoto-opetus (17 %) toiseksi paras kurssimuoto. Nämä olivat parhaat kurssimuodot samassa järjestyksessä myös vuonna 2008 prosenttiosuuksilla 67 % ja 23 % (Petro 2008, 48). Uudessa tutkimuksessa tähän kysymykseen oli lisätty vaihtoehtoja, ja tämä vaikuttaa tuloksiin jonkun verran. Vuonna 2008 tässä kysymyksessä oli kolme vastausvaihtoehtoa ja uudessa kyselyssä vaihtoehtoja oli viisi, joten tulokset eivät ole täysin vertailukelpoisia. Seu-

raavana kyselylomakkeessa ollutta kysymystä mieluisimmasta opetusryhmän koosta ei kysytty vuoden 2008 kyselyssä, joten vertailutuloksia siitä ei ole.

Vastaajien suosituimmat harrastukset olivat molemmissa tutkimuksissa järjestyksessä liikunta, käsityöt ja luonto, ja harrastusten prosentuaalisissa osuuksissa ei ole tapahtunut suuria muutoksia. Suosituimmat liikuntaharrastukset olivat lenkkeily ja hiihto, kun vuoden 2008 kyselyssä suosituinta oli kuntosalilla käynti. (Petro 2008, 51.)

Vastaajilta kysyttiin myös, halusivatko he Kaukametsän opiston lisäävän harrastuksiinsa liittyviä kursseja. Vastaajista 70 % totesi, että harrastuksiin liittyviä kursseja ei tarvitse lisätä. Määrä oli lähes sama kuin vuoden 2008 kyselyssä, sillä silloin 73 % oli tätä mieltä (Petro 2008, 52).

Viimeisessä kysymyksessä vastaajilta kysyttiin esteitä Kaukametsän opiston palvelujen käytölle. Yleisimmät syyt molemmissa kyselyissä olivat ajan puute (63 % vuonna 2012, 62 % vuonna 2008) ja sopimaton kurssin aika (33 % vuonna 2012, 27 % vuonna 2008). Kurssin hintoja pidettiin entistä useammin liian korkeana: uudessa kyselyssä näin vastasi 25 % vastaajista, kun vuonna 2008 tämän vaihtoehdon valitsi 15 % vastaajista. Aiempaa useampi, 19 %, sanoi uudessa kyselyssä myös syyksi, ettei ole löytänyt opistosta kiinnostavia kursseja, sillä vuonna 2008 näin vastasi 13 % vastaajista. Sen sijaan opiston toimintaa ei koettu niin vieraaksi kuin ennen. Vuonna 2012 vastaajista 10 % sanoi esteeksi, ettei tunne opiston toimintaa, kun vuonna 2008 näin vastasi 14 %. Molempien kyselyjen avoimissa vastauksissa esteeksi kerrottiin muun muassa vuorotyö. (Petro 2008, 55.)

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tutkimus onnistui vastaamaan asetettuihin tutkimuskysymyksiin. Tutkimuksen pää-tutkimuskysymyksenä oli selvittää, millaisia kursseja kajaanilaiset toivovat Kaukametsän opistolta. Tätä pääkysymystä selvitettiin seuraavien alatutkimuskysymysten avulla: 1) Minkä aihepiirien kurssit kiinnostavat kajaanilaisia eniten? 2) Millainen on mieluisin kurssimuoto? 3) Millainen mielikuva kajaanilaisilla on Kaukametsän opistosta? 4) Millainen tunnettuus Kaukametsän opistolla on kajaanilaisten keskuudessa? 5) Mitä esteitä kajaanilaisilla on Kaukametsän kursseille osallistumiselle? ja 6) Mitä muutoksia on tapahtunut verrattuna aiempaan Petron (2008) tutkimukseen? Tutkimuskysymyksiin saatuja vastauksia on käsitelty tässä luvussa.

Kaukametsän opiston palveluja oli käyttänyt 59 % vastaajista. Suosituimmat oppiaineet olivat kielet (21 % vastaajista), liikunta (17 %), yleissivistävät aineet (15 %) sekä tekstiilityö (14 %). Useimmiten käytyihin kursseihin oltiin tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä. Hinta-arvioinnissa yleisin vastaus lähes kaikkien kurssien kohdalla oli, että hinta on sopiva. Kuitenkin teknisen käsityön osallistujista 50 % arvioi kurssin hintaa kalliiksi tai erittäin kalliiksi, ja musiikin kurssilaisista 41 % ja tekstiilityön kurssilaisista 33 % piti hintaa kalliina tai erittäin kalliina. Vastaajat toivoivat opiston ohjelmaan lisää kursseja erityisesti seuraavista aihepiireistä: kielet, liikunta, tekstiilityö, tekninen käsityö, musiikki, kuvataiteet ja tietotekniikka. Monia vastaajien toivomia kursseja on jo mukana opiston ohjelmassa, mutta suosittuja kursseja toivotaan edelleen lisää. Kurssoiveet on esitetty yksityiskohtaisesti liitteessä 4.

Vastaajien moninaiset harrastukset ilmenivät avoimista vastauksista. Kuitenkin 70 % vastaajista totesi, että harrastuksiin liittyviä kursseja ei tarvitse lisätä. Kotler ja Armstrong (2010) huomauttavat, että markkinoijan tulee huomioida myös asiakkaiden piilevät tarpeet. He muistuttavat, että tuote ei ole itsetarkoitus, vaan ainoastaan väline, jolla ratkaistaan asiakkaan ongelma. (Kotler & Armstrong 2010, 30–31.) Monet vastaajista harrastavat esimerkiksi ulkoliikuntaa, kuten lenkkeilyä. Lenkkeilyä harrastetaan usein yksin, mutta osa harrastajista voisi osallistua mielellään lenkkeilyryh-

mään tai juoksukouluun. Kaukametsän opisto voisi vastata esimerkiksi tällaiseen piii-
levään tarpeeseen tarjoamalla ryhmäliikuntaa.

Tutkimuksen perusteella Kaukametsän opiston ei tarvitse tehdä radikaaleja muutok-
sia opetusohjelmaansa. Suurin osa vastaajista (74 %) valitsi parhaaksi kurssimuodoksi
lähiopetuksen, joka onkin yleisin opiston tarjoama kurssityyppi. Kun kysyttiin mie-
luisinta kurssin pituutta, yleisin toive (32 %) oli koko lukuvuoden kestävä, kerran vii-
kossa pidettävä kurssi. Suuri osa opiston tarjoamista kursseista on jo nyt lukuvuoden
kestäviä kursseja. Mieluisinta opetusryhmän kokoa kysyttäessä yleisin vastaus oli
ryhmäopetus (57 %), joka onkin yleisin ryhmämuoto. Ryhmäopetuksella tarkoitettiin
tässä kyselyssä vähintään kymmenen opiskelijan opetusryhmää.

Vastaajista 98 prosentilla oli positiivinen mielikuva opistosta. Kun vastaajia pyydettiin
arvioimaan opistoa erilaisin adjektiivein, opiston palveluja käyttäneillä oli useammin
positiivisia näkemyksiä opistosta kuin palveluja käyttämättömillä. Esimerkiksi palvelu-
ja käyttämättömistä 24 % piti opistoa etäisenä, kun taas palveluja käyttäneistä opis-
toa piti etäisenä vain 12 %. Tulos oli tilastollisesti erittäin merkitsevä. Palveluja käyt-
täneistä 54 % piti opistoa viihtyisänä, kun taas palveluja käyttämättömistä näin vas-
tasi 43 %. Kodikkaana opistoa piti 21 % palveluja käyttäneistä, kun taas palveluja
käyttämättömistä näin vastasi vain 13 %. Nämä samansuuntaiset arviot ilmenivät
myös Petron vuoden 2008 tutkimuksessa. Palvelujen käyttäminen lisäsi myönteistä
mielikuvaa Kaukametsän opistosta. Opisto voisikin järjestää matalan kynnyksen kurs-
seja, joihin opiston toimintaa tuntemattomat voisivat helposti tulla, esimerkiksi lyhyi-
tä viikonloppukursseja toivotuista aihepiireistä. Opisto saa tietoa kajaanilaisten kurs-
sitoiveista muun muassa tämän tutkimuksen tuloksista. Liitteessä viisi on luokiteltu
avoimeen kysymykseen 12 esitettyjä kurssitoiveita ikä- ja sukupuoliryhmittäin.

Mielikuva-arvioita opistosta voi muokata myös Kaukametsän kongressi- ja kulttuuri-
keskus, jonka yhteydessä opisto sijaitsee. Näin voi päätellä avoimista vastauksista,
joissa puhutaan muun muassa Kaukametsän konserttialista. Kaukametsän kongres-
si- ja kulttuurikeskus on suuri rakennuskompleksi, joka voidaan toisaalta kokea juhla-
vaksi, mutta toisaalta myös etäiseksi ja kylmäksi, kuten jotkut vastaajat totesivat.

Suurin osa vastaajista (74 %) tiesi Kaukametsän opiston lähimmän toimipisteen sijainnin. Tämän tutkimuksen ja vuoden 2008 tutkimuksen tulokset ovat pääosin hyvin samankaltaisia. Hieman eroa oli kuitenkin muun muassa siinä, että opiston hyvin tuntevien määrä oli laskenut jonkin verran vuodesta 2008, mutta sen sijaan jotenkuten opiston tuntevien määrä oli nyt korkeampi. Tuloksen perusteella toiminnan tunnetuksi tekemistä kannattaisi tehostaa. Kotlerin ja Armstrongin (2010) mukaan ostopäätöstä edeltävässä tiedonhakuvaiheessa kuluttaja hankkii tietoa tuotteesta tai palvelusta markkinointiviestinnästä, tuttaviltaan tai internetin eri foorumeilta. Parmentin (2008) mukaan ostopäätökseen vaikuttavat asiakkaiden omat tai perheenjäsenten kokemukset sekä ystävien, työtoverien ja naapureiden valinnat ja mielipiteet. Henkilökohtaisia tietolähteitä pidetään uskottavampina kuin kaupallista markkinointiviestintää. (Kotler & Armstrong 2010, 178; Parment 2008, 144.) Kaukametsän opisto voisi tarjota uusille asiakkaille ilmaisia kokeilutunteja, jotta yhä useammat saisivat opistosta myönteisiä kokemuksia. Tämä lisäisi opiston tunnettuutta, ja kuten edellä todettiin, tulosten mukaan palvelujen käyttäminen lisäsi myönteistä mielikuvaa Kaukametsän opistosta.

Vastaajista suurin osa (86 %) kertoi saaneensa tietoa opiston kursseista opinto-oppaasta. Määrä oli noussut selkeästi vuoden 2008 tutkimuksen 75 prosentista. Opinto-opas on siis tärkeä tiedotuskeino, ja sen jakaminen joka kotiin on kannattavaa. Toiseksi useimmin vastaajat olivat saaneet tietoa lehti-ilmoituksista. Internetistä oli saanut tietoa vain 22 % vastaajista. Tulos viestii vastaajien ikärakenteesta, sillä suurin vastaajaryhmä olivat 60–64-vuotiaat, kun taas innokkaimpia netin käyttäjiä ovat yleensä nuoret ja keski-ikäiset. Kaukametsän Facebook-sivuja eivät ole löytäneet vielä kovin monet vastaajat, sillä Facebookista oli saanut tietoa vain hieman yli yksi prosentti vastaajista. Facebook otettiin Kaukametsässä käyttöön syksyllä 2011, joten käyttäjien määrä voi lisääntyä tulevaisuudessa.

Eskelisen (2005) tutkimuksen mukaan eriasteisesti involvoituneet asiakkaat edellyttävät erilaisten viestintäkanavien käyttöä. Matalasti involvoituneet kansalaiset tavoitetaan joukkoviestinnällä ja keskinkertaisesti involvoituneet erilaisilla julkaisuilla. Kaukametsän opiston markkinointiviestintään sovellettuna joukkoviestintää on esi-

merkiksi koteihin ja työpaikoille jaettava opinto-opas. Matalasti involvoituneille vastaanottajille sopii parhaiten mahdollisimman tiivistetty informaatio, jolla pyritään luomaan tietoisuutta. Keskeiset asiat Kaukametsän opiston kurssitarjonnasta kerrotaan opinto-oppaassa, sanomalehtitiedotuksessa ja julisteissa. Nämä ovat tärkeitä kanavia välittää yleistä informaatiota. Keskinäisesti ja korkeasti involvoituneet asiakkaat sen sijaan kaipaavat runsaasti informaatiota. Korkeasti involvoituneille asiakkaille sopivia viestintäkanavia ovat Eskelisen mukaan henkilökohtainen palvelu sekä nettisivut. Korkeasti involvoituneille kansalaisille pitäisi pyrkiä luomaan positiivinen asenne. Nettisivujen merkitys viestintäkanavana on tärkeä, sillä niiden tarkoituksena on tukea itsenäistä tiedonhakua. (Eskelinen 2005, 105.) On tärkeää, että kaikki markkinointiviestintä vastaa todellisuutta, jotta asiakkaiden odottama ja kokemus laatu olisivat yhdenmukaisia (Zeithaml ym. 1988, 36).

Grönroosin (2009, 359–360) mukaan Duncan ja Moriarty (1997) toteavat, että asiakkaat pitävät luotettavimpana tietolähteenä muilta asiakkailta tai uutisista saatua suunnittelematonta viestintää. Erityisesti nuorille asiakkaille markkinoinnissa vertaislähettiläiden käyttö voisi olla toimiva keino (Parment 2008). Lähettiläitä voitaisiin löytää Kaukametsän asiakkaina olevista nuorista aikuisista. Lähettilääksi sopisi kansalaisopiston palvelujen käyttäjä, joka on aktiivinen sosiaalisessa mediassa. Lähettiläs voisi kertoa esimerkiksi omassa blogissaan kurssikokemuksistaan ja linkittää blogipäivityksensä omille Facebook-sivuilleen. Tämä voisi sopia esimerkiksi käsityöharrastuksessa, sillä käsityöblogit kiinnostavat monia. Facebook-markkinointi on kuitenkin toteutettava harkiten, sillä kaveripiirissä mainostaminen voi herättää negatiivisia tunteita. Lähettiläs voisi työskennellä Kaukametsän opiston esittelijänä myös tapahtumissa, esimerkiksi Kaukametsän avoimien ovien päivillä ja erilaisilla koulutusmessuilla. Hän voisi myös vierailla lukioissa ja ammatillisissa oppilaitoksissa kertomassa Kaukametsän opiston tarjoamista arvosana- ja kieliopinnoista. Lähettiläänä toimiva henkilö voisi saada työskentelystään jotain etuja työmäärän mukaan, esimerkiksi ilmaisen kurssin tai tuntipalkkaa. Lähettilästä voitaisiin esittää myös median haastateltavaksi, kun kansalaisopiston asiakkaista tehdään juttuja.

Opinnäytetyön otsikko on lainaus eräästä vastauksesta: ”Valinnanvaraa kurssitarjonnassa olisi runsaasti, jos vain ehtisin sitä hyödyntää.” Tässä lauseessa tiivistyvät monien vastaajien mielipiteet. Vastaajista 70 % totesi, että heidän harrastuksiinsa liittyviä kursseja ei tarvitse lisätä, mutta toisaalta yleisimmäksi esteeksi opiskeluun todettiin ajan puute (63 % vastaajista). Kaikki ikäryhmät nimesivät ajan puutteen suurimmaksi esteeksi, ja kaikkein kiireisimpiä olivat 40–44-vuotiaat, sillä 69 % heistä vastasi näin. Ajan puutteeseen ja kiireeseen opistolla on hyvin rajalliset vaikutusmahdollisuudet, sillä työ, perhe ja opiskelu vaativat aikansa. Perheellisten ajan puutetta voisi helpottaa, jos lapsille järjestettäisiin harrastusryhmiä samaan aikaan vanhempien harrastusten kanssa. Toisaalta perheen yhteinen tekeminen voisi tuoda uusia asiakkaita Kaukametsän opistoon. Kaukametsän ohjelmassa on jo vanhempi–lapsi-kursseja esimerkiksi sanataiteessa, mutta tätä toimintaa voitaisiin laajentaa eri oppiaineisiin. Myös avoimissa vastauksissa toivottiin lisää vanhempi–lapsi-kursseja. Eräs vastaaja puolestaan totesi avoimissa vastauksissa, että kiinnostava kurssi tekee tilaa kalenteriin, eli ajan puute ei ole aina ylitsepääsemätön ongelma. Nuorten aikuisten aikaa vie usein opiskelu. Toisen asteen opiskelijoita voitaisiin saada lisää Kaukametsän asiakkaiksi, jos heille voitaisiin tarjota opintoihin hyväksyttäviä vapaasti valittavia kursseja, kuten Petro (2008, 61) ehdotti opinnäytetyössään.

Sopimaton kurssin aika todettiin toiseksi yleisimmäksi esteeksi (33 %). Aikataulujen sopivuutta voidaan kartoittaa kurssi-ilmoittautumisten yhteydessä sekä saadun palautteen perusteella. Ongelmana luonnollisesti on se, että ilmoittautumisvaiheessa kurssiohjelma on jo lyöty lukkoon, joten mahdolliset korjaukset aikatauluihin voidaan tehdä viiveellä vasta seuraavalle lukukaudelle.

Kolmanneksi tärkeimmäksi esteeksi todettiin liian korkea kurssin hinta (25 %). Vertaillaessa tuloksia vuoden 2008 tutkimuksen tuloksiin, huomattiin, että aiempaa useampi vastaaja piti kurssin hintoja liian korkeina, sillä vuonna 2008 näin ajatteli 15 % vastaajista (Petro 2008, 55). Erityisesti nuorin ikäryhmä, 20–24-vuotiaat, koki hinnan esteeksi kursseille osallistumisessa. Kansalaisopiston toiminnalla ei tavoitella taloudellista voittoa vaan katetaan kustannuksia, joten hintojen laskeminen on usein vai-

keaa. Uusia nuoria aikuisia voitaisiin houkutella Kaukametsän opiston asiakkaisiksi, jos opiskelijoille voitaisiin tarjota hinnanalennuksia.

Vastaajista 19 % sanoi esteeksi, ettei ole löytänyt opiston ohjelmasta kiinnostavia kursseja, kun vuonna 2008 tätä mieltä oli 13 % vastaajista. Kurssitoiveiden ja -palautteen huolellinen läpikäyminen on tärkeää, jotta opistolla olisi tarkka käsitys siitä, mitä kajaanilaiset haluavat harrastaa. Esimerkiksi tästä tutkimuksesta opisto saa runsaasti tietoa kurssitoiveista. Osa vastaajista taas kuvasi opiskelun esteeksi liian pitkät matkat opintopaikkoihin tai kulkuyhteyksien puutteen. Heitä varten opisto voisi kehittää verkko-opetusta ja etäopiskelun mahdollisuuksia.

Asiakkaita voidaan segmentoida muun muassa iän perusteella (Kotler & Armstrong 2010, 217). Tulosten perusteella onkin järkevää muodostaa nuorista oma segmenttinsä, sillä heidän vastauksensa eroavat monessa asiassa muista ryhmistä. Jatkotutkimuksena voitaisiin nuorimmalle ikäryhmälle, 20–24-vuotiaille, kohdistaa oma kyselynsä, joka tehtäisiin suuremmalla otoksella kuin tässä kyselyssä käytetty 400. Houkuttimena vastaamiseen voisi olla jokin kiinnostava palkinto, esimerkiksi iPadin arvontaan osallistuminen. Jatkovana käytäntönä on kuitenkin tärkeää selvittää säännöllisesti eri ikäryhmien näkemyksiä eikä keskittyä tutkimaan vain yhtä segmenttiä.

Tutkimus oli uusintatutkimus, ja se toteutettiin lähes samanlaisella kyselylomakkeella kuin vuoden 2008 tutkimus tulosten vertailtavuuden mahdollistamiseksi. Valmis malli helpotti tutkimusprosessin toteuttamista, mutta se asetti myös rajoituksia. Eräs rajoitus koski tutkimuskirjallisuuden valintaa, sillä tähän tutkimukseen valittiin lähteitä, joita aiemmassa tutkimuksessa ei ole käytetty. Tällä tavoin tutkimusongelmaan pyrittiin tuomaan uutta näkökulmaa. Teoriakirjallisuutta oli sinänsä helppo löytää, sillä aihe liittyy markkinointiin ja palveluliiketoimintaan, joista on tehty paljon tutkimusta.

Kyselylomake täytti hyvin tarkoituksensa: kysymykset käsittelivät monia eri aihepiirejä, mutta lomake onnistuttiin kuitenkin pitämään melko nopeasti vastattavana. Suurin osa kysymyksistä oli monivalintakysymyksiä, mikä nopeutti vastaamista. Monivalintakysymykset eivät kuitenkaan yleensä tavoita kaikkia tärkeitä näkökulmia, joten oli hyvä, että myös omin sanoin vastaamiselle oli annettu riittävästi tilaa. Jotain kor-

jattavaakin kyselylomakkeessa olisi. Esimerkiksi kysyttäessä mielikuvaa Kaukametsän opistosta vastaajille annettiin vain vaihtoehdot positiivinen ja negatiivinen aiemman kyselyn mallin mukaan, ja näin jätettiin huomiotta neutraalimmat mielipiteet. Tässä kysymyksessä voitaisiinkin käyttää viisiportaista asteikkoa. Korjata voisi myös kysymystä mielikuva-adjektiiveista, sillä annetuista vaihtoehdoista juhlava ja ylellinen ovat hyvin samankaltaisia.

Lyhyen kyselyn tarjoama tieto jää kuitenkin aina pinnalliseksi avoimista vastauksista huolimatta. Jatkotutkimuksena voisikin toteuttaa fokusryhmäkeskustelun, jossa karotittaisiin esimerkiksi vähemmän toimintaan osallistuvien ryhmien eli nuorten aikuisten tai miesten kurssitoiveita. Haastattelututkimuksen otos on kuitenkin yleensä melko pieni, joten jatkuvana toimintona suurelle joukolle postitettava kysely on toimivampi. Kaukametsän opisto kerää tietoa opiskelijoiltaan myös kurssipalautteilla, jolloin palaute ja kehittämisehdotukset voidaan kohdentaa yksilöityihin kursseihin. Jatkuva seuranta ja vertailevien tulosten kerääminen usealta vuodelta on keskeistä laadun kehittämisessä ja ylläpitämisessä.

Vastausten käsittelyä nopeuttaisi, jos vastaajat vastaisivat internetin kautta sähköiselle lomakkeelle, jolloin tutkimuksen tekijän ei tarvitsisi syöttää tuloksia koneelle. Tämän voisi toteuttaa niin, että vastaajille lähetettäisiin kirjepostina linkkiosoite kyselyyn. Tällöinkin pitäisi tarjota mahdollisuus vastata myös perinteistä postia käyttäen, sillä kaikki eivät käytä internetiä.

Kaukametsän opisto saa tutkimuksesta tärkeää tietoa kajaanilaisten mielipiteistä. Vastaajat arvioivat kurseja ja esittivät kurssitoiveita, ja opisto voi hyödyntää näitä tietoja kurssiohjelmansa suunnittelussa. Tutkimuksessa selvitettiin myös Kaukametsän opiston imagoa ja tunnettuutta. Tuloksista selvisi, että mielikuva opistosta on yleensä positiivinen, mutta opiston toimintaa olisi hyvä tehdä tunnetummaksi asiakkaiden houuttelemiseksi. Tutkimuksessa selvitettiin myös vastaajien esteitä kursseille osallistumisessa, ja tulokset tarjoavat opistolle mahdollisuuden miettiä keinoja esteiden vähentämiseen.

LÄHTEET

Anttila, M. & Iltanen, K. 2007. Markkinointi. 3. painos. Helsinki: WSOY.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13. uud. p. Helsinki: Edita.

Eskelinen, S-M. 2005. Citizen's attitudes and involvement in public consumer information. Lisensiaatintyö. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto, viestintätieteiden laitos, yhteisöviestintä.

Grönroos, C. 2001. Palveluiden johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOY.

Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: WSOYpro.

Hallintokokeilu 2005–2012. Kainuun maakunta -kuntayhtymän internetsivut. n.d. Viitattu 22.10.2012. [Http://maakunta.kainuu.fi](http://maakunta.kainuu.fi).

Heikkilä, T. 1999. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi S., Remes P. & Sajavaara P. 2004. Tutki ja kirjoita. 10., osin uudistettu laitos. Helsinki: Tammi.

Holopainen, M. & Pulkkinen, P. 2002. Tilastolliset menetelmät. Helsinki: WSOY.

Kananen, J. 2008. Kvali. Kvalitatiivisen tutkimuksen teoria ja käytänteet. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kaukametsän opisto – oppimisen iloa. 2012. Kajaani: Kajaanin kaupunki/Kaukametsän opisto.

Kaukametsän opisto. Toimintakertomus 2011. 2012. Viitattu 23.10.2012. [Http://kaukametsa.fi/uploads/Kansalaisopiston%20tiedostot/pdf-tiedostot/Toimintakertomus.pdf](http://kaukametsa.fi/uploads/Kansalaisopiston%20tiedostot/pdf-tiedostot/Toimintakertomus.pdf).

Kaupunkitieto. Kajaanin kaupungin internetsivut. 2012. Viitattu 23.10.2012. [Http://www.kajaani.fi/Kaupunkitieto2/Yleistietoa](http://www.kajaani.fi/Kaupunkitieto2/Yleistietoa).

Kotler, P. & Armstrong, G. 2010. Principles of marketing. Thirteenth edition. Upper Saddle River, NJ: Pearson.

L 29.12.2009/1765. Laki vapaasta sivistystyöstä, 1 luku, 1 §. Finlex. 2009. Viitattu 5.1.2013. [Http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1998/19980632](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1998/19980632).

Lämsä, A.-M. & Uusitalo, O. 2002. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita.

Markkanen, M., Lang, T., Lillas, A., Lovio, M., Manninen, J., Takatalo, E., Kamppi, P., Knubb-Manninen, G. & Pietiläinen, V. 2012a. Kansalaisopistojen oppilaitos- ja ylläpitäjärakenteen arviointi. Osaraportti 1: Laatu- ja kehittämisavustukset ja ylläpitämisluvut. Koulutuksen arviointineuvoston julkaisuja 58. Jyväskylä: Koulutuksen arviointineuvosto. Internetjulkaisu. Viitattu 8.1.2013.
[Http://www.edev.fi/img/portal/1177/Julkaaisu_nro_58.pdf](http://www.edev.fi/img/portal/1177/Julkaaisu_nro_58.pdf).

Markkanen, M., Lang, T., Lillas, A., Lovio, M., Manninen, J., Takatalo, E., Kamppi, P., Pietiläinen, V. ja Smeds-Nylund, A-S. 2012b. Kansalaisopistojen oppilaitos- ja ylläpitäjärakenteen arviointi. Osaraportti 2: Rakenteellisten muutosten, lakiuudistusten ja oman toiminnan arviointivelvoitteen toteutuminen. Koulutuksen arviointineuvoston julkaisuja 60. Jyväskylä: Koulutuksen arviointineuvosto.

McCrandl, M. 2003. Understanding Generation Y. The Australian Leadership Foundation. Tutkimusprojekti 2002. Viitattu 2.1.2013.
[Http://www.rowingvictoria.asn.au/documents/gorowing/UnderstandingGenY.pdf](http://www.rowingvictoria.asn.au/documents/gorowing/UnderstandingGenY.pdf).

Parment, A. 2008. Generation Y – Framtidens konsumenter och medarbetare gör entré! E-kirja. Malmö: Liber AB.

Peltola, S-M. 2006. Involvement-based communication strategies for public organizations. Teoksessa: Public organizations in the communication society. Toimittaneet Vilma Luoma-aho ja Sari-Maarit Peltola. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Publications of the Department of Communication, No 29, 93–115.

Petro, K. 2008. Mielipidekysely Kaukametsän opistosta. Opinnäytetyö. Kajaani: Kajaanin ammattikorkeakoulu.

Skålén, P. & Fougère, M. 2007. Be(com)ing normal - not excellent. Service management, the gap-model and disciplinary power. *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 20 No. 1, pp. 109–125.

Tietoa Jyväskylästä. Jyväskylän kaupungin internetsivut. 2012. Viitattu 23.10.2012.
[Http://www.jyvaskyla.fi/info/pahkinankuossa](http://www.jyvaskyla.fi/info/pahkinankuossa).

Zeithaml, V.A., Berry, L.L. & Parasuraman, A. 1988. Communication and Control Processes in the Delivery of Service Quality. *Journal of Marketing*, Vol. 52 (April), 35–48.

LIITTEET

Liite 1: Saatekirje

Liite 2: Kyselylomake

Liite 3: Taulukot tyytyväisyydestä kursseihin ja hinnan arvioinnista

Liite 4: Avoimet vastaukset

Liite 1. Saatekirje

Hyvä vastaanottaja!

Tällä kyselyllä pyritään kartoittamaan, millaisilla kursseilla kajaanilaiset haluaisivat opiskella ja mitä harrastaa Kaukametsän opistossa. Kyselyllä halutaan myös saada tietoa syistä, jotka ovat olleet Kaukametsän opiston palvelujen käytön esteenä.

Tästä tutkimuksesta saatuja tuloksia käytetään apuna Kaukametsän opiston kurssitarjonnan suunnittelussa, joten jokainen vastaus on erittäin tärkeä.

Olen Jyväskylän ammattikorkeakoulun opiskelija ja kartoitan opinnäytetyönä kajaanilaisten mielipiteitä Kaukametsän opistosta ja sen kurssitarjonnasta. Saamani vastaukset käsittelen luottamuksellisesti ja tulen käyttämään niitä ainoastaan tämän tutkimuksen viiteaineistona.

Pyydän, että vastaisitte kyselylomakkeessa oleviin kysymyksiin ja palauttaisitte sen palautuskuoressa (postimaksu maksettu) viimeistään ke 25.4.2012 mennessä.

Kyselyyn vastanneiden ja arvontakupongin palauttaneiden kesken arvotaan neljä kappaletta Kaukametsän opiston lahjakortteja sekä konsertti-, teatteri- ja elokuvailippuja:

1.–2. palkinto: Kaukametsän opiston lahjakortti, arvo 110 €
Vapaavalintainen kurssi lukuvuonna 2012–2013

3.–4. palkinto: Kaukametsän opiston lahjakortti, arvo 80 €
Vapaavalintainen kurssi lukuvuonna 2012–2013

5. palkinto: Vapaavalintainen konserttilippu kahdelle Kaukametsässä järjestettävään konserttiin, lippu on voimassa 1.9.2012–1.5.2013, arvo 70 €

6.–7. palkinto: Vapaavalintainen teatterilippu kahdelle Kajaanin Kaupunginteatteriin, arvo 56 € (2x28 €). Sisältää vapaasti valittavan teatteriesityksen ja väliaikatarjoilun (ei väkeviä alkoholijuomia) sekä naulakkomaksum.

8.–9. palkinto: Vapaavalintainen elokuvailippu kahdelle, arvo 26 € (2x13 €) elokuvateatteri Bio Rex Kajaaniin, käy mihin tahansa esitykseen

Osoitetiedot on poimittu 29.03.2012

Osoitelähde: Väestötietojärjestelmä
Pohjois-Suomen maistraatti, Kajaanin yksikkö
PL 221
87101 KAJAANI

Ystävällisin terveisin

Virpi Pietiläinen
Jyväskylän ammattikorkeakoulu
virpi.pietilainen.hba@jamk.fi

Lisätietoja:

Kaukametsän opiston rehtori Eila Parviainen
puh. 044 710 0525
eila.parviainen@kajaani.fi

Liite 2. Kyselylomake

KYSELYLOMAKE

Olkaa hyvä ja valitkaa jokaisessa kysymyksessä vain yksi vaihtoehto, jos ei toisin mainita.

A. Taustatietoa

1. Sukupuoli nainen mies
2. Ikä 20–24 vuotta 50–54 vuotta
 30–34 vuotta 60–64 vuotta
 40–44 vuotta
3. Koulutus, ylin tutkinto
 perus-, kansa- tai keskikoulu ammattikorkeakoulututkinto
 ammatillinen koulutus tai vastaava alempi korkeakoulututkinto
 ylioppilastutkinto ylempi korkeakoulututkinto
 yo-tutkinto + ammattitutkinto lisensiaatti tai tohtori
4. Postinumeroalue, missä asutte
 87100 87300 87830
 87150 87400 87910
 87200 87500 muu, mikä? _____
 87250 87700

B. Kaukametsän opisto

5. Tiedättekö, missä on Kaukametsän opiston lähin toimipiste
 kyllä, missä? _____
 en
6. Tunnetteko Kaukametsän opiston
 Erittäin hyvin Hyvin Jotenkuten Huonosti En ollenkaan
7. Olette saanut tietoa Kaukametsän opistosta (voitte valita useampia vaihtoehtoja)
 opinto-oppaasta internetsivuilta
 esitteistä ja julisteista Facebookista
 lehti-ilmoituksista tuttavalta/ystävältä
 suoramarkkinoinnista muualta, mistä? _____
8. Mielikuvanne Kaukametsän opistosta on
 positiivinen negatiivinen
9. Mielestänne Kaukametsän opisto on (voitte valita useampia vaihtoehtoja)
 juhlava ylellinen kodikas kylmä viihtyisä etäinen
 muu, mikä? _____

10. Oletteko käyttänyt Kaukametsän opiston palveluja

kyllä en

Jos vastasitte kysymykseen 10 vaihtoehdon KYLLÄ, jatkakaa kysymyksestä 11.

Jos vastasitte kysymykseen 10 vaihtoehdon EN, siirtykää kysymykseen 12.

C. Kurssit

11.

a) Minkä alojen kursseille olette osallistunut? Valitkaa enintään kolme vaihtoehtoa ja numeroikaa ne 1–3.

<input type="checkbox"/> liikunta	<input type="checkbox"/> tekstiilityö: kudonta, ompelu, erikoiskäsityö jne.
<input type="checkbox"/> kielet	<input type="checkbox"/> tekninen käsityö: puutyö, entisöinti, verhoilu jne.
<input type="checkbox"/> kotitalous	<input type="checkbox"/> musiikki
<input type="checkbox"/> kuvataiteet	<input type="checkbox"/> visuaalisen taiteen perusopetus
<input type="checkbox"/> ilmaisutaito, kirjallisuus ja sanataide	<input type="checkbox"/> tietotekniikka
<input type="checkbox"/> yleissivistävät aineet, luennot ja luontosarjat	<input type="checkbox"/> kasvatustieteen ja aikuiskasvatustieteen perusopinnot

b) Arvioikaa kuinka tyytyväinen olitte a-kohdassa valitsemiinne kursseihin

	Erittäin tyytyväinen	Tyytyväinen	Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Jonkin verran tyytymätön	Erittäin tyytymätön
Kurssi 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kurssi 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kurssi 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Jos valitsitte kohdan erittäin tyytymätön, miksi?

c) Valitsemanne kurssin (kohdassa a) hinta oli mielestänne?

	Erittäin kallis	Kallis	Sopiva	Edullinen	Erittäin edullinen
Kurssi 1	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kurssi 2	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Kurssi 3	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

12. Millaisilla kursseilla haluaisitte opiskella Kaukametsän opistossa?

13. Teille mieluisin kurssin pituus olisi

- lyhyt viikonloppukurssi
 1–2 kk intensiivikurssi, joka kokoontuu monta kertaa viikossa
 syyskauden kurssi, 1 kerta viikossa
 kevätkauden kurssi, 1 kerta viikossa
 koko lukuvuoden pituinen kurssi, 1 kerta viikossa
 muu, mikä?
-

14. Mielestänne paras kurssimuoto on

- verkkokurssi internetissä lähiopetuskurssi monimuoto-opetus
 etäluento internetissä tilauskurssi joko opiston tiloissa tai omalla työpaikallanne, mikä kurssi?
-
-

15. Mieluisin opiskelumuotonne

- ryhmäopetus (vähintään 10 opiskelijaa) pariopetus
 pienryhmäopetus (vähintään 4–5 opiskelijaa) yksilöopetus

D. Kurssitoiveita

16. Harrastuksenne liittyvät seuraaviin aloihin (voitte valita useampia vaihtoehtoja)

- kuvataiteisiin musiikkiin keräilyyn
 käsitöihin tietotekniikkaan antiikkiin
 kielten opiskeluun eläimiin teatteriin
 kirjallisuuteen ja sanataiteeseen luontoon kotitalouteen
 metsästykseseen tai kalastukseen
 eri liikuntamuotoihin, mihin?
-
-

- muuhun, mihin?
-
-

17. Pitäisikö Kaukametsän opiston lisätä harrastuksiinne liittyviä kursseja?

- Ei tarvitse lisätä
 Kyllä. Kurssin tulisi sisältää:
-
-

18. Esteenä Kaukametsän opiston palvelujen käytölle on ollut (voitte valita useampia vaihtoehtoja)

- ajan puute sopimaton kurssin aika
 ei ole ollut kiinnostavia kursseja sopimaton kurssin paikka
 liian korkea kurssin hinta en tunne opiston toimintaa
 muu, mikä?
-
-
-
-

Kiitos vastaamisesta!

Liite 3. Taulukot tyytyväisyydestä kursseihin ja hinnan arvioinnista

LIITETAULUKKO 1. Tyytyväisyys kursseihin

	Erittäin tyytyväinen	Tyytyväinen	Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Jonkin verran tyytymätön	Erittäin tyytymätön
liikunta	37 %	55 %	3 %	4 %	1 %
kielet	28 %	57 %	11 %	4 %	-
kotitalous	24 %	62 %	8 %	5 %	-
kuvataiteet	41 %	55 %	-	3 %	-
ilmaisutaito, kirjallisuus ja sanataide	15 %	77 %	8 %	-	-
yleissivistävät aiheet ja luennot	31 %	62 %	6 %	2 %	-
tekstiilityö	33 %	51 %	13 %	-	3 %
tekninen käsityö	36 %	54 %	11 %	-	-
musiikki	28 %	55 %	10 %	7 %	-
visuaalisen taiteen perusopetus	60 %	40 %	-	-	-
tietotekniikka	26 %	61 %	4 %	-	9 %
kasvatustieteen ja aikuiskasvatustieteen perusopinnot	67 %	33 %	-	-	-

LIITETAULUKKO 2. Hinnan arviointi

	Erittäin edullinen	Edullinen	Sopiva	Kallis	Erittäin kallis
liikunta	1 %	7 %	66 %	24 %	3 %
kielet	1 %	6 %	77 %	14 %	2 %
kotitalous	3 %	6 %	76 %	15 %	-
kuvataiteet	-	-	69 %	28 %	3 %
ilmaisutaito, kirjallisuus ja sanataide	8 %	-	85 %	8 %	-
yleissivistävät aineet ja luennot	8 %	8 %	73 %	11 %	-
tekstiilityö	-	3 %	65 %	26 %	7 %
tekninen käsityö	-	4 %	46 %	39 %	11 %
musiikki	-	7 %	52 %	37 %	4 %
visuaalisen taiteen perusopetus	-	-	60 %	40 %	-
tietotekniikka	5 %	9 %	64 %	18 %	5 %
kasvatustieteen ja aikuiskasvatustieteen perusopinnot	-	50 %	50 %	-	-

Liite 4. Avoimet vastaukset

Kysymys 4. Postinumeroalue, missä asutte

Muu, mikä?

87140	1
87800	8
87850	2
87900	6
87930	2
87950	11
87970	8
88200	8
88270	10

Kysymys 5. Tiedättekö, missä on Kaukametsän opiston lähin toimipiste?

173 vastaajaa (osa vastaajista oli kirjoittanut kaksi eri toimipaikkaa)

Kaukametsä/ Kaukametsän opisto/	72
Kaukametsän kongressi- ja kulttuurikeskus	
Koskikatu tai Koskikatu 4 B	61
Kajaani	14
Hotelli Kajanuksen / Scandic-hotellin vieressä	12
Kajaanissa joen rannassa	8
Kajaanin lyseo	6
Kaupungissa/keskustassa	5
Kuurna	4
Lohtaja/ Lohtajan koulu	2
Hauholan koulu	1
HOKin toimistoa vastapäätä	1
Huuhkajanvaaran päiväkoti	1
Kainula	1
Kalliokatu 5	1
Kisatorin nuorisotila	1
Koulukatu 7	1
Kuluntalahden koulu	1
Lehtikangas, koulu	1
Linnantaustie	1
lähikoululla	1
Lönnotinkatu	1
Mäntylän päiväkoti	1
Nakertajan koulu, Vanahis	1
noin 40 km:n päässä	1
Paltaniemen koulu	1
Pöllyvaaran palvelukeskus	1
Soidinsuon koulu	1
Teppana	1
Timperintie	1
Vienankatu	1
Väinämöisen koulu	1

Kysymys 7. Olette saanut tietoa Kaukametsän opistosta muualta, mistä?

Olen ollut siellä töissä	4
Työpaikalta/ työn ohessa	3
Itse opiskelemalla siellä	2
Henkilökunnalta/ suoraan opistosta	2
Työvoimatoimistosta	2
Kurssilla joskus 1990-luvulla	
Takavuosina kerkesi opiskella	
Koulusta	
Kurssilta työvoimatoimistosta	
Metsästäjän kurssi	
Olen tehnyt mainontaa vuosia sitten Kaukametsän opistolle.	
Oma harrastus aikoinaan	
Yleistieto	

Kysymys 9. Mielestänne Kaukametsän opisto on muu, mikä?

En osaa sanoa	8
En osaa sanoa: en ole käynyt / ei kokemusta	7
Neutraali	4
Tavallinen	4
Asiallinen	2
Monipuolinen	2
Ankea, kulunut	
Arkeen liittyvä	
Arkinen	
Ei osaa sanoa, ei herätä tunteita.	
En osaa sanoa, vähän kokemusta.	
En osaa sanoa, en ole käynyt vuosiin.	
Fiksu, tyylikäs	
Harrastustoimintaa, jossa ajankohtaista opetusta	
Helposti suunnistettava sisätiloiltaan	
Hyvä konserttipaikka	
Ihan OK	
Kallis	
Koulumainen	
Koulun opisto	
Kurssimainen, koulutuksellinen	
Kurssit kodikkaita, mutta kongressikeskus etäinen ja kylmä	
Liian monimutkainen ja "ylitseampuva" arkkitehtuuri	
Moderni	
Moderni, luokkamainen, siisti yleisilmeeltään	
Muille ihmisille tarkoitettu, harmi vaan.	
Muutamille jokapäiväistä leipää, enemmistölle etäinen, ei tuttu	
Osin ahtaan oloinen	
Sinne on liian pitkä matka, muuten käyttäisin sen palveluja.	
Tavanomainen	
Toimiva	
Tuttu	
Tylsä	
Tyylikäs	
Tyylikäs, upeat tilat	
Virallinen	
Virallinen ja etäinen	
Välillä jotkin tilat ovat olleet huonosti toimivia, esim. suggestopedinen tila tavanomaiseen kielten opiskeluun	

Kysymys 11 b. Jos valitsitte kohdan erittäin tyytymätön, miksi?

Englannin kielenkurssi oli tarkoitettu aloittelijoille, mutta seassa oli osaavia opiskelijoita, jotka sotkivat opiskelu intoa! Opettaja olisi ollut hyvä.

Kurssi (korukivenhionta) ylibuukattu, tilat/laitteet riittämättömät. Alottelijoiden kurssilaiset odottivat vain vuoroaan päästä laitteille, "vanhat" valtasivat vähäiset koneet. Tekemättä jäi ne kivet!

Kurssilla edetään todella hitaasti, vaikka kyseessä ei ollut seniorikurssi.

Kuvataidekurssi, johon osallistuin: useammat kurssilaiset olivat harrastaneet ja käyneet kurssilla useamman vuoden ajan, joten opettaja ei neuvonut vasta-alkajaa tarpeeksi.

Lapsi osallistui muskariin: opettajavaihdoksia, muskariaika lähes aina lyhyempi kuin ilmoitettu ja ryhmän vaihdoksiin meni paljon aikaa

Liian nopeasti eteneviä

Liikuntakurssit loppuvat aivan liian aikaisin keväällä, mutta nyt huomasin, että tarjolla on keväälle lisäkursseja. Hyvä!

Liikuntalajille tyypillinen iloisuus ja energisyys puuttui ohjaajan työskentelystä.

Opettajan innostuneisuus ja uudet näkökulmat ovat avainasemassa!!!

Opettaja ei saisi jämähtää paikoilleen, pitäisi uusiutua, hakea uusia ideoita ja malleja, olla ajassa ja innokas opettamaan.

Opetuksen taso oli heikko (Facebook)

Tanssisalissa haisi home, ja nenä alkoi vuotamaan. Tanssissa edettiin liian hitaasti, ja ei tullut hiki. Tanssisalissa ei ollut peilejä. Opettaja ei ollut lainkaan innostava. Musiikkien kanssa ongelmia

Kysymys 12. Millaisilla kursseilla haluaisitte opiskella Kaukametsän opistossa?

Liikunta (yhteensä 79 mainintaa)

liikunta	51
tanssi	9
jooga	5
pilates	3
zumba	3
itämainen tanssi	2
venyttely	2
latinotanssit, esim. paritanssit	
flamencotanssi	
nykytanssia/hiphopia vasta-alkajille	
lapsijumppa	
spinning	
hot-jooga	
kuntonyrkkeily	
shindo	
kahvakuula	
lavatanssikurssi	
valssikurssi	
lapsi-vanhempi satujumppaa	
vanhempi-lapsi -liikuntaa	

Kielet (yhteensä 85 mainintaa)

kielet	42
englanti	9
espanja	5
italia	4
ruotsi	4
ranska	4
venäjä	4
suomi	2
saksa	2
viittomakieli	2
japani	
saame	
karjalan kielen kurssi	
kiina	
arabia	
kreikka	
viro	

Kotitalous (yhteensä 29 mainintaa)

ruoanlaittokurssit	9
--------------------	---

kotitalous	7
leivonta	3
ruuanlaittoteemakurssit	2
kakkukoristeiden teko / kakkujen koristelu (lyhytkurssi)	
koristeita kasviksista/juureksista jne. (lyhytkurssi)	
rikkaruohot pataan	
suomen luonnonvaraiset kasvit ruokana ja rohtona	
kotiruokaa ja jälkiruokia helposti ja nopeasti -kurssi	
ruuanlaitto: arkiruoka	
kakkukurssi	
tasokas opetus edustusruuissa	

Kuvataiteet (yhteensä 39 mainintaa)

kuvataide	11
valokuvaus	6
taideaineita/taide	5
piirustus	4
maalaus	4
lasten kuvataide	2
videokuvaus	
kalligrafian alkeet + jatko	
akvarellimaalaus	
lyhyehköjä taidekursseja (esim. grafiikka, maisemamaalaus)	
keramiikka	
öljyväriyöt	
voimauttava valokuvaus ja digikuvauksen perusteet samassa paketissa	

Ilmaisutaito, kirjallisuus ja sanataide (yhteensä 8 mainintaa)

ilmaisutaito	3
kirjallisuus	
elokuva/teatteri	
suullinen viestintä	
teatterikurssi lapsille	
runotaide	

Yleissivistävät aineet, luennot ja luentosarjat (yhteensä 29 mainintaa)

yleissivistävät luennot	16
historia	2
psykologia	
oikeustiede	
historia, erityisesti paikallinen	
sotahistoria	
luennot esim. maailmanhistoriasta ja Suomen historiasta	
politiikan aiheet	
talouteen liittyvät aiheet (ei omaan talouteen)	
kulttuurihistoria	
maantiede, maantieto, geologia	

sukututkimus
taidehistoria (kuvataide, musiikki) ilta-aikaan

Kädentaidot, käsityö (yhteensä 118 mainintaa)

kädentaidot	18
käsityö/tekstiilityö	11
puutyö	7
tekninen käsityö	7
entisöinti	6
askartelu	3
korujen teko	3
metallityöt	3
sisustaminen	3
veneenrakennuskurssi	3
huonekalujen entisöinti	2
huovutus	2
ompelu	2
kudonta	2
verhoilu	2
arkuntekokurssi	
asuntojen remontointi ja korjaus	
kaappikello	
erikoiskäsityöt	
erikoisaskartelu	
puutarhan/pihan/pationlaittokurssit	
lapsen ja aikuisen yhteinen harrastus: lyhytkurssi esim. leijän tekeminen tai savenmuovailu (lapsi alle 8 v)	
betoniveistos pihalle	
hopeaketjut ja -korut	
askartelua 3–5-vuotiaille	
päiväkäsityöt tai keskenjääneiden loppuun tekeminen	
kehruukurssi	
puutyöt sunnuntaisin	
naisten puutyöt	
ajankohtainen askartelu (joulu tms.)	
savityö	
vammaisten kädentaidot	
posliininmaalaukset	
tiffany	
räsymattojen teko	
kivenhionta	
rakennekynsien teko	
nukkekodin teko	
korukurssi (kivikorujen valmistus)	
puutarhakoristeiden valmistus	
kudonta/nypläys	
pajutyöt	

teema-askartelu: joulu, pääsiäinen jne.
 käsityö (puu, metalli)
 perinne­käsityöt
 talvella kynttilöiden valmistus jne.
 lyhytkurssit olisivat mukavia, esim. risutyöt, sammaltyöt, rautalankatyöt
 nukkekurssi: sukkahousutekniikalla, huovutustekniikalla, posliinin valunakin
 retropuutyöt
 puun­työstö, esim. sorvaus
 reborn-nukke (teorian oppia)
 tykkimys­sykurssi
 kukkasidonta
 pienkone­korjauskurssit
 paju-, risu-, olkityöt
 joulu/pääsiäiskortit ja -koristeet

Musiikki (yhteensä 44 mainintaa)

musiikki	14
laulu	7
kitaransoitto	5
yksinlaulu	3
kuorolaulu	3
piano	3
soittaminen	2
musiikinteoria, musiikin ymmärtäminen/äänet	2
ryhmämuotoinen kitarakurssi (alkeis)	
kanteleen soitto	
lasten musiikkikurssit	
musiikki (seniori)	
urkutaidekurssi	

Tietotekniikka (yhteensä 36 mainintaa)

atk/tietotekniikka	20
Excel	4
kuvankäsittely	3
Word 2010	
internet	
PowerPoint	
atk: asennus/huolto	
kuvansiirto	
cad-suunnittelu	
WordPress, HTML5, JavaScript, julkaisujärjestelmät, Photoshop	
vanhuksille kännykän käyttöä	
tietotekniikka terveydenhoidossa	

Muu (yhteensä 38 mainintaa)

kalastus (esim. verkot, rysät)	4
matkailu	3

- matkailu ja siihen liittyvää täsmätietoa eri valtioista
- matkailukurssi, jokin kohdemaata tai ala, esim. puutarhamatka, taidematka, teatterimatka, keskiaikamatka, ekomatka, erämaamatka, metsämatka, liikuntamatka, ruokamatka tai maatilamatka

luontoon liittyvä kurssi 2

ensiapu 2

metsästys (esim. pienpetopyynti, pyydykset) 2

terveyden ja hyvinvoinninkurssit 2

- esim. peruslääketiede, itsehoito, painonpudotus, itsensä kehittäminen, meditaatio

ammattillisuutta kehittävä: opetusala

luontaistuoteala

yrittäjyyteen liittyvät kurssit

kirjanpito

värianalyysi

eläimet

eräkurssi

vanhempi-lapsi -kurssit (musiikki, liikunta, askartelu tms.)

fengshui

koirat (hoitoharrastaminen)

lisää äiti-lapsi/sylivauvakursseja

keväisin puutarhanhoito (esim. terassille kukkaruukkujen valmistus)

mehiläishoito

oma piiri 60–70 v. ikäisille ihmisille esim. keskustelukerho, jossa vetäjä

panostajan pätevyyskurssi olisi hyvä sekä rakennusmestarin tutkinto

puutarhatietoutta

metsänhoito

pihasuunnittelu

mielenterveys, päihteet (alkoholiongelma)

elektroniikka (radiotekniikka)

matematiikka

tyyli/värianalyysikurssi

lasten kerhoja lapsille (leikki-ikäisille)

Kysymyksen 12 avoimet vastaukset luokiteltuna ikä- ja sukupuoliryhmien mukaan (Millaisilla kursseilla haluaisitte opiskella Kaukametsän opistossa?)

Naisten kurssitoiveet

Ikäryhmä 20–24 vuotta, nainen (21 vastaajaa)

- Ehkä voisin käydä jollain kielikurssilla
- Esim. erilaisilla ruoanlaittokursseilla voisin käydä tai eri kielikursseilla, esim. ranska, espanja, yms. Myös kuvataidekurssit voisivat olla mielenkiintoisia.
- Japanin kieltä alkeiskurssin muodossa, tanssia, nykytanssia/hiphopia vasta-alkajille
- Jos jotakin, niin ehkä käsityö tai korujuttuja
- Kieliä, esim. saksa; liikunta esim. jooga, venyttely, pilates
- kielten alkeiskursseilla ja liikuntakursseilla (esim. spinning, hot-jooga)
- Kuvataide (maalaus), tekstiilityö ja tekninen käsityö
- Kuvataide, käsityöt
- kuvataiteeseen ja tekstiilityöhön liittyvillä kursseilla
- kuvataiteet, kielet
- Käsitöihin liittyvillä kursseilla
- Laulukurssilla, jonkun soittimen soiton opetuksen kurssilla
- Liikunta ja ilmaisutaito, musiikki
- Liikunta ja kielikursseilla
- liikuntaryhmät sekä kuvaamataidon kursseja
- Mahdollisesti tahtoisin opiskella vieraita kieliä, esim. venäjä.
- Musiikkiin ja luontoon liittyvillä kursseilla
- ruoanlaittokurssit, valssikurssi
- taide
- Taide ja musiikkikursseilla
- tekstiilitöitä, musiikkia ja kuvataiteita

Ikäryhmä 30–34 vuotta, nainen (42 vastaajaa)

- Eläimiin ja luontoon liittyvillä
- En osaa sanoa. Psykologiaa olisi kiva opiskella.
- entisöinti
- Erikoiskäsitöiden lyhytkurssit kiinnostavat, samoin kotitalouden lyhytkurssit vaikuttavat aina mielenkiintoisilta, mutta ajanpuute estänyt niille osallistumisen. Toisaalta, jos valitsisin jonkin pitemmän kurssin, toive olisi sen säännöllisyydestä.
- erilaiset lyhytkurssit kädentaidoista
- Erilaiset tanssit, latinotanssit esim. paritanssit, espanja (alkeet), englanti (kertauskurssi paljon osaaville aikuisille tai esim. lukioenglannin kertausta)

- Kello 17 jälkeen arkipäivisin lastenhoitokursseilla, kotiruokaa + jälkiruokia helposti ja nopeasti -kursseilla, Excelin perusteet -kursseilla ja PowerPoint -kursseilla
- Kielikursseilla, tietotekniikkaan liittyvillä kursseilla
- Kieliä
- korujen teko, rakennekynsien teko, nukkekodin teko
- kotitalous, taide, atk
- kuvataiteen, etenkin akvarellimaalausta; myös liikuntakurssit ovat hyviä, ja jos kanteleen soittoa voisi opiskella iltaisin, haluaisin opiskella sitä
- Kädentaidot, harrastukset, laulu
- kädentaitoja ja liikuntaa
- Kädentaitokursseilla, metsästys, kalastus ja eräkursseilla
- Kädentaitokursseilla, musiikkikursseilla
- Käsityö, askartelu, sisustus
- Käsityöt: erikoiskäsityöt, perinnekäsityöt, lyhytkursseja viikonloppuisin
- Käsitöitä, kieliä, taidetta
- Lapsen/Lasten kanssa yhdessä tapahtuvat toiminnot (musiikki, liikunta, askartelu tms.)
- laulua (yksin tai ryhmässä), kitaransoitto, pianonsoitto, liikunta
- liikunta
- liikunta-aiheiset kurssit kiinnostaa
- Liikunta, lastentaide/musiikkikurssit, kielet
- liikunta: joogatarjontaa enemmän
- Liikunta. Myös jotakin lapsien ja vanhempien yhteistä toimintaa. Jotkut isommat lapset voisivat pitää myös esim. teatterikursseista, jossa voisi suunnitella ja toteuttaa omia esityksiä.
- Lisää äiti-lapsi/sylivauvakursseja
- Lyhyitä vuodenaikaan sopivia kursseja, keväisin puutarhanhoitoon (esim. terrassille kukkaruukkujen valmistus), talvella kynttilöiden valmistusta jne.
- lyhyt- ja viikonloppukursseilla
- lyhytkurssit ruoanlaittoon/ terveyteen liittyviä
- Mielestäni tarjonta on jo monipuolinen ja valinnanvaraa kurssitarjonnan osalta olisi runsaasti, jos ehtisin niitä vain hyödyntää. Työkiireet ja pienet lapset vievät toistaiseksi kaiken aikani.
- musiikki
- musiikki, kielet, kuvataide
- Riittävä tarjonta kursseissa minulle. Keramiikka sekä lasten kuvataide kiinnostaa. En tiedä lasten tarjonnasta vielä paljoa, koska lapset niin pienet, mutta tulevaisuudessa vanhempi-lapsi -kurssit tulevat kyseeseen. Olemme olleet jo vauvasanataidekursseilla.
- Ruuanlaittamiseen tarkoitettuja kursseja, erilaisia kakkukursseja
- sisustaminen, nikkarointi, entisöinti, käsityöt, pihasuunnittelu
- Taideaineet
- tekstiilityö, vanhempi-lapsi -liikuntaa, lasten kerhoja lapsille (leikki-ikäisille)
- Terveyden ja hyvinvoinninkursseilla, itsensä kehittämisen, meditaatio, jooga jne. -kursseilla

- Toivoisin lapsi-vanhempi satujumppaa tms. yhteistä tekemistä muskarin lisäksi.
- Valokuvauskurssilla
- Viittomakieli

Ikäryhmä 40–44 vuotta, nainen (38 vastaajaa)

- (viittomakieltä) tukiviittomia, lyhyitä kädentaito, ruokakursseja
- En osaa sanoa, kielikurssi, ruoanlaitto?
- englannin kurssi, viittomakielen kurssi, eri liikuntajuttuja
- entisöinti, kaappikello, huovutus, kuvankäsittely, italian opiskelu
- Erilaiset kädentaito/erikoisaskartelu/sisustus- ja puutarhan/pihan/pationlaittokurssit. "Uudista pihasi, patiosi tai vaikka kotisi niksein ja pienellä rahalla". "Vanhasta uutta".
- Erilaiset käsityökurssit, lyhytkestoisena, ei viikonloppuisin
- Espanjan kieli, jooga, huonekalujen entisöinti
- Flamencotanssi, lapsen ja aikuisen yhteinen harrastus: lyhytkurssi, esim. leijan tekeminen, savenmuovailu (lapsi alle 8 v.)
- Jos aikaa olisi, niin esimerkiksi laulua. Työpaikan puolesta saamen kielen (jatkan)kurssi keskittyen puhumiseen olisi tarpeen.
- Jotain, mitä äiti voi tehdä pienten lasten kanssa. Lapsijumppa, askartelua 3–5-vuotiaille jne.
- Kaikenlaisia kädentaidon kursseja
- kakkukoristeiden teko / kakkujen koristelu (lyhytkurssi); koristeita kasviksista/juureksista jne. (lyhytkurssi)
- Kaukametsän tarjoamat ovat niin monipuoliset, etten keksi, mitä uutta kurssitarjontaa pitäisi olla vielä olevan lisäksi.
- kielet
- Kielet ja liikunta
- Kielikursseilla ja liikunnallisilla monipuolisesti
- Kivenhionta
- kohtuuhintaisia; lasten kanssa yhdessä kursseja, lyhytkursseja erilaisiin kädentaitoihin, esim. maalaus/piirustus tai käsityöt
- Kuntonyrkkeily
- käsityö yms., harrastekursseilla, liikuntakursseilla, kokkikursseja
- käsityöt, valokuvaus, liikunta
- Liikunnallisella puolella
- Liikunta, Zumba, shindo
- Liikunta, käsityö
- liikunta, terve elämä, jooga (peruskurssi), koirat (hoitoharrastaminen), kitaran alkeet
- Liikunta, yleissivistävät aineet, luennot
- Liikuntaa: tanssitunnit, kahvakuula, kielet: englanti
- Lisää atk:ta, esim. Excel-taulukko-ohjelmaa, zumba ja lavatanssikurssi
- lyhytkurssit olisivat mukavia, esim. risutyöt, sammalyöt, rautalankatyöt

- Nykyiset kurssit ovat riittäviä, mutta niiden ajankohta on monesti työssä-käyvälle hankala.
- Olen kiinnostunut kielistä, varsinkin italian kielen opiskelu kiinnostaa
- pilates
- puutarhatietoutta ja sisustus
- Tekstiili
- Terveysteen liittyvä esim. peruslääketiede, itsehoito, kuvataide, ilmaisu
- Valikoima on nyt jo hyvä, ja sieltä löytyy minulle sopivia kursseja. Ajankäyttö on ongelmana tällä hetkellä, koska ei tahdo löytyä aikaa lähteä kurssille.
- Valokuvauksen peruskurssi, ranskan kieli, korukurssi
- Voisin opiskella kieliä, askartelua, musiikkia, esim. pianonsoittoa, laulua, tanssia, leipominen olisi myös mukavaa.

Ikäryhmä 50–54 vuotta, nainen (47 vastaajaa)

- (yksin) laulaminen, piirtäminen, maalaus ...
- ammatillisuutta kehittävä: opetusala
- Ehkä kielet, englanti, italia, ruotsi
- englannin kieltä, venyttelyliikuntaa
- Erikoiskäsitöitä
- karjalan kielen kurssi, tanssiliikunta
- kielet, käsityö, liikunta
- kielet, käsityöt, piirustus/maalaus
- kielet, liikunta, tekstiilityö
- kielet, ruotsi, englanti, jotain muuta
- Kielet, valokuvaus
- kielet: venäjä/ruotsi (alkeet, perus ja kertaus) ja englanti (yliopistotaso), espanjan alkeista ->, ranska alkeista ->, kankaankudonta -> aihe: räsymattojen teko käytännössä
- Kotitalous, kielet, yleissivistävät aineet
- Kotitalous, yleissivistävät aineet/luennot/sarjat
- Kudonta/nypläys, värianalyysi
- kuorolaulu, itämainen tanssi, huonekalujen entisöinti ja kielten opiskelu
- Kuorolaulua
- kädentaidot
- kädentaitoihin liittyvällä, liikunta
- Kädentaitoja, kuvataide, tekstiili, tekninen työ sekä liikunta
- Käsityö
- Laulun opetus
- Liikunta
- Liikunta, ensiapu, luentosarjoja
- Liikunta, fengshui, pilates
- Liikunta, kielet, tietotekniikka
- liikunta, kuvansiirto
- liikunta, käsityöt, kielet

- Liikunta, luennot
- Luonnonvaraan liittyvillä
- Runotaide tai musiikkitaide
- Ruuanlaitto (teemakurssit), "ajankohtainen" askartelu (joulu tms.), entisöinti
- ruuanlaitto eri teemoilla
- Ruuanlaitto ja leivonta
- Savityö, kukkasidonta, askartelu
- Sisustus, puutyö, käsityö, ruoka, entisöinti, liikunta
- Suomen kieli, käsityö, kudonta, ompelu, tekninen käsityö
- Tanssi/liikunta
- Tarjonta on mielestäni nyt jo kattava ja sisältää paljon kiinnostavia kursseja. Minun ongelma on yksinkertaisesti aika. Osallistuisin mielelläni, mutta kaikkea ei millään ehdi, olen mukana useammassa yhdistystoiminnassa, valintoja osallistumisen suhteen tulisi tehdä kohdallani. Yksi on kuitenkin, tanssiharrastuksesta, flamenco puuttuu Kajaanista. Sitä voisinkin tulla harrastamaan.
- Tarjonta riittävä, mutta ajallisesti vuorotyöläisen on vaikea aloittaa kursseja.
- Tasokas opetus edustusruuissa, tanssi ja musiikki
- tekninen työ, laulu
- Terveysteen liittyvät (painonpudotus yms.), liikunta, erilaisia lajeja, kädentaidot, askartelu, posliininmaalaukset, tiffany (esim. paju-, risu-, olkityöt, joulupääsiäiskortit ja -koristeet)
- tietotekniikka, mielenterveys, päihteet (alkoholiongelma)
- Tietotekniikka, jos niitä olisi muuallakin kuin kaupungissa. Jos kurssien hinnat olisivat alhaisemmat, voisi osallistua useammalle kurssille.
- viikonloppukurseilla
- Öljyväriytyöt

Ikäryhmä 60–64 vuotta, nainen (50 vastaajaa)

- arkuntekokurssi
- Atk, kädentaidot
- Edelleen kielet, ehkä tekninen käsityö ja ilmaisutaito. Hinta: reaalisesti ajatellen hinta on sopiva, mutta jos pieneläkeläinen haluaisi osallistua useammalle kurssille, silloin se olisi kallis.
- ehkä kuvataide? joskus kirjallisuuden lisäksi
- enempi liikunnallisia kursseja
- internet
- itämainen tanssi, perusliikevääntöä, helppoa tanssia, ei vaikeita askelkuvioita; zumba; lyhytkurssilla esim. betoniveistos pihalle, hopeaketjut ja -korut; matkailu ja siihen liittyvää täsmätietoa eri valtioista
- Kalligrafian alkeet + jatko, rikkaruohot pataan, suomen luonnonvaraiset kasvit ruokana ja rohtona, päiväkäsitöitä tai keskenjääneiden loppuun tekeminen, puutyöt sunnuntaisin, naisten puutyöt. Jos esimerkiksi jollekin kurssille on tungosta, arvotaan aloituspaikat, ja ne ovat kaksivuotisia ja sitten kierto. Puutyökurssit: hinnat alemmaksi, opistolla oleva tarvikemaksu on tarpeetonta

rahastusta, kun muutenkin kurssit tuntuvat olevan lyhyempiä ja kalliimpia, mihin olen tottunut Etelä-Suomessa.

- kielet
- kielet
- Kielet ja yleissivistävät luennot
- Kieli: Englanti
- kielikurssi
- kieliä lyhyillä intensiivikursseilla, hinta myös tärkeä
- Kieliä, kuorolaulu
- Kieliä, piirustusta ja maalausta, ruuanlaittoa (arkiruokaa, vastaaja on uusavuton)
- Kieliä, tietotekniikka
- Kuunnella luentoja esim. aiheista: maailmanhistoria, suomenhistoria, politiikan aiheet, talouteen liittyvät aiheet (ei omaan talouteen)
- Kuvaamataide
- kuvataide: kaikkea mahdollista; kulttuurihistoriaa; matkailukurssi, jokin kohdamaa tai ala, esim. puutarhamatka, taidematka, teatterimatka, keskiaikamatka, ekomatka, erämaamatka, metsämatka, liikuntamatka, ruokamatka, maatilamatka ...
- kuvataiteet, erikoiskäsityöt
- kädentaidot, tietotekniikka, liikunta, lyhytkursseja viikolla
- Kädentaito
- kädentaito, esim. ompelu, kudonta, erikoiskäsityöt
- kädentaitoja
- käsityöpainotteinen
- käsityöt
- leivonta ja ruoanlaitto, edelleen kieliä, englannin työelämään sovellettu kurssi, oman alan sanastoa
- Liikunta
- liikunta, erilaiset tekstiilikäsityöt, kädentaitokursseilla
- liikunta, kotitalous, yleissivistävät aineet, luennot
- Liikunta, luentosarjat (yleissivistävät aineet), musiikin ymmärtäminen/äännet, luennot
- Lyhyehköjä taidekursseja (esim. grafiikka, maisemamaalaus); 1) kreikan kielen alkeiskurssi, 2) italian jatkokurssi, 3) espanjan ja ranskan jatkokurssit (yksi kieli/vuosi)
- musiikki, kielet
- Nukkekurssi, sukahousutekniikalla, huovutustekniikalla, posliinin valunakin
- Oma piiri 60-70 v. ikäisille ihmisille esim. keskustelukerho, jossa vetäjä. Yli seitenkymppiset vallanneet eläkeläistenkerhot ym.
- Reborn-nukke (teorian oppia) olisi erittäin mielenkiintoinen aihe. Ajankohta olisi paras illalla. Olen työssäkäyvä ihminen ja en ole Kajaanissa huomannut vielä kyseistä oppiainetta.
- Sukututkimus, musiikki, liikunta
- taide ja käsityö

- taidehistoriaa (kuvataide, musiikki) ilta-aikaan, jolloin työssäkäyväkin voisi osallistua
- Taiteet
- Tanssikursseja, ei senioritansseja
- tekstiili, kudonta, erikoiskäsityöt
- tietokoneen käyttöön opastusta
- Tietokonekurssi, tanssikurssi, tyyli/värianalyysikurssi, joku yleissivistäväkurssi
- tietotekniikka
- tykkimyskurssi
- Valokuvausta ja kuvien käsittelyä, vanhuksille kännykän käyttöä, muutaman päivän kurseja eri osa-alueilta
- Vammaisten kädentaitojen
- Yli 40 km:n matka talvipakkasella ja tuiskuissa ei innosta opiskeluun kaupungissa. Täällä Otanmäessä kurseja ei järjestetä enää. Erikoiskäsityökurssit on, mutta sen hinta on erittäin kallis pieneläkeläiselle.

Miesten kurssitoiveet

Ikäryhmä 20–24 vuotta, mies (9 vastaajaa)

- esim. kieli- ja kuvataidekursseilla
- kehruukurssi
- kielet, musiikki
- Laulu (soolo), piano
- Liikunta ja musiikki
- metallityö, cad-suunnittelu
- Metsästyksen ja kalastuksen liittyviä kurseja
- musiikki, kielet
- Tekninen työ, kotitalous, musiikki, tietotekniikka

Ikäryhmä 30–34 vuotta, mies (13 vastaajaa)

- Englanti
- Historia, erityisesti paikallinen
- Kielet, musiikinteoria, yleinen historia/sotahistoria
- Kielet, soittaminen (esim. kitara)
- Kielikursseilla, tietotekniikkaan liittyvillä kursseilla
- Kielikurssit
- Kielikurssit: erityisesti ruotsi, saksa; valokuvauskurssit (monipuolisemmin kuin nykyisesti), suullinen viestintä, ryhmämuotoinen kitarakurssi (alkeis, esim. Helsingissä järjestetään)
- kitaransoiton peruskurssi, yrittäjyyteen liittyvät kurssit, kirjanpito
- laulu, kädentaidot
- Luentoja

- Musiikki/kitara
- Nykyisistä vaihtoehdoista kiinnostaa enintään kokkaus ja kielikurssit.
- puutyöt, metallin työstö

Ikäryhmä 40–44 vuotta, mies (26 vastaajaa)

- Atk: Excel, Word 2010
- Elokuva/teatteri
- Ensiapu
- espanjaa edistyneille, ei pelkkiä alkeiskursseja
- jokin liikunta, kieli
- Kielen opetus, liikunta
- kielet
- kielet
- Kieliä, taideaineita, käsitöitä
- Korukurssi (kivikorujen valmistus), puutarhakoristeiden valmistus
- Kädentaitojen lyhytkursseja, esim. pajutyöt, huovutus jne. Teema-askartelua: Joulukuusi, pääsiäinen jne. Liikunnassa olisi hyvä, jos samalla maksulla voisi osallistua useampaan jumppaan, mikä milloinkin sopii aikatauluun, ja maksu olisi vaikka vähän korkeampi.
- maantiedettä, maantietoa, geologiaa
- Metallikäsityöt, kielet
- Musiikki, laulu, kitaransoitto
- musiikkia ja jos olisi metallitöitä, niin myös sitä
- Panostajan pätevyyskurssi olisi hyvä, sekä rakennusmestarin tutkinto
- Puutyö, entisöinti, verhoilu, valokuvaus
- tekninen käsityö
- Tietokone juttuja pitäisi oppia, koska olen siitä aivan pihalla. Ei ole järkevää kurssia, koulua tai opistoa, jossa voisi tyhmempikin opetella alusta pitäen.
- Tietotekniikkaa, elektroniikkaa (radiotekniikkaa), matematiikkaa, teknistä käsityötä, kalastus (verkot, rysät), metsästys (pienetoppyynti, pyydykset)
- Tällä hetkellä ei aikaa, mutta jos olisi niin esim. venäjän kielen
- urkutaidekurssi
- veneenrakennus ja pienkonekorjauskurssit kiinnostaa
- Voimauttava valokuvaus ja digikuvauksen perusteet samassa paketissa
- WordPress, HTML5, JavaScript, julkaisujärjestelmät, Photoshop
- Yleissivistäviä, kädentaitokursseja

Ikäryhmä 50–54 vuotta, mies (15 vastaajaa)

- asuntojen remontointi ja korjaus, kalastusopastusta
- Atk, luontoon liittyviä
- Excel-taulukkolaskenta, englanti, oikeustiede
- kalastukseen ja luontoon liittyvillä
- kalastus, luontaistuoteala

- Kielet: venäjä, kiina, englanti, arabia, suomi, ranska. Tekniset työt: puutyö, atk: asennus/huolto
- kielikursseilla, etenkin italian kieli kiinnostaisi
- Kielikurssilla
- kotitalous, käsityöt, kielet
- mehiläishoito
- Puunveisto ja retropuutyöt
- puuntyöstö, esim. sorvaus, ajankohta voisi olla viikonloppu
- Tietotekniikka terveydenhoidossa
- vironkieli, puutyö, metallityö
- yleissivistävillä; tietotekniikan harrastekurssit; kielikurssit

Ikäryhmä 60–64 vuotta, mies (18 vastaajaa)

- ehkä hieman enemmän kättentaitoja vaativia kursseja
- En osaa sanoa, esim. veneen teko.
- erikoiskäsityöt, tekninen käsityö, kotitalous ja liikunta
- Etupäässä kieliä (englanti), videokuvauskin kiinnostaisi
- kielet, yleissivistys, historia, musiikki
- kielikursseilla, jos olisi aikaa
- Kielikurssilla, atk-kuvankäsittelykurssilla
- Käsityö (puu, metalli)
- liikunta, mahdollisesti kielet, esim. saksa
- Liikunta, puutyö, entisöinti, verhoilu
- Liikunta, tekninen käsityö, tietotekniikka
- liikunta, tietotekniikka
- Musiikki (seniori)
- Puutyöt, askartelu, entisöinti, tietotekniikka, liikunta, matkailu, metsänhoito
- Puutyöt, veneentekokursseja
- Päiväkursseilla, kielet
- tietokonekursseja
- tietotekniikka, yksinlaulu

Kysymys 13. Teille mieluisin kurssin pituus olisi muu, mikä?

Huom. Monivalintakysymyksessä oli ohjeistettu valitsemaan vain yksi vaihtoehto, joten useamman vaihtoehdon valinneet on luokiteltu seuraaviin avoimiin vastauksiin omin sanoin vastanneiden lisäksi. Näihin avoimiin vastauksiin on luokiteltu 129 vastaajan vastaukset, joiden vastauksissa oli yhteensä 270 mainintaa eri kurssien pituuksista.

Syyskauden kurssi, 1 kerta viikossa	68
Kevätkauden kurssi, 1 kerta viikossa	64
Lyhyt viikonloppukurssi	52
Koko lukuvuoden pituinen kurssi, 1 kerta viikossa	42
1-2 kk intensiivikurssi, joka kokoontuu monta kertaa viikossa	14
sopiva pituus riippuu opiskeltavasta aineesta	3
syys, kaksi kertaa viikossa	2
5 päivää/viikko	1
5-10 kerran lyhyet kurssit atk:ssa, yksinlaulu lukukauden	1
aamu- ja iltakurssi vuoroittain	1
En rajaisi kurssin pituutta ja aikaa, järjestäjä tietää.	1
esim. 1 kerta kahdessa viikossa	1
illan lyhytkurssi	1
Iltakurssi	1
Klo 10-12	1
koko lukuvuoden kurssi, useamman kerran viikossa	1
Koko vuoden lukuvuoden pituinen kurssi, 1 tai 2 krt/vko	1
luentosarjat 1-2 krt/vko	1
Lyhyt iltakurssi arki-iltoina peräkkäisinä iltoina	1
lyhytkursseja voisi olla myös arki-iltoina, esim.	
kahtena iltana peräkkäin.	1
Lyhyt viikonloppukurssi (matonkudonta), syys/kevät/koko	
lukuvuoden kurssi (kielet)	1
lyhyt viikonloppukurssi sopii joihinkin, koko lukuvuoden	
pituinen kurssi, 1 kerta viikossa (liikunta/kielet)	1
lyhyt, ei viikonloppuna pidettävä kurssi	1
lyhytkurssit, ei viikonloppuja kokonaan, vaikka pari lauantaita	1
Monimuotoinen syyskaudenkurssi	1
muutaman päivän kestävä kurssi	1
muutaman viikon kestävä viikonloppukurssi, ei kokoontumisia	
arkena	1
muutaman viikon kurssi, joka ilta	1
päivällä järjestettäviä kursseja enemmän.	1
päiväsaikaan (työttömällä aikaa)	1
Riippuu kurssista: lyhyt viikonloppukurssi (spesiaaliturssi),	
koko lukuvuoden kurssi (liikunta harrastus)	1
Sopeutuu aikatauluun	1
Yhden päivän kurssi viikossa	1

Kysymys 14. Mielestänne paras kurssimuoto on tilauskurssi joko opiston tiloissa tai omalla työpaikallanne, mikä kurssi?

Kielikurssi 2

Edustusruuan valmistus / alkupalat, sushit yms.

Kuntonyrkkeily

Kuvansiirto

Opiston tiloissa

Panostajan pätevyyskurssi ja rakennusmestarin tutkinto

Reborn-nukke, opiston tiloissa

Riistaruokaa, kala

Ruokakurssi

Saamen kielen puhekurssi

Semmoinen, missä ihmiset kokoontuu opiskelemaan yhteen paikkaan, ei tietokoneilla

Terveysten ja hoitoalankurssi

Tietokoneen opastusta omalla koneella ehdottomasti kotona olisi paras.

Kysymys 16. Harrastukseenne liittyvät seuraaviin aloihin, mikä liikuntamuoto tai muu harrastus?

Liikuntamuoto, mainintoja

Juoksu/lenkkeily	31
Hiihto	25
Jumppa	24
Jooga	20
Tanssi	20
Kuntosali	13
Pyöräily	13
Uinti	13
Zumba	13
Kävely	10
Venyttely	10
Kuntoilu	7
Golf	5
Sauvakävely	5
Kahvakuula	4
Kuntojumppa	4
Pilates	4
Aerobic	3
Hevosurheilu	3
Joukkuelajit (esim. salibandy, koripallo)	3
Jääkiekko	3
Kestävyyslajit	3
Nyrkkeily	3
Pallopelit	3
Vesijumppa/-juoksu	3
Flamencotanssi	2
Kehon- ja painonhallinta	2
Kuntonyrkkeily	2
Laskettelu	2
Lihaskuntoharjoitus	2
Luistelu	2
Mökkeily	2
Patikointi	2
Rullaluistelu	2
Spinning	2
Sulkapallo	2
Suunnistus	2
Ulkoliikunta	2
Alexander-tekniikka	
Avantouinti	
Flexi-bar -kuntoilu	
Frisbee	

GPS:n käyttö
 Hyötyliikunta
 Jalkapallo
 Kaikki ryhmäliikuntamuodot
 Kalastus
 Kamppailu
 Kehonhuolto
 Keilailu
 Koiraurheilu
 Kävely koiran kanssa
 Lapsi-vanhempi -kerho tms.
 Lasten kanssa liikkuminen
 Lastenlasten kanssa ulkoilu
 Lavatanssit
 Maastopyöräily
 Moottoriurheilu
 Naisten kuntonyrkkeily
 Naisten sähly
 Pehmotennis
 Rentoutus
 Salibandy
 Salsa
 Steppi
 Sähly
 Taiji
 Perheemme lapset/nuoret ovat kiinnostuneita nyt koripallosta, keilailupiiri olisi kiinnostava koko perheen mielestä.
 Senioreille kohdistettua liikuntaa, ohjattua kuntosali harjoitteita yms.

Muu

Matkailu	7
Puutarhanhoito	6
Historia	4
Elokuvat	3
Sisustus	2
Sukututkimus	2
Valokuvaus	2
Askartelu	
Autot	
Elämän hallinta (mietiskely, psykologia, voimaantuminen jne.)	
Entisöinti	
Henkinen kehittyminen	
Kalligrafia	
Korttien valmistus	
Kuvataide	
Lukeminen	

Luonnontiede
Marjastus
Mehiläiset
Metsänhoito
Musiikki
Mökkeily
Omakotitalon kunnossapito
Pelien pelaaminen
Pienten lasten äitinä "lasten kanssa yhdessä" -kurssit kiinnostaisi.
Pihatyöt
Pilliurut
Puutyöt
Remontointi
Sauna
Shoppailu
Sosiaalipsykologia
Viinit, joihin haluaisin perehtyä
Ystävät

Kysymys 17. Kaukametsän opiston tulisi lisätä harrastuksiinne liittyviä kursseja, mitä?

Liikunta

- | | |
|-------------|---|
| Kahvakuula | 3 |
| Juoksukoulu | 2 |
| Pilates | 2 |
- Edullisen hinnan kuntonyrkkeily olisi joskus hyvä. En tiedä onko sitä tällä hetkellä tarjonnassa.
- Enemmän kuntoliikuntaa
- Erilaisia liikuntamuotoja (niiden kokeileminen ja niistä ehkä oman lajin löytäminen)
- Erilaisia tansseja (bailatino, samba), hotjooga, myös paritansseja
- Flamencotanssi
- Hiihtotekniikka
- Jooga
- Juoksukoulu
- Kehonhuolto
- Kuntonyrkkeilykurssi naisille takaisin
- Liikuntakursseja lisää myös Nakertajaan
- Liikuntaryhmiä: voimistelu yms.
- Lyhyitä kertamaksuun perustuvia liikuntakursseja (jumpat, tanssikurssit ym.)
- Maratonille valmistautuminen
- Melontakurssi
- Monipuolisempia ja haastavampia kursseja liikuntaan
- Naisille alkeista lähtevä sähly
- Ohjattua vesijumppaa
- Senioreille kohdistettua liikuntaa, ohjattua kuntosali harjoitteita yms.
- Vesiliikunta
- Zumba
- Zumba (arkisin)

Kielet

- Arabian kielen jatkokurssi jo alkeet hallitseville
- Jos olisi riittävästi opiskelijoita, yliopistotason englanti ja ruotsi
- Kieliä
- Kielten ja matkailun yhdistäminen
- Matkailuenglanti
- Saamen kieli, puhe

Kotitalous

- | | |
|----------------------|---|
| Riistaruokakursseja | 3 |
| Kalankäsittelykurssi | 2 |
| Leivonta | 2 |
| Ruoanlaitto | 2 |
- Arkiruuan valmistusta
- Elintarviketietoutta

Erikoisruokavalioon liittyviä kursseja
 Marjojen ja sienten keräys ja hyödyntäminen
 Ruoanlaittokursseja lisää myös Nakertajaan
 Sienikurssi
 VHH-Dietti

Kuvataiteet

Akvarellimaalaus
 Antiikkia
 Kalligrafia
 Korttien valmistus
 Videokuvaus

Ilmaisutaito, kirjallisuus ja sanataide

Ilmaisutaitoa/draamaa aikuisille
 Lapsille omaa teatteriovetusta: vapaamuotoista esiintymistä
 Lukupiiri naisille

Yleissivistävät aineet ja luennot

Filmejä ja tietoa eri maista ja kulttuureista
 Historian opetusta (ei Kainuun), mutta ei joku kehno luennoitsija
 Kalevalakoruja esittelevä kurssi vanhoista uusiin koruihin
 Luonnontuntemusta, linnut, kasvit, geologia jne.
 Paikallista historiaa eri aikakausilta

Kädentaidot, käsityö

Askartelu, pitkäkestoinen kurssi, esim. liittyen juhlapyyhiin
 Edelleen monipuolisesti kättentöitä
 Kivijalan kursseja
 Kädentaitojen lyhytkursseja, esim. pajutyöt, huovutus jne.
 Käsityö- ja kuvataidekursseja (joihin voi osallistua muutamana iltana, ei tarvitse maksaa välttämättä koko kautta)
 Käsitöitä, esim. neulomista, virkkaamista tai askartelua
 Lyhyitä viikonloppukursseja: käsityöt, kotitalous
 Lyhytkurssit vaatteiden kaavoituksen perusteista, esim. miten tuunataan puse-
 ro/housukaavat eri vartalotyypeille
 Metallityön opetusta
 Naisten puutyö
 Pitsinnypläys
 Sisustus
 Teema-askartelua: joulukuusi, pääsiäinen jne.
 Veneentekokurssi, rysän teko
 Vintage
 Ompelu, tilkkutyöt yms. on niin mennyttä. Jotain nykyään trendissä olevaa käsi-
 työtä tai tuunausta. Vaikka "vanhasta uutta" on varmaan kohta out. Mutta jo-
 tain mikä on nyt tai tulossa "pop"! Katse tulevaan!!

Musiikki

Kansanmusiikki tms. kepeämpi ryhmämusisointi
 Kitaransoiton peruskurssi
 Laulukursseja on liian vähän
 Musiikki
 Pilliurut
 Ryhmämuotoista musiikin opetusta, esim. kitara, hinta kohtuulliseksi
 "Tavallisille" laulajille kuorolaulantaa

Tietotekniikka

ATK jatkuvana kurssina
 ATK: laskujen maksua, sähköpostin käyttöä, asioiden etsimistä internetistä, matkojen tilaamista ym. käytännön asioita olisi vanhanakin kiva oppia
 GPS:n käytön harjoittelua
 Tietokoneen opastusta omalla koneella kotona olisi ehdottomasti paras.

Muita kursseja

Puutarhanhoito	5
Koiranhoitokurssi	2

– esim. jossa opetettaisiin koiran oikeaoppista hierontaa ja muuta tärkeää koiran terveydenhoitoon liittyvää

Eläimiin ja luontoon liittyviä asioita/aihepiirejä
 En ole varma, onko tarjonnassa lapsille jotain/mitään.
 Eränkävynliittävää tietoutta kuten esim. tietoa erilaisista kalastustekniikoista
 Henkinen kehittyminen
 Heppailuun liittyvä kurssi
 Kaikenlaista luontoon ja sen antimien käyttöön liittyvää
 Kalastus
 Koirakoulutus
 Kompostointi
 Metsästys
 Navigaatio
 Pieneläinten käsittely ja hoito
 Puutarhakursseja keväällä lyhytkurssina 1-2 kk
 Yrittäjyyteen liittyvät kurssit, kirjanpito

Muita kommentteja

Aina voi kehittää.
 En osaa sanoa, en ole viime aikoina perehtynyt kurssitarjontaan.
 Enemmän tarjontaa/vaihtoehtoja työssäkäyville
 Luentoja, käytännön juttuja
 Monimuoto-opetusta
 Riittävän pieni ryhmä, innostava opettaja
 Uusia näkökulmia
 Vinkkejä siihen mitä Kajaanissa jo on. Kulttuurin tarjonta on hyvää, mutta suu-remmalle yleisölle vetonauloja: runoviikko jazz-kevääseen jne.

Kysymys 18. Esteenä Kaukametsän opiston palvelujen käytölle on ollut muu, mikä?

Työ

- Vuorotyö/kolmivuorotyö 16 mainintaa
- Epäsäännöllinen työaika - ei tiettyä vapaata, epäsäännöllinen vapaa-aika - useimmiten menossa
- Työaikani estää opiskelun.
- Työkiireet
- Työssä ollessa vapaa-ajan vähäisyys
- Töiden ohessa ei tahdo riittää energiaa opiskeluun, vaikka kiinnostusta ja haluja olisikin.

Kulkumatka kursseille

- Ei ole autoa.
- Ei ole millä kulkea, on liian kaukana toiset kurssit.
- Kulkeminen ajoittain
- Kulkeminen, ei ole omaa autoa. Kajaaniin matkaa 45 km. Busseja ei juuri kulje iltaisin tai viikonloppuisin.
- Kurssin maantieteellinen sijainti: ei ole paljon kiinnostanut ajella suuntaansa 50 km, että pääsee kurssille.
- Kurssit niin kaukana, ei tule lähdettyä illalla enää kaupunkiin, kun päivät on siellä töissä.
- Liian kaukana.
- Liikenneyhteydet, ei kulje busseja keskustaan ja tänne meidän alueelle, iltaisin ja viikonloppuisin sama ongelma. Talvella liian kylmä sää pyöräillä
- Matka
- Matka Lohtajan ympäristöstä kaupunkiin
- Matkan pituus kurssipaikalle
- Pitkä matka Vuolijoelta Kajaaniin

Kursseille ei mahdu

- En saanut opiskelupaikkaa.
- Haluttuun kurssiin/ryhmään ei ole mahtunut.
- Musiikissa laulukursseille ei ole mahtunut.
- Olen ymmärtänyt, että käsityöpiirit on jo "ennakkoon" täynnä. Nyt eläkkeellä olisi aikaa kyllä.

Kurssin aika

- Haluamani kurssit ovat samaan aikaan.
- Kello 16.15 alkavia: suoraan töistä, esim. pilates
- Useat liikuntakurssit ovat liian myöhään. Viimeistään kello 18 alkava kurssi olisi hyvä!
- Usein kielikurssit ovat päällekkäin, samoin eri liikuntamuodot.

Kurssin hinta

- Hinnoitteluun muutos, syksy erikseen, kevät erikseen, mahdolliset tuntihinnat
- Korkea kurssien hinta! Pitäisi olla yksi maksu, jolla voisi osallistua useampaan kurssiin.
- Kurssien hinnat ovat aika kalliita, nousevat koko ajan, varsinkin niissä, jotka kiinnostavat enemmän minua. Työtön joutuu miettimään, että onko varaa lähteä harrastamaan mitään kalliimpaa.
- Kurssin hinnat ovat aivan liian korkeat, esim. teknisen työn osalta, koska tarvikkeet sinällään jo maksavat tekijälle. Tarvikemaksuun sisältyvät hiomapaperit, liima ja poratapid maksavat suhteessa aivan liikaa.
- Lisää luovia kursseja, tutustukaa muiden opistojen tarjontaan ja alentakaa hintojanne. Samanpituiset kurssit ovat täällä Kainuussa hurjan kalliita, ei luulisi, että saatte vähemmän avustuksia kuin mikä muu tahansa opisto.
- Olen eläkeläinen eli eläkealennusta saisi antaa kaikkiin harrastuksiin mitä Kaukametsässä on.
- Opiskelijoille voisi antaa kursseista jonkin verran halvemmän hinnan.
- Tulee kalliiksi. Kurssimaksu liian suuri ja näillä bensanhinnoilla melkein 100 km/käyntikerta. Kaikkea ei olisi pitänyt lakkauttaa syrjäkyliltä, koska sieltä loppuu silloin kaikki, eikä ole tasapuolisesti oikein maalla asuville.

Muu syy

- | | |
|--|-------------|
| – Aikaansaamattomuus, laiskuus tai innostuksen puute | 9 mainintaa |
| – Sairaus | 5 mainintaa |
| – Ei kiinnostusta tällä hetkellä | 4 mainintaa |
| – Asuminen toisella paikkakunnalla | 2 mainintaa |
| – AMK-opiskelu päättyy keväällä 2013, sitten on aikaa. | |
| – Ei ole tällä hetkellä tarvetta opetukselle. | |
| – En koskaan käy. | |
| – En ole kuullut koko Kaukametsästä. | |
| – Kaksivuotiaalle pojalle lapsenvahti kurssin ajaksi | |
| – Kielitaidon puute | |
| – Kielitaito | |
| – Kodin sisustus -kurssilla oli liian vähän osallistujia. | |
| – Kurssi ei ole toteutunut. | |
| – Liian tuntematon ympäristö ja tavat, ja en ole saanut kaveria mukaan, ja yksin en uskalla, kun tuntematon paikka | |
| – Liian vähän osallistujia ja kurssi on peruttu | |
| – Musiikkiharrastukseni musiikkiopistolla vie suuren osan vapaa-ajastani. | |
| – Olen asunut Kajaanissa pari vuotta, paluumuuttaja vuodelta 1969. | |
| – Oma saamattomuus. Kiinnostavia kursseja on ja aina aikomustakin aloittaa, mutta sitten into lopahtaa. | |
| – Opettaja | |
| – Opettajan pätevyys | |
| – Osallistuin yhdelle kurssille, mutta jouduin keskeyttämään, koska kurssi ei täyttänyt odotuksia. | |

- Pitäisi ensin käydä kurssi siitä, mille kurssille sitä kanttaisi osallistua. Tietokoneju-
tuista viisi sivua kurseja, eikä niistä kukaan älyä, että mihin kaikkeen sitä pitäisi
osallistua. Pitäisi jokaisesta pulittaa 20–30 euroa. Jos homma olisi jotenkin ym-
pätty kokonaisuudeksi. Sitä oletetaan, että vain eläkeläiset ei osaa käyttää tieto-
konetta. Toisaalta illalla ei aina kehtaisi lähteä, kun on päivällä aikaa.
- Puutöihin pitäisi tuoda omat käsityökalut, ennen olivat Kuurnan koulut työkalut
"talon puolesta".

Muita kommentteja

- En ole kokenut esteitä palvelujen käytölle. Kurssitarjonta on ollut monipuolista, ja
aina olen voinut valita itselleni parhaiten sopivan kurssin.
- Jään odottamaan mielenkiinnolla tulevia kurseja.
- Kaukametsään enemmän konsertteja. Ei kaikilla ole mahdollisuus lähteä Kuh-
moon tai Sotkamoon.
- Olen aina löytänyt mitä olen halunnut.
- Olen lähes 30 vuoden ajan selannut joka vuosi opinto-opasta tarkkaan, mutta ei
sieltä löydy minulle sopivia kurseja. Olen esittänyt toivomuksia, mutta ei men-
neet läpi tai jostain syystä onnistuneet.
- Tosi innostava kurssi tekee tilaa kalenteriin!
- Vielä erityishuomio: Tämän kevään liikunnan lisäkurssit huhti-kesäkuussa ovat
mainio lisä. Mutta ne eivät erotu netti-ilmoittautumisessa (Hellewi) lainkaan, kun
ne ovat sekaisin jo päättyneiden kurssien lomassa. Parempaa näkyvyyttä uusille
kurseille!