

Olli Kananen

**SUOMEN ILMAILULIITON JÄSENISTÖN MIELIPIDE- JA TYYTYVÄISYYS-  
TUTKIMUS**

Opinnäytetyö

Kajaanin ammattikorkeakoulu

Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon koulutusala

Liiketalouden koulutusohjelma

Kevät 2008



Koulutusala Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon koulutusala	Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma
Tekijä(t) Olli Kananen	
Työn nimi Suomen Ilmailuliiton jäsenistön mielipide- ja tyytyväisyystutkimus	
Vaihtoehtoiset ammattipinnot	Ohjaaja(t) Yrjö Rautanen Toimeksiantaja Suomen Ilmailuliitto (SIL)
Aika Kevät 2008	Sivumäärä ja liitteet 53 + 56
<p>Suomen Ilmailuliitto (SIL) päätti syksyllä 2007 tehdä jäsenistönsä mielipide- ja tyytyväisyystutkimuksen. Tutkimus toteutettiin kevään 2008 aikana. Osana tutkimusta oli jäsenlehden, ILMAILU-lehden, lukijatutkimus. Tarkoituksena oli saada ajantasaisia tietoja jäsenten mielipiteistä ja tyytyväisyydestä liiton toimintaan sekä jäsenlehden luku-ottumuksista ja lehden aiheiden kiinnostavuudesta.</p> <p>Tutkimus suoritettiin kirjekyselynä. Liiton toimintaa koskevat kysymykset laadittiin SIL:n nykyisten ydintoimintojen, vision ja 2008 - 2012 strategian painopistealueiden sekä edellisen, 1994 tehdyn, tutkimuksen kysymysten pohjalta. Lehtiosion kysymykset käsittelivät lehden eri aihepiirien kiinnostavuutta ja lukutottumuksia yleensä. Kyselylomake postitettiin 496:lle jäsenrekisteristä satunnaisesti valitulle jäsenelle. Täytettyjä lomakkeita palautettiin 124 kappaletta. Vastausprosentti oli siis tasan 25.</p> <p>Tutkimus osoitti selvästi, että jäsenet ovat pääasiassa tyytyväisiä SIL:n toimintaan ja toiminnan painotuksiin, sekä kokevat liiton organisaation onnistuneen tehtävissään. Negatiivisia vastauksiakin tuli, mutta ne olivat selvästi vähemmistönä. SIL- osion avoimen kysymyksen vastaukset olivat enemmän terveisiä kuin konkreettisia kehittämissuhteita. Lukijatutkimusosiossa huomattiin, että eri lajien harrastajat halusivat lukea enemmän omaa lajiaan koskevia artikkeleita. Tämä tuli ilmi avoimen kysymyksen vastauksissa. Muuten ILMAILU-lehti koettiin yleisesti laadukkaana ja kiinnostavana. Taustatietojen vastausten jakaumat osoittivat otoksen rakenteen olevan samansuuntainen kuin jäsenrekisterissä. Näin voitiin katsoa otoksen olleen riittävän edustava.</p> <p>Tuloksia tullaan käyttämään liiton toiminnan kehittämisessä enemmän jäsenistön toiveita vastaavaksi. Samoin jäsenlehteä voidaan muokata sen mukaan, mitä ilmailun harrastajat ja muut liiton jäsenet haluavat sen sisältävän. Lukijaprofiilin tietoja voidaan käyttää myös esim. ilmoitusmyynnissä.</p> <p>Tulevaisuudessa tällainen kysely olisi syytä tehdä säännöllisesti, ainakin parin vuoden välein. Siten tiedettäisiin mielipiteiden suuntaukset ja niiden mahdolliset muutokset, joita voitaisiin hyödyntää toiminnan suunnittelussa. Seuraavissa tutkimuksissa voidaan tarkentaa käsiteltävää aihetta, muuttaa selvitetävien asioiden painotusta ja korjata tässä tutkimuksessa esille tulleita virheitä ja epätarkkuuksia.</p>	
Kieli	Suomi
Asiasanat	Asiakastyytyväisyys, lukemistutkimus
Säilytyspaikka	<input type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun Kaktus-tietokanta <input type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto

School Business	Degree Programme Business Administration
Author(s) Olli Kananen	
Title Member Opinion and Satisfaction Research for Finnish Aeronautical Association	
Optional Professional Studies	Instructor(s) Yrjö Rautanen
	Commissioned by Finnish Aeronautical Association (FAA)
Date Spring 2008	Total Number of Pages and Appendices 53 + 56
<p>The Finnish Aeronautical Association (FAA) decided in autumn 2007 to make a research of opinions and satisfaction of its members. The research was carried out during spring 2008. As a part of the project there was a reader research of the ILMAILU(AVIATION) magazine. The purpose of the research was to receive up-to-date information on both members' opinions and satisfaction, and the reading habits of the magazine.</p> <p>The form of the research was a letter survey. The questions of the survey were designed on the basis of the recent main activities of FAA and the 2008-2012 FAA vision and strategy and also, the former research in 1994. The magazine sector consists of questions concerning themes and reading habits in general. The questionnaire was mailed to 496 randomly selected members. 124 filled forms were returned, giving the response percentage of 25.</p> <p>The result of the research indicated that the members were mostly satisfied with FAA and its activities. Negative feedback was also received, but it was a minority. The replies for the open question concerning FAA were more greetings than really development suggestions. It was noticed in the reader sector open question that the members wanted to read more of their own interests. Otherwise ILMAILU was considered as an interesting quality magazine.</p> <p>The results will be used in developing the activities of FAA. Also the ILMAILU-magazine can be revised according to the wishes of the aviators and other members. The profile of the readers can be used for example in selling space to advertisers.</p> <p>In the future this kind of research should be conducted regularly, at least every other year. Thus, the changes and the trends of the opinions could be used when planning activities. The errors and mistakes of this research can be corrected in the following studies.</p>	
Language of Thesis	Finnish
Keywords	Customer satisfaction, reader research
Deposited at	<input type="checkbox"/> Kaktus Database at Kajaani University of Applied Sciences <input type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

## ALKUSANAT

Jo kolme vuosikymmentä kestänyt ilmailuharrastukseni, purjelento, oli sysäyksenä tämän aiheen valintaan. Tiedustelin Suomen Ilmailuliiton (SIL) toiminnanjohtajalta, Kai Mönkköselältä, jo keväällä 2007, olisiko liitolla mitään kysely- tai tutkimustarpeita. Vasta loppusyksyllä 2007 aihe varmistui. Innokkaana harrastajana ”tartuin syöttiin” ja päätin ottaa SIL:n jäsenten mielipide- ja tyytyväisyystutkimuksen opinnäytteeni aiheeksi. Aikataulu oli tiukka iltaopiskelijalle ja aihealue laaja, mutta joitakin tutkimuksen tuloksia voitiin käyttää ja käytettiin jo ennen, kuin työ oli lopullisesti valmis. Samalla, kun tein opintoihini liittyvän työn, autoin toivottavasti harrasteyhteisöni kehittämistä. Tosi mukavaa oli yhdistää opinnäytetyön tekeminen harrastukseen. Välillä jopa tuntui, että en koulutyötä tekisikään.

Kajaani, toukokuu 2008



## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA SEN MUODOSTUMINEN	3
2.1 Asiakkuusajattelun perusteita	3
2.2 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen	7
2.3 Asiakastyytyväisyyden tutkiminen	13
2.4 Asiakastyytyväisyystutkimuksen tavoitteet	15
2.5 Asiakasuskollisuus ja sitoutuminen	15
2.6 Tutkimuksen harhoja	18
3 TUTKIMUS JA SEN SUORITTAMINEN	20
3.1 Tutkimuksen tarkoitus	20
3.2 Tutkimusmenetelmän valinta	20
3.3 Otos	21
3.4 Kyselylomakkeen laatiminen	21
3.5 Kyselyn suoritus	22
3.6 Datan tallennus ja käsittely	22
3.7 Vastausten analysointi	22
3.8 Raportointi	23
4 TUTKIMUKSEN TULOKSET	24
4.1 Ilmailuliitto-osio	25
4.2 ILMAILU-lehtiosio	33
4.3 Vastaajien taustatiedot	39
5 YHTEENVETO TUTKIMUKSEN TULOKSISTA	46
5.1 Ilmailuliitto-osio	46
5.2 ILMAILU-lehtiosio	47
5.3 Vastaajien taustatiedot	47
6 POHDINTA	49
LÄHTEET	51

## LITTEET

## 1 JOHDANTO

Vuonna 1919 perustettu Suomen Ilmailuliitto ry. (SIL) on urheilu- ja harrasteilmailun valtakunnallinen keskusjärjestö ja kansainvälisen ilmailuliiton FAI:n (Fédération Aéronautique Internationale) jäsen. Toimintalajeja ovat moottorilento, purjelento, experimental-lentotoiminta, ultrakevytlentäminen, riippuliito, varjoliito, kuumailmapallolentäminen, laskuvarjourheilu, nousuvarjot ja lennokkitoiminta. Ilmailuliitto myöntää urheiluilmailun kansainväliset kilpailulisenssit, tarkkailee ja rekisteröi ennätyksiä ja lähettää osanottajia kansainvälisiin kilpailuihin. Jäsenkerhoja on yli 260 ja jäseniä noin 10 000. Kerhot ovat jakaantuneet melko tasaisesti ympäri maata. Jonkin ilmailulajin kerho löytyy lähes jokaisesta kunnasta. (SIL.)

ILMAILU-lehteä SIL on julkaissut jo vuodesta 1937 alkaen. Lehti ilmestyy 10 kertaa vuodessa ja se käsittelee liiton omien harrastealojen lisäksi liikenne- ja sotilasilmailuun sekä lentoturvallisuuteen liittyviä aiheita. (SIL.)

SIL:n toiminta-ajatus on *urheilu- ja harrasteilmailun edistäminen Suomessa*. SIL:n visiona on, että *ilmailu on haluttu laji, johon on helppo tulla*. Tämän vision toteutumista SIL pyrkii toiminnallaan edistämään. Strategiaan on valittu kuusi eri osa-aluetta, joiden kautta vision toteutumiseen pyritään vaikuttamaan. Nämä osa-alueet ovat harrastajat, koulutus, ilmailukeskukset, kilpaurheilu, yhteiskuntavastuu ja hallinto. (SIL strategia 2008-2012.)

Toimintastrategian toteutumisen seuraamiseksi ja sen oikeellisuuden varmistamiseksi SIL päätti syksyllä 2007 suorittaa tutkimuksen, jossa selvitetään jäsenistön tyytyväisyyttä, mielipiteitä, sekä toiveita ja odotuksia liiton toiminnasta. Miten SIL voisi kehittää saatujen tietojen perusteella toimintaansa enemmän jäsenten toiveita ja vaatimuksia vastaavaksi? Ovatko liiton visiot ja strategiat jäsenten odotusten mukaisia? Onko SIL jäsenten mielestä yleensä onnistunut tehtävissään? Miten jäsenetuja arvostetaan? Mitä mieltä jäsenet ovat jäsenlehdestä ja sen aiheista? Mitä lehden halutaan sisältävän ja miten lehteä luetaan? Saadaanko jäseniltä konkreettisia parannusehdotuksia SIL:n toimintaan ja toiveita ILMAILU-lehden sisältöön? Aikaisempi laaja tutkimus oli suoritettu 1994, joten tuoreempia tietoja kaivattiin.

Teoreettisena viitekehyksenä käytettiin asiakastyytyväisyyden, asiakasuskollisuuden ja sitoutumisen käsitteitä ja näiden keskinäisiä yhteyksiä. Tätä teoriaperustaa sovellettiin myös järjestöjen jäsenten tyytyväisyyden tutkimisessa.

Tutkimus suoritettiin kirjekyselynä ja vastausdata käsiteltiin Excel- ja SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) -ohjelmilla. Raportti muotoiltiin opinnäytetyöksi.

Tyytyväisyys- ja lukijatutkimuksista on jatkossa tarkoitus tulla osa Ilmailuliiton pitkäjänteistä kehitystyötä, eli tulevaisuudessa tutkimukset toteutetaan säännöllisesti. Tämä mahdollistaa myös sen, että tutkimusten painotuksia voidaan tarvittaessa muuttaa ja kehittää vastaamaan tarkemmin määriteltyjä tutkimustavoitteita ja mahdollisia uusia haasteita.

## 2 ASIAKASTYYTYVÄISYYS JA SEN MUODOSTUMINEN

Teoriaosassa käsitellään asiakastyytyväisyyden muodostuminen alkaen organisaation asiakas-keskeisestä (myös asiakaslähtöisestä) toiminnasta ja päätyen asiakkaan tyytyväisyyteen, sitoutumiseen ja asiakasuskollisuuteen. Asiakkuusajattelu yleensä on laajaa ja monimuotoista, teorioita on lähes yhtä monta kuin kirjoittajiakin, joten lähteinä on käytetty useita eri teoksia. Lähdekirjallisuus on enimmäkseen kotimaista. Esimerkkeinä joidenkin käsitteiden määrittelystä mainittakoon: ”Asiakaslähtöisyyden käsitettä pidetään vakiintumattomana, sen sisältö ja määrittely on epäselvää.” (Maaniittu ym. 2002, 34.) ”Yhtenä ongelmana on organisaation tarjoama tuote ja sen määrittely. Sitä ei ole kukaan kovin onnistuneesti tehnyt. Lähtökohtana voidaan pitää sitä, että tuotteen avulla asiakas saa lisäarvoa.” (Lehtinen 2004, 17.)

Asiakastyytyväisyys on termi, joka kuvastaa asiakkaan odotusten täyttymistä. Asiakastyytyväisyys yritysmaailmassa on yksi tärkeimpiä tavoitteita kestävän kehityksen varmistamisessa. Tyytyväinen asiakas suosittelee helpommin ostamaansa tuotetta tai palvelua sekä on todennäköisempi käyttämään samaa tuotetta tai palvelua uudestaan (Wikipedia, 2007). Tätä voitaneen sanoa asiakasuskollisuudeksi.

Tässä tapauksessa: jäsenet ovat SIL:n ”asiakkaita”, he ovat mielellään mukana liitossa, maksavat uskollisesti ja nurinoitta määritellyn jäsenmaksun ja kokevat saavansa sille täyden vastineen. Liiton jäsenyydellä on selkeä lisäarvo harrastusyhdistyksen jäsenyyden lisäksi, jäsenedut ovat arvostettuja ja niitä käytetään runsaasti. Jäsenyys on lisäksi pitkäaikaista, jopa koko elämän mittaista

### 2.1 Asiakkuusajattelun perusteita

Asiakasosaamisella ja asiakkuusosaamisella on huomattava merkitysero: asiakasosaaminen tarkoittaa, miten asiakas tunnetaan, asiakkuusosaaminen taas sitä, kuinka hyvin hallitaan yhteistyö asiakkaan kanssa. Asiakkuusosaaminen rakentuu kuudesta osatekijästä (Mattinen 2006, 183):

- asiakastuntemuksesta
- sisäisestä tuntemuksesta

- tyylistä
- johtamisesta
- tuloshakuisuudesta
- soveltamisesta

Asiakkuusosaaminen lähtee enemmän kyvystä esittää oivaltavia kysymyksiä, kuin kyvystä vastata kysymyksiin oikein (Mattinen 2003, 231).

Asiakaskeskeisessä organisaatiossa tunnustetaan, että asiakas ja hänen tarpeidensa tyydyttäminen ovat toiminnan lähtökohtana. On tunnettava ja ymmärrettävä asiakkaan tarpeet sekä ostopäätöksiin vaikuttavat tekijät. Asiakaskeskeisyys tulee olla organisaation liikeidean keskeisenä periaatteena. Organisaation johdon tehtävänä on sisäisen markkinoinnin avulla saada henkilöstö sisäistämään organisaation liikeidea sekä sitoutumaan toimintaperiaatteisiin ja tavoitteisiin. Keinoja saada asiakaskeskeisyys yrityksen käytännöksi ovat sisäinen tiedotusjärjestelmä, koulutus, kannustejärjestelmät ja yrityshengen luominen. (Ylikoski 1999, 34-35, 38; Rope 1991, 10.)

Asiakaskeskeisyyden tulee näkyä asiakkaalle. Hänen tulee tuntea, että organisaatio on aidosti kiinnostunut hänen tarpeistaan ja toiveistaan ja että häntä palvellaan hyvin. Asiakaskeskeisen organisaation ulkoisen markkinoinnin tulee lunastaa antamansa lupaukset. Asiakkaalle pitää saada aikaan sellainen mielikuva, että hänen kannattaa ostaa tuote. Asiakaskeskeisyyden edellytyksenä on myös se, että kilpailijoita ei aliarvioida ja heidän merkityksensä ymmärretään. On tunnettava asiakkaiden suhtautuminen omiin ja kilpailijoiden palveluihin. Jotta organisaatio pystyisi seuraamaan asiakkaidensa muuttuvia tarpeita ja odotuksia, on organisaatiolla oltava palautejärjestelmä. (Ylikoski 1999, 40-41, Rope 1991, 11.)

Asiakasta voidaan kutsua lopulliseksi palkanmaksajaksi ja kaikilla organisaation jäsenillä on suorasti tai epäsuorasti merkitystä asiakkaalle. Asiakaskeskeisyyden voimistuessa on oman henkilöstön roolia, näkemyksiä, työtyytyväisyyttä, arvoja ja asenteita alettu miettiä uudella tavalla. On ymmärretty, että ne vaikuttavat asiakaspalveluun ja sitä kautta asiakastyytyväisyyteen. (Ylikoski 1999, 34-35.)

Miten asiakkaiden resursseja voidaan saada yritysten käyttöön? Vain tuottamalla asiakkaille sellaista arvoa, josta he ovat valmiita maksamaan. Organisaatiot, jotka pystyvät tuottamaan

asiakkailleen tehokkaimmin lisäarvoa, menestyvät. Ympäristöön ja asiakkaiden tilanteisiin on voitava sopeutua mahdollisimman tehokkaasti. (Lehtinen 2004,12.)

Yrityksen kannalta perusasioita ovat tuotannon tehostaminen ja korkean arvon ja laadun tuottaminen asiakkaille. Arvon tuottaminen asiakkaalle on selkeää: Asiakkaan kokema arvo= koetut edut/koetut uhraukset.(Lehtinen 2004, 234-235.)

Asiakastyytyväisyys on riippuvainen siitä arvosta, jonka asiakas kokee saavansa. Arvokäsitys syntyy, kun asiakas vertaa saamaansa laatua antamaansa panokseen. (Storbacka & Lehtinen 1998, 104.)

Jotta yritys pystyy osoittamaan asiakkaalle tuotetun arvon, pitää asiakkuuden arvolle kehittää määrittelymalli, missä määritellään, mitä arvon elementit ovat ja miten niitä mitataan. Jotta asiakas kokee asiakkuuden arvokkaaksi, pitäisi yrityksen tuottaa arvoa kaikissa kohtaamisissa asiakkaan kanssa. (Storbacka, Sivula, Kaario 2000, 129-130.)

Perinteisesti yritykset ovat olleet tuote- ja tuotantosuuntautuneita. Nyt on kiinnitettävä huomio sinne, mistä resurssit tulevat ja missä on valta. On pystyttävä katsomaan organisaatiota ulkoa sisälle, ei vain sisältä ulos, mikä on ollut vallitseva käytäntö.(Lehtinen 2004, 187.)

Asiakasnäkökulma on tärkeä siksi, että lopulta kaikki organisaation resurssit tulevat asiakkailta. Asiakkaat on näin sidosresurssina otettu muita tärkeämmäksi. Organisaatiot koostuvat useista itsenäisesti toimivista yksiköistä, joilla on yhteinen tarkoitus ja samanlaiset arvot. Yhteinen kiintopiste on asiakkuus loppuasiakkaana tarkasteltuna.(Lehtinen 1997, 10.)

Näkemyksiä ja ajattelutapaa asiakkaiden tarpeista ja elämäntyylyistä on laajennettava. Asiakasta ei pidä mieltää vain tuotteiden kuluttajiksi, vaan on alettava hahmottaa laajempia ja monipuolisempia tapoja palvella heitä ja heidän elämäntyylyjään. (Kotler 2005a, 18.)

Yksi keino luoda identiteettiä on valita oikeita ja sopivia tuotteita oman identiteetin kehittämiseksi. Yhä enemmän haluamme profiloitua elämystuotteiden avulla.(Lehtinen 2004, 197.)

Asiakkaat muodostavat yhteisöjä, joiden avulla yritys/organisaatio voi menestyä. Asiakasyhteisöjen luominen on tulevaisuuden johtamisen kulmakiviä. Samalla syntyy rajaton organisaatio, malli, jossa asiakkaat ovat osa organisaatiota. (Lehtinen 2004,188.) Ajatus asiakkaan ja yrityksen yhteistyöstä alkaa toteutua ja jopa ohjata yritystä (Kotler 2005a, 19).

Yhteisöryhmittely on Lehtisen (2004, 188-194) mukaan seuraavanlainen:

- Tuotteen ympärille muodostunut yhteisö: Keskeinen kiinnipitävä voima on brändivoima, johon yhteisön jäsenet ovat sitoutuneet.
- Yrityksen ympärille muodostunut yhteisö: Taloudellinen voima, joka pitää yhteisön yhdessä.
- Asiakkuuksien ympärille muodostunut yhteisö: Asiakkuus organisaatioon, asiakkuus muihin palveluihin, joita organisaatio jäsenilleen tarjoaa. Keskeisenä yhdessä pitävänä voimana ovat asiakkaiden yhteiset arvot.
- Arvojen varaan rakentunut yhteisö: Näihin sitoudutaan kaikkein voimakkaimmin. Esimerkkeinä uskonnolliset ja ympäristöön liittyvät arvot.
- Yhteenkuuluvuus: Organisaation ideologia on yhteensopiva asiakkaan arvojen ja aatemaailman kanssa. Yhteenkuuluvuus ideologisella tasolla on mahdollisimman suuri.

Perinteinen tuotekehitys lähtee roolijaosta, jossa ratkaisun toimittajan tehtävänä on ideoida, suunnitella ja rakentaa ratkaisu, joka lanseerataan markkinoille. Ratkaisua parannetaan asiakailta haetun palautteen, esim. asiakastyytyväisysselvitysten tuella. Asiakasta osallistuttava tuotekehitys hakee asiakkaan mukaan hankkeeseen siis jo ideointivaiheessa. (Mattinen 2003, 221-222.)

Nykyisin asiakaslähtöisyys on muuttunut sisäänpäin kääntyneestä, yrityksen sisällä toteutuneesta toiminnasta asiakkaan kuuntelemiseksi. Asiakasta kuunnellaan, asiakkaan kanssa viestitään, asiakasta valmennetaan, jotta ymmärrettäisiin asiakkaan ehtoja onnistuneelle asiakkuudelle. (Mattinen 2003, 235.)

## 2.2 Asiakastyytyväisyyden muodostuminen

Yrityksen tuotteita tai palveluja käytettyään asiakas on joko tyytyväinen tai tyytymätön. Usein tyytyväisyys ja laatu yhdistetään, mutta muutkin palvelukokemukseen vaikuttavat tekijät voivat tuottaa tai ehkäistä tyytyväisyyttä. Tuotteen tai palvelun laatu on vain yksi asiakastyytyväisyyteen vaikuttava tekijä. Jotta yritys voi vaikuttaa asiakastyytyväisyyteen, on tiedettävä, mikä tekee asiakkaat tyytyväisiksi. (Ylikoski 1999, 149.)

Asiakastyytyväisyys on tärkeää yrityksen menestymisen kannalta, sillä asiakkaiden tyytyväisyys vaikuttaa yrityksen taloudellisiin tuloksiin. Asiakastyytyväisyys vaikuttaa pitkällä aikavälillä yrityksen toimintaan. (Ylikoski 1997, 9.)

Asiakastyytyväisyys on kilpailukeino, jonka yritykselle antamaa etumatkaa on kilpailijoiden vaikea tavoittaa. Henkilökemia, avuliaisuus, empatia ja pienet vivahteet asiakkaan kohtelussa ovat asioita, joita kilpailijan on vaikea jäljitellä. Anteeksipyyttäminen ja asiakkaan kokeman huonon kohtelun hyvittäminen osoittavat yrityksen ottavan asiakkaan tosissaan. (Lahtinen & Isoviita 2004, 11.)

Asiakastyytyväisyydellä on todettu olevan suora vaikutus yrityksen menestykseen. Mitä tyytyväisempiä asiakkaita yrityksellä on, sitä paremmin yritys menestyy. Tyytyväinen asiakas käyttää uudelleen yrityksen palveluja, mutta myös kertoo tyytyväisyydestään muille potentiaalisille asiakkaille. Myös tyytymättömyydestä kerrotaan eteenpäin. (Järvelin, Kvist, Kähäri & Rääkkönen 1992, 43.)

Asiakastyytyväisyys on tärkein yrityksen kilpailutekijä ja keskeinen mittari tutkittaessa yritysten menestymismahdollisuuksia nyt ja tulevaisuudessa. Vaikka taloudellinen tilanne yrityksellä osoittautuu hyväksi, ei se kuitenkaan osoita menestystä pitkällä tähtäimellä, jos asiakastyytyväisyys ei ole hyvällä tasolla. Asiakkaiden erilaiset odotukset ja kokemukset yrityksen toiminnasta ovat syntyneet esimerkiksi aikaisempien kokemusten, yrityksestä kertovien artikkelien tai markkinointiviestien perusteella. Asiakastyytyväisyys on suhteellinen, subjektiivinen ja yksilöllinen näkemys, joka muodostuu asiakkaan kokemuksista kontakteissa yrityksen kanssa. Asiakastyytyväisyys on lunastettava yhä uudelleen kontakteissa asiakkaan kanssa. (Lipiäinen, 2000, 352; Rope & Pöllänen 1995, 58.)

Jos asiakkaan kokemukset ovat parempia tai yhtä hyviä kuin hänen odotuksensa, on asiakas tyytyväinen. Kun yrityksen tuotteet ja palvelut vastaavat asiakkaiden odotuksia, saa yritys

heistä tyytyväisiä ja mahdollisesti pysyviä asiakkaita. Jotta yritys olisi perillä asiakkaiden tarpeista ja odotuksista, on yrityksellä oltava systemaattinen järjestelmä, jonka avulla se pystyy näitä seuraamaan. (Pekkarinen, Sääsäski & Vornanen, 1997, 169-170.)

Asiakastyytyväisyyden uskottiin pitkään johtava suoraan asiakasuskollisuuteen, mutta tutkimusten mukaan tämä yhteys ei ole aivan selvä. Asiakastyytyväisyyttä on tärkeä seurata, jotta mahdolliset heikentymiset voidaan korjata. Pitkäaikaiset asiakassuhteet ovat hyvä mittari asiakastyytyväisyydestä, mutta tyytyväisyys ei ennusta pitkiä asiakkuuksia. (Arantola 2003, 35.)

Vasta sen jälkeen kun kaikki ovat hyväksyneet, ymmärtäneet ja sitoutuneet uuteen ajatteluun, voidaan lähteä liikkeelle konkreettisilla työkaluilla. Usein käy kuitenkin niin, että tartutaan liian helposti asioihin, joiden hyödyntäminen jää puutteelliseksi, koska ajatukselliset valmiudet käyttää niitä tehokkaasti, puuttuvat. (Lehtinen 1997, 92.)

Ajatuksellisia kehittämistyökaluja Lehtisen (1997, 93) mukaan asiakastyytyväisyyden rakentamiseksi ovat seuraavat:

- Ajattelutapana ovat asiakkaan arvot.
- Asiakkaan arvojen merkitys on tärkeä tavoite.
- Vuoropuhelu asiakkaan kanssa on vuorovaikutteista.
- Asiakkaita kohdellaan suunnitellun asiakasstrategian mukaan.
- Jokainen organisaatiossa tuntee arvot, joihin toiminta pohjautuu.
- Markkinointi on osa asiakkuusprosessia.
- Asiakkuudesta otetaan vastuu kaikkialla organisaatiossa.

Useimmat yritykset sanovat olevansa asiakassuuntautuneita, mutta harvat todella ovat. Asiakkaat huomioon ottavia asenteita on juurrutettava, ei pelkästään puhuttava niistä. On mitattava ja seurattava asiakastyytyväisyyttä, on kartoitettava, missä vuorovaikutusta asiakkaiden ja henkilöstön välillä tapahtuu ja kiinnitettävä erityistä huomiota niihin kohtiin, missä epäonnistutaan ja asiakkaat pettyvät. (Kotler 2005a, 19-20).

Osa yrityksistä kiinnittää enemmän huomiota markkinaosuuteensa kuin asiakkaidensa tyytyväisyyteen. Markkinaosuus määräytyy menneen perusteella. Asiakastyytyväisyys määrää tulevaisuuden suunnan. Jos tyytyväisyys heikkenee, markkinaosuuden heikkeneminen seuraa perässä. Yrityksen tulee jatkuvasti tarkkailla ja parantaa asiakastyytyväisyyden tasoa. Mitä korkeampi on asiakastyytyväisyyden taso, sitä pysyvämpiä asiakkaat todennäköisesti ovat. (Kotler 2005b, 13.)

Asiakassuhde on sosiaalinen ilmiö, kuten muutkin ihmisten väliset suhteet. Sitä ei voi korjata, vaan sitä voidaan kehittää ja sen kanssa voidaan oppia elämään. Asiakkaiden kanssa elämään oppiminen on asiakkuusajattelun keskeinen anti. (Lehtinen 2004, 235.)

Kaikilla asiakkailla on omat käsityksensä ja odotuksensa yrityksestä. Käsitykset ja odotukset muodostuvat muiden mielipiteistä, yrityksen markkinoinnista ja muusta viestinnästä. Asiakastyytyväisyys on siis suhteellinen käsite, koska asiakkaiden kokemuksetkin ovat erilaisia. Yrityksen sisällä henkilöstönkin käsitykset asiakastyytyväisyyteen vaikuttavista tekijöistä voivat olla erilaisia. Tämän takia asiakastyytyväisyyttä tulee selvittää jatkuvasti. (Rope & Pöllänen 1995, 58-59.)

Yleensä valtaosa (80 %) asiakkaista on tyytyväisiä. Heidän odotuksensa ovat täyttyneet (60 %) ja osa heistä on positiivisesti yllättyneitä (20 %). Asiakkaiden reagointi organisaatiota kohtaan muodostuu tyytyväisyysasteen mukaisesti. Syvästi pettynneet reagoivat valituksin, katkaisemalla asiakassuhteen tai levittämällä negatiivista tietoa, ellei pettymystilannetta pystytä organisaatiossa korvaamaan ja pettymyksen tunnetta poistamaan. Lievästi pettynneet eivät yleensä valita, mutta he ovat valmiita suosittamaan jotakin toista yritystä, jos heidän mielipidettään kysytään. Odotusten mukaisia kokemukset saaneet eivät ilmaise tyytyväisyyttään mitenkään. Lievästi myönteisesti yllättyneet asiakkaat eivät anna palautetta positiivisista kokemuksista muutoin kuin jatkamalla asiakassuhdetta ja olemalla valmiita suosittamaan yritystä muillekin. Hyvin myönteisesti yllättynyt asiakas yleensä omatoimisesti kiittää saamistaan kohtelusta. Hän myös saattaa kertoa tuttavilleen tästä ”uskomattomasta tapauksesta”, jolloin yrityksen myönteinen tunnettavuus ja mielikuva leviävät ”puskaradion välityksellä”. (Rope 2002, 275-277.)

Asiakastyytyväisyyttä tuottaa tekijä, jonka asiakas on kokenut tuottavan positiivisen yllätyksen. Odotusten mukainen toiminta ei ole tyytyväisyyden tuottaja, vaan se on odotustekijä, jonka uskotaan automaattisesti toteutuvan. Eli odotustekijät ovat tekijöitä, joiden edellyte-

tään toimivan, jotta tuotteeseen oltaisiin tyytyväisiä. Odotusten toteutumattomuus tuo tyytymättömyyttä. Tyytyväisyyskokemus edellyttää jotakin sellaista tapahtumaa, jota asiakas ei osannut odottaa. (Rope & Pöllänen 1998, 165.)

Odotustaso muodostaa lähtökohdan ja vertailuperustan kokemuksille. Keskitason palvelutapahtuma saattaa tuottaa pettymyksen, kun asiakkaalla on korkeat odotukset palvelusta, ja se saattaa tuottaa positiivisen yllätyksen, mikäli odotukset ovat matalalla. (Rope 2000, 538.)

Yksittäisten palvelutapahtumien onnistuminen vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen koko organisaatiota kohtaan. Asiakas voi olla tyytymätön yksittäiseen palvelutapahtumaan, mutta silti tyytyväinen koko organisaatioon. (Ylikoski 1999, 155.)

Rope ja Pöllänen (1998, 59) toteavat asiakastyytyväisyyden olevan suhteellinen ja aina subjektiivinen, yksilöllinen käsite joka on suurelta osin sidottu nykyhetkeen. Tämän vuoksi asiakastyytyväisyys on lunastettava yhä uudelleen päivittäisissä kontakteissa asiakkaan kanssa.

Asiakas arvioi palveluja myös sen perusteella, mikä on niiden arvo tai hyöty hänelle. Tällöin hän vertaa omaa panostustaan siihen mitä hän palvelun tuloksena saa (Ylikoski 2002, 51).

Asiakastyytyväisyys on asiakkaan palveluun kohdistuvien odotusten ja hänen saamiensa kokemusten välinen suhde. Kuluttajat arvioivat palvelun tai tavaran toimittajan onnistumista eri tekijöissä. Tuotteen tai palvelun laadun ja asiakkaan odotuksien välinen vertailu, tuotanto- tai palveluprosessin ja tämän aikana syntyneiden kokemusten välinen vertailu, sekä asiakkaan odotusten ja kokemusten välinen vertailu ovat kaikki tekijöitä, jotka ovat vaikuttamassa lopulliseen asiakastyytyväisyyteen. (Lahtinen 1999, 50.)

Ratkaisevia tekijöitä asiakkaan tyytyväisyydelle ovat laatu, palvelut ja arvo. Monet yritykset ovat nopeasti parantaneet tarjoamaansa laatua, palveluja ja arvoa, joten niistä alkaa tulla tavanomaisia, itsestään selviä asioita.. Ne eivät enää ole muista kilpailijoista erottavia menestystekijöitä. Nykyisin tuotteen ominaisuudet ja niiden asiakkaalle sovittaminen (customization) alkavat olla entistä kriittisempiä tekijöitä asiakkaiden valintapäätöksissä. (Kotler, 2005a, 21.)

Asiakastyytyväisyys muodostuu asiakkaan organisaatiosta saamistaan kokemuksista verrattuna hänellä oleviin odotuksiin. Siihen, millaiseksi asiakkaan tyytyväisyys muodostuu, vaikuttavat kaikki kontaktit organisaation kanssa. (Rope 2000, 537.)

Rope (2000, 545) jakaa odotuksiin suhteutetut tyytyväisyysasteet kolmeen perusluokkaan: ali-odotustilanteeseen, joka on myönteinen kokemus asiakkaalle, tasapainotilanteeseen, joka tarkoittaa odotusten vastaavuutta ja yliodotustilanteeseen, joka on asiakkaalle kielteinen kokemus.

Ropen (2000, 538) mukaan asiakkaan odotukset voidaan jakaa seuraavasti:

*Ihanneodotukset*, jotka kuvaavat asiakkaan oman arvomaailman mukaista toivekenttää siitä mitä hän odottaa yritykseltä tai palvelulta. Ihanneodotuksia voivat olla esimerkiksi halvat hinnat, ystävällinen palvelu, suuret valikoimat, korkealaatuiset tuotteet tai yrityksen sijainti. On kuitenkin muistettava, että ihanneodotukset ovat erilaisia eri henkilöillä.

*Ennako-odotukset*, jotka tarkoittavat asiakkaan odotustasoa eri ominaisuuksien suhteen jotka hänellä oli jo etukäteen. Ennako-odotukset tarkoittavat samaa kuin yrityksen imago. Tällaisissa mielikuviiin vaikuttavissa tekijöissä tulee kuitenkin ottaa huomioon, että ihminen peilaa kaikki mielikuvansa oman arvo- ja asennemaailmansa kautta. Tästä johtuen erilaiset mielikuvat merkitsevät eri ihmisille eri asioita.

*Minimiodotukset*, jotka tarkoittavat asiakkaan asettamia edellytyksien vähimmäistasoa tuotteelle ja palvelulle. Minimiodotukset voivat olla henkilökohtaisia eli erilaisilla ihmisillä on erilaiset odotukset taustastaan riippuen. Ne voivat olla myös tilannekohtaisia, jolloin erilaisissa ostotilanteissa ja erilaisissa ympäristöissä asiakkaalla on erilaiset odotukset. Minimiodotukset voivat olla myös toimialakohtaisia, jolloin hänellä on erilaiset odotukset eri toimialoilla toimivia kohtaan. Edellisten lisäksi minimiodotukset voivat olla myös yrityskohtaisia, jolloin yrityksen tekemät markkinointitratkaisut vaikuttavat odotuksiin.

Kaikkialla, missä on asiakaspalvelua, on myös tyytymättömiä, vihaisia tai jopa aggressiivisia asiakkaita. He mittaavat palvelun toimivuuden ja asiakaspalvelijoiden tilanneherkkyyden. Asiakastyytymättömyyden selvittäminen antaa laadunkehittämiselle vähintään yhtä paljon kuin tyytyväisyyden selvittäminen. Tyytymättömät asiakkaat ovat organisaation kannalta riskiryhmä. Heillä on taipumus kertoa negatiivisista kokemuksista tuttavilleen ja luoda epävarmuutta myös tyytyväisten asiakkaiden keskuuteen. Mitattaessa asiakastyytyväisyyttä ei kannata kiinnittää huomiota vain tyytyväisten osuuteen, vaan myös tyytymättömien osuus tulisi ottaa erikseen tarkastelun kohteeksi. Tyytymättömät asiakkaat tulisi tunnistaa, tyytymättö-

myyden syyt selvittää ja korjaavin toimenpitein esiin tulleet epäkohdat hoitaa kuntoon. (Lecklin 2002, ?)

Ropen (2000, 558) mukaan eivät tyytyväisyys ja tyytymättömyystekijät ole välttämättä toistensa vastakohtia, esimerkiksi jos vaikka toimitusvarmuuden pettäminen aiheuttaa tyytymättömyyttä niin saman tekijän toimivuus ei aiheuttaa tyytyväisyyttä. Asiakkaan kokemana tyytyväisyys merkitsee aina odotusten ylittymistä eikä vain odotusten täyttymistä. Tyytymättömyys johtuu selkeästä ennakko-odotusten alittamisesta tai lupausten pitämättömyydestä. Odotusten mukainen toiminta ei ole tyytyväisyyden tuottaja vaan odotustekijä, jonka asiakas olettaa toteutuvan. Odotustekijöistä voidaan myös käyttää nimeä edellytystekijä, jotka ovat tekijöitä joiden odotetaan toimivan jotta tuotteeseen tai palveluun oltaisiin tyytyväisiä. Kokonaistyytyväisyys siis muodostuu odotustason tekijöiden täyttymisestä sekä tyytyväisyys- ja tyytymättömyystekijöiden välisestä suhteesta.

Asiakas on tyytyväinen, mikäli hänen kokemuksensa ovat yhtä hyviä tai parempia kuin hänen odotuksensa. Asiakkaan odotusten jatkuva ylittäminen pitkällä aikavälillä on vaikeaa, koska hyvät kokemukset lisäävät odotuksia. (Järvelin, Kvist, Kähäri, Räikkönen 1992, 42.)

Tyytyväisyys- ja tyytymättömyystekijät Ropen (2000, 558) mukaan:

#### Tyytyväisyystekijät

- poikkeuksellisen hyvä henkilökohtainen asiakaspalvelu
- tilannekohtainen asiakkaan ongelmatilanteen mallikas hoitaminen
- yllättävän, ylimääräisen positiivisen elementin antaminen tuotteen mukana
- poikkeuksellisen hyvin hoidettu valitus
- neuvon antaminen asiakkaan ongelmatilanteen kuntoon saattamiseksi
- asiakkaan pyytämää ratkaisua positiivisemmän (=edullisemmän tai laadukkaamman) ratkaisun tarjoaminen

#### Tyytymättömyystekijät

- sovittujen asioiden pettäminen, esimerkiksi aikataulu, tuoteominaisuudet, toimitusvarmuus

- epätasainen toimintataso tai alle imago-odotusten jäävä toiminta
- hintaan laitettavat lisukkeet (pienlaskutuslisä yms.), joista asiakas ei ollut etukäteen tietoinen
- asiakkaalle maksun yhteydessä yllätyksenä tulleet suuret hintojen nousut
- valitusten käsittelemättä jättäminen tai niistä tiedottamatta jättäminen
- asiakkaan pyyntöihin (esim. soittopyyntö) reagoimattomuus

### 2.3 Asiakastyytyväisyyden tutkiminen

Asiakastyytyväisyyden mittaamista tärkeämpänä asiana on tietää miten tyytyväisiä tai tyytymättömiä asiakkaat ovat palveluun ja mitä sen parantamiseksi voidaan tehdä. Tätä tietoa ei saada pelkästään valituksista ja palautteista, vaan myös säännöllisistä asiakastyytyväisyystutkimuksista. Pelkästään valituksista ja palautteista ei saada oikeanlaista tietoa, koska sadasta tyytymättömästä asiakkaasta keskimäärin neljä tekee valituksen yritykselle ja muut pysyvät hiljaa, vaihtavat palveluntarjoajaa tai kertovat ystävilleen. (Bergman 1994, 286.)

Asiakastyytyväisyystutkimus mittaa juuri asiakkaan kokemusta eikä yleistä mielikuvaa yrityksestä. Tämän vuoksi asiakastyytyväisyyden selvittäminen edellyttää aina jatkuvaa ja systemaattista mittaamista. (Rope & Pöllänen 1998, 59.)

Asiakastyytyväisyyden seuraaminen edellyttää siis sekä asiakastyytyväisyystutkimuksia että suoran palautteen järjestelmästä ja näiden kahden tietojen yhdistämisellä saadaan kokonaiskuva asiakastyytyväisyydestä (Ylikoski 2000, 156). Suoran palautteen järjestelmiä on esimerkiksi asiakaspalautepuhelin, palvelun yhteydessä annettavat lipukkeet, fax-palautejärjestelmä sekä polettijärjestelmä, jossa asiakas laittaa tyytyväisyys tai tyytymättömyyspoletin laatikkoon sen mukaan millaiseksi hän on palvelun kokenut (Rope & Pöllänen 1998, 78).

Anttilan ja Iltasen (1998, 52) mukaan asiakkaan tyytyväisyyden saavuttaminen edellyttää yritykseltä ajantasaista tietoa asiakkaiden tarpeista ja odotuksista ja tämän vuoksi on tehtävä asiakastyytyväisyystutkimuksia.

Asiakastyytyväisyystutkimuksessa pätevät samat vaatimukset kuin muissakin markkinointitutkimuksissa (Rope & Pöllänen 1995, 83-84) :

- Validiteetti (pätevyys): tutkimus mittaa juuri niitä tyytyväisyyteen vaikuttavia asioita, joita tutkimuksella halutaan mitata.
- Reliabiliteetti (pysyvyys ja luotettavuus): tutkimusta toistettaessa tulokset ovat yhtenevät aikaisemman tutkimuksen kanssa, mikäli asiakastyytyväisyydessä ei ole tapahtunut muutosta.
- Järjestelmällisyys: tutkimus tulisi toteuttaa systemaattisesti siten, että voidaan seurata asiakastyytyväisyyden kehittymistä.
- Lisäarvon tuottaminen: tutkimuksen tulosten avulla pystytään kehittämään toimintaa.

Tutkimus auttaa ymmärtämään asiakkaan vaatimuksia. Asiakastyytyväisyystutkimuksesta saatuja tuloksia käytetään apuna, kun etsitään suurimpia korjausta vaativia asioita. Lisäksi tutkimuksella voidaan seurata miten tehdyt toimenpiteet vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen. Asiakastyytyväisyystutkimuksella pystytään myös osoittamaan, mistä tekijöistä menestyksellinen yhteistyö asiakkaan kanssa riippuu. (Lotti 2001, 64, 67; Ylikoski 1999, 156.)

Pelkästään tutkimustuloksista ei ole hyötyä, ellei yritys käytä tutkimustietoa hyväkseen. Ensiksi tulee päättää millaisia toimenpiteitä tarvitaan ja sen jälkeen laaditaan toimenpidesuunnitelma. Yrityksen tulee huomioida, että asiakastyytyväisyyden taso muuttuu koko ajan ja siksi asiakastyytyväisyystutkimuksia tarvitaan myös jatkossa. Jos tehdystä tutkimuksesta käy ilmi, että tyytyväisyystaso on hyvä, on yrityksen mietittävä keinoja, millä saavutettu taso pidetään yllä. (Ylikoski 1999, 166-167.)

Jotta tutkimustuloksia voitaisiin käyttää tehokkaasti hyväksi, on yrityksen henkilöstön panos tärkeä. Koska omaksuttujen toimintatapojen muuttaminen on vaikeaa, tulisi henkilöstö sitouttaa asiakastyytyväisyyden kasvattamiseen. Asiakastyytyväisyystutkimuksen tavoitteet ja tulokset tulisi käydä läpi henkilöstön kanssa. (Ylikoski 1999, 169.)

Tyytyväisyystutkimukset, joilla selvitetään yrityksen ja tuotteiden toimivuus suhteessa asiakkaan odotuksiin, kohdistetaan yrityksen nykyiseen asiakaskuntaan. Suosittelulla ja tyytyväisyydellä on yhteys toisiinsa, yleensä tyytyväisyyden lisäys saa aikaan suosittelua. (Bergström & Leppänen 2003, 430.)

## 2.4 Asiakastyytyväisyystutkimuksen tavoitteet

Ylikosken (2000, 156) määritelmän mukaan asiakastyytyväisyystutkimuksen avulla pyritään parantamaan asiakastyytyväisyyttä ja seuraamaan miten toimenpiteet vaikuttavat. Asiakastyytyväisyystutkimuksilla on neljä päätavoitetta:

1. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavien keskeisten tekijöiden selvittäminen eli mitkä tekijät organisaatiossa tuottavat asiakkaille tyytyväisyyttä.
2. Tämän hetkisen asiakastyytyväisyyden tason mittaaminen eli miten organisaatio suoriutuu asiakastyytyväisyyden tuottamisessa.
3. Toimenpide-ehdotusten tuottaminen. Tuloksista voidaan nähdä, millaisia toimenpiteitä tyytyväisyyden kehittäminen edellyttää ja mikä on toimenpiteiden suositeltavatärkeysjärjestys.
4. Asiakastyytyväisyyden kehittymisen seuranta, jonka toteuttamiseksi asiakastyytyväisyys tulisi toistaa tasaisin väliajoin, jotta voidaan nähdä miten se on kehittynyt ja miten korjaavat toimenpiteet ovat vaikuttaneet.

Yksityisten palvelujen asiakkaan tyytyväisyyden saavuttaminen merkitsee palvelujen tarjoajille taloudellisen tuloksen kasvua, kun taas julkisten palvelujen asiakkaan tyytyväisyyden saavuttaminen merkitsee kansalaisten luottamuksen vahvistumista yhteiskunnan palveluihin ja näin ollen ylläpitää koko kansakunnan hyvinvointiin vaikuttavan yhteiskunnan sosiaalista pääomaa. (Pesonen ym. 2002, 63.)

## 2.5 Asiakasuskollisuus ja sitoutuminen

Asiakasuskollisuus tarkoittaa yleensä tiettyä määrää uudelleen ostamista tietyn ajan kuluessa. Tunnetason sitoutumista tai aikomusta pysyä asiakkaana ei edellytetä. Asiakkuusmotiivit ovat syitä aloittaa asiakkuus ja jatkaa asiakkuutta tai välttää sitä. Asiakkuusmotiiveja ovat asiakkuusedut, -haitat, tottumukset, tavat sekä sidokset. Näiden yhteisvaikutuksena syntyy asiakkuusmotivaatio. Sidokset pitävät asiakkuudessa silloinkin, kun asiakas harkitsee vaihtamista jonkun muun asiakkaaksi. (Arantola, 2003, 9-10.)

Asiakasuskollisuuden tasolle ei löydy vain yhtä määritelmää, joka sopii kaikenlaisiin asiakkuuksiin. Eri tilanteissa yrityksillä on erilaisia mahdollisuuksia ja rajoitteita mitata asiakkaiden asenteita ja käyttäytymistä. (Arantola 2003, 38.)

Sitoutuneisuus (commitment) tarkoittaa tilannetta, jossa osapuolet yhdessä asenteellisesti ja tekemisen kautta pyrkivät varmistamaan asiakkuuden tulevaisuuden. Sitoutuneisuus on enemmän kuin pelkästään ostamista. Usein myös sanotaan ”ei” kilpaileville vaihtoehdoille, koska sitoutumisella uskotaan syntyvän enemmän arvoa sekä myyjälle, että ostajalle. (Arantola 2003, 36.)

Asiakkuuden lujuus on seurausta sidoksista, joita yritys on kehittänyt asiakkuuteen. Asiakastytyväisyyskin voi olla tällainen sidos. (Storbacka, Sivula, Kaario 2000, 59).

Usein yrityksissä käsitellään laatua ja asiakaspalvelua erillisinä ja toisiinsa liittymättöminä asioina. Asiakassuhdemarkkinointi kytkee toiminnot toisiinsa saadakseen asiakkaan tyytyväiseksi ja sitoutuneeksi asiakassuhteeseen. Yrityksen markkinointipäätösten tekijöiden ja toteuttajien tulisi toimia yhteistyössä. (Lahtinen & Isoviita 2004, 11.)

Sitoutuneisuus voi olla negatiivistakin, ollaan sitoutuneita asiakkuuteen, vaikka ollaankin tyytymättömiä. Negatiivisia sidoksia ovat esim. vaihtoehtojen puute tai muut vaihtamisen esteet. (Arantola 2003, 36.)

Sitoutuneisuuden mittaamisella voidaan tunnistaa vaihtamisalttiit eli hiipuvat asiakkuudet. Kun nämä on tunnistettu, tulee ymmärtää, mistä tämä johtuu ja rakentaa korjausohjelma, jossa keskitytään juuri näihin syihin. (Arantola 2003, 37.)

Sitoutumisen aste muuttuu jatkuvasti, ja se voi johtaa asiakkuuden syventymiseen tai päättymiseen. Tätä voidaan ennakoita tulkitsemalla yrityksen kilpailuasetelmaa asiakasta kuuntelemalla. (Mattinen 2006, 87.)

Uskollinen asiakas valittaa todennäköisemmin, kuin asiakas, jolle myyjän vaihtaminen on helppoa. Tällä hän pyrkii parantamaan myyjän toimintaa, jotta voisi edelleen perustella asiakkuutta itselleen. Tyytymättömällä asiakkaalla on kaksi vaihtoehtoa: valittaminen (voice) tai myyjän vaihtaminen (exit). (Arantola 2003, 23.)

Tänä päivänä yritykset ovat alkaneet kiinnostua siitä, miten asiakkaista pidetään kiinni. Olemme siirtymässä tuotteiden tekemisestä kohti uskollisten asiakkaiden luomista ja vaihdantaa korostavasta otteesta kohti suhteita painottavaa ajattelutapaa. (Kotler 2005a, 49.)

Asiakassuhteita rakennettaessa olennaista on panostaa olemassa oleviin asiakkaisiin eikä vain koko ajan pyrkiä hankkimaan uusia. Mitä paremmin nykyasiakkaat hoidetaan, sitä parempi pohja saadaan kasvulle. Asiakassuhteen hoitamisessa tyytyväisyyttäkin merkittävämpää on asiakkaan sitoutuminen. Asiakasta pyritään ilahduttamaan ja sitä kautta sitoutuneeseen asiakassuhteeseen. (Rope 2005, 193.)

Uskollisuus nähdään markkinointitieteellisesti erillisiin kehitysvaiheisiin jakautuvana ilmiönä, joka perustuu tiettyihin syihin kuten asiakastyytyväisyyteen ja koettuun laatuun. Asiakasuskollisuus on perinteisesti määritelty käyttäytymisenä, myönteisenä asenteena tai näiden yhdistelmänä.. (Paavola 2006, 258.)

Asenteita pidetään yleisesti käyttäytymisen selittäjinä tai ehtoina käyttäytymiselle. Asenteiden mittaamisessa ja määrittelyssä ollaan vielä enemmän eri mieltä kuin uskollisuuden määrittelyssä. Asenteet ovat laadullisia ja subjektiivisia mittareita, ostokäyttäytymisen mittaaminen ei kuvaa asenteita. (Arantola 2003, 41.)

Segmentointianalyysi tarkoittaa pyrkimystä ymmärtää asiakkaita ja asiakastyyppejä yhä paremmin. Segmentoinnin menetelmät ovat muuttuneet ja käyneet läpi erilaisia vaiheita. Uudempi suuntaus on uskollisuussegmentointi, missä haetaan niitä asiakkaita, joista yritys voisi pitää kiinni pidempään ja jotka olisivat kannattavampia kuin muut asiakasryhmät. (Kotler 2005a, 47.)

Asiakkaat, jotka todella arvostavat yritystä, joka on palvellut heitä hyvin, ovat taipuvaisia pysymään uskollisina ja käyttämään tulevaisuudessa enemmän rahaa. (Kotler 2005a, 32.)

Taulukko 1. Käsitukset asiakasuskollisuudesta vaihtelevat (Arantola 2003, 27.)

Asiakasuskollisuuden luonne		Kuluttajakuva
Asiakas ei voi olla uskollinen		Rationaalinen, vertaileva kuluttaja
Monet ostavat toistuvasti samalta toimittajalta		Tottumuksiin ja tapoihin tukeutuva
Hyville brändeille ollaan uskollisia		Tunteella päätöksiä tekevä
Syvä omistautuminen asiakkuudelle on paras tulos		Tuote on iso osa elämää ja suhde on ideologinen, syvälinen ja omistautuva

Usein tarvitaan myös uusia mittareita, muitakin kuin asiakastyytyväisyys. Kun tiedetään, kehittykö asiakkaiden tyytyväisyys, asiakaskannattavuus tai uskollisuus, voidaan resursseja kohdistaa perustellusti. Halutaan irtautua asiakastyytyväisyysajattelusta asiakkaan sitoutumisen ymmärtämiseen. (Mattinen 2006, 234; Arantola 2003, 155.)

Tutkimuksessa (Paavola 2006) määritetty, uskollisuuden kehitysvaiheita kuvaava malli poikkeaa merkittävästi aiemmista, asenteenmuodostusteorioihin perustuvista asiakasuskollisuuden kehitysmalleista ja tarjoaa uuden näkökulman uskollisuuden tutkimiseen. Uskollisuuden kehittyessä asiakassuhde vahvistuu, sitoutuminen ja luottamus syvenevät. Uskollisuuden motiiviperusteiset muodot saavat erialisia ilmenemismuotoja kehityksensä eri vaiheissa. Uskollisuus määrittynyt teorian kautta moniulotteiseksi, dynaamiseksi ilmiöksi, joka perustuu asiakkaan henkilökohtaisiin motiiveihin sekä sitoutumisen ja luottamuksen asteeseen ja ilmenee asiakkuussuhteessa ja suhteissa kilpaileviin vaihtoehtoihin. (Paavola 2006, 259-260.)

## 2.6 Tutkimuksen harhoja

Tyytyväisyyskyselyillä on taipumus tuottaa samantyyppisiä vastauksia ja jakaumia. Useimmiten tuloksena on 80 %:n tyytyväisyys. **Tällainen ”ylityytyväisyys” kertoo vain tyytyväisyyskulttuurista, tyytymättömät asiakkaat jättävät kyselyn palauttamatta.** Tyytyväisyys-

den sijaan kannattaa kartoittaa asiakkaiden palvelujen käytön konkreettisia kokemuksia (Salmela 1997, 14-15).

Kaupallinen markkinointitutkimus on voimakkaasti painottunut metodeihin, jotka perustuvat laajaan otokseen, mutta edustavat syvyydeltään köyhää aineistoa. Yritykset käyttävät juuri tällaista aineistoa, joka on tilastollisesti luotettavaa, mutta sisällöllinen oleellisuus ei ole itsessään selvää. Usein määrällisesti runsas aineisto seurailee entisiä havaintoja, mutta ei juurikaan tuota mitään uutta kehitysimpulssia tulevaisuuteen. Kvalitatiivisen tutkimuksen arvoa ei tunneta ja se hallitaan vain suppeissa piireissä. **Kumpaan kiinnitetään enemmän huomiota, siihen, että tutkitaan mahdollisimman paljon ja halvalla vai että tutkitaan tärkeitä asioita?** (Mattinen 2006, 47.)

Zaltman (2003) on todennut entisen Marketing Science Institute:n johtajan sanoneen, että **80 prosenttia kaikesta markkinointitutkimuksesta palvelee ensisijaisesti olemassa olevien uskomusten vahvistamista, eikä sitä, että testattaisiin ja haettaisiin uusia (liiketoiminnan) mahdollisuuksia.** Mattinen (2006) toteaa myös samansuuntaisesti, että organisaatioilla näyttää olevan taipumuksena käsitellä sellaisia ratkaisualueita, joissa osaaminen on jo valmiiksi korkealla tasolla. Tämä johtaa siihen, että osaaminen ei ole laaja-alaista, vaan jäädään pyörimään tuttuihin ajattelumalleihin. (Mattinen 2006, 47, 178.)

Tilastollisesti luotettava aineisto ei välttämättä tarkoita sisällöllisesti palkitsevaa tulosta. **Jos vain neljäsosa kohderyhmästä vastaa kyselyyn, kuinka ne passiiviset kolme neljäsosaa olisivat vastanneet?** (Mattinen 2003, 48).

### 3 TUTKIMUS JA SEN SUORITTAMINEN

Syksyllä 2007 alkanut kyselyn rakentaminen saatiin päätökseen tammikuussa 2008. Tutkimuksen aihe ja selvitettävät asiat suunniteltiin ja tarkennettiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Kysely suoritettiin tammi-helmikuussa 2008, tulokset analysoitiin ja raportti muotoiltiin kevään 2008 aikana.

#### 3.1 Tutkimuksen tarkoitus

Tutkimuksessa pyrittiin selvittämään jäsenistön mielipiteitä SIL:n nykyisestä toiminnasta ja tulevaisuuden suunnitelmista sekä yleistä tyytyväisyyttä tai tyytymättömyyttä liiton toimintaan ja jäsenlehteen. Samalla haettiin mahdollisia parannusehdotuksia nykyisiin toimintoihin ja tuleviin suunnitelmiin (SIL visio ja strategia 2008-2012).

Miten SIL voisi kehittää saatujen tietojen perusteella toimintaansa enemmän jäsenten toiveita ja vaatimuksia vastaavaksi? Ovatko liiton visiot ja strategiat jäsenten odotusten mukaisia? Onko SIL jäsenten mielestä yleensä onnistunut tehtävissään? Miten jäsenet arvioivat? Mitä mieltä jäsenet ovat jäsenlehdestä ja sen aiheista? Mitä lehden halutaan sisältävän ja miten lehteä luetaan? Saadaanko jäseniltä konkreettisia parannusehdotuksia SIL:n toimintaan ja toiveita ILMAILU-lehden sisältöön? Aikaisempi laaja tutkimus oli suoritettu 1994, joten tuoreempia tietoja kaivattiin.

Tutkimusongelma oli lähinnä saada tuoretta, todellista tietoa toiminnan kehittämisen perustaksi, ei tilastollinen!

#### 3.2 Tutkimusmenetelmän valinta

Tutkimusmenetelmäksi valittiin kvantitatiivinen kyselytutkimus. Perusjoukon, SIL:n, jäsenet asuvat laajalla alueella ympäri Suomea, joten haastattelu olisi ollut mahdoton saada yhtä edustavaksi. Perusjoukko oli koko SIL:n jäsenistö, ja koska vain osalla oli sähköpostiosoite, otos olisi vääristynyt, jos tutkimus olisi suoritettu vain sähköpostiosoitteen omaavilla henkilöillä. Internet-lomakkeella tehty kysely ei myöskään olisi ollut tähän tutkimukseen sopiva

valinta. Etenkin iäkkäämmät jäsenet olisivat ehkä jättäneet vastaamatta. Tutkimuksen oli tarkoitus kattaa koko jäsenistö, joten kyselyn suoritustavaksi otettiin kirjekysely, joka sopiikin hyvin mielipidetutkimuksen tekemiseen.

### 3.3 Otos

Perusjoukko, jäsenrekisteri, saatiin SIL:ltä Excel-taulukkona postinumerojärjestyksessä. Alueellisia eroja ei tutkittu, joten otantatavaksi sopi systemaattinen satunnaisotanta. Rekisterissä olevien jäsenten määrä oli (v. 2007) 9916. Sopivaksi otoskooksi arvioitiin noin 500 kappaletta, eli joka kahdeskymmenes jäsen. Jäsenrekisteristä otettiin systemaattisella satunnaisotannalla 496 kpl:n otos, jonka arvioitiin olevan tarpeeksi suuri koko jäsenistön valtakunnalliseen tutkimukseen. Excelin satunnaislukugeneraattorilla arvottiin satunnaisluku väliltä 1-20 (16.494...eli pyöristettynä 16). Näin ensimmäinen jäsenrekisterin osoite oli alusta lukien 16. ja siitä eteenpäin otettiin joka 20. osoite.

### 3.4 Kyselylomakkeen laatiminen

Kysymykset pohjautuivat SIL:n määriteltyihin nykyisiin ydintehtäviin, visioon ja strategiaan 2008-2012, sekä edelliseen kyselyyn vuodelta 1994. Kysymyksiä muokattiin enemmän tätä päivää vastaaviksi, ja niissä otettiin muutenkin huomioon ilmailuharrasteen luonteen muuttuminen.

Kyselylomakkeen suunnittelu ja kysymysten muotoilu tehtiin yhdessä toimeksiantajan kanssa. Kysely jaettiin kolmeen osioon. Ensimmäinen osio käsitteli SIL:n visiota, strategiaa ja nykyisiä toimintoja. Vastauksia haettiin seuraaviin tutkimusongelmiin: Mitä mieltä jäsenet ovat SIL:n visiosta ja strategiasta johdetuista väittämistä? Vastausluokkina käytettiin viisiportaista Likert-asteikkoa: 1 täysin samaa mieltä – 5 täysin eri mieltä. Kuinka tärkeinä jäsenet pitävät SIL:n nykyisiä ns. ydintoimintoja ja miten SIL on niissä onnistunut? Asteikot olivat myös viisiportaiset: 1 erittäin tärkeä – 5 täysin merkityksetön ja 1 erittäin hyvin – 5 erittäin huonosti. Lisäksi kysyttiin harrastusaktiivisuutta, nykyisten jäsenetujen tärkeyttä, motiiveja jäsenyyteen, asiointitapoja, palvelupalautetta ja tyytyväisyyttä SIL:n toimintaan kokonaisuutena. Viimeisenä oli avoin kysymys, jossa haluttiin toiveita ja kehitysehdotuksia.

ILMAILU-lehden lukijaosiossa kysyttiin mm. lehden lukutapoja, arvioita sisällöstä ja ulkoasusta ja sisällön kiinnostavuudesta aihealueittain. Kiinnostavuusasteikko oli myös viisiportainen: 1 erittäin kiinnostava – 5 täysin tylsä. Toimituksellista linjaa testattiin erikseen kysymyksellä, jossa kysyttiin lehden 1/2008 juttujen lukutapoja samoin viisiportaisella asteikolla: 1 luin kokonaan – 5 en lukenut, enkä lue! Lisäksi kysyttiin, miten jäsenet ovat kokeneet Ilmailu-lehdessä tapahtuneet uudistukset. Tässäkin osiossa kysyttiin yleisarviota lehdestä kokonaisuutena. Viimeisenä kysymyksenä oli lehdelle tarkoitetut toiveet ja kehitysehdotukset.

Taustatieto-osiossa kysyttiin harrastelajia, jäsenyyden kestoa, ikää ja asuinläänää. Lisäksi kysyttiin ammattia, bruttotuloja, harrastukseen käytettävää aikaa ja rahaa, sekä talouden elinvaihetta.

### 3.5 Kyselyn suoritus

Kyselylomake postitettiin valitulle otokselle tammikuun 2008 lopussa, noin kaksi viikkoa lukijatutkimuksen testilehden, ILMAILU-lehden nro 1/2008, ilmestymisen jälkeen. Kyselylomakkeiden tulostuksen ja postituksen hoiti toimeksiantaja. Kyselylomakkeen liitteenä oli saate, jossa kerrottiin tutkimuksen tarkoitus, suorittaja sekä toimeksiantaja. Lomakkeen viimeisellä sivulla oli arvontakuponki, jolla vastaaja yhteystietonsa jätettyään osallistui 300 euron arvoisen matkalahjakortin arvontaan. Vastausaikaa annettiin kaksi viikkoa.

### 3.6 Datatallennus ja käsittely

Kyselylomakkeiden data tallennettiin aluksi Excel-ohjelmalla vastausmatriisiksi. Tämä aineisto oli helppo siirtää SPSS:ään käsiteltäväksi. SPSS:llä tehtiin jakaumat taulukkomuotoon. Pylväs- ja palkkikuviot muotoiltiin kuitenkin Excelillä.

### 3.7 Vastausten analysointi

Vastauksista otettiin yksiulotteiset frekvenssijakaumat (suorat jakaumat), joista tehdyt pylväs- ja palkkikuviot muotoiltiin ulkoasultaan selkeiksi ja vertailukelpoisiksi toistensa kanssa. Ku-

vioissa esitettiin vastausten prosentuaaliset jakaumat vastanneista. Prosenttiluvut pyöristettiin kokonaisluvuiksi. SPSS-tilastoja ei yhdistetty tekstiin eikä kuvien yhteyteen, vaan niistä tehtiin erillinen liite. Tästä liitteestä voi lukija halutessaan tarkistaa kysymysten alakohdat, vastausten kappalemäärät ja vastaamatta jättäneiden lukumäärän. Harrastelajia ja ikää koskevien vastausten jakaumia voitiin käyttää vertailtaessa otoksen edustavuutta. Samat jakaumat olivat jo valmiina koko jäsenrekisteristä vertailua varten. Avoimien kysymysten vastaukset kirjattiin täydellisinä. Tilastollisia testejä ei tehty eikä riippuvuuksia mitattu, koska varsinaista tutkimushypoteesia ei ollut. Testejä ja mittauksia voidaan tehdä tarvittaessa myöhemmin tutkimusaineistosta

### 3.8 Raportointi

Alustavia tuloksia, vastauksia avoimiin kysymyksiin, taulukoita ja muotoilemattomia pylväsdiagrammeja, esiteltiin jo maaliskuun lopussa SIL:n liittokokouksessa Vantaalla. Lopullisen raporttimuotonsa tutkimus sai vasta myöhemmin. Toimeksiantaja saa tutkimuksen kokonaisuudessaan käyttöönsä. Raportin tiedostotallenteesta voidaan tehdä erilaisia yhteenvetoja ja esim. PowerPoint -esityksiä. Tuloksia tullaan esittelemään liiton tilaisuuksissa sekä ILMAILU-lehdessä.

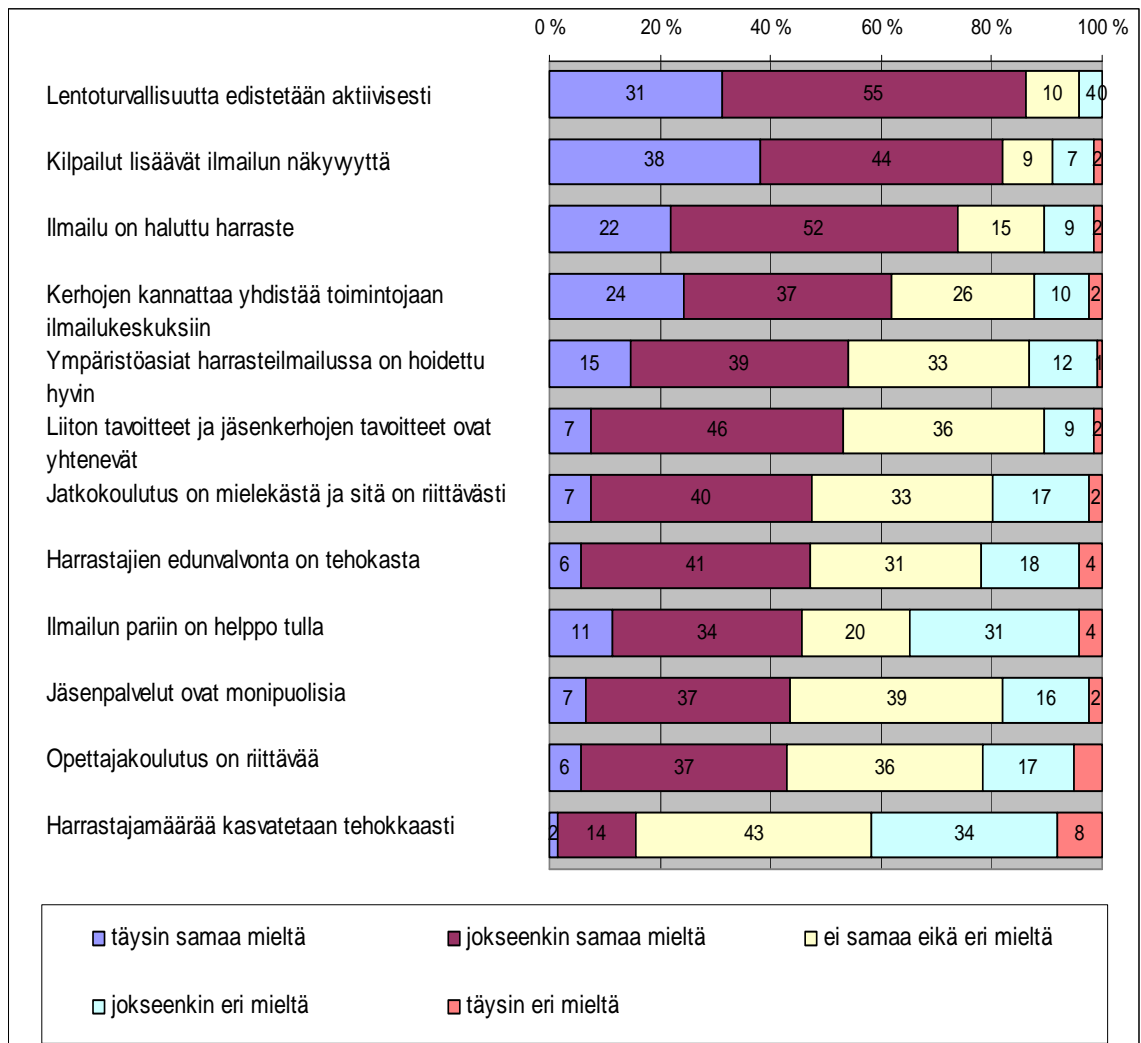
#### 4 TUTKIMUKSEN TULOKSET

Vastauslomakkeita palautettiin määräajassa 124 kappaletta 496:sta lähetetystä lomakkeesta. Vastausprosentti oli siis tasan 25. Tyhjiä lomakkeita ei palautettu. Muutamassa lomakkeessa oli jätetty vastaamatta joihinkin kohtiin. Yksi lomake palautettiin vasta 15.3, se hylättiin. Matkalahjakortin arvontaan oikeuttavia arpalipukkeita palautettiin 105 kappaletta

Tulokset esitetään pylväs- ja palkkikuvioina, joissa esitetään vastausvaihtoehtojen jakaumat prosenttiosuuksina vastanneista. Prosenttiluvut on pyöristetty kokonaisluvuiksi. Liitteinä olevista kysymyslomakkeesta (LIITE 2) ja SPSS -taulukoista (LIITE 4) ilmenevät myös kysymysten alakohdat/väittämät, vastausten tarkat määrät kappaleina ja prosentteina ja vastamatta jättäneet. Avoimien kysymysten vastaukset ovat täydellisinä liitteessä (LIITE 3).

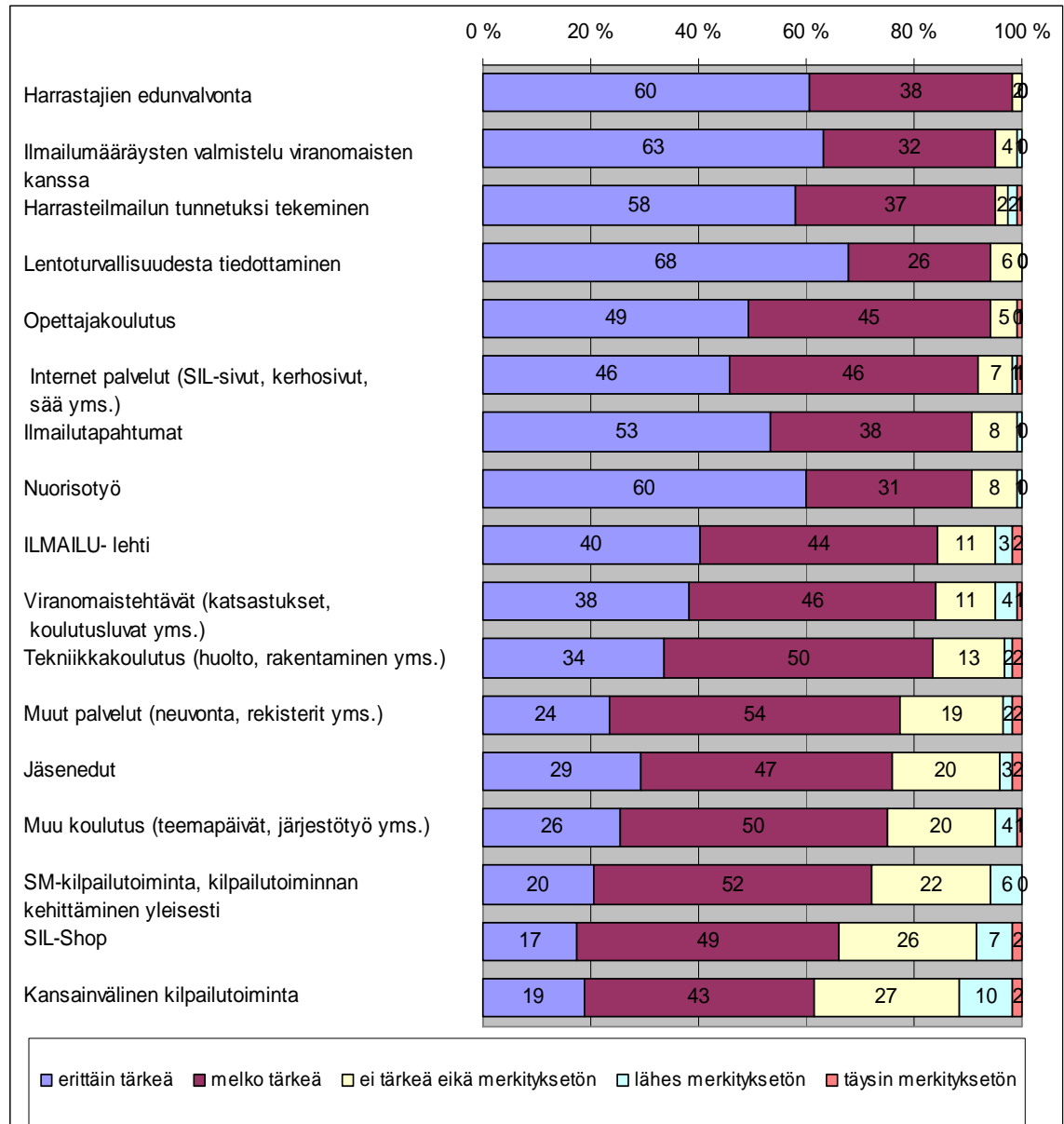
#### 4.1 Ilmailuliitto-osio

Ensimmäiseen kuvioon (Kuvio 1.) on koottu väittämiksi SIL:n vision ja strategian pääkohdat. Eniten samaa mieltä (täysin tai jokseenkin) vastaajat olivat lentoturvallisuuden edistämisestä, 86 %, ja kilpailujen näkyvyyttä, 82 %, koskevilla väittämillä. Ilmailua haluttuna harrasteena (täysin tai jokseenkin samaa mieltä) piti yhteensä 74 % vastaajista. Taas eniten eri mieltä (täysin tai jokseenkin) vastaajat olivat tehokkaan harrastajamäärän kasvattamisesta, 42 %, ilmailun pariin tulon helppoutta, 35 %, ja harrastajien edunvalvonnan tehokkuutta, 22 %, koskevilla väittämillä.



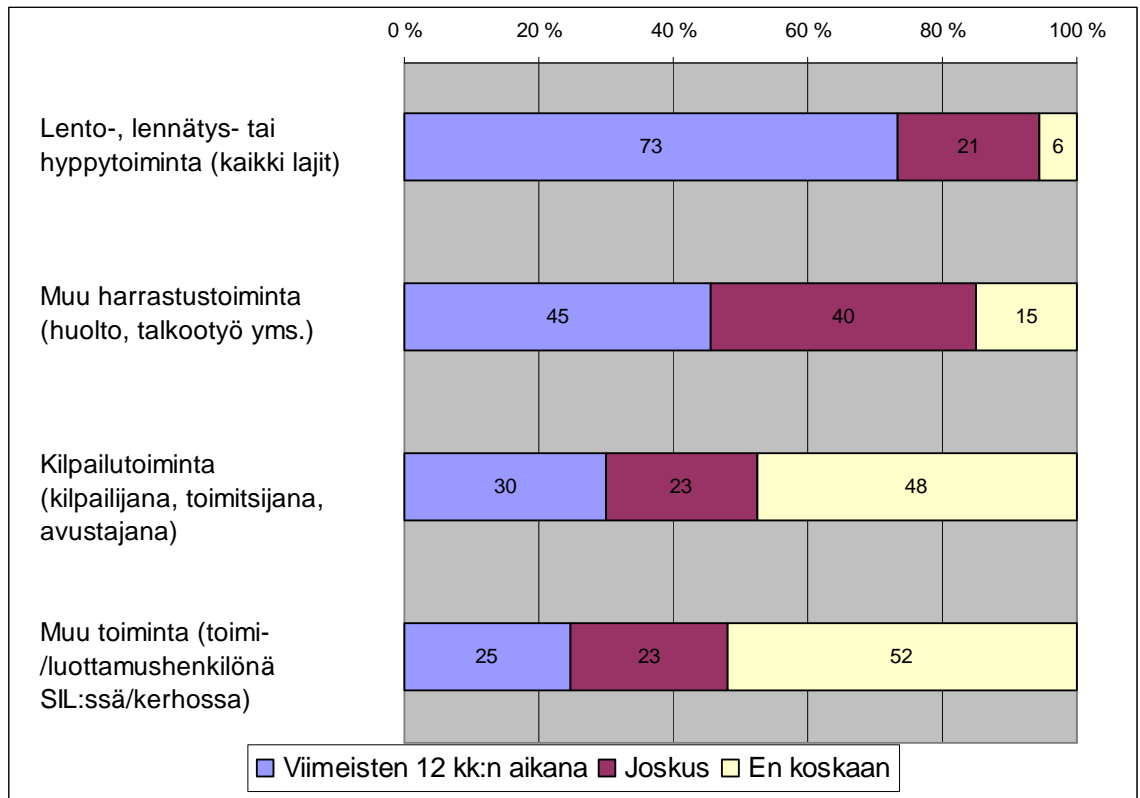
Kuvio 1. Visio ja strategia väittäminä

SIL:n ydintoiminnoista (Kuvio 2.) yhteensä erittäin tai melko tärkeiksi koettiin mm. harrastajien edunvalvonta, 98 %, ilmailumääräysten valmistelu viranomaisten kanssa, 95 %, harrasteilmailun tunnetuksi tekeminen, 95 %, lentoturvallisuudesta tiedottaminen, 94 %, opettajakoulutus, 94 %, internet- palvelut, 92 %, ilmailutapahtumat ja nuorisotyö ja, 91 %, vähiten tärkeiksi (lähies tai täysin merkityksetön) kansainvälinen kilpailutoiminta, 11 %, ja SIL- shop, 8 %.



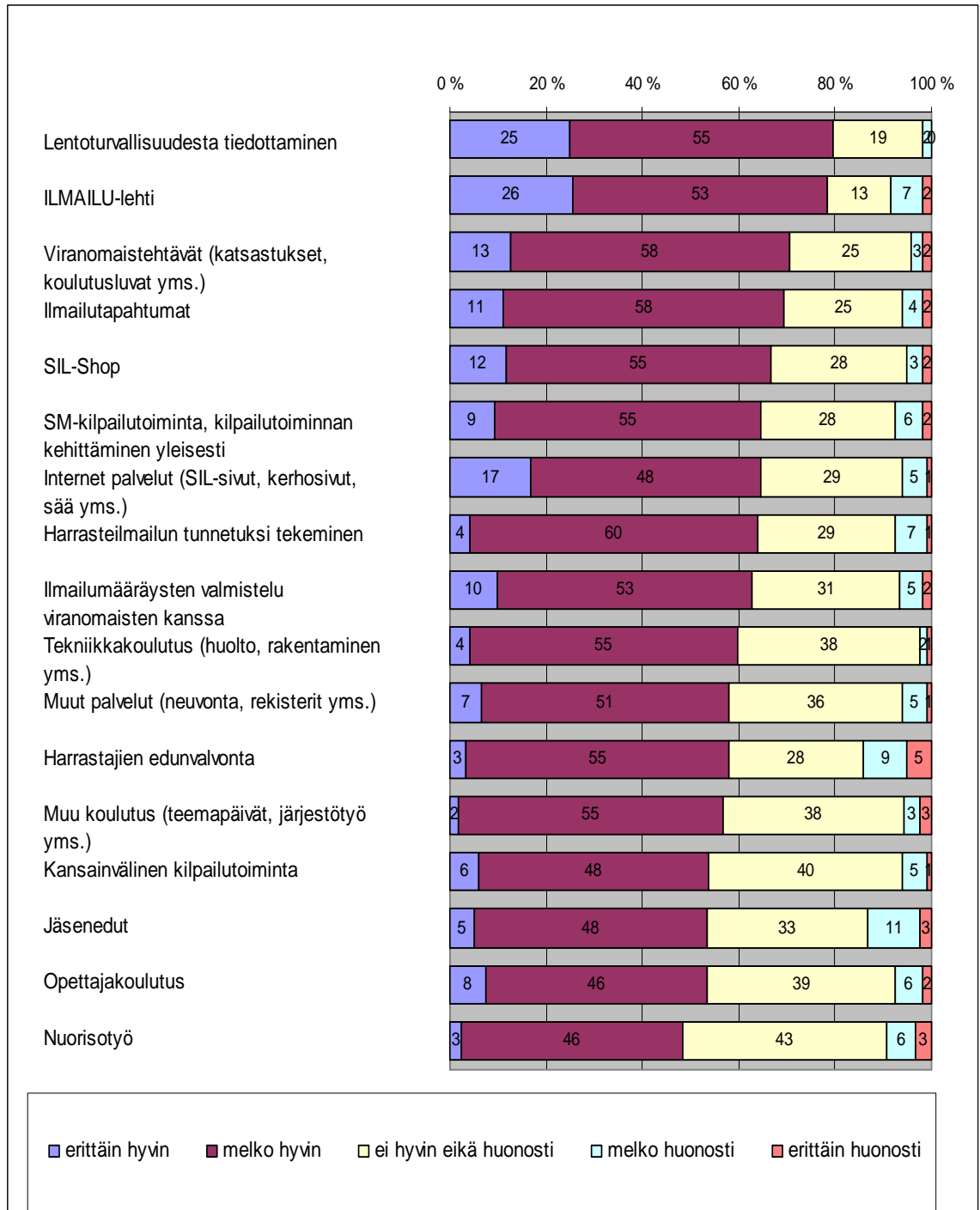
Kuvio 2. Ydintoimintojen tärkeys

Suurin osa, 94 %, vastaajista oli osallistunut lento-, lennätys tai hyppytoimintaa ainakin joskus, huolto- ja talkootöihin 85 %. Kilpailutoimintaan oli osallistunut jossakin muodossa 53 % ja muuhun toimintaan 48 %. (Kuvio 3.)



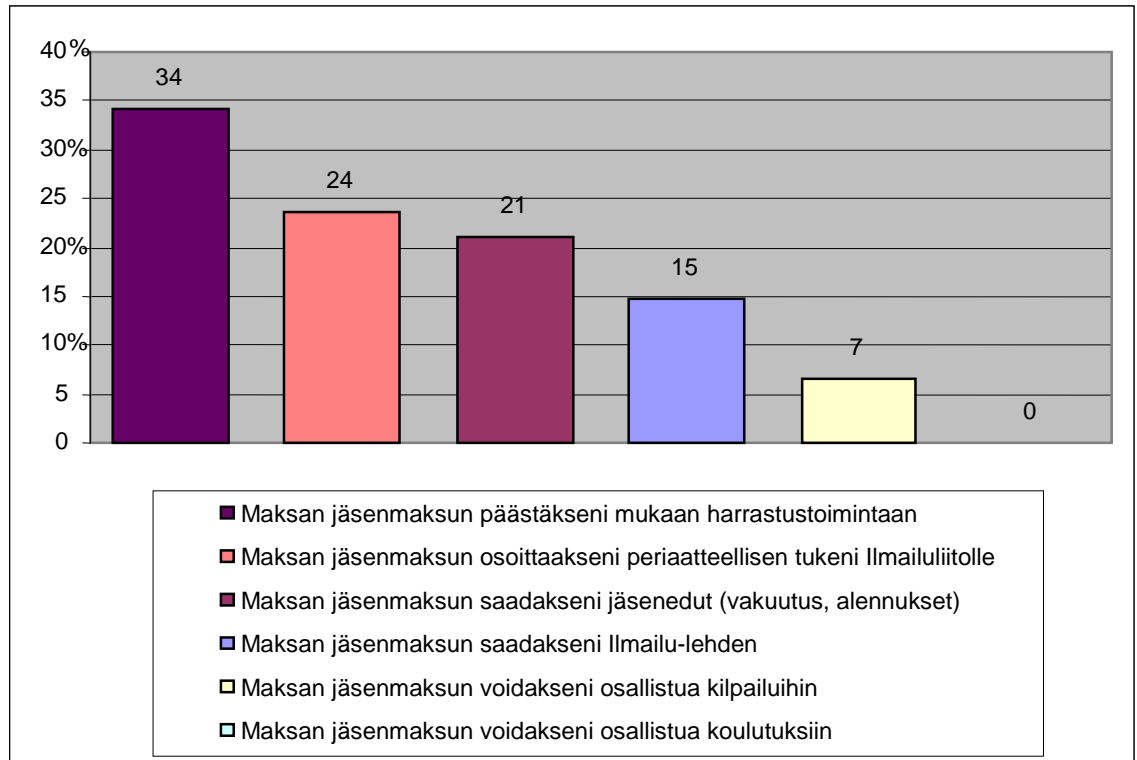
Kuvio 3. Harrastusaktiivisuus

SIL:n ydintoiminnoissa (Kuvio 4.) oli vastaajien mielestä onnistuttu parhaiten (yhteensä erittäin tai melko hyvin) lentoturvallisuudesta tiedottamisessa, 80 %, ja ILMAILU- lehdessä, 79 %. Vähiten katsottiin SIL:n onnistuneen nuorisotyössä, 49 %, jäseneduissa, 53 %, ja opettajakoulutuksessa, 54 %.



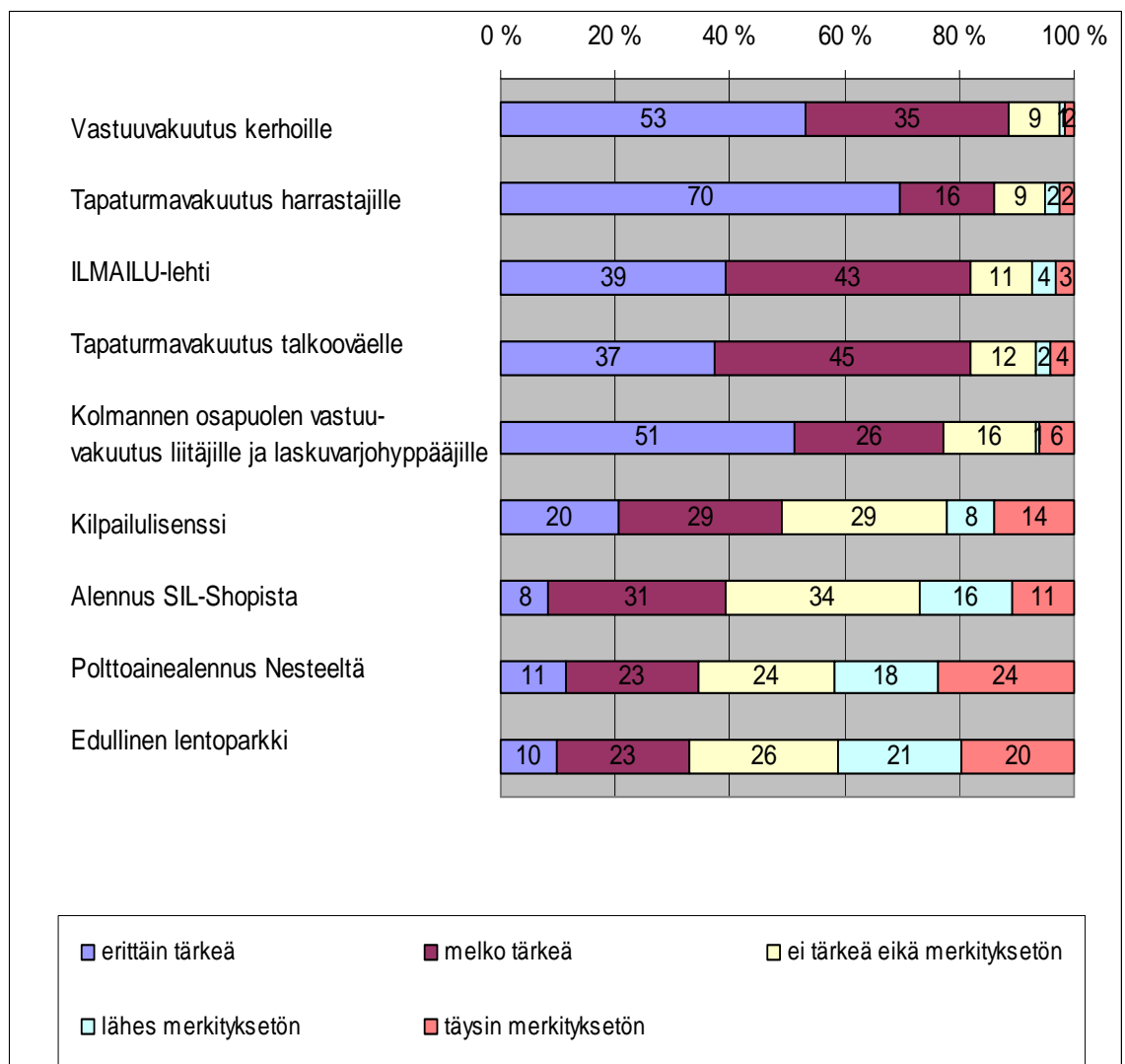
Kuvio 4. Ydintoimintojen onnistuminen

Harrastustoimintaan mukaan pääseminen oli osuudeltaan suurin, 34 %, yksittäinen motiivi jäsenmaksun maksamiselle. SIL:iä halusi tukea 24 % vastaajista, 21 % oli kiinnostunut enimmäkseen jäseneduista ja 15 % ILMAILU-lehdestä. Pelkästään koulutuksiin osallistumisen vuoksi kukaan ei maksanut jäsenmaksua. ( Kuvio 5.)



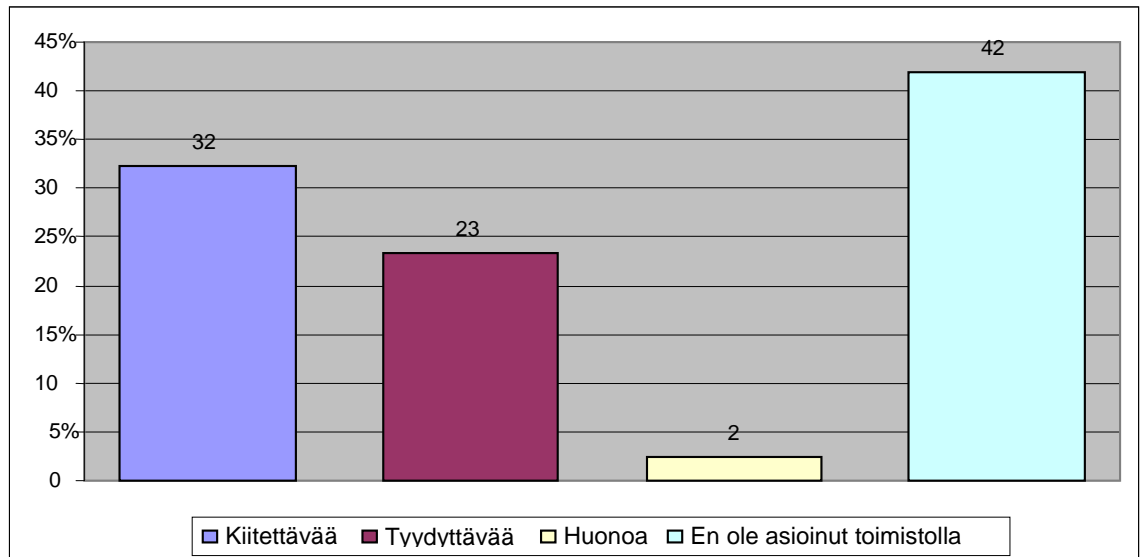
Kuvio 5. Suurin syy jäsenmaksun maksamiselle

Jäseneduista vakuutukset olivat tärkeimmät. Tärkeimpinä (erittäin tai melko tärkeä) pidettiin vastuuvakuutusta kerhoille, 89 %, ja tapaturmavakuutusta harrastajille, 86 %. ILMAILU-lehteä piti erittäin tai melko tärkeänä yhteensä 82 % vastaajista. Vähiten tärkeinä pidettiin lentoparkkia, 33 %, Nesteen polttoainealennusta, 34 %, ja SIL-Shopin alennusta, 39 %. Nämä jäsenedut koettiin myös eniten lähes tai täysin merkityksettömiksi. (Kuvio 6.)



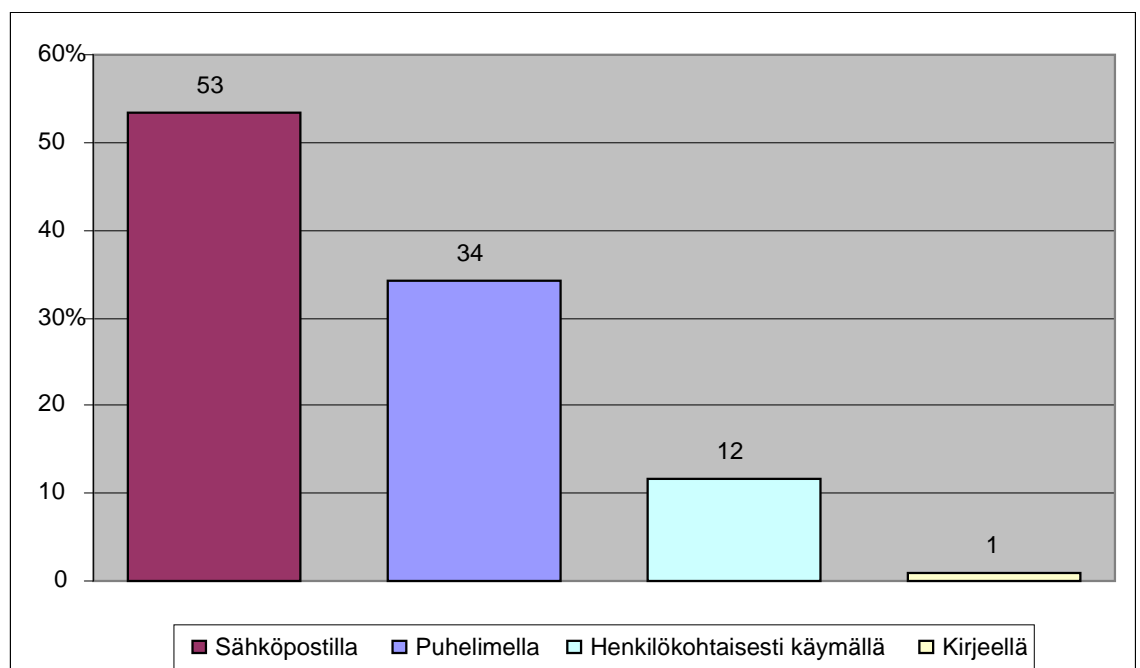
Kuvio 6. Jäsenedut

32 % vastaajista oli saanut mielestään kiitettävää palvelua asioidessaan SIL:n toimistolla. Tyydyttäväksi palvelun oli kokenut 23 % ja huonoksi 2 %. 42 % ei ollut siellä asioinut. (Kuvio 7.)



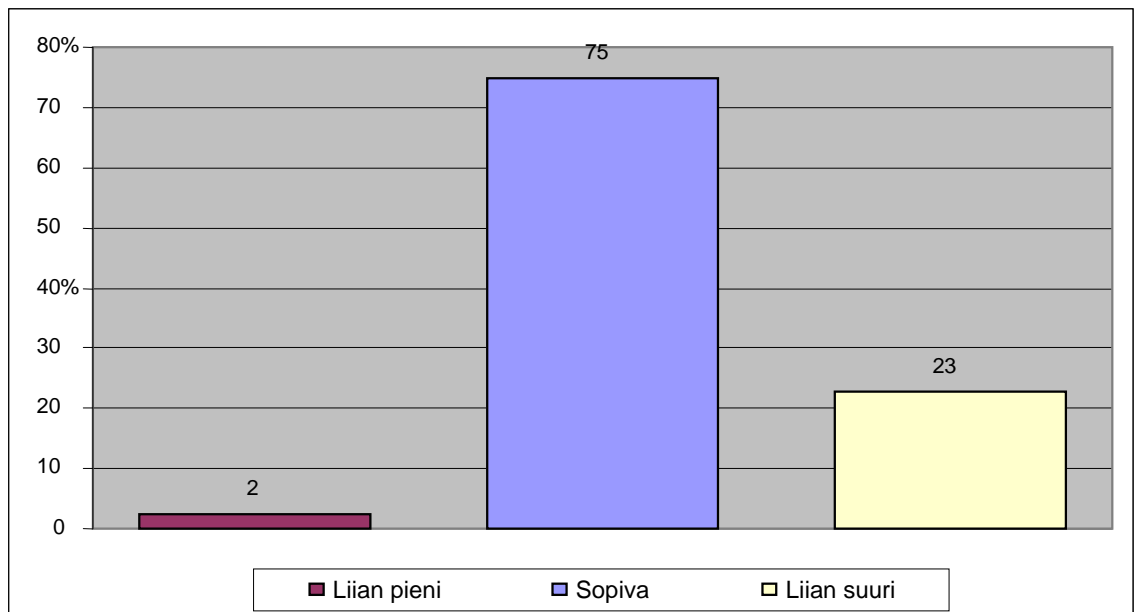
Kuvio 7. Toimiston palvelun taso

Sähköposti oli halutuim, 53 %, asioimistapa SIL:n toimiston kanssa, puhelin seuraava, 34 %. henkilökohtaisesti käymällä halusi asioida 12 % ja kirjeellä 1 % vastaajista. (Kuvio 8.)



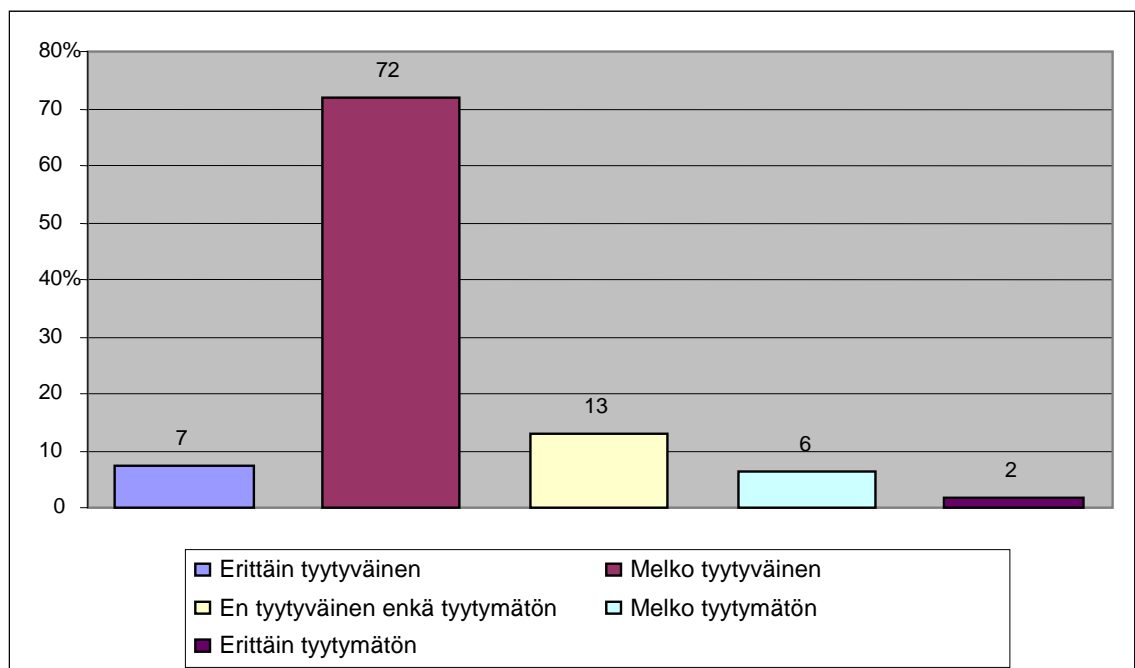
Kuvio 8. Halutuim asioimistapa toimiston kanssa

Vastaajista 2 % piti jäsenmaksua nykyiset jäsenedut sisältäen liian pienenä, 75 % sopivana ja 23 % liian suurena. (Kuvio 9.)



Kuvio 9. Jäsenmaksun suuruus

Erittäin tai melko tyytyväisiä SIL:n toimintaan kokonaisuutena oli yhteensä 79 % vastaajista, melko tai erittäin tyytymättömiä yhteensä 8 %. (Kuvio 10.)

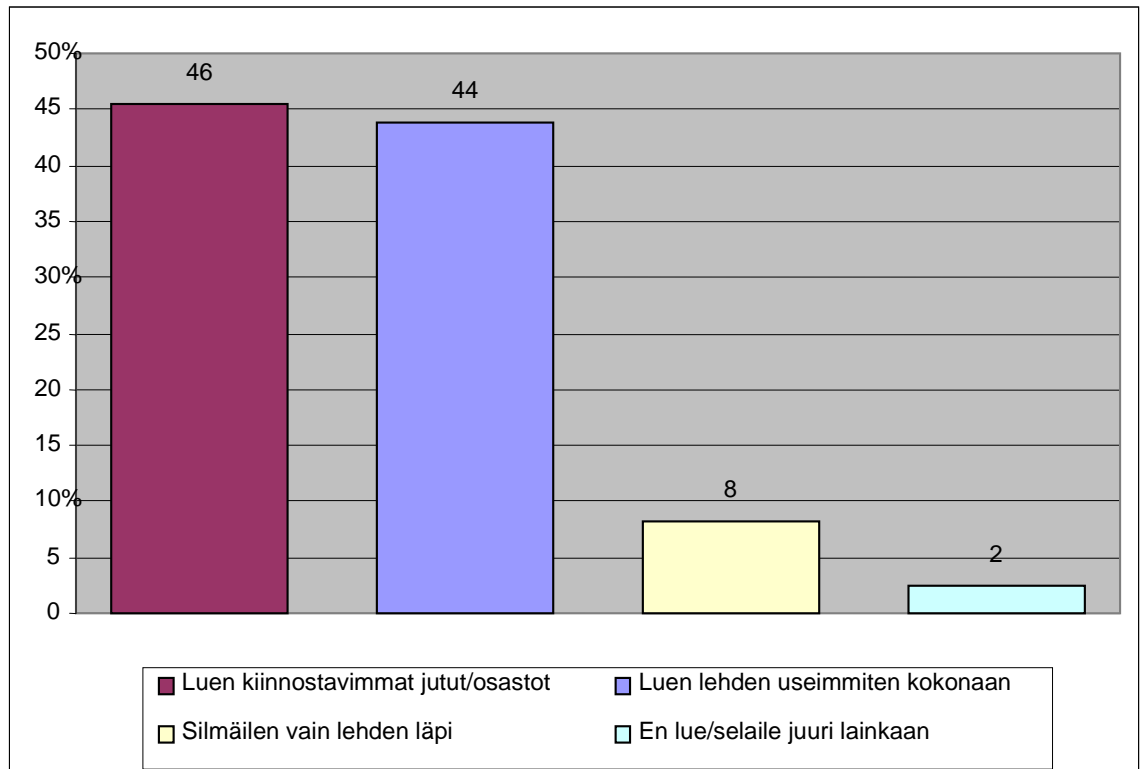


Kuvio 10. SIL:n toiminta kokonaisuutena

Vapaamuotoisissa terveisissä ja toiveissa Ilmailuliitolle tulivat esille nuoriso/juniorityön vähäisyys kolmessa vastauksessa, vakuutusilanne samoin kolmessa. Ilmailutapahtumia kommentoitiin kahdessa vastauksessa, liiton henkilöstöä samoin. Positiivisia terveisiä toivoteltiin neljässä vastauksessa, loput olivat yleisluontoista kritiikkiä, mm. erilaisten määräysten kiristymisestä.

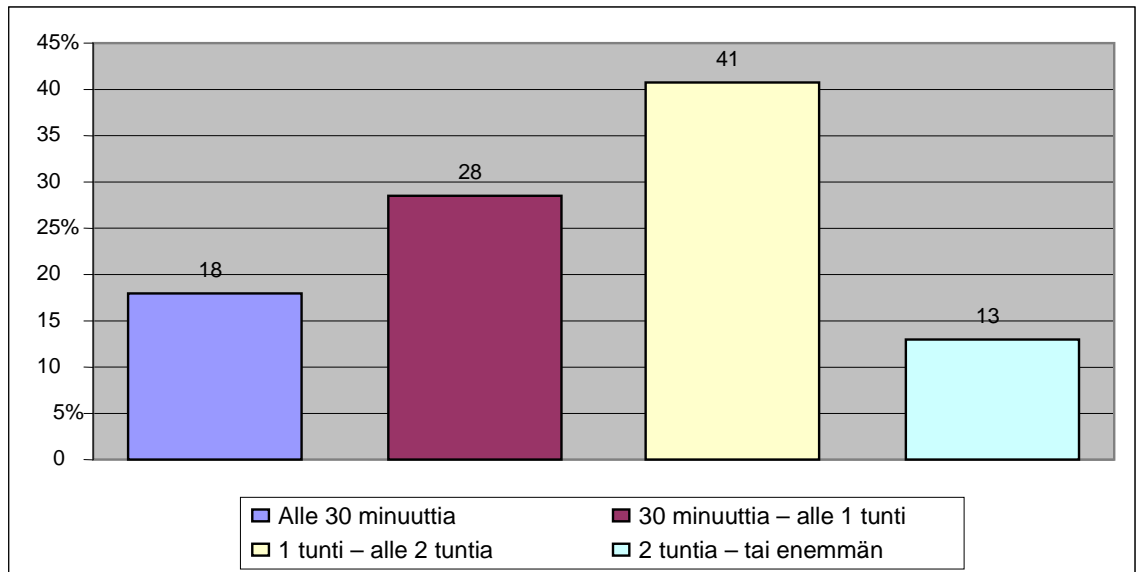
#### 4.2 ILMAILU-lehtiosio

Vastaajista yhteensä 90 % luki lehden kokonaan tai ainakin kiinnostavimmat jutut, 10 % vain silmäili lehden läpi tai ei sitäkään. (Kuvio 11.)



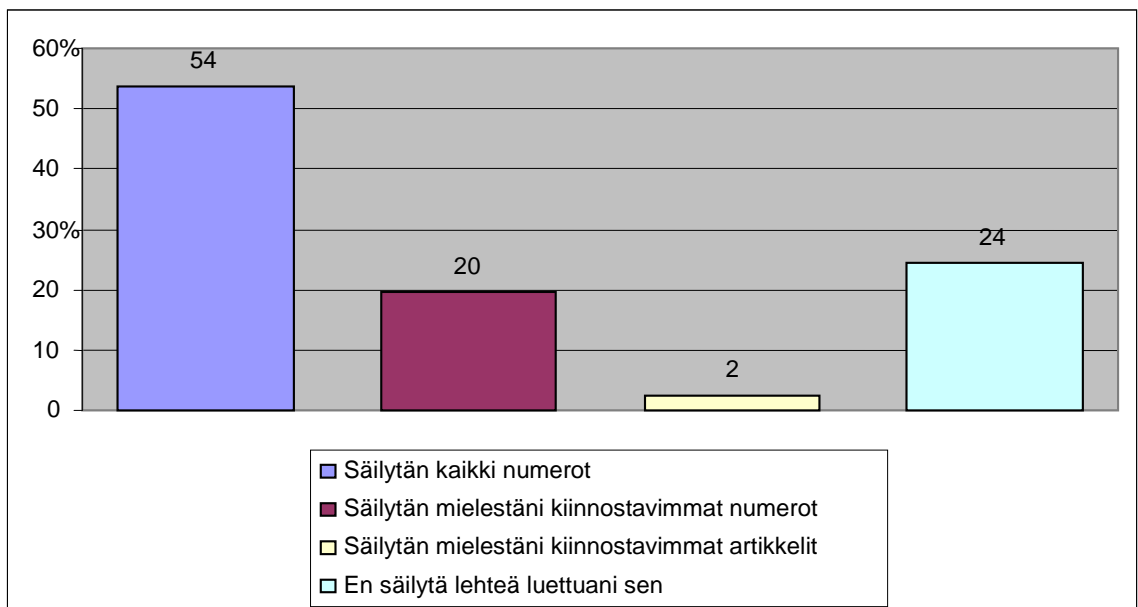
Kuvio 11. Lehden lukutavat

Alle puolet, 46 %, vastaajista käytti lukemiseen vähemmän kuin yhden tunnin, yli puolet, 54 %, enemmän. (Kuvio 12.)



Kuvio 12. Lehden lukemiseen käytetty aika

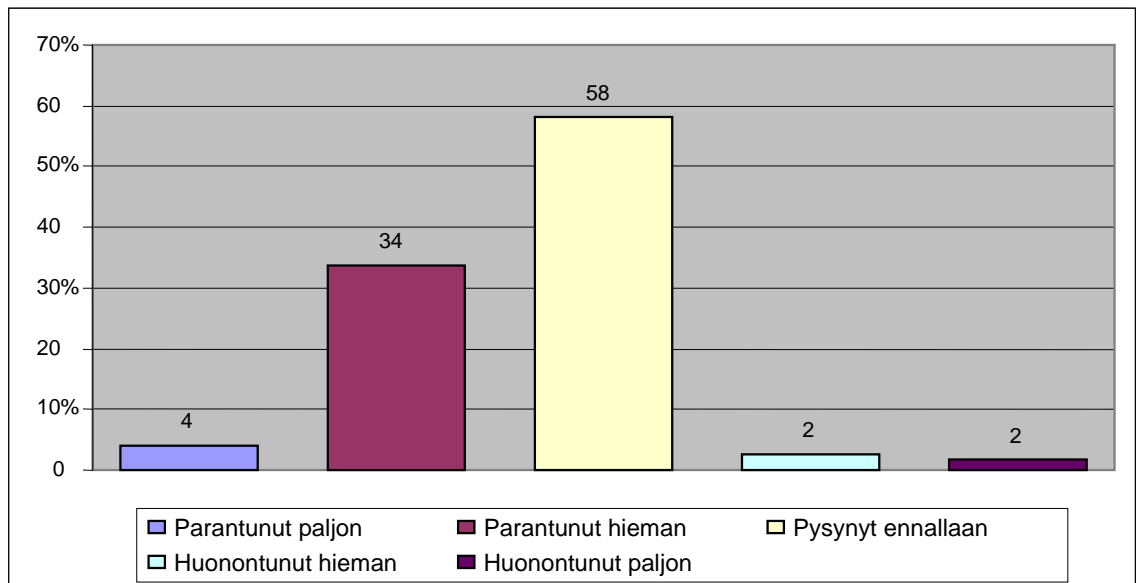
Yli puolet, 54 %, vastaajista säilytti kaikki lehdet. Ainakin osittain säilytti lehden yhteensä 22 %. Lehteä ei säilyttänyt sen luettuaan 24 %. (Kuvio 13.)



Kuvio 13. Lehden säilyttäminen

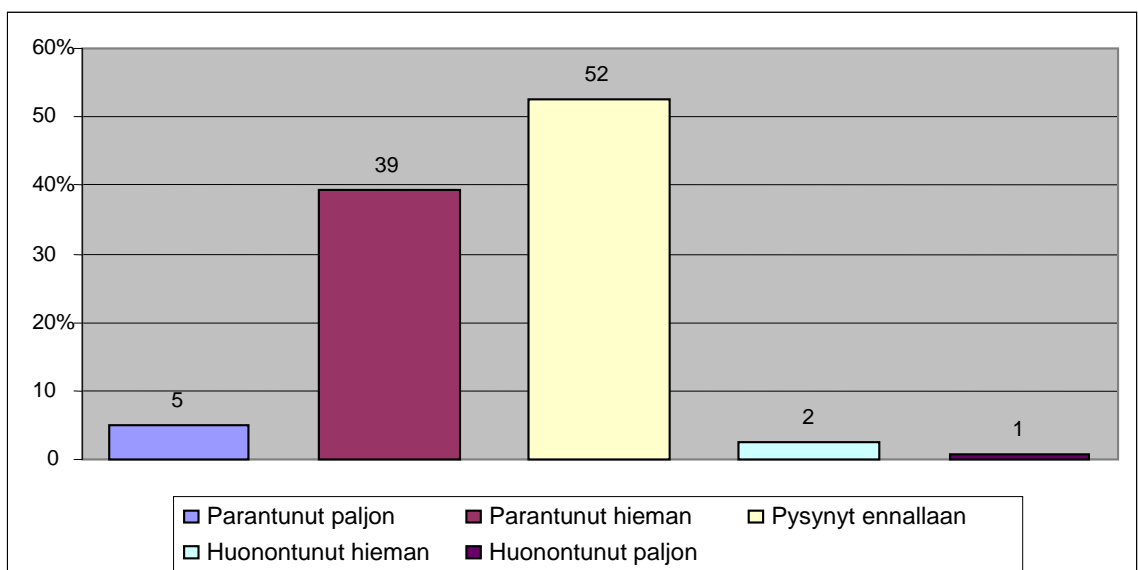
Tässä pyrittiin selvittämään, onko vuonna 2007 tapahtuneella päätoimittajan vaihdoksella vaikutusta lukijoiden mielipiteisiin lehden sisällöstä. Enemmistön, 58 %:n, mielestä muutosta ei ollut tapahtunut, kuitenkin yhteensä 34 % vastaajista koki lehden sisällön parantuneen pal-

jon tai melko paljon. Lehden sisällön koki huonontuneen hieman tai paljon yhteensä 4 % vastaajista. (Kuvio 14.)



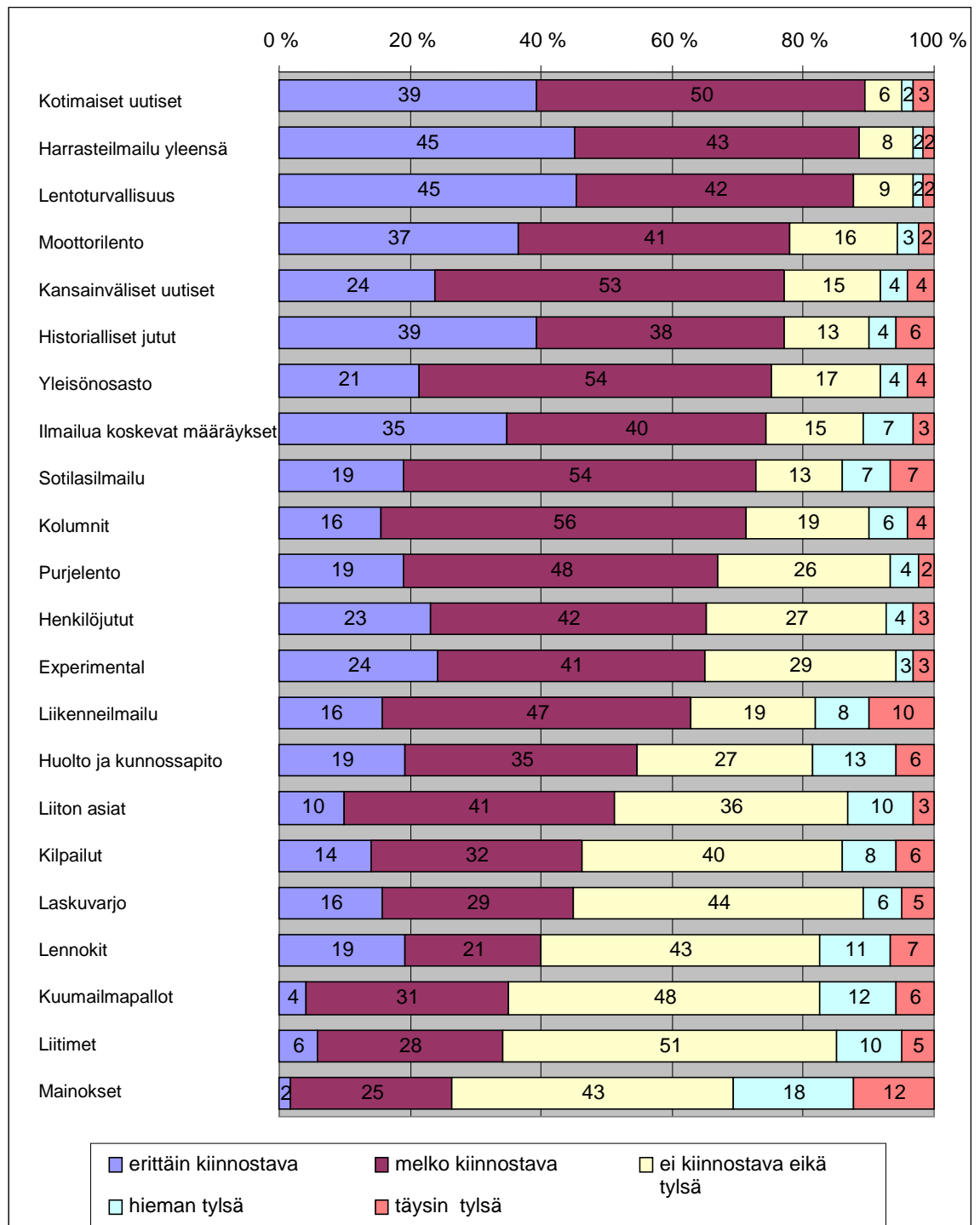
Kuvio 14. Lehden sisältö

Tässä pyrittiin selvittämään, oliko vuonna 2007 tapahtuneella päätoimittajan vaihdoksella vaikutusta lukijoiden mielipiteisiin lehden ulkoasusta. Yhteensä 44 % oli sitä mieltä, että ulkoasu oli parantunut paljon tai hieman. Enemmistön, 52 %:n mielestä ulkoasu oli pysynyt ennallaan. 3 % vastaajista ilmoitti ulkoasun huonontuneen hieman tai paljon. (Kuvio 15.)



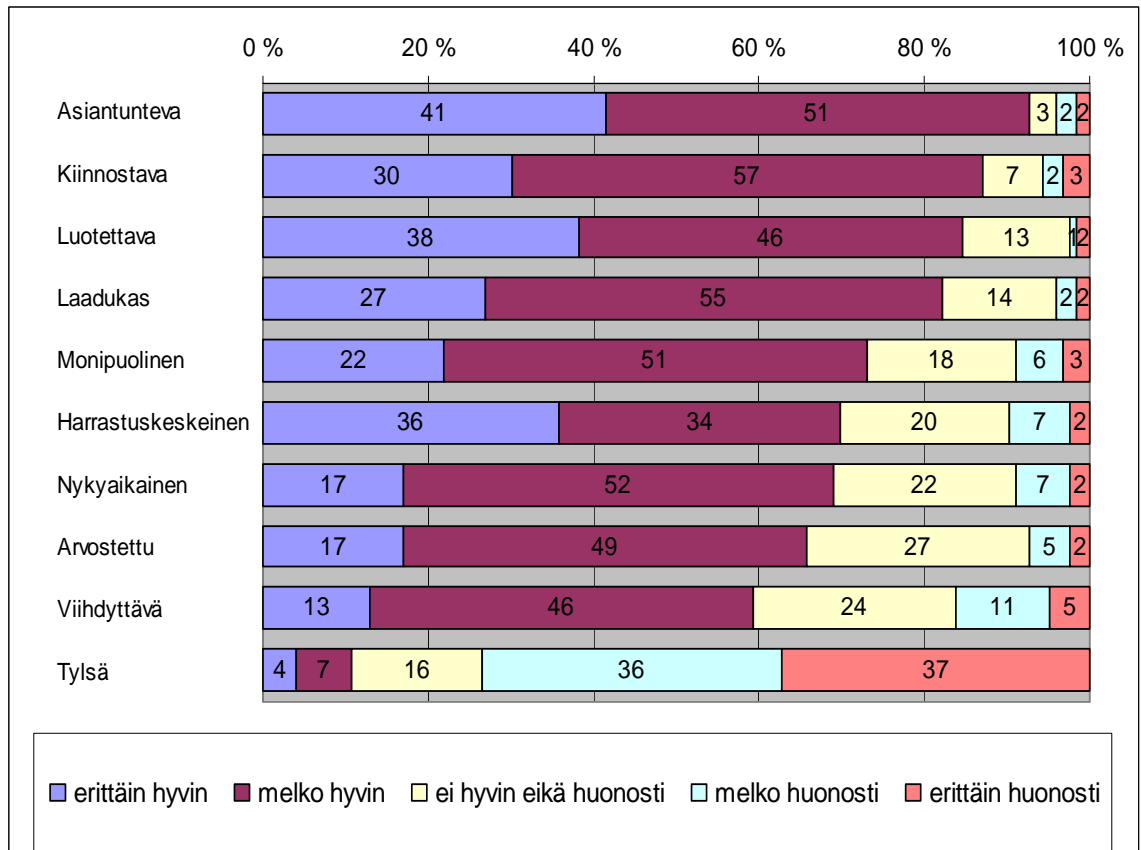
Kuvio 15. Lehden ulkoasu

Kiinnostavimpina (erittäin tai melko kiinnostava) aihealueina lukijat pitivät kotimaan uutisia, 89 %, harrasteilmailua yleensä, 88 %, ja lentoturvallisuutta 87 %. Vähiten, 27 %, kiinnostivat mainokset. Täysin tylsinä aihealueina vastaajista 12 % piti mainoksia, 10 % liikenneilmailua ja 7 % lennokkeja ja sotilasilmailua. (Kuvio 16.)



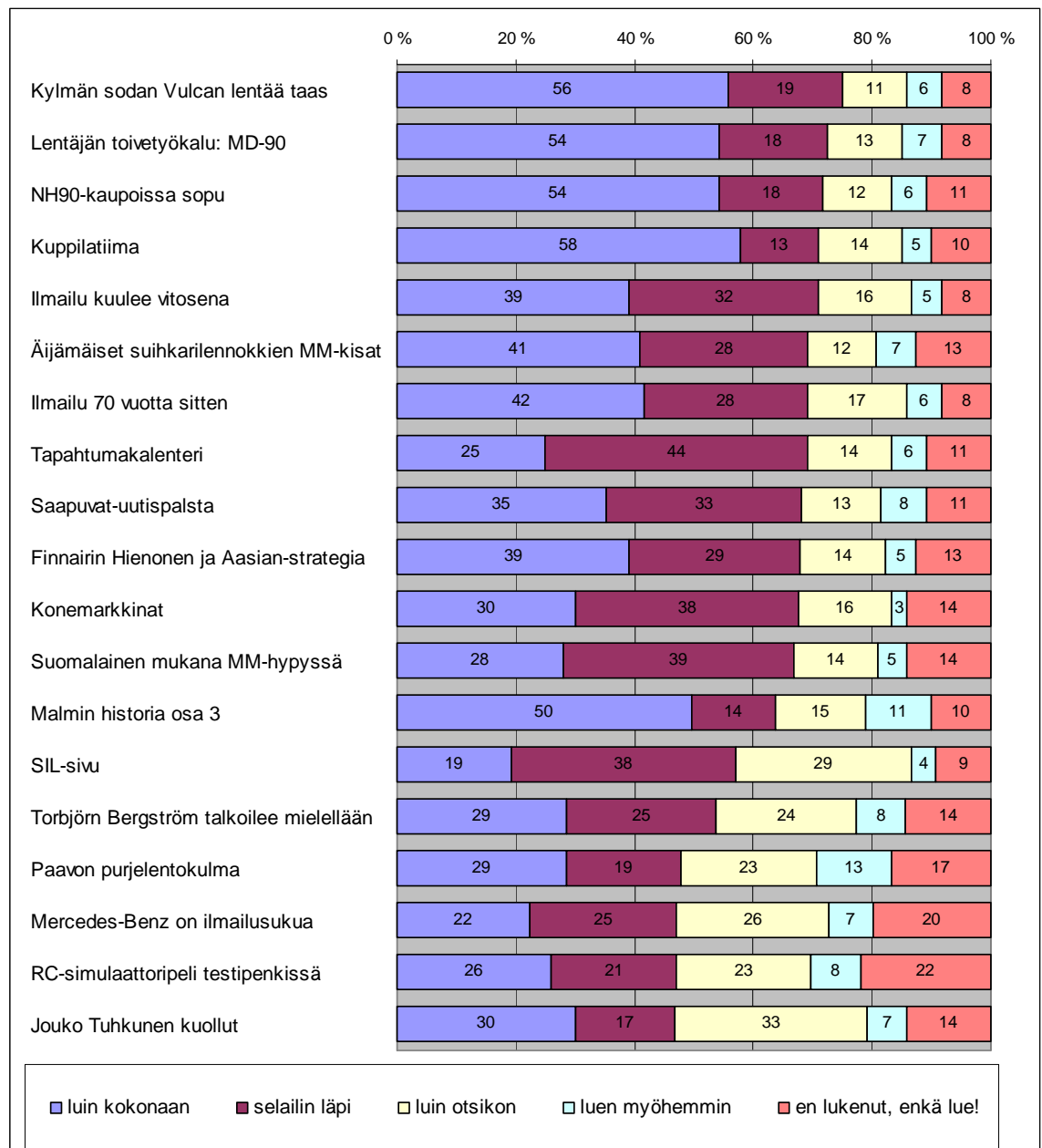
Kuvio 16. Lehden aihealueet

Asiantuntevuus, 92 %, kiinnostavuus, 87 %, ja luotettavuus, 84 %, kuvasivat vastaajien mielestä lehden ominaisuuksia erittäin tai melko hyvin. Tylsänä lehteä piti vain pieni osa vastaajista, 11 %. (Kuvio 17.)



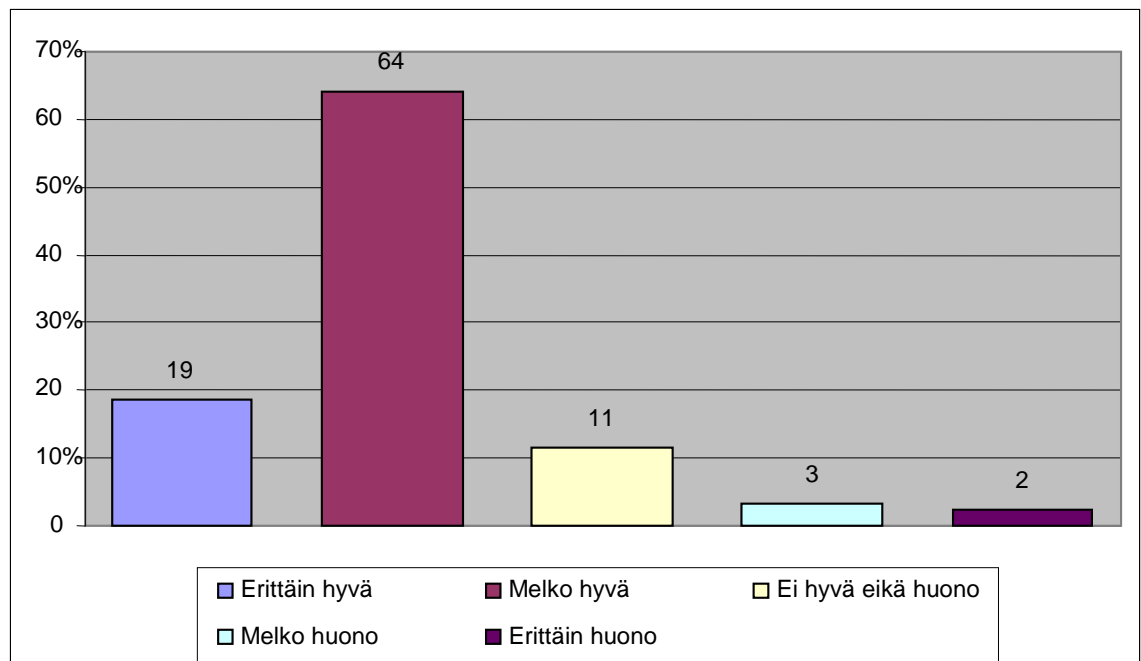
Kuvio 17. Lehden ominaisuudet

Eniten ILMAILU- lehden testinumeron 1/2008 juttuja luettiin kokonaan tai selailtiin seuraavasti: Kylmän sodan Vulcan ... 75 %, MD-90 ... 72 % ja NH90 ... 72 % ja Kuppilatiima 71 %. Vähiten kokonaan luettiin tai selailtiin Jouko Tuhkusen muistokirjoituista, 47 %, RC-simulaattorijuttua, 47 %, ja Mercedes-Benz -testiä, 47 %. RC- simulaattorijutun ilmoitti jättävänsä lukematta 22 % ja ilmailuaiheisiin kuulumattoman testijutun, Mercedes-Benz -testin 20 % vastaajista. (Kuvio 18.)



Kuvio 18. Juttujen lukutavat

Vastaajista yhteensä 83 % piti lehteä kokonaisuutena erittäin tai melko hyvänä, huonona tai melko huonona yhteensä 5 % (Kuvio 19).



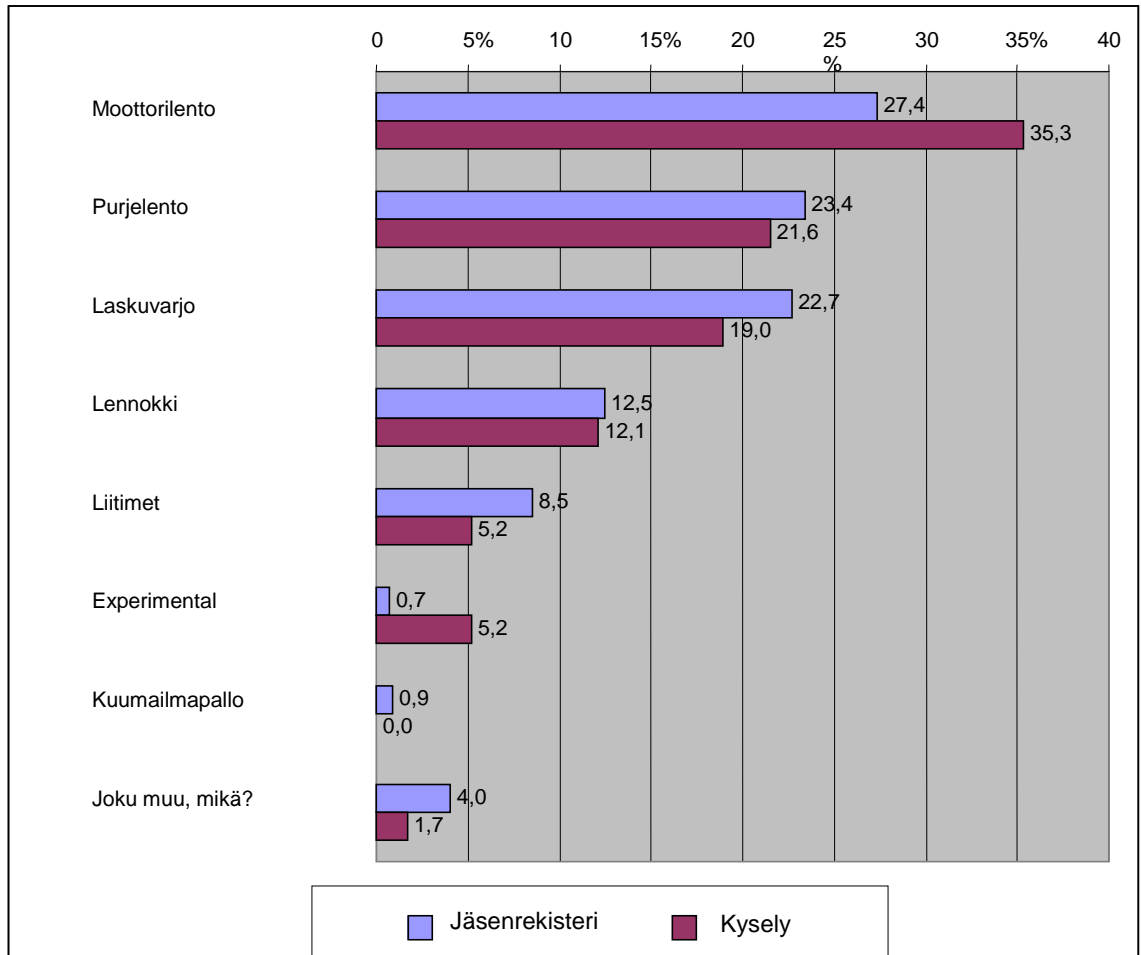
Kuvio 19. Lehti kokonaisuutena

Terveisissä ja toiveissa ILMAILU-lehdelle eri lajeja koskevia juttuja haluttiin lukea enemmän tai vähemmän kymmenessä vastauksessa. Harrastajat halusivat omaa lajiaan koskevia juttuja enemmän. Esille tuli etenkin lennokkitoiminta, josta enemmän halusi lukea viisi vastaajaa. Keskittymistä harrasteilmailuun halusi viisi vastaajaa. Autojuttua kommentoitiin kolmessa vastauksessa. Suoria kiitoksia tuli kolme kappaletta ja lehden lopettamista vaati yksi vastaaja. Loput vastaukset olivat yleisiä terveisiä ja kommentteja.

#### 4.3 Vastaajien taustatiedot

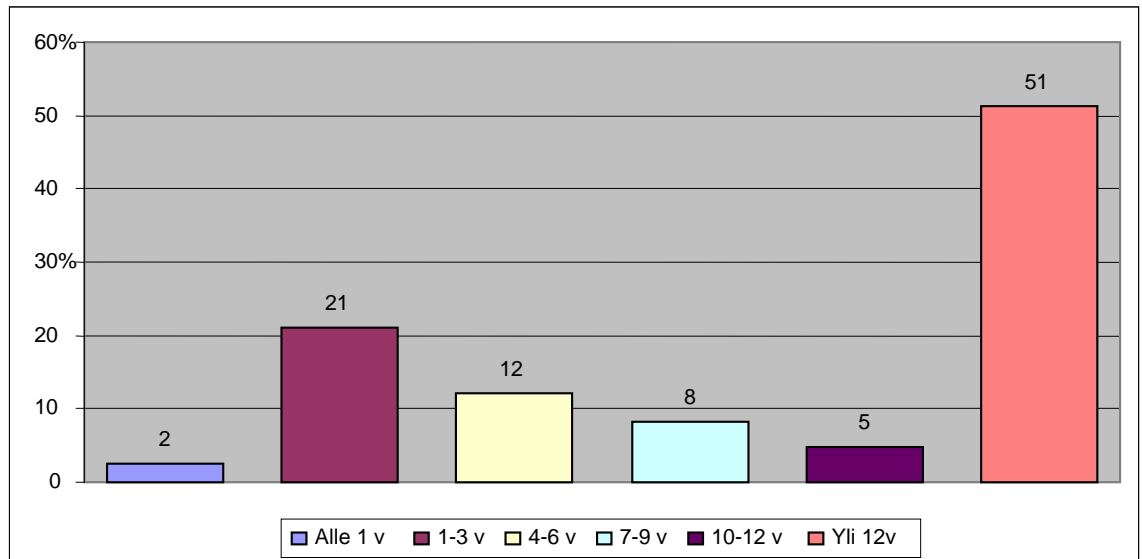
SIL:n luokittelemat harrastelajit olivat vastausvaihtoehtoina pääharrastelajia koskevassa kysymyksessä. Ryhmä ultrakevyet yhdistettiin moottorilentoon ja ryhmä moottoripurjelento purjelentoon. Näin saatiin kyselyn ja jäsenrekisterin ryhmittely toisiaan vastaaviksi. Kyselyssä ryhmään ”Joku muu, mikä?” tuli 8 vastausta, 6 liitettiin jo olemassa oleviin ryhmiin, lisäksi yksi vastaaja ilmoitti lajikseen virtuaali-ilmailun ja yksi vastasi olevansa ”maahommista”. Kuviossa on mukana vertailua varten myös SIL:n jäsenrekisterin jakauma. Siinä ryhmää ”Joku

muu, mikä?” ei ole eritelty. Moottorilentäjiä oli vastaajissa eniten (35 %), toiseksi eniten (22 %) purjelentäjiä. Laskuvarjohyppääjien osuus oli 19 % ja lennokkiharrastajien 12 %. Kuumailmapallopilontäjiä ei vastaajissa ollut. (Kuvio 20.)



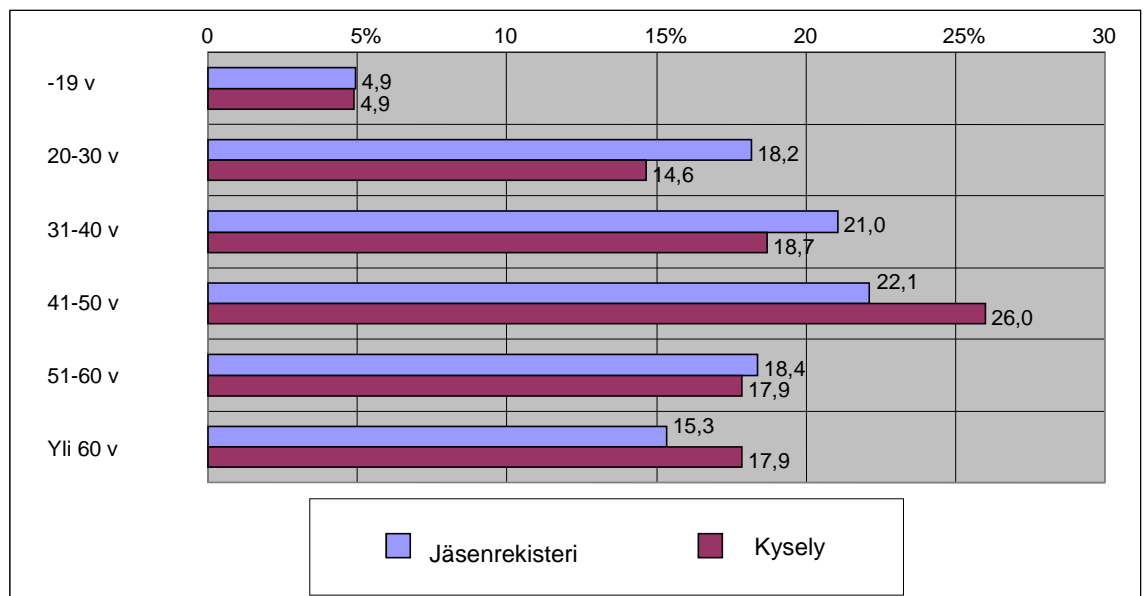
Kuvio 20. Pääharrastelaji

Yli puolet, 51 %, vastaajista oli pitkäaikaisia (yli 12 vuotta) jäseniä. Seuraavaksi suurin ryhmä oli 1-3 vuotta jäsenenä olleet, 21 %. Uusia, alle 1 vuoden jäsenenä olleita, oli vain 2 % (Kuvio 23.).



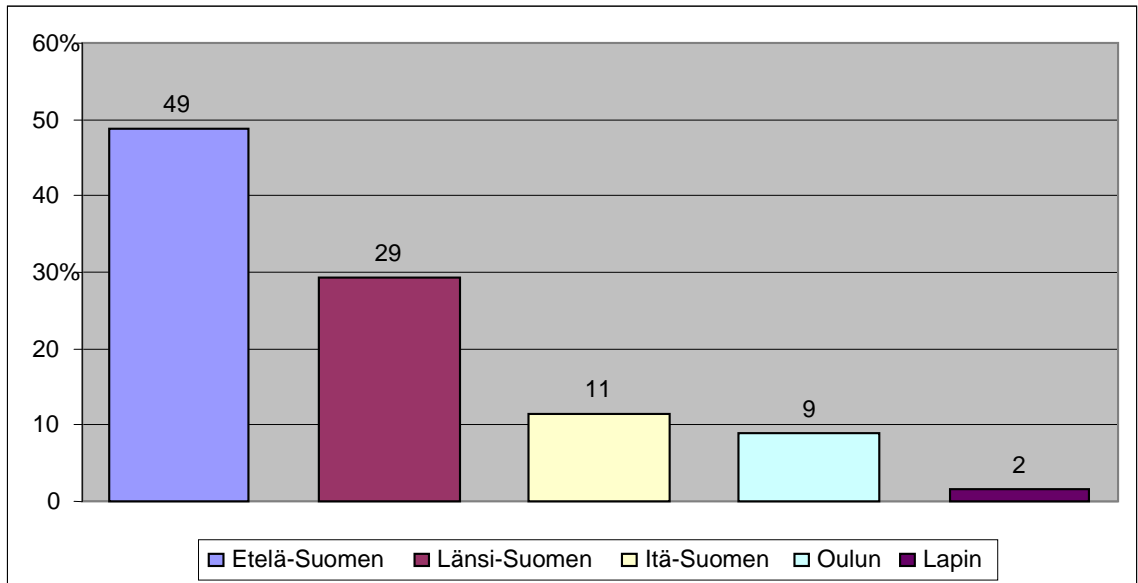
Kuvio 21. Jäsenyyden kesto

41-50 vuotiaita oli vastaajissa eniten, 26 %, seuraavaksi eniten 51-60 vuotiaita ja yli 60-vuotiaita, molempia 18 %. Pienin osuus oli -19 v. ikäisissä, 5 %. Mukana on myös SIL:n jäsenrekisterin ikäjakauma vertailua varten. (Kuvio 22.)



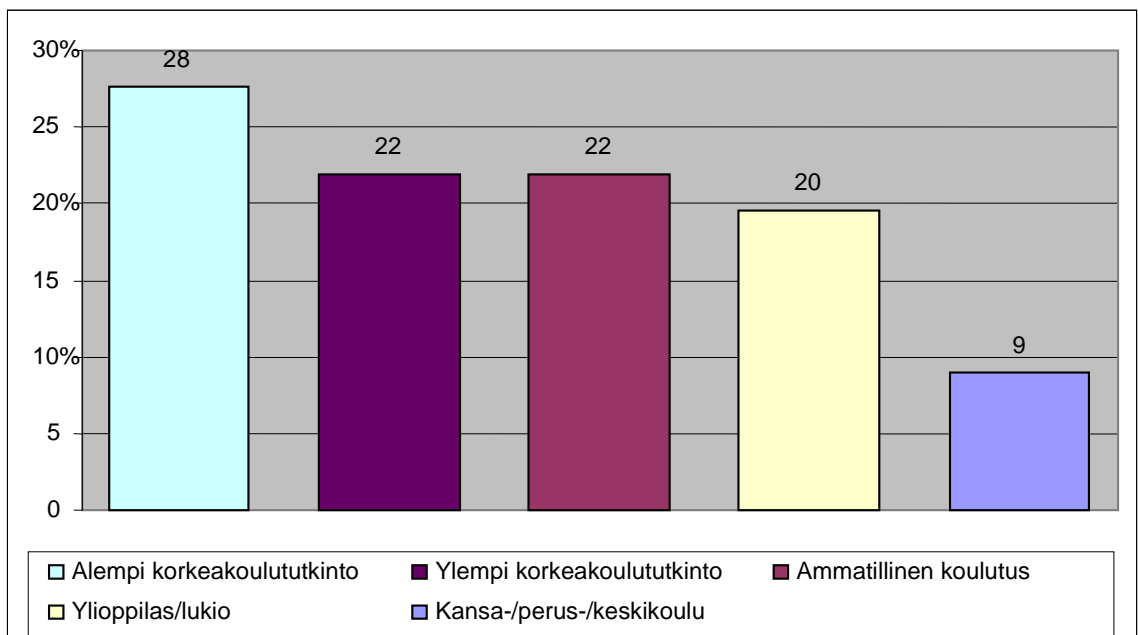
Kuvio 22. Ikäryhmät

Etelä-Suomen läänissä ilmoitti asuvansa valtaosa, 49 %, Länsi-Suomen 29 %, Itä-Suomen 11 %, Oulun 9 % ja Lapin läänissä 2 % vastaajista. (Kuvio 23.)



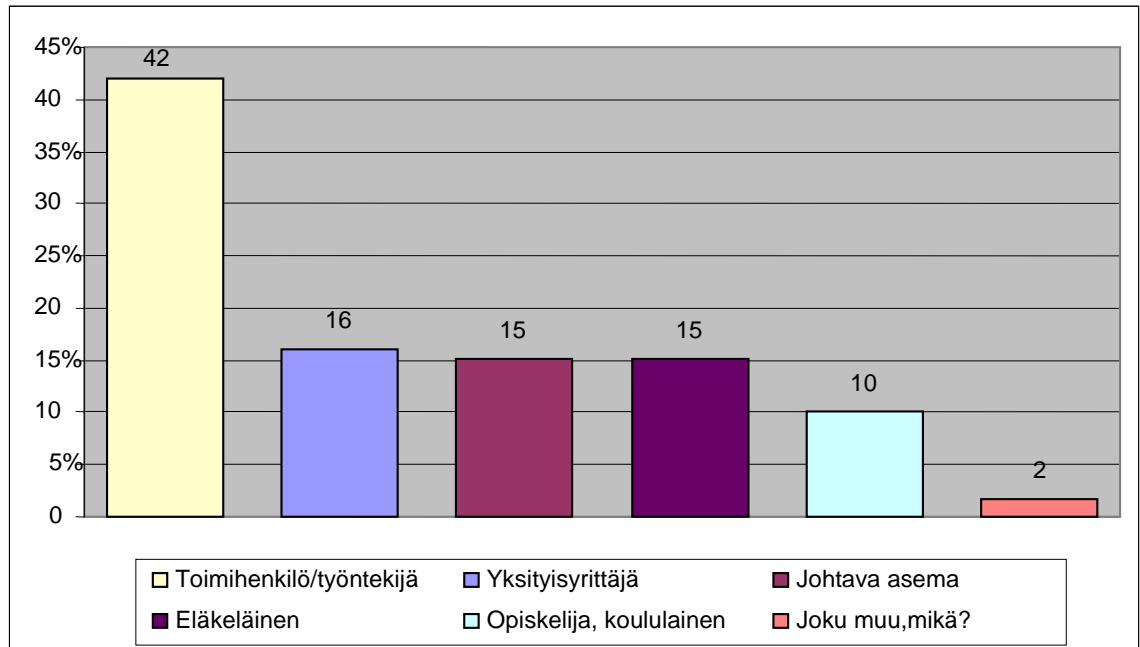
Kuvio 23. Asuinlääni

Yhteensä lähes puolella vastanneista oli joko alempi, 28 %:lla, tai ylempi, 22 %:lla, korkeakoulututkinto. Ammatillinen koulutus oli 22 %:lla, ylioppilaita/lukion käyneitä oli 20 % ja kansa/perus/keskikoulun oli käynyt 9 % vastaajista (Kuvio 24.)



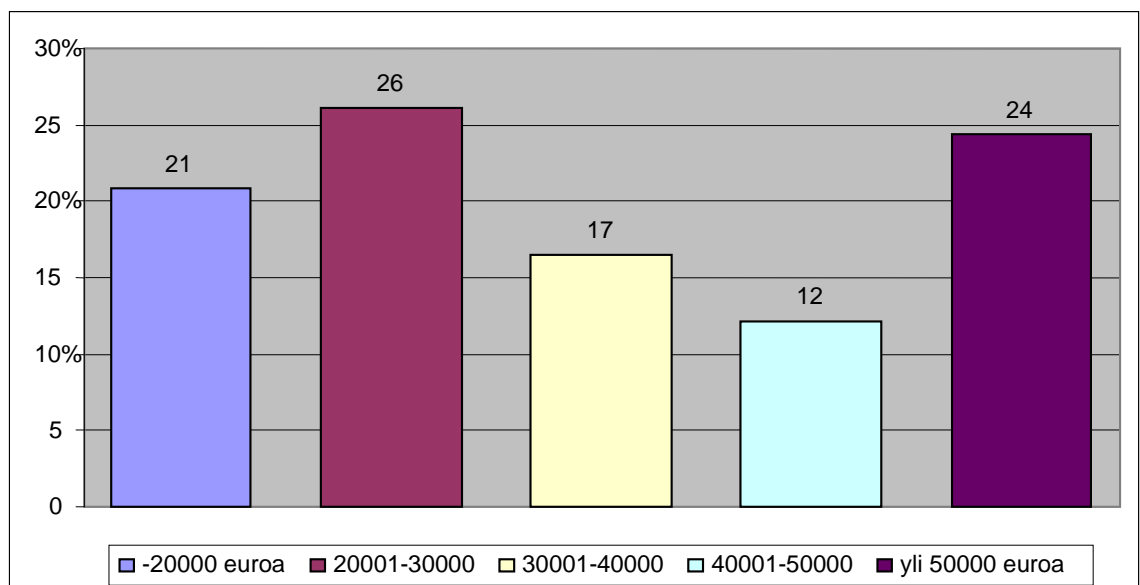
Kuvio 24. Koulutus

Toimihenkilön/työntekijän ilmoitti ammatikseen 42 % vastaajista, yrittäjiä oli 16 %, johtavassa asemassa olevia ja eläkeläisiä yhtä paljon, 15 %. Opiskelijoita ja koululaisia oli 10 %. Ryhmään ”Joku muu” vastanneet eivät yksilöineet ammattiaan.(Kuvio 25.)



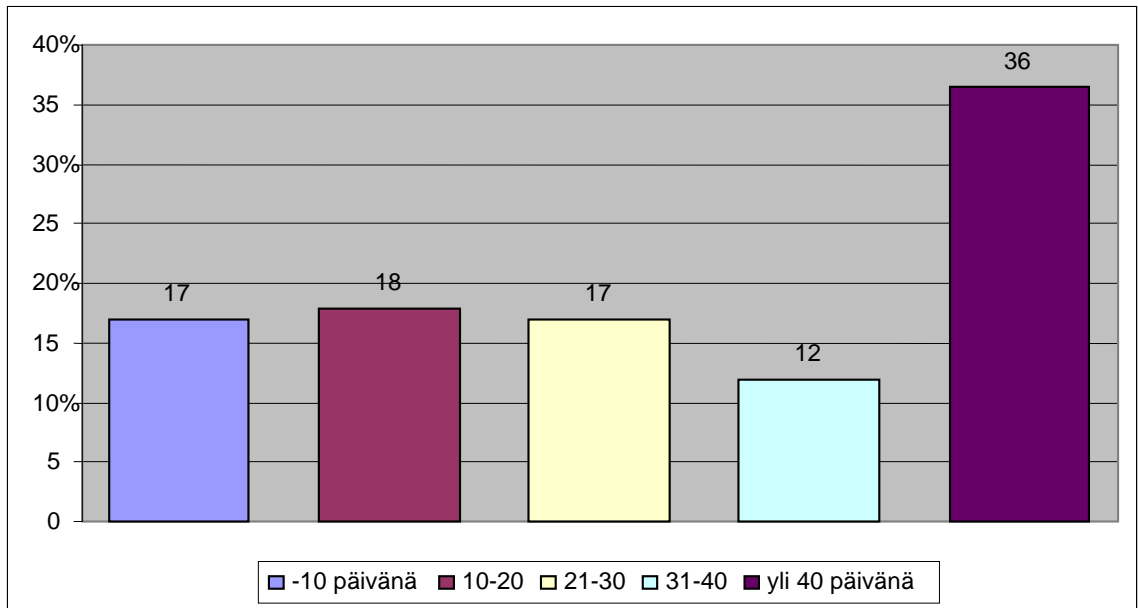
Kuvio 25. Ammatti

Suurin vastaajien tuloluokka oli 20001-30000 euroa, osuus 26 %. 24 % ilmoitti bruttotuloikseen yli 50 tuhatta euroa vuodessa. Muut tuloluokat olivat pienempiä. (Kuvio 26.)



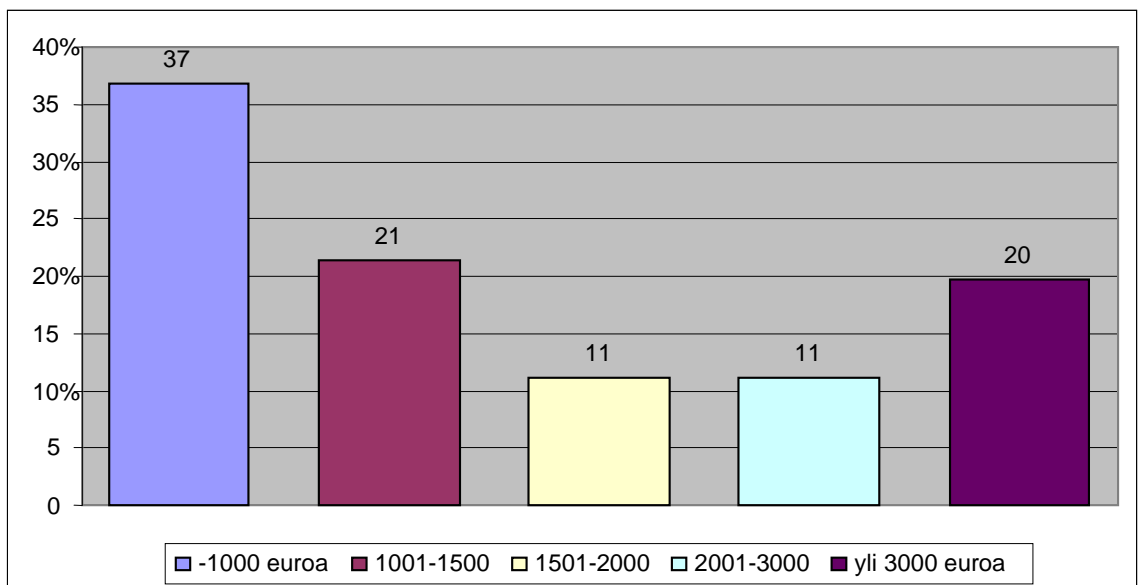
Kuvio 26. Bruttotulot

36 % vastaajista osallistui jossain muodossa ilmailuharrastetoimintaan yli 40 päivänä vuodessa. Muut ryhmät olivat pienempiä (Kuvio 27).



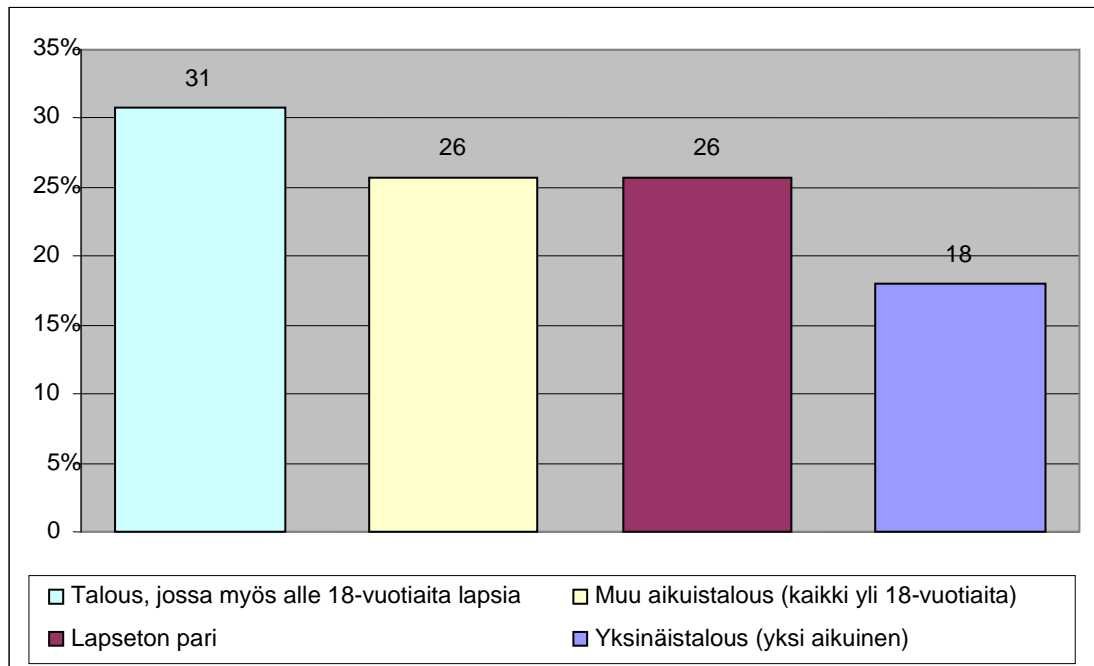
Kuvio 27. Harrastukseen käytetty aika

Yli 3000 euroa vuodessa ilmoitti käyttävänsä ilmailuharrasteeseen 20 % vastaajista, hieman useampi, 21 %, 1001-1500 euroa. Korkeintaan tuhat euroa kulutti harrastukseen suurin ryhmä, 37 %. Muut ryhmät olivat pienempiä (Kuvio 28.)



Kuvio 28. Harrastukseen käytetyt rahat

Lapsiperheitä oli niukka enemmistö, 31 %, lapsettomia pareja ja aikuistalouksia molempia yhtä paljon, 26 %. Yhden aikuisen taloudessa ilmoitti elävänsä 18 % vastaajista. (Kuvio 29.)



Kuvio 29. Talouden elinvaihe

## 5 YHTEENVETO TUTKIMUKSEN TULOKSISTA

Yhteenvedossa käsitellään pääkohdittain eri kysymysosiot. Vain tärkeimmät havainnot on mainittu, yksityiskohdat ja tarkat luvut ovat luettavissa ”Tutkimuksen tulokset” -luvussa ja liitteissä. Varsinaista tilastollista analysointia ei suoritettu. Taustakysymyksissä vertailua varten olevat ikä- ja harrastelajijakaumat olivat vain suuntaa-antavia, asteikko oli hieman erilainen jäsenrekisterin jakaumissa. Näistä voitiin kuitenkin olettaa otoksen olevan samansuuntainen rakenteeltaan kuin jäsenrekisterin.

### 5.1 Ilmailuliitto-osio

SIL:n vision ja strategian pääkohdista muokatuissa väittämissä vastaajat kokivat, etteivät visio ja strategia ainakaan kaikilta osin toteutuneet niin hyvin kuin jäsenet olisivat odottaneet. Hahmottaessa vertailua siihen, miten tärkeitä SIL:n nykyiset toiminnot ovat jäsenten mielestä ja miten he kokevat näiden toimintojen onnistuneen, osoittautui, että esim. nuorisotyö ja opettajakoulutus koettiin tärkeiksi, mutta niissä ei ollut onnistuttu samassa suhteessa. 94 % jäsenistä oli osallistunut vuoden aikana varsinaiseen harrastustoimintaan. Kilpailut ja luottamus-toiminta eivät samalla tavalla enemmistöä kiinnostaneet. Jäsenyyden motiiveista tärkeimmäksi koettiin harrastustoimintaan mukaan pääseminen. Toiseksi tärkein syy jäsenyyteen oli periaatteellinen tuki liitolle. Vakuutukset ja ILMAILU-lehti olivat vastaajien mielestä tärkeimmät jäsenedut. Muut edut eivät olleet niin merkitseviä. Palvelun liiton toimistolla oli kiitettäväksi kokenut yli puolet siellä asioineista jäsenistä. Sähköpostia pidettiin suosituimpana asioimistapa-pana toimiston kanssa. Jäsenmaksua piti sopivana yli 70 % vastaajista. Kokonaisuutena SIL:n toimintaan oli tyytyväisiä tai melko tyytyväisiä lähes 80 % vastaajista. Avoimen kysymyksen vastauksissa lähinnä lähetettiin terveisiä liitolle ja kritisoitiin kiristyneitä määräyksiä. Nuoriso/juniorityön vähäisyys mainittiin kolmessa vastauksessa, samoin vakuutusten hankinnan vaikeus. Vastauksia tuli yhteensä 18 kappaletta.

## 5.2 ILMAILU-lehtiosio

Lehtiosion vastauksissa valtaosa, lähes 90 %, jäsenistä, ilmoitti lukevansa jäsenlehden kokonaan tai ainakin kiinnostavimmat jutut. Aikaa lukemiseen yli puolet vastaajista ilmoitti käyttävänsä yli tunnin. Samoin yli puolet vastaajista säilytti lehden sen luettuaan. Päätoimittajan vaihdos vuoden 2007 alussa osoitti lehden parantuneen noin 40 %:n mielestä sekä sisällön, että ulkoasun suhteen. Ennallaan ILMAILU-lehti oli pysynyt kuitenkin enemmistön mielestä. Kiinnostavimpina aihealueina vastaajat pitivät harrasteilmailua yleensä, lentoturvallisuutta ja kotimaan uutisia. Vähiten kiinnostivat mainokset. Lehteä kuvaavat vastaajien mielestä parhaiten väittämät asiantunteva, kiinnostava ja luotettava. Tylsäksi lehteä arvioi vain n. 10 % lukijoista. Testinumeron 1/2008 artikkeleiden, palstojen ja muiden juttujen lukutapoja kartoitettiin erillisellä kysymyksellä. Useimmin luettiin kokonaan Kuppilatiima -palsta, Vulcan-museokonejuttu, MD-90 -liikennekonejuttu, ja NH90 -helikopterijuttu. Vähiten kokonaan luettiin SIL-sivuja ja ilmailuaiheen ulkopuolista testijuttua, Mercedes-Benz –autotestiä, sekä tapahtumakalenteria. Autoartikkelista tuli myös kaksi negatiivista mainintaa avoimen kysymyksen 21 vastauksissa. Kokonaisuutena ILMAILU-lehteä piti erittäin tai melko hyvänä yli 80 % vastaajista. Avoimen kysymyksen vastauksissa ilmeni lisäksi, että eri lajien harrastajat halusivat lukea enemmän omaa lajiaan koskevia juttuja. Yksittäisistä lajeista erottui lennokitoiminta, sitä koskevia juttuja halusi lukea enemmän viisi vastaajaa. Viidessä vastauksessa haluttiin lehden painottuvan enemmän harrasteilmailuun. Autojuttua kritisoi kolmessa vastauksessa. Vastauksia tuli yhteensä 34 kappaletta.

## 5.3 Vastaajien taustatiedot

Taustatietoja käsittelevissä kysymyksissä vastaajien ilmoittama harrastelajijakauma oli samansuuntainen jäsenrekisterin jakauman kanssa. Yli puolet vastaajista oli pitkäaikaisia jäseniä, joiden jäsenyys oli kestänyt jo yli 12 vuotta. Alle yhden vuoden jäsenenä olleita oli vastaajissa vain muutama. Ikärakenne oli myös hyvin samansuuntainen kyselyn ja jäsenrekisterin jakaumissa. Etelä-Suomen läänissä ilmoitti asuvansa yli puolet vastaajista. Lähes 50 %:lla vastanneista oli jonkinasteinen korkeakoulututkinto. Yleisin ammatti/asema oli toimihenkilö/työntekijä, noin 40 %:lla vastanneista. Seuraavaksi yleisimmät ryhmät olivat eläkeläiset, johtavassa asemassa olevat ja yksityisyrittäjät. Yli 20 % vastaajista ilmoitti tuloikseen yli 50 tuhatta euroa vuodessa. Yli 40 päivää vuodessa harrastukseen jossain muodossa käytti lähes

40 % vastaajista. Noin 40 % ilmoitti käyttävänsä rahaa harrastukseen korkeintaan 1000 euroa vuodessa, yli 3000 euroa taas lähes 20 % vastaajista. Lapsiperheissä eli n. 30 % ja yksin alle 20 % tutkimukseen osallistuneista.

## 6 POHDINTA

Ilmailussa, kuten useissa muissakaan harrastelajeissa, ei ole vaihtoehtoja, on vain yksi keskusjärjestö. Liike-elämästä tuttu kilpailu ei siten toimi, harrastaja joko on jäsen tai ei ole, ja jos ei, yhteisön arvot, tässä tapauksessa turvallisuusajattelu ja yhteisöllisyys (ilmailukulttuuri) kärsivät. Tämä saattaa johtaa onnettomuuksien lisääntymiseen ja ilmailuharrastuksen imagon heikentymiseen.

Järjestön asiakaslähtöinen toiminta, jäsenten tyytyväisyys, sitoutuminen ja luottamus keskusjärjestöönsä ja sen toimintaan edesauttavat kaikenlaisen, etenkin turvallisuus- ja asenneinformaation vastaanottamista ja sisäistämistä. Kun jäsenistö on tyytyväinen harrastejärjestönsä toimintaan ja kokee saavansa jäsenyydelleen ja jäsenmaksulleen riittävästi vastinetta (jäsenedut, muu edunvalvonta, koulutus ym.), jäsenet ovat tyytyväisiä, uskollisia ja sitoutuneita ja järjestöllä on paremmat mahdollisuudet onnistua toiminnassaan.

Vaikka tällä kertaa ehdotuksia toiminnan tehostamiseen ja uudistamiseen ei jäseniltä tullutkaan, selkeän palautejärjestelmän kehittämistä olisi syytä harkita. Yhteisöllisyys ("Olemme kaikki ilmailijoita") ja sen korostaminen kannattaa tulevaisuudessakin, vaikka jonkinlaista eriytymistä on ollut havaittavissa eri lajien kesken.

Miten saataisiin passiiviset (kyselyyn vastaamattomat) jäsenet ilmaisemaan mielipiteensä? Niin suurta palkintoa tuskin on, että kaikki, jotka syystä tai toisesta eivät halua osallistua kyselyyn, saataisiin vastaamaan. Eräs keino olisi suorittaa haastattelututkimus tällaisten jäsenten keskuudessa. Silloin tutkimus koskisi kuitenkin vain kyselyihin vastaamattomia jäseniä, tulosta ei voisi yleistää koko jäsenistöön. Selkeitä toiveita ja parannusehdotuksia voitaisiin saada kuitenkin enemmän.

SIL:n johto tulee käyttämään tämän tutkimuksen tuloksia työkaluina ja perusteina toiminnan suuntaamiseen enemmän jäseniä palvelevaksi. Kyselyn suoritus ja raportointi ovat vain yksi vaihe (jatkuvassa) kehitystehtävässä. Tässä tutkimuksessa kyselyn tulokset analysoitiin sanallisesti vain pääkohdittain. Tutkimuksen tarkoituksena oli kerätä vastauksia yhdessä toimeksiantajan kanssa sovittuihin kysymyksiin. Tuloksia voidaan analysoida myöhemmin tarkemminkin yksityiskohdittain. Excel-vastausmatriisi jää kokonaisuudessaan toimeksiantajan käyttöön.

Tulevaisuudessa tällainen kysely olisi syytä tehdä säännöllisesti, vuoden tai parin välein. Siten tiedettäisiin mielipiteiden suuntaukset ja mahdolliset muutokset, joita voitaisiin hyödyntää toiminnan suunnittelussa. Seuraavissa tutkimuksissa voidaan tarkentaa käsiteltävää aihetta, muuttaa selvitettävien asioiden painotusta ja korjata tässä tutkimuksessa esille tulleita virheitä ja epätarkkuuksia. Jatkossa tyytyväisyys- ja lukijatutkimukset suositellaan tehtäviksi erillään, yhdistettynä aihealue on liian laaja.

Ilmailu harrastuksena on monipuolistunut, uusia lajeja on syntynyt. Viranomaisten ohjaus on osittain tiukentunut, esimerkkinä EASA:n (European Aviation Safety Agency, Euroopan lentoturvallisuusvirasto) määräykset, osittain harrastajat ovat itse saaneet enemmän vastuuta, esimerkkeinä SIL:n kehittämät, viranomaisen hyväksymät koulutusjärjestelmät ja konekaluston katsastustoiminta. SIL:n toiminnassa viranomaistehtävät ja jäsenten edunvalvonta ovat voimakkaasti korostuneet. Erittäin tärkeinä koetaan myös tulevaisuuteen varautuminen, ilmailulajien näkyvyyden parantaminen sekä harrastajien määrän pitäminen vähintäänkin nykyisellä tasolla, jopa lisääminen. Tutkimuksen tulokset osoittavat jäsenistön enemmistön olevan samalla kannalla ja muutenkin tyytyväinen SIL:n toimintaan. Näkyvyyden ja jäsenmäärän lisääminen tulee olemaan kova haaste SIL:lle ja useimmille jäsenkerhoille. Jäsenlehden, ILMAILU-lehden, halutaan edelleen säilyvän laadukkaana ja kiinnostavana harraste- ja yleisilmailulehtenä.

Tietämys ja ajan tasalla oleminen jäsenten mielipiteistä ja toiveista on varmasti paras toiminnan suunnittelun perusta. Tietoa ei kuitenkaan saa, jos sitä ei hanki. Säännölliset tutkimukset ja selkeä palautejärjestelmä auttavat tiedonhankinnassa.

Lütolla ja jäsenillä pitää olla yhteinen suunta ja tavoite harrastelajien kehittämisessä ja jäsenten edunvalvonnassa.. SIL:n toimiston organisaatiohan on vain työrukkana, jonka jäsenten valitsema hallitus on palkannut jäsenistön etuja ajamaan. SIL on olemassa jäseniä varten eikä päinvastoin.

## LÄHTEET

- Anttila, M. & Iltanen, K. 1998. Markkinointi. 3. painos. Porvoo: WSOY
- Arantola, H. 2003. Uskollinen asiakas. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Bergman, B. 1994. Quality from Customer Needs to Customer Satisfaction. Lund, Sverige: Lund Studentlitteratur.
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2003. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Hellman, K., Peuhkurinen, E. & Raulas M. 2005. Asiakasjohtamisen työkirja. Juva: WS Bookwell Oy.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2002. Tutki ja Kirjoita. 6.-8. painos. Vantaa: Tummavuoren kirjapaino Oy.
- Järvelin, K., Kvist, H-H., Kähäri, P. & Räikkönen, J. 1992. Palveluyrityksen laadun kehittäminen. Jyväskylä: Gummerus kirjapaino Oy.
- Kotler, P. 2005a Kotlerin kanta. Markkinoinnin maailmanauktoriteetti vastaa kysymyksiin. Helsinki: Rastor Oy.
- Kotler, P. 2005b. 80 konseptia menestykseen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A.1998. Markkinointitutkimus. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2004. Markkinoinnin perusteet. Tampere: Repropalvelu Oy.
- Lecklin, O. 2002. Laatu yrityksen menestystekijänä. Helsinki: Kauppakaari.
- Lehtinen, J. 1998. Asiakkuuslähtöinen johtaminen. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Lehtinen, J. 2004. Asiakkuuksien aktiivinen johtaminen. Helsinki: Edita Prima Oy.
- Lipiäinen, T. 2000. Liiketoiminnan suunnittelu, markkinointi ja johtaminen. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

- Lotti, L. 1996. Markkinointitutkimuksen käsikirja. 3. painos. Porvoo: WSOY:n graafiset laitokset.
- Lotti, L. 2001. Tehokas markkina-analyysi. Juva: WS Bookwell Oy.
- Maaniittu, M. & Päivärinta, E. 2002 Asiakaslähtöistä vai asiakkaasta lähtevää? Jyväskylä: Kasvun ja vanhenemisen tutkijat.
- Mattinen, H. 2006. Asiakkuusosaaminen, kuuntele asiakastasi. Hämeenlinna: Karisto Oy.
- Paavola, H. 2006. Asiakasuskollisuuden jaetut merkitykset. Väitöskirja. Tampere: University Press.
- Pekkarinen, E., Sääsä, K. & Vornanen, J. Henkilökohtainen myyntityö. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Peltola, H. 2005 Hohtoa kohti. Helsinki: Talentum Media Oy.
- Peltonen, M. 2000. Organisaatioon sitoutuminen ja sisäinen viestintä. Tutkimus organisaatioon heikommin ja vahvemmin sitoutuneiden viestintäkäsityksistä. Jyväskylä: Jyväskylän yliopisto. Viestintätieteiden laitos. Pro-gradu tutkielma.
- Pesonen, H-L., Lehtonen, J & Toskala A. 2002. Asiakaspalvelu vuorovaikutuksena: Markkinointia, viestintää, vuorovaikutusta. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Pöllänen, J. 1995 Kanta-asiakasmarkkinointi. Helsinki: WSOY.
- Rope, T. 1991. Asiakaskeskeinen markkinointi - näkemyksiä ja sovellutuksia. 6. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Rope T. 1995. Markkinointiosaaminen. Keuruu: Otavan painolaitokset.
- Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Kauppakaari OYJ.
- Rope, T. 2002. Yrittäjän markkinointikirja. 2. painos. Helsinki: Kauppakaari OYJ.
- Rope, T. 2005. Markkinoinnilla menestykseen. Hehkeys- ja ilahduttamismarkkinointi. Hämeenlinna: Karisto Oy.

- Rope, T. & Pöllänen, J. 1995 Asiakastyytyväisyysjohtaminen Juva: WSOY.
- Storbacka K. & Lehtinen J.R. 1998. Asiakkuuden ehdoilla. Porvoo: WSOY.
- Storbacka, K., Sivula, P. & Kaario K. 2000. Arvoa strategisista asiakkuuksista. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.
- Vuokko P. 2003. Markkinointiviestintä, merkitys, vaikutus, keinot. Porvoo: WS Bookwell Oy.
- Ylikoski, T. 1999. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Zaltman, G. 2003. How Customers Think: Essential Insights Into the Mind of the Market. Harvard Business School Press.

#### Internetlähteet

- Suomen Ilmailuliitto (SIL): [www.ilmailuliitto.fi](http://www.ilmailuliitto.fi). Luettu 25.2.2008.
- Wikipedia. Artikkelit: Asiakastyytyväisyys. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Asiakastyytyväisyys>. Luettu 20.2.2008.

#### Muut lähteet:

- SIL jäsenrekisteri Excel-tiedostona
- Jäsenrekisterin ikä- ja harrastejakaumat Excel- tiedostoina
- SIL visio ja strategia 2008-2012

## LIITTEIDEN LUETTELO

Liite 1: Saatekirje

Liite 2: Kyselylomake

Liite 3: Vastaukset avoimiin kysymyksiin nro 11 ja nro 21.

Liite 4: SPSS- taulukot

## SUOMEN ILMAILULIITTON JÄSENTEN MIELIPIDE-

## JA TYYTYVÄISYYSTUTKIMUS 2008

Suoritan talvella 2008 SIL:lle jäsenten mielipide- ja tyytyväisyystutkimuksen. Samalla teen aineistosta opinnäytetyöni Kajaanin Ammattikorkeakouluun. Työn ohjaajana toimii markkinoinnin opettaja, KTM Yrjö Rautanen.

Kyselyn ensimmäisen osion tarkoituksena on selvittää jäsenten mielipiteitä, odotuksia ja tyytyväisyyttä SIL:n toimintaan. Saatuja tuloksia tullaan käyttämään SIL:n toiminnan kehittämisen apuvälineinä. ILMAILU-lehteä koskevia kysymyksiä on kyselyn toisessa osiossa. Vastauksia käytetään lehden kehittämisessä. Kolmannessa osiossa kysytään taustatietoja, joita käytetään edellisten osioiden vastausten kanssa tilastollisiin analyyseihin. Arvioitu vastausaika on noin 30 minuuttia.

Kaikki vastaukset muunnetaan numeeriseen muotoon ja käsitellään SPSS tilasto-ohjelmalla, yksittäistä vastaajaa ei voida aineistosta erottaa. Vapaaehtoisesti annettavia nimi- ja osoitetietoja käytetään vain 300 euron arvoisen matkalahjakortin arvontaan vastaajien kesken.

Kysely sisältää 8 sivua, 31 kysymystä. Vastaustapa on ”rasti ruutuun”.

Postittakaa täytetty kyselylomake oheisessa vastauskuoressa 15.2.2008 mennessä. Postimaksu on jo maksettu. Arvontaan osallistuvat vain määräaikana (postileima viimeistään 16.2.2008) palautetut vastaukset. Voittajan nimi julkaistaan ILMAILU- lehdessä ja hänelle ilmoitetaan voitosta myös henkilökohtaisesti. Kiitos jo etukäteen vastauksistanne, kehitetään yhdessä oman liittomme toimintaa!

Talviterveisin

Olli Kananen

iltaopiskelija, Kajaanin Ammattikorkeakoulu, tradenomikoulutus

purjelennon harrastaja, Kajaanin Ilmailukerho

## VASTAUSLOMAKE SIL 2008

## ILMAILULIIITTOA KOSKEVAT KYSYMYKSET

1. Mitä mieltä olette seuraavista **ilmailuharrastukseen** liittyvistä väittämistä?

Valitkaa kaikkiin väittämiin **yksi vaihtoehto**

	täysin samaa mieltä	jokseenkin samaa mieltä	ei samaa eikä eri mieltä	jokseenkin eri mieltä	täysin eri mieltä
Ilmailu on haluttu harraste					
Ilmailun pariin on helppo tulla					
Kilpailut lisäävät ilmailun näkyvyyttä					
Harrastajien edunvalvonta on tehokasta					
Kerhojen kannattaa yhdistää toimintojaan ilmailukeskuksiin					
Jäsenpalvelut ovat monipuolisia					
Jatkokoulutus on mielekästä ja sitä on riittävästi					
Ympäristöasiat harrasteilmailussa on hoidettu hyvin					
Liiton tavoitteet ja jäsenkerhojen tavoitteet ovat yhtenevät					
Harrastajamäärää kasvatetaan tehokkaasti					
Lentoturvallisuutta edistetään aktiivisesti					
Opettajakoulutus on riittävää					

2. SIL on määritellyt seuraavat toiminnot ns. ydintoiminnoikseen. **Kuinka tärkeiksi** koette nämä toiminnot? Valitkaa jokaiseen kohtaan **yksi vaihtoehto**.

	erittäin tärkeä	melko tärkeä	ei tärkeä eikä merkityksetön	lähes merkityksetön	täysin merkityksetön
Harrasteilmailun tunnetuksi tekeminen					
Harrastajien edunvalvonta					
Opettajakoulutus					
Viranomaistehtävät (katsastukset, koulutusluvut yms.)					
Ilmailumääräysten valmistelu viranomaisten kanssa					
Lentoturvallisuudesta tiedottaminen					
SM-kilpailutoiminta, kilpailutoiminnan kehittäminen yleisesti					
Kansainvälinen kilpailutoiminta					
Ilmailutapahtumat					
Internet palvelut (SIL-sivut, kerhosivut, sää yms.)					
Jäsenedut					
Nuorisotyö					
Tekniikkakoulutus (huolto, rakentaminen yms.)					
Muu koulutus (teemapäivät, järjestötyö yms.)					
Muut palvelut (neuvonta, rekisterit yms.)					
SIL-shop					
ILMAILU-lehti					

3. **Mihin** seuraavista toiminnoista olette osallistunut ja **miten usein?** Valitkaa jokaiseen kohtaan **yksi vaihtoehto**.

	viimeisten 12 kk:n aikana	joskus	en koskaan
Lento-, lennätys- tai hyppytoiminta (kaikki lajit)			
Muu harrastustoiminta (huolto, talkootyö yms.)			
Kilpailutoiminta (kilpailijana, toimitsijana, avustajana)			
Muu toiminta (toimi-/luottamushenkilönä SIL:ssä/kerhossa)			

4. Miten **SIL** on mielestänne **onnistunut** ydintoiminnoissaan?  
Valitkaa jokaiseen kohtaan **yksi vaihtoehto**.

	erittäin hyvin	melko hyvin	ei hyvin eikä huonosti	melko huonosti	erittäin huonosti
Harrasteilmailun tunnetuksi tekeminen					
Harrastajien edunvalvonta					
Opettajakoulutus					
Viranomaistehtävät (katsastukset, koulutusluvut yms.)					
Ilmailumääräysten valmistelu viranomaisten kanssa					
Lentoturvallisuudesta tiedottaminen					
SM-kilpailutoiminta, kilpailutoiminnan kehittäminen yleisesti					
Kansainvälinen kilpailutoiminta					
Ilmailutapahtumat					
Internet palvelut (SIL-sivut, kerhosivut, sää yms.)					
Jäsenedut					
Nuorisotyö					
Tekniikkakoulutus (huolto, rakentaminen yms.)					
Muu koulutus (teemapäivät, järjestötyö yms.)					
Muut palvelut (neuvonta, rekisterit yms.)					
SIL-shop					
ILMAILU-lehti					

5. Mikä on **tärkein syy** siihen, että olette Ilmailuliiton jäsen?  
**Valitkaa vain yksi vaihtoehto**.

Maksan jäsenmaksun saadakseni Ilmailu-lehden	
Maksan jäsenmaksun saadakseni jäsenedut (vakuutus, alennukset)	
Maksan jäsenmaksun voidakseni osallistua kilpailuihin	
Maksan jäsenmaksun voidakseni osallistua koulutuksiin	
Maksan jäsenmaksun päästäkseni mukaan harrastustoimintaan	
Maksan jäsenmaksun osoittaakseni periaatteellisen tukeni Ilmailuliitolle	

6. Kuinka **tärkeitä** ovat mielestänne tämänhetkiset **jäsenedut**? Valitkaa jokaiseen kohtaan **yksi vaihtoehto**.

	erittäin tärkeä	melko tärkeä	ei tärkeä eikä merkityksetön	lähes merkityksetön	täysin merkityksetön
Tapaturmavakuutus harrastajille					
Tapaturmavakuutus talkooväelle					
Vastuuvakuutus kerhoille					
Kolmannen osapuolen vastuuvakuutus liittäjille ja laskuvarjo- hyppääjille					
ILMAILU-lehti					
Alennus SIL-Shopista					
Edullinen lentoparkki					
Polttoainealennus Nesteeltä					
Kilpailulisenssi					

7. Oletteko **asioinut** (puhelimella, käymällä, sähköpostilla, kirjeellä) **SIL:n toimistolla**? Mitä mieltä olette saamastanne **palvelusta**? Valitkaa **yksi vaihtoehto**.

Kiitettävää	
Tyydyttävää	
Huonoa	
En ole asioinut toimistolla	

8. Asioin SIL:n toimiston kanssa **mieluummin** (**yksi vaihtoehto**):

Puhelimella	
Sähköpostilla	
Kirjeellä	
Henkilökohtaisesti käymällä	

9. SIL:n jäsenmaksu on **nykyiset jäsenedut** sisältäen (**yksi vaihtoehto**):

Sopiva	
Liian pieni	
Liian suuri	

10. Miten tyytyväinen olette **kokonaisuutena SIL:n** toimintaan?  
Valitkaa **yksi vaihtoehto**.

Erittäin tyytyväinen	
Melko tyytyväinen	
En tyytyväinen enkä tyytymätön	
Melko tyytymätön	
Erittäin tyytymätön	

11. Lopuksi voitte vielä halutessanne kirjoittaa terveisenne, toiveenne tai kehitysehdotuksenne Ilmailuliitolle (voitte jatkaa kääntöpuolelle):

**ILMAILU-LEHTEÄ KOSKEVAT KYSYMYKSET**

Valitkaa seuraaviin kysymyksiin yksi vaihtoehto.

12. Kuinka **tarkkaan** yleensä tutustutte **yhteen** Ilmailu-lehden numeroon?

Luen lehden useimmiten kokonaan	
Luen kiinnostavimmat jutut/osastot	
Silmäilen vain lehden läpi	
En lue/selaile juuri lainkaan	

13. Kuinka paljon arvioitte käyttäväne **aikaa yhden** Ilmailu-lehden numeron lukemiseen/selailemiseen, kun kaikki luku-/selailukerrat laske-  
taan  
yhteen?

Alle 30 minuuttia	
30 minuuttia - alle 1 tunti	
1 tunti - alle 2 tuntia	
2 tuntia - tai enemmän	

14. Mitä yleensä teette Ilmailu-lehdelle kun **ollette lukenut** sen?

Säilytän kaikki numerot	
Säilytän mielestäni kiinnostavimmat numerot	
Säilytän mielestäni kiinnostavimmat artikkelit	
En säilytä lehteä luettuani sen	

15. Onko Ilmailu-lehden **sisältö** mielestänne parantunut, huonontunut vai pysynyt ennallaan vuonna 2007 ja sen jälkeen?

Parantunut paljon	
Parantunut hieman	
Pysynyt ennallaan	
Huonontunut hieman	
Huonontunut paljon	

16. Onko Ilmailu-lehden **ulkoasu** mielestänne parantunut, huonontunut vai pysynyt ennallaan vuonna 2007 ja sen jälkeen?

Parantunut paljon	
Parantunut hieman	
Pysynyt ennallaan	
Huonontunut hieman	
Huonontunut paljon	

17. Arvioikaa nyt Ilmailu-lehden **sisällön kiinnostavuutta yleensä** aihealueittain.

Valitkaa jokaiseen aihealueeseen **yksi vaihtoehto**.

	erittäin kiinnostava	melko kiinnostava	ei kiinnostava eikä tylsä	hieman tylsä	täysin tylsä
Moottorilento					
Purjelento					
Laskuvarjo					
Liitimet					
Lennokit					
Experimental					
Kuumailmapallot					
Huolto ja kunnossapito					
Liikenneilmailu					
Sotilasilmailu					
Harrasteilmailu yleensä					
Lentoturvallisuus					
Ilmailua koskevat määräykset					
Yleisönosasto					
Liiton asiat					
Kilpailut					
Henkilöjutut					
Kansainväliset uutiset					
Kotimaiset uutiset					
Historialliset jutut					
Kolumnit					
Mainokset					

18. Kuinka hyvin seuraavat **ominaisuudet** kuvaavat Ilmailu-lehteä?  
Arvioikaa jokainen ominaisuus **yhdellä** vaihtoehdolla.

	erittäin hyvin	melko hyvin	ei hyvin eikä huonosti	melko huonosti	erittäin huonosti
Kiinnostava					
Asiantunteva					
Laadukas					
Arvostettu					
Nykyaikainen					
Monipuolinen					
Luotettava					
Harrastuskeskeinen					
Viihdyttävä					
Tylsä					

19. Miten **tarkkaan** luitte tai selailitte **1/2008** Ilmailu-lehden palstat, artikkelit ja muut jutut? Valitkaa jokaisen jutun kohdalla toimintaanne **parhaiten kuvaava yksi vaihtoehto.**

Sivu	Otsikko	luin kokonaan	selailin läpi	luin otsikon	luen myöhemmin	en lukenut, enkä lue!
4	Äijämäiset suihkarilennokkien MM-kisat					
9	Paavon purjelentokulma					
10	Saapuvat-uutispalsta					
12	Malmin historia osa 3					
17	Suomalainen mukana MM-hypyssä					
21	Mercedes-Benz on ilmailusukua					
22	Finnairin Hienonen ja Aasian-strategia					
23	NH90-kaupoissa sopu					
24	Konemarkkinat					
26	Tapahtumakalenteri					
28	Jouko Tuhkunen kuollut					
29	SIL-sivu					
30	Kylmän sodan Vulcan lentää taas					
34	Torbjörn Bengtström talkoilee mielellään					
38	Lentäjän toivetyökalu: MD-90					
42	RC-simulaattoripeli testipenkissä					
44	Ilmailu kuulee vitosena					
46	Ilmailu 70 vuotta sitten					
47	Kuppilatiima					

20. Millainen Ilmailu-lehti on yleensä mielestänne kokonaisuutena?  
Valitkaa yksi vaihtoehto.

Erittäin hyvä	
Melko hyvä	
Ei hyvä eikä huono	
Melko huono	
Erittäin huono	

21. Lopuksi voitte vielä halutessanne kirjoittaa terveisenne, toiveenne tai kehitysehdotuksenne Ilmailulehdelle (voitte jatkaa kääntöpuolelle):

#### TAUSTATIEDOT

Valitkaa seuraaviin kysymyksiin yksi vaihtoehto

22. Mikä on pääharrastelajinne?

Moottorilento	
Purjelento	
Laskuvarjo	
Liitimet	
Experimental	
Lennokki	
Kuumailmapallo	
Joku muu, mikä?	

23. Kuinka pitkään olette olleet SIL:n jäsenenä?

Alle 1 v	
1-3 v	
4-6 v	
7-9 v	
10-12 v	
Yli 12v	

24. Minkä ikäinen olette?

-19 v	
20-30 v	
31-40 v	
41-50 v	
51-60 v	
Yli 60 v	

## 25. Asuinlääninne?

Etelä-Suomen	
Länsi-Suomen	
Itä-Suomen	
Oulun	
Lapin	

## 26. Koulutuksenne (ylin aste)?

Kansa-/perus-/keskikoulu	
Ammatillinen koulutus	
Ylioppilas/lukio	
Alempi korkeakoulututkinto	
Ylempi korkeakoulututkinto	

## 27. Nykyinen ammattinne/asemanne?

Yksityisyrittäjä	
Johtava asema	
Toimihenkilö/työntekijä	
Opiskelija, koululainen	
Eläkeläinen	
Joku muu, mikä?	

## 28. Bruttotulonne vuodessa?

-20000 euroa	
20001-30000	
30001-40000	
40001-50000	
yli 50000 euroa	

## 29. Monenako päivänä harrastatte jossain muodossa ilmailua vuodessa?

-10 päivänä	
11-20	
21-30	
31-40	
yli 40 päivänä	

30. Paljonko arvioitte käyttäväne rahaa ilmailuharrasteeseen vuodessa?

-1000 euroa	
1001-1500	
1501-2000	
2001-3000	
yli 3000 euroa	

31. Taloutenne elinvaihe?

Yksinäistalous (yksi aikuinen)	
Lapseton pari	
Muu aikuistalous (kaikki yli 18-vuotiaita)	
Talous, jossa myös alle 18-vuotiaita lapsia	

saks saks saks saks .....leikatkaa irti.....saks saks saks saks

**Jos haluatte osallistua MATKALAHJAKORTIN ARVONTAAN, täyttäkää yhteystietonne tähän. Niitä ei yhdistetä vastauksiin.**

**Nimi**

**Osoite**

**Puhelin**

**Sähköposti**

**Kysymys 11, terveiset, toiveet ja kehitysehdotukset Ilmailuliitolle:**

Organisaatio pelkkiä päälliköitä, tekijät puuttuu. Liian kaukana (etäinen) kerhoista ja jäsenistä.

Pitäisi olla kanava tiedossa, josta saa lisävakuutusta esim. liidinlajien harrastajalle.

Vakuutustilanne kestämaton. Kotimaisten kilpailujen kehittäminen ei SIL:n päänsärky, rooli rajautuu SM-kilpailujen myöntämiseen. Rahoitustilannetta pitäisi kehittää.

Lista eri laite- ja tarviketoimittajista, avustusta tilausasioissa.

Laajentakaa näkemyksiänne koko Suomeen!

Kannattaa satsata junioreihin.

Aloittelevalle harrastajalle SIL on melko vieras.

Viimeisten 3 vuoden lennokkimitalien jakotapahtumien täydellinen epäonnistuminen. PPL opekokoulutus. Jäsenmaksulappu maanantaina postissa, eräpäivä torstaina. Äkkiä jäsenvaihtoehto yli 18v/ei lehteä/lentää. Lennokki SM-arvo kansanscale-luokille. Tapahumat aina Malmilla. Nuorisotyön puute.

Harrasteilmailua yritetään nujertaa Suomessa. Jatkuvasti muuttuvat määräykset ja kohoava hintataso vähentää harrastajien lentotunteja. Opettajakoulutus on tällä hetkellä jo niin arvokasta, että tulevaisuuden kerhoille ei löydy opettajia. Opetuksen tuntihinta on kohonneiden kustannuksien johdosta noussut pilviin, eikä harrastuksen pariin ole mahdollista lähteä, vaikka intoa ja tahtoa riittäisi. Kaluston huoltokustannuksiin saatiin joitakin vuosia sitten ylimääräisenä ”hyvänä” arvonlisävero, jota yksityinen henkilö ei voi hyödyntää. Harrasteilmailijat antavat varansa lentopraktiikan säilymiseen ja vapaa-aikansa, että pääsevät suorittamaan yhteiskuntapalvelusta= palontorjuntalentu. Ainoa ilmailun viimeaikainen iloinen asia on ollut, että olemme saaneet tukea hienoon SAR-koulutukseen. Tämä on hyvin järjestettyä ja arvokasta.

Ilma-alusten vakuuttaminen on siirtynyt pois Suomesta ja jollain tavoin ilmailusta on tullut hyvin suorittava laji. Tuntuu, kuin lennonjohtotornin rappusetkin olisivat saaneet lisäportaita. Siellä ei enää työskentele harrasteilmailusta kiinnostuneita henkilöitä. Heidän koulutuksessa luovuttiin vuosia sitten pakollisesta PPL:stä, eli nykyisillä virkailijoilla on etäinen kuva pienkonetta ohjaaviin. Lennonjohtajia ei ole enää ilmailukerhoissa, eikä yhteisissä kilpailuissa. Heidän tuottama palvelu on kääntynyt liikenne- ja sotilasilmailun puoleen. Meistä tulee etäisiä toisillemme.

Siviili-ilmailijoista on tullut vaarallisia harmittavan syyskuun yhdennentoista päivän tapahtuman jälkeen. Esimerkin voin ottaa turvatarkastuksesta. Hauska juttu sinänsä, viime kesänä käväisin useaan kertaan Kajaanin kentällä. Kenttä on enemmän kiinni kuin avoin. Yhdellä visiitillä siellä sattui olemaan matkailijoita odottamassa Finnairin taas reilusti myöhässä olevaa lentokalustoa ja näin minäkin jouduin kahvilta palattuani turvatarkastukseen. Ensin ihmeteltiin, miten voin mennä odotuspuolelle päästäkseni ovesta ulos platalle ilman lentolippua. Esitin lupakirjani ja alukseni avaimet, kerroin, että omassa ko

neessani, jolla tänne tulin, ei vaadita henkilökunnalta matkalippuja. Seuraavana oli edessä turvatarkastus ja kohteen laukkuni. Minua pyydettiin purkamaan sen sisältö, sillä siellä oli jotain, mitä ei saa ottaa mukaan lennolle. En suostunut tähän, sillä laukkuni sisältö ei ollut muuttunut kahvilassa käyntini aikana, enkä halunnut luopua sen sisällöstä, lisäksi en tuntenut silloin olevani itselleni tai muille vaarallinen. Huumori on kovilla, kun joutuu vastaanottamaan kaiken epäilyn, odottamaan saattajaa tai oven avaajaa, tarttumaan lentoaseman ovenkahvoihin jotka eivät aukea ja kiertämään portteja, jotka pysyvät suljettuina, olemaan henkilö, jota on saatettava. Kesäiseen aikaan, jolloin harrasteilmailu on aktiivista, on huomioitava lennolle lähdettäessä – mikäli aikoo poistua kentältä kaltereiden takaa kentän ollessa suljettuna = eli viikonloppuisin ja usein nykyään muinakin aikoina – että saa jonkun lentoaseman henkilökunnasta avaamaan portin, joten tätäkin vapausastetta on olennaisesti muutettu. Nykyisin on tiedettävä tarkasti etukäteen, minä ajankohtana aikoo palata ilma-alukselleen, ainoa palvelu tuolloin tietysti on portin avaaminen, saniteetitilat pysyvät lukittuna, mutta ruoho on kesäiseen aikaan vihreää.

Harrasteilmailijoille suunnattu lehti keskittyy artikkeleissaan kalustoon ja juttuihin, jotka eivät ole harrastajalle arvokkaita. Liikenneilmailuun tuhlatus palstamillimetrit eivät jalosta harrastajaa. Murehdin, ettei kukaan ole kiinnostunut harrasteilmailijasta ja tämän jalon harrastuksen kehittämisestä.

En halua unohtaa kantaani suuriin vuositatin järjestettäviin ilmailutapahtumiin. Valtavaksi paisuneen koon johdosta niiden järjestämisen jättäminen kerhojen vastuulle on kohutuutonta. Tapahtuman tulos on kuitenkin täysin säiden armoilla ja riskin kantaa pieni määrä alan harrastajia.

Voimakasta harrasteilmailun edunvalvontaa!

SIL:n toimihenkilöiden aktiivisempi rooli lajitoimikunnissa. Määräys- ja lakimuutoksissa toiminta ei ole ollut riittävän aktiivista.

Pyrikää tasapuolisuuteen lajien kesken. Hyppy-, liito-, purjelento ja rc-toimintaa painotettu(epäselvästi kirj.) moottorilajien kustannuksella.

Voimia haastavaan työhönnel!

Jatkakaa aktiivista toimintaa harrastuksen edistämiseksi.

Oikein hyvää kevättä ja jatkakaa valitsemallanne tiellä.

Lentonäytöksiä maakuntaan, ennen oli jääkentiltäkin.

Painopiste edunvalvontaan, politiikoihin ja viranomaisiin päin, perusasioita ja -edellytyksiä. Urheiluasiat hoituvat kun perusasiat ovat kunnossa.

Olen ollut Ilmailuliiton jäsenenä 6 vuotta ja mielestäni jäsenyydestä on ollut hyötyä. Opiskelijana olen kuitenkin harmitellut Ilmailuliiton suurta jäsenmaksua. Työssä ollessani jäsenmaksu oli kyllä hyvän suuruinen ja kyllähän sen maksaa nyt opiskellessanikin tukeakseni harrasteilmailua. Opiskelija-alennuksen antaminen mielestäni kuitenkin motivoisi myös muita opiskelijoita liittymään Ilmailuliittoon eikä silloin jäsenmaksu ainakaan olisi este liittymiselle. Ymmärtääkseni kuitenkin erittäin moni nuori on kiinnostunut ilmailusta ja varmasti aloittaisikin harrastuksen mikäli tietoa olisi enemmän. Mielestäni pitäisi poistaa yleinen harhakäsitys siitä, että lentääkseen tarvitsee olla vähintään luokkansa

priimus ja omata teräsmiehen fyysinen kunto. Toinen asia, joka monesti estää nuorten ilmailuharrastuksen aloittamisen on se vanha kunnan raha. Tässä vaiheessa yleensä tulee mukaan nuoren vanhemmat, joiden pussista koulutusrahat pitäisi maksaa. Polttoaineen hinnan nousu tietysti nostaa myös lentotunnin hintaa, mutta mielestäni sillä perinteisellä talkootyöllä pitäisi olla merkitystä lentotunnin hintaan. Mielestäni tässä Ilmailuliitolla on tärkeä rooli. Ilmailuliiton tulisi rohkaista sekä yksilöitä, että kerhoja talkootyöhön ja muuhun yhdessä toimimiseen. Kaikkihan me tiedämme ettei esimerkiksi purjelentokone nouse ilmaan yksin pilotin toimesta (paitsi itsestarttaavat!). Koneen ilmaan saamiseksi tarvitaan useamman ihmisen panostusta ja mitä useampi ihminen on valmis omalla panoksellaan auttamaan kerhotyössä ja muissa avustavissa asioissa, sitä halvemmasi kustannukset tulevat. Muussa tapauksessa kohta myös Suomessa vallitsee eurooppalainen malli, jossa pilotti tulee kentälle, hyppää valmiiksi tarkastetun koneen puikkoihin ja lennon jälkeen maksaa laskun siitä, että firma hoiti kaiken lennon valmistelut ja koneen jälkihoidon. Harrasteilmailun tulee olla hauskaa yhdessä puuhastelemista, ei rahallista voittoa tavoittelevaa yritystoimintaa.

**Kysymys 21, terveiset, toiveet ja kehitysehdotukset ILMAILU- lehdelle:**

Lisää juttuja ultrista, uusien koneiden tyyppejä, kannuskonejuttuja, rakentajien ja koneiden esittelyjä.

Maaailma muuttuu, ILMAILUkaan ei voi ikuisuuksiin pysyä samanlaisena. Älkää sentään painopaikkaa vaihtako.

Liikaa purjelento- ja laskuvarjojuttuja, kirjoittaa ultrafani.

Laskuvarjohyppäämisestä lisää juttuja, esim. sarja ”Suomen laskuvarjokerhot”.

Melko hyvä lehti, en vain ole kova lukemaan lehtiä. Joskus ihan harmittaa.

Liidinlajeista liian vähän juttuja. Moottorilentäminen, lennokit ja laskuvarjohyppy korostetusti esillä. Matkakertomuksia, henkilökuvauksia, historiaa, esim. liidinlajien kehityksestä.

Ehkä hieman enemmän voisi ottaa lennokkitoimintaa esille.

Lennokki- ja harrasteilmailua ehkä lisää!

Enemmän juttuja lennokeista.

Sisällön puute: 2 kertaa vuodessa: Kymi, Kymi! Autotesti?

Jättäkää autot pois!

Kehittäminen harrasteilmailun suuntaan!

Lehti on hyvin pitkälle profiloitunut muuhun kuin harrasteilmailuun. Odotan uutta linjaa HARRASTELIJOILLE. Ei liikenneilmailuun.

Aloittelevalle harrastajalle lehti on vieras, luettavaa ei juurikaan ole. Suurin osa artikkeleista ei kiinnosta tai ne eivät vielä avaudu, liian ”asiantuntevia”. Riittäisi pelkät purjelentosivut ja nekin rautalangasta väännettyinä...

Älkää ihmeessä ryhtykö sekoilemaan ilmailun ulkopuolella! Suomessa on yksi yleistekninen aikakauslehti TM ja se riittää! ”Testinro” ovat joka tapauksessa täysin harrastelijamaisia ja niistä näkyy selvästi, että wau- meikäpoika pääsi mersun rattiin, joten sillä sitten kehutaan. Voi pyhät pyssyt- oli kyllä lehden tilauksen peruutus tosi lähellä. Samanlaisella ”ilmailusuku ”perusteella voitte sitten testata vaikka tiehöylänteriä- niitä valmistaa Vammass Nummelassa omistajanaan Patria-konserni. Ja jos testaatte, testatkaa oikeasti. Jokainen voi muutenkin käydä ajelulla mersulla, omalla tai taxilla. Tässäkään numerossa ei ollut ainuttakaan ultra- moottorikone- tai experimentaljuttua. Luuletteko, että lukijakunta ei kiinnostaisi? Esimerkiksi koska olette viimeksi kunnolle esitelleet experimentalin tai jopa lentäneet sillä? Vastaus: Kesällä -07 oli hyvä juttu PIK XXV:stä, muuta se oli kyllä poikkeus. Markkinoille tulvi jatkuvasti uusia ultria, experimentaleja rakennetaan ja vanhat Cessnat saavat uuden elämän. Nämä jutut palvelisivat monen haaveita (lukijakunnas-

sa varmasti paljon ei-ilmailijoita, mutta koneista kiinnostuneita) ja toimisivat innoituksen lähteenä. ”Tuo voisi olla minullekin mahdollista”.

Liikaa liikenneilmailua.

Lisää sotilas- ja liikenneilmailua.

Virtuaali-ilmailua!

Enemmän juttuja kansainvälisistä ilmailutapahtumista!

Ottakaa oppia esim. Tähdet ja avaruus-lehdestä!

Enemmän historiajuttuja (esim. Jukka Raunion konejutut), lennokkijuttuja.

Nuoriso huomioon: Nuorisolle tarkoitettuja perusradioliidokkeja, sähkölennokkeja, aloittelijan vapaastilentäviä... Joskus juttuja myös muovimalleistakin.

Kehitysehdotus lehdelle: LOPETTAKAA SE!

Luen kiinnostuksella vastakin!

Hyvä lehti, jos on kiinnostunut laajemmin ilmailusta.

Sama linja ihan hyvä.

Kokonaisuudessaan aivan liikaa Tampere ja alaspäin akselilla. Pohjanmaalla muutakin toimintaa kuin purjelentoa Menkijärvellä.

Lehden tulisi ottaa rooli yhdistystoiminnan ja jäsenten/kerhojen tietojen/kysynnän/tarpeiden palvelijana, ei yleisenä ilmailulehtenä.

Rennompaa tyyliä, asia-artikkelit tietenkin jämäkästi. Vitsaileva pääkirjoituksen kirjoittaja hyvä idea, mielipiteet monesti hyviä.

Veteraanien ja sota-ajan sotilaslentäjien haastatteluita.

Keltaisen lehdistön linja tappaa mielenkiinnon. Linja kateissa, kohderyhmä epäselvä, näkyy teksteissä ja otsikoinnissa. Osa palstoista idealtaan ok, mutta sisältö olematon (Isoveli).

Joka numerossa tulisi olla yksi purjelentojuttu Paavon palstan lisäksi. Koelento, koneesittely (vrt. Sailplane & Gliding). Purjelentoharrastajalle ”ohut” lehti.

Sisällön määrää jutut, jotka sinne lähetetään. Lennokkiväki kevyesti edustettuna, ei 10-vuotiaan lennokkipojan lehti.

Itse laskuvarjohyppääjänä en ole juuri perehtynyt eri lentokonetyppeihin. Usein ILMAILUn jutut on kirjoitettu niin teknisesti, ettei lajiin perehtymätön jaksa lukea niitä,

vaikka aihe kiinnostaisikin. Toimittajana silmiin pistää myös joka kerta ammattitaidottomuus, vaikka järjestölehdelle se jossain määrin pitäneeikin antaa anteeksi. Toivoisin silti, että hän, joka juttuja editoi, poistaisi kaikkein tymeimmät yksinkertaisuudet: (1/2008)

”Kukapa tämän lehden lukija ei olisi katsellut kiinnostuneena kun lennokkiharrastaja lennättää radio-ohjattua konettaan.” No en minä ainakaan. Ideana ehdottaisin, että ottaisitte yhden ammattitoimittajan tekemään edes yhden jutun jokaiseen lehteen. Jutussa sääntönä voisi olla, että siihen ei kirjoiteta yhtään teknistä ominaisuutta, yhtään kirjainyhdistelmää, yhtään luetteloa tai muutakaan ”maallikolle” käsittämätöntä termiä. Olisi mielenkiintoista lukea lajeista, joita ei vielä tunne, kunhan ymmärtäisi lukemansa.

# 1. Mitä mieltä olette seuraavista ilmailuharrastukseen liittyvistä väittämistä?

## Ilmailu on haluttu harraste

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	27	21,8	22,0	22,0
	Jokseenkin samaa mieltä	64	51,6	52,0	74,0
	Ei samaa eikä eri mieltä	19	15,3	15,4	89,4
	Jokseenkin eri mieltä	11	8,9	8,9	98,4
	Täysin eri mieltä	2	1,6	1,6	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

## Ilmailun pariin on helppo tulla

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	14	11,3	11,4	11,4
	Jokseenkin samaa mieltä	42	33,9	34,1	45,5
	Ei samaa eikä eri mieltä	24	19,4	19,5	65,0
	Jokseenkin eri mieltä	38	30,6	30,9	95,9
	Täysin eri mieltä	5	4,0	4,1	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

## Kilpailut lisäävät ilmailun näkyvyyttä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	47	37,9	38,2	38,2
	Jokseenkin samaa mieltä	54	43,5	43,9	82,1
	Ei samaa eikä eri mieltä	11	8,9	8,9	91,1
	Jokseenkin eri mieltä	9	7,3	7,3	98,4
	Täysin eri mieltä	2	1,6	1,6	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

## Harrastajien edunvalvonta on tehokasta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	7	5,6	5,7	5,7
	Jokseenkin samaa mieltä	51	41,1	41,5	47,2
	Ei samaa eikä eri mieltä	38	30,6	30,9	78,0
	Jokseenkin eri mieltä	22	17,7	17,9	95,9
	Täysin eri mieltä	5	4,0	4,1	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**Kerhojen kannattaa yhdistää toimintojaan ilmailukeskuksiin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	30	24,2	24,4	24,4
	Jokseenkin samaa mieltä	46	37,1	37,4	61,8
	Ei samaa eikä eri mieltä	32	25,8	26,0	87,8
	Jokseenkin eri mieltä	12	9,7	9,8	97,6
	Täysin eri mieltä	3	2,4	2,4	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**Jäsenpalvelut ovat monipuolisia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	8	6,5	6,6	6,6
	Jokseenkin samaa mieltä	45	36,3	36,9	43,4
	Ei samaa eikä eri mieltä	47	37,9	38,5	82,0
	Jokseenkin eri mieltä	19	15,3	15,6	97,5
	Täysin eri mieltä	3	2,4	2,5	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Jatkokoulutus on mielekästä ja sitä on riittävästi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	9	7,3	7,4	7,4
	Jokseenkin samaa mieltä	49	39,5	40,2	47,5
	Ei samaa eikä eri mieltä	40	32,3	32,8	80,3
	Jokseenkin eri mieltä	21	16,9	17,2	97,5
	Täysin eri mieltä	3	2,4	2,5	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Ympäristöasiat harrasteilmailussa on hoidettu hyvin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	18	14,5	14,8	14,8
	Jokseenkin samaa mieltä	48	38,7	39,3	54,1
	Ei samaa eikä eri mieltä	40	32,3	32,8	86,9
	Jokseenkin eri mieltä	15	12,1	12,3	99,2
	Täysin eri mieltä	1	,8	,8	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Liiton tavoitteet ja jäsenkerhojen tavoitteet ovat yhtenevät**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	9	7,3	7,4	7,4
	Jokseenkin samaa mieltä	56	45,2	45,9	53,3
	Ei samaa eikä eri mieltä	44	35,5	36,1	89,3
	Jokseenkin eri mieltä	11	8,9	9,0	98,4
	Täysin eri mieltä	2	1,6	1,6	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Harrastajamäärää kasvatetaan tehokkaasti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	2	1,6	1,6	1,6
	Jokseenkin samaa mieltä	17	13,7	13,9	15,6
	Ei samaa eikä eri mieltä	52	41,9	42,6	58,2
	Jokseenkin eri mieltä	41	33,1	33,6	91,8
	Täysin eri mieltä	10	8,1	8,2	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Lentoturvallisuutta edistetään aktiivisesti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	38	30,6	31,1	31,1
	Jokseenkin samaa mieltä	67	54,0	54,9	86,1
	Ei samaa eikä eri mieltä	12	9,7	9,8	95,9
	Jokseenkin eri mieltä	5	4,0	4,1	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Opettajakoulutus on riittävää**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Täysin samaa mieltä	7	5,6	5,8	5,8
	Jokseenkin samaa mieltä	45	36,3	37,2	43,0
	Ei samaa eikä eri mieltä	43	34,7	35,5	78,5
	Jokseenkin eri mieltä	20	16,1	16,5	95,0
	Täysin eri mieltä	6	4,8	5,0	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

## 2. SIL on määritellyt seuraavat toiminnot ns. ydin-toiminnoikseen. Kuinka tärkeiksi koette nämä toiminnot?

### Harrasteilmailun tunnetuksi tekeminen2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	70	56,5	57,9	57,9
	Melko tärkeä	45	36,3	37,2	95,0
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	3	2,4	2,5	97,5
	Lähes merkityksetön	2	1,6	1,7	99,2
	Täysin merkityksetön	1	,8	,8	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

### Harrastajien edunvalvonta2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	75	60,5	60,5	60,5
	Melko tärkeä	47	37,9	37,9	98,4
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	2	1,6	1,6	100,0
	Total	124	100,0	100,0	

### Opettajakoulutus2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	58	46,8	49,2	49,2
	Melko tärkeä	53	42,7	44,9	94,1
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	6	4,8	5,1	99,2
	Täysin merkityksetön	1	,8	,8	100,0
	Total	118	95,2	100,0	
Missing	System	6	4,8		
Total		124	100,0		

**Viranomaistehtävät (katsastukset, koulutusluvut yms.)2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	46	37,1	38,3	38,3
	Melko tärkeä	55	44,4	45,8	84,2
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	13	10,5	10,8	95,0
	Lähes merkityksetön	5	4,0	4,2	99,2
	Täysin merkityksetön	1	,8	,8	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Ilmailumääräysten valmistelu viranomaisten kanssa2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	77	62,1	63,1	63,1
	Melko tärkeä	39	31,5	32,0	95,1
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	5	4,0	4,1	99,2
	Lähes merkityksetön	1	,8	,8	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Lentoturvallisuudesta tiedottaminen2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	82	66,1	67,8	67,8
	Melko tärkeä	32	25,8	26,4	94,2
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	7	5,6	5,8	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

**SM-kilpailutoiminta, kilpailutoiminnan kehittäminen yleisesti2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	25	20,2	20,5	20,5
	Melko tärkeä	63	50,8	51,6	72,1
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	27	21,8	22,1	94,3
	Lähes merkityksetön	7	5,6	5,7	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Kansainvälinen kilpailutoiminta2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	23	18,5	18,9	18,9
	Melko tärkeä	52	41,9	42,6	61,5
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	33	26,6	27,0	88,5
	Lähes merkityksetön	12	9,7	9,8	98,4
	Täysin merkityksetön	2	1,6	1,6	100,0
Total		122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Ilmailutapahtumat2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	64	51,6	53,3	53,3
	Melko tärkeä	45	36,3	37,5	90,8
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	10	8,1	8,3	99,2
	Lähes merkityksetön	1	,8	,8	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Internet palvelut (SIL-sivut, kerhosivut, sää yms.)2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	56	45,2	45,9	45,9
	Melko tärkeä	56	45,2	45,9	91,8
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	8	6,5	6,6	98,4
	Lähes merkityksetön	1	,8	,8	99,2
	Täysin merkityksetön	1	,8	,8	100,0
Total		122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Jäsenedut2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	35	28,2	29,2	29,2
	Melko tärkeä	56	45,2	46,7	75,8
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	24	19,4	20,0	95,8
	Lähes merkityksetön	3	2,4	2,5	98,3
	Täysin merkityksetön	2	1,6	1,7	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Nuorisotyö2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	72	58,1	60,0	60,0
	Melko tärkeä	37	29,8	30,8	90,8
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	10	8,1	8,3	99,2
	Lähes merkityksetön	1	,8	,8	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Tekniikkakoulutus (huolto, rakentaminen yms.)2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	41	33,1	33,6	33,6
	Melko tärkeä	61	49,2	50,0	83,6
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	16	12,9	13,1	96,7
	Lähes merkityksetön	2	1,6	1,6	98,4
	Täysin merkityksetön	2	1,6	1,6	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Muu koulutus (teemapäivät, järjestötyö yms.)2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	31	25,0	25,6	25,6
	Melko tärkeä	60	48,4	49,6	75,2
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	24	19,4	19,8	95,0
	Lähes merkityksetön	5	4,0	4,1	99,2
	Täysin merkityksetön	1	,8	,8	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

**Muut palvelut (neuvonta, rekisterit)2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	28	22,6	23,5	23,5
	Melko tärkeä	64	51,6	53,8	77,3
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	23	18,5	19,3	96,6
	Lähes merkityksetön	2	1,6	1,7	98,3
	Täysin merkityksetön	2	1,6	1,7	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**SIL-shop2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	21	16,9	17,4	17,4
	Melko tärkeä	59	47,6	48,8	66,1
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	31	25,0	25,6	91,7
	Lähes merkityksetön	8	6,5	6,6	98,3
	Täysin merkityksetön	2	1,6	1,7	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

## ILMAILU-lehti2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	49	39,5	40,2	40,2
	Melko tärkeä	54	43,5	44,3	84,4
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	13	10,5	10,7	95,1
	Lähes merkityksetön	4	3,2	3,3	98,4
	Täysin merkityksetön	2	1,6	1,6	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

### 3. Mihin seuraavista toiminnoista olette osallistunut ja miten usein?

#### Lento-, lennätys- tai hyppytoiminta (kaikki lajit)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Viimeisten 12 kk:n aikana	91	73,4	73,4	73,4
	Joskus	26	21,0	21,0	94,4
	En koskaan	7	5,6	5,6	100,0
	Total	124	100,0	100,0	

#### Muu harrastustoiminta (huolto, talkootyö yms.)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Viimeisten 12 kk:n aikana	55	44,4	45,5	45,5
	Joskus	48	38,7	39,7	85,1
	En koskaan	18	14,5	14,9	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

#### Kilpailutoiminta (kilpailijana, toimitsijana, avustajana)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Viimeisten 12 kk:n aikana	36	29,0	30,0	30,0
	Joskus	27	21,8	22,5	52,5
	En koskaan	57	46,0	47,5	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Muu toiminta (toimi-/luottamushenkilönä SIL:ssä/kerhossa)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Viimeisten 12 kk:n aikana	30	24,2	24,8	24,8
	Joskus	28	22,6	23,1	47,9
	En koskaan	63	50,8	52,1	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

**4. Miten SIL on mielestänne onnistunut ydintoiminnoissaan?****Harrasteilmailun tunnetuksi tekeminen4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	5	4,0	4,1	4,1
	Melko hyvin	73	58,9	59,8	63,9
	Ei hyvin eikä huonosti	35	28,2	28,7	92,6
	Melko huonosti	8	6,5	6,6	99,2
	Erittäin huonosti	1	,8	,8	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Harrastajien edunvalvonta4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	4	3,2	3,3	3,3
	Melko hyvin	66	53,2	54,5	57,9
	Ei hyvin eikä huonosti	34	27,4	28,1	86,0
	Melko huonosti	11	8,9	9,1	95,0
	Erittäin huonosti	6	4,8	5,0	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

**Opettajakoulutus4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	9	7,3	7,5	7,5
	Melko hyvin	55	44,4	45,8	53,3
	Ei hyvin eikä huonosti	47	37,9	39,2	92,5
	Melko huonosti	7	5,6	5,8	98,3
	Erittäin huonosti	2	1,6	1,7	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Viranomaistehtävät (katsastukset, koulutusluvut yms.)4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	15	12,1	12,6	12,6
	Melko hyvin	69	55,6	58,0	70,6
	Ei hyvin eikä huonosti	30	24,2	25,2	95,8
	Melko huonosti	3	2,4	2,5	98,3
	Erittäin huonosti	2	1,6	1,7	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**Ilmailumääräysten valmistelu viranomaisten kanssa4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	12	9,7	9,9	9,9
	Melko hyvin	64	51,6	52,9	62,8
	Ei hyvin eikä huonosti	37	29,8	30,6	93,4
	Melko huonosti	6	4,8	5,0	98,3
	Erittäin huonosti	2	1,6	1,7	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

**Lentoturvallisuudesta tiedottaminen4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	29	23,4	24,8	24,8
	Melko hyvin	64	51,6	54,7	79,5
	Ei hyvin eikä huonosti	22	17,7	18,8	98,3
	Melko huonosti	2	1,6	1,7	100,0
	Total	117	94,4	100,0	
	Missing	System	7	5,6	
Total		124	100,0		

**SM-kilpailutoiminta, kilpailutoiminnan kehittäminen yleisesti4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	11	8,9	9,2	9,2
	Melko hyvin	66	53,2	55,5	64,7
	Ei hyvin eikä huonosti	33	26,6	27,7	92,4
	Melko huonosti	7	5,6	5,9	98,3
	Erittäin huonosti	2	1,6	1,7	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**Kansainvälinen kilpailutoiminta4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	7	5,6	5,9	5,9
	Melko hyvin	57	46,0	47,9	53,8
	Ei hyvin eikä huonosti	48	38,7	40,3	94,1
	Melko huonosti	6	4,8	5,0	99,2
	Erittäin huonosti	1	,8	,8	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**Ilmailutapahtumat4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	13	10,5	11,1	11,1
	Melko hyvin	68	54,8	58,1	69,2
	Ei hyvin eikä huonosti	29	23,4	24,8	94,0
	Melko huonosti	5	4,0	4,3	98,3
	Erittäin huonosti	2	1,6	1,7	100,0
	Total	117	94,4	100,0	
Missing	System	7	5,6		
Total		124	100,0		

**Internet-palvelut (SIL-sivut, kerhosivut, sää yms.)4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	20	16,1	16,8	16,8
	Melko hyvin	57	46,0	47,9	64,7
	Ei hyvin eikä huonosti	35	28,2	29,4	94,1
	Melko huonosti	6	4,8	5,0	99,2
	Erittäin huonosti	1	,8	,8	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**Jäsenedut4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	6	4,8	5,0	5,0
	Melko hyvin	58	46,8	48,3	53,3
	Ei hyvin eikä huonosti	40	32,3	33,3	86,7
	Melko huonosti	13	10,5	10,8	97,5
	Erittäin huonosti	3	2,4	2,5	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Nuorisotyö4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	3	2,4	2,5	2,5
	Melko hyvin	55	44,4	45,8	48,3
	Ei hyvin eikä huonosti	51	41,1	42,5	90,8
	Melko huonosti	7	5,6	5,8	96,7
	Erittäin huonosti	4	3,2	3,3	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Tekniikkakoulutus (huolto, rakentaminen yms.)4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	5	4,0	4,2	4,2
	Melko hyvin	66	53,2	55,5	59,7
	Ei hyvin eikä huonosti	45	36,3	37,8	97,5
	Melko huonosti	2	1,6	1,7	99,2
	Erittäin huonosti	1	,8	,8	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**Muu koulutus (teemapäivät, järjestötyö yms.)4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	2	1,6	1,7	1,7
	Melko hyvin	66	53,2	55,0	56,7
	Ei hyvin eikä huonosti	45	36,3	37,5	94,2
	Melko huonosti	4	3,2	3,3	97,5
	Erittäin huonosti	3	2,4	2,5	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Muut palvelut (neuvonta, rekisterit yms.)4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	8	6,5	6,7	6,7
	Melko hyvin	61	49,2	51,3	58,0
	Ei hyvin eikä huonosti	43	34,7	36,1	94,1
	Melko huonosti	6	4,8	5,0	99,2
	Erittäin huonosti	1	,8	,8	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**SIL-shop4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	14	11,3	11,7	11,7
	Melko hyvin	66	53,2	55,0	66,7
	Ei hyvin eikä huonosti	34	27,4	28,3	95,0
	Melko huonosti	4	3,2	3,3	98,3
	Erittäin huonosti	2	1,6	1,7	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**ILMAILU-lehti4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	31	25,0	25,6	25,6
	Melko hyvin	64	51,6	52,9	78,5
	Ei hyvin eikä huonosti	16	12,9	13,2	91,7
	Melko huonosti	8	6,5	6,6	98,3
	Erittäin huonosti	2	1,6	1,7	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

**5. Mikä on tärkein syy siihen, että olette Ilmailuliiton jäsen?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ilmailu-lehti	18	14,5	14,6	14,6
	Jäsenedut	26	21,0	21,1	35,8
	Osallistuminen kilpailuihin	8	6,5	6,5	42,3
	Mukaan harrastustoimintaan	42	33,9	34,1	76,4
	Periaatteellinen tuki liitolle	29	23,4	23,6	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

## 6. Kuinka tärkeitä ovat mielestänne tämänhetkiset jäsenedut?

### Tapaturmavakuutus harrastajille

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	85	68,5	69,7	69,7
	Melko tärkeä	20	16,1	16,4	86,1
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	11	8,9	9,0	95,1
	Lähes merkityksetön	3	2,4	2,5	97,5
	Täysin merkityksetön	3	2,4	2,5	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

### Tapaturmavakuutus talkooväelle

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	45	36,3	37,2	37,2
	Melko tärkeä	54	43,5	44,6	81,8
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	14	11,3	11,6	93,4
	Lähes merkityksetön	3	2,4	2,5	95,9
	Täysin merkityksetön	5	4,0	4,1	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

### Vastuuvakuutus kerhoille

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	65	52,4	53,3	53,3
	Melko tärkeä	43	34,7	35,2	88,5
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	11	8,9	9,0	97,5
	Lähes merkityksetön	1	,8	,8	98,4
	Täysin merkityksetön	2	1,6	1,6	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Kolmannen osapuolen vastuuvakuutus liitäjille ja laskuvarjohyppäjille**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	61	49,2	51,3	51,3
	Melko tärkeä	31	25,0	26,1	77,3
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	19	15,3	16,0	93,3
	Lähes merkityksetön	1	,8	,8	94,1
	Täysin merkityksetön	7	5,6	5,9	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**ILMAILU-lehti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	48	38,7	39,3	39,3
	Melko tärkeä	52	41,9	42,6	82,0
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	13	10,5	10,7	92,6
	Lähes merkityksetön	5	4,0	4,1	96,7
	Täysin merkityksetön	4	3,2	3,3	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Alennus SIL-Shopista**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	10	8,1	8,2	8,2
	Melko tärkeä	38	30,6	31,1	39,3
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	41	33,1	33,6	73,0
	Lähes merkityksetön	20	16,1	16,4	89,3
	Täysin merkityksetön	13	10,5	10,7	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Edullinen lentoparkki**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	12	9,7	9,8	9,8
	Melko tärkeä	28	22,6	23,0	32,8
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	32	25,8	26,2	59,0
	Lähes merkityksetön	26	21,0	21,3	80,3
	Täysin merkityksetön	24	19,4	19,7	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Polttoainealennus Nesteeltä**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	14	11,3	11,5	11,5
	Melko tärkeä	28	22,6	23,0	34,4
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	29	23,4	23,8	58,2
	Lähes merkityksetön	22	17,7	18,0	76,2
	Täysin merkityksetön	29	23,4	23,8	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Kilpailulisenssi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin tärkeä	25	20,2	20,5	20,5
	Melko tärkeä	35	28,2	28,7	49,2
	Ei tärkeä eikä merkityksetön	35	28,2	28,7	77,9
	Lähes merkityksetön	10	8,1	8,2	86,1
	Täysin merkityksetön	17	13,7	13,9	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**7. Mitä mieltä olette saamastanne palvelusta SIL:n tstopilla?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kiitettävää	40	32,3	32,3	32,3
	Tyydyttävää	29	23,4	23,4	55,6
	Huonoa	3	2,4	2,4	58,1
	En ole asioinut toimistolla	52	41,9	41,9	100,0
	Total	124	100,0	100,0	

**8. Asioin SIL:n toimiston kanssa mieluummin:**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Puhelimella	41	33,1	34,2	34,2
	Sähköpostilla	64	51,6	53,3	87,5
	Kirjeellä	1	,8	,8	88,3
	Henkilökohtaisesti käymällä	14	11,3	11,7	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**9.SIL:n jäsenmaksu on nykyiset jäsenedut sisältäen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sopiva	92	74,2	74,8	74,8
	Liian pieni	3	2,4	2,4	77,2
	Liian suuri	28	22,6	22,8	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**10. Miten tyytyväinen olette kokonaisuutena SIL:n toimintaan?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäi tyytyväinen	9	7,3	7,3	7,3
	Melko tyytyväinen	89	71,8	71,8	79,0
	En tyytyväinen enkä tyytymätön	16	12,9	12,9	91,9
	Melko tyytymätön	8	6,5	6,5	98,4
	Erittäin tyytymätön	2	1,6	1,6	100,0
	Total	124	100,0	100,0	

**11. Lopuksi voitte vielä halutessanne kirjoittaa terveisenne, toiveenne tai kehitysehdotuksenne Ilmailuliitolle (voitte jatkaa kääntöpuolelle):**

## 12. Kuinka tarkkaan yleensä tutustutte yhteen Ilmailu-lehden numeroon?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luen lehden useimmiten kokonaan	54	43,5	43,9	43,9
	Luen kiinnostavimmat jutut/osastot	56	45,2	45,5	89,4
	Selailen vain lehden läpi	10	8,1	8,1	97,6
	En lue/selaile juuri lainkaan	3	2,4	2,4	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

## 13. Kuinka paljon arvioitte käyttävänne aikaa yhden Ilmailu-lehden numeron lukemiseen/selailemiseen, kun kaikki luku-/selailukerrat lasketaan yhteen?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Alle 30 minuuttia	22	17,7	17,9	17,9
	30 minuuttia-alle 1 tunti	35	28,2	28,5	46,3
	1 tunti-alle 2 tuntia	50	40,3	40,7	87,0
	2 tuntia tai enemmän	16	12,9	13,0	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

## 14. Mitä yleensä teette Ilmailu-lehdelle kun olette lukenut sen?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Säilytän kaikki numerot	66	53,2	53,7	53,7
	Säilytän kiinnostavimmat numerot	24	19,4	19,5	73,2
	Säilytän kiinnostavimmat artikkelit	3	2,4	2,4	75,6
	En säilytä lehteä luettuani sen	30	24,2	24,4	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**15. Onko Ilmailu-lehden sisältö mielestänne parantunut, huonontunut vai pysynyt ennallaan vuonna 2007 ja sen jälkeen?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Parantunut paljon	5	4,0	4,1	4,1
	Parantunut hieman	41	33,1	33,6	37,7
	Pysynyt ennallaan	71	57,3	58,2	95,9
	Huonontunut hieman	3	2,4	2,5	98,4
	Huonontunut paljon	2	1,6	1,6	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**16. Onko Ilmailu-lehden ulkoasu mielestänne parantunut, huonontunut vai pysynyt ennallaan vuonna 2007 ja sen jälkeen?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Parantunut paljon	6	4,8	4,9	4,9
	Parantunut hieman	48	38,7	39,3	44,3
	Pysynyt ennallaan	64	51,6	52,5	96,7
	Huonontunut hieman	3	2,4	2,5	99,2
	Huonontunut paljon	1	,8	,8	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**17. Arvioikaa nyt Ilmailu-lehden sisällön kiinnostavuutta yleensä aihealueittain.**

**Moottorilento**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	45	36,3	36,6	36,6
	Melko kiinnostava	51	41,1	41,5	78,0
	Ei kiinnostava eikä tylsä	20	16,1	16,3	94,3
	Hieman tylsä	4	3,2	3,3	97,6
	Täysin tylsä	3	2,4	2,4	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**Purjelento**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	23	18,5	19,0	19,0
	Melko kiinnostava	58	46,8	47,9	66,9
	Ei kiinnostava eikä tylsä	32	25,8	26,4	93,4
	Hieman tylsä	5	4,0	4,1	97,5
	Täysin tylsä	3	2,4	2,5	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

**Laskuvarjo**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	19	15,3	15,8	15,8
	Melko kiinnostava	35	28,2	29,2	45,0
	Ei kiinnostava eikä tylsä	53	42,7	44,2	89,2
	Hieman tylsä	7	5,6	5,8	95,0
	Täysin tylsä	6	4,8	5,0	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Liitimet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	7	5,6	5,8	5,8
	Melko kiinnostava	34	27,4	28,3	34,2
	Ei kiinnostava eikä tylsä	61	49,2	50,8	85,0
	Hieman tylsä	12	9,7	10,0	95,0
	Täysin tylsä	6	4,8	5,0	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Lennot**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	23	18,5	19,2	19,2
	Melko kiinnostava	25	20,2	20,8	40,0
	Ei kiinnostava eikä tylsä	51	41,1	42,5	82,5
	Hieman tylsä	13	10,5	10,8	93,3
	Täysin tylsä	8	6,5	6,7	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Experimental**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	29	23,4	24,2	24,2
	Melko kiinnostava	49	39,5	40,8	65,0
	Ei kiinnostava eikä tylsä	35	28,2	29,2	94,2
	Hieman tylsä	3	2,4	2,5	96,7
	Täysin tylsä	4	3,2	3,3	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Kuumailmapallot**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	5	4,0	4,2	4,2
	Melko kiinnostava	37	29,8	30,8	35,0
	Ei kiinnostava eikä tylsä	57	46,0	47,5	82,5
	Hieman tylsä	14	11,3	11,7	94,2
	Täysin tylsä	7	5,6	5,8	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Huolto ja kunnossapito**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	23	18,5	19,3	19,3
	Melko kiinnostava	42	33,9	35,3	54,6
	Ei kiinnostava eikä tylsä	32	25,8	26,9	81,5
	Hieman tylsä	15	12,1	12,6	94,1
	Täysin tylsä	7	5,6	5,9	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**Liikenneilmailu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	19	15,3	15,7	15,7
	Melko kiinnostava	57	46,0	47,1	62,8
	Ei kiinnostava eikä tylsä	23	18,5	19,0	81,8
	Hieman tylsä	10	8,1	8,3	90,1
	Täysin tylsä	12	9,7	9,9	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

## Sotilasilmailu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	23	18,5	19,0	19,0
	Melko kiinnostava	65	52,4	53,7	72,7
	Ei kiinnostava eikä tylsä	16	12,9	13,2	86,0
	Hieman tylsä	9	7,3	7,4	93,4
	Täysin tylsä	8	6,5	6,6	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

## Harrasteilmailu yleensä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	55	44,4	45,1	45,1
	Melko kiinnostava	53	42,7	43,4	88,5
	Ei kiinnostava eikä tylsä	10	8,1	8,2	96,7
	Hieman tylsä	2	1,6	1,6	98,4
	Täysin tylsä	2	1,6	1,6	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

## Lentoturvallisuus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	55	44,4	45,5	45,5
	Melko kiinnostava	51	41,1	42,1	87,6
	Ei kiinnostava eikä tylsä	11	8,9	9,1	96,7
	Hieman tylsä	2	1,6	1,7	98,3
	Täysin tylsä	2	1,6	1,7	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

## Ilmailua koskevat määräykset

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	42	33,9	34,7	34,7
	Melko kiinnostava	48	38,7	39,7	74,4
	Ei kiinnostava eikä tylsä	18	14,5	14,9	89,3
	Hieman tylsä	9	7,3	7,4	96,7
	Täysin tylsä	4	3,2	3,3	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

## Yleisönosasto

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	26	21,0	21,5	21,5
	Melko kiinnostava	65	52,4	53,7	75,2
	Ei kiinnostava eikä tylsä	20	16,1	16,5	91,7
	Hieman tylsä	5	4,0	4,1	95,9
	Täysin tylsä	5	4,0	4,1	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

## Liiton asiat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	12	9,7	9,9	9,9
	Melko kiinnostava	50	40,3	41,3	51,2
	Ei kiinnostava eikä tylsä	43	34,7	35,5	86,8
	Hieman tylsä	12	9,7	9,9	96,7
	Täysin tylsä	4	3,2	3,3	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

## Kilpailut

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	17	13,7	14,0	14,0
	Melko kiinnostava	39	31,5	32,2	46,3
	Ei kiinnostava eikä tylsä	48	38,7	39,7	86,0
	Hieman tylsä	10	8,1	8,3	94,2
	Täysin tylsä	7	5,6	5,8	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

## Henkilöjutut

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	28	22,6	23,1	23,1
	Melko kiinnostava	51	41,1	42,1	65,3
	Ei kiinnostava eikä tylsä	33	26,6	27,3	92,6
	Hieman tylsä	5	4,0	4,1	96,7
	Täysin tylsä	4	3,2	3,3	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

**Kansainväliset uutiset**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	29	23,4	23,8	23,8
	Melko kiinnostava	65	52,4	53,3	77,0
	Ei kiinnostava eikä tylsä	18	14,5	14,8	91,8
	Hieman tylsä	5	4,0	4,1	95,9
	Täysin tylsä	5	4,0	4,1	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Kotimaiset uutiset**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	48	38,7	39,3	39,3
	Melko kiinnostava	61	49,2	50,0	89,3
	Ei kiinnostava eikä tylsä	7	5,6	5,7	95,1
	Hieman tylsä	2	1,6	1,6	96,7
	Täysin tylsä	4	3,2	3,3	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Historialliset jutut**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	48	38,7	39,3	39,3
	Melko kiinnostava	46	37,1	37,7	77,0
	Ei kiinnostava eikä tylsä	16	12,9	13,1	90,2
	Hieman tylsä	5	4,0	4,1	94,3
	Täysin tylsä	7	5,6	5,7	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Kolumnit**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	19	15,3	15,6	15,6
	Melko kiinnostava	68	54,8	55,7	71,3
	Ei kiinnostava eikä tylsä	23	18,5	18,9	90,2
	Hieman tylsä	7	5,6	5,7	95,9
	Täysin tylsä	5	4,0	4,1	100,0
	Total	122	98,4	100,0	
Missing	System	2	1,6		
Total		124	100,0		

**Mainokset**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin kiinnostava	2	1,6	1,7	1,7
	Melko kiinnostava	30	24,2	24,8	26,4
	Ei kiinnostava eikä tylsä	52	41,9	43,0	69,4
	Hieman tylsä	22	17,7	18,2	87,6
	Täysin tylsä	15	12,1	12,4	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

**18. Kuinka hyvin seuraavat ominaisuudet kuvaavat Ilmailulehteä?****Kiinnostava**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	37	29,8	30,1	30,1
	Melko hyvin	70	56,5	56,9	87,0
	Ei hyvin eikä huonosti	9	7,3	7,3	94,3
	Melko huonosti	3	2,4	2,4	96,7
	Erittäin huonosti	4	3,2	3,3	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**Asiantunteva**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	51	41,1	41,5	41,5
	Melko hyvin	63	50,8	51,2	92,7
	Ei hyvin eikä huonosti	4	3,2	3,3	95,9
	Melko huonosti	3	2,4	2,4	98,4
	Erittäin huonosti	2	1,6	1,6	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**Laadukas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	33	26,6	26,8	26,8
	Melko hyvin	68	54,8	55,3	82,1
	Ei hyvin eikä huonosti	17	13,7	13,8	95,9
	Melko huonosti	3	2,4	2,4	98,4
	Erittäin huonosti	2	1,6	1,6	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**Arvostettu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	21	16,9	17,1	17,1
	Melko hyvin	60	48,4	48,8	65,9
	Ei hyvin eikä huonosti	33	26,6	26,8	92,7
	Melko huonosti	6	4,8	4,9	97,6
	Erittäin huonosti	3	2,4	2,4	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**Nykyaikainen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	21	16,9	17,1	17,1
	Melko hyvin	64	51,6	52,0	69,1
	Ei hyvin eikä huonosti	27	21,8	22,0	91,1
	Melko huonosti	8	6,5	6,5	97,6
	Erittäin huonosti	3	2,4	2,4	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**Monipuolinen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	27	21,8	22,0	22,0
	Melko hyvin	63	50,8	51,2	73,2
	Ei hyvin eikä huonosti	22	17,7	17,9	91,1
	Melko huonosti	7	5,6	5,7	96,7
	Erittäin huonosti	4	3,2	3,3	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**Luotettava**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	47	37,9	38,2	38,2
	Melko hyvin	57	46,0	46,3	84,6
	Ei hyvin eikä huonosti	16	12,9	13,0	97,6
	Melko huonosti	1	,8	,8	98,4
	Erittäin huonosti	2	1,6	1,6	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**Harrastuskeskeinen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	44	35,5	35,8	35,8
	Melko hyvin	42	33,9	34,1	69,9
	Ei hyvin eikä huonosti	25	20,2	20,3	90,2
	Melko huonosti	9	7,3	7,3	97,6
	Erittäin huonosti	3	2,4	2,4	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**Viihdyttävä**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	16	12,9	13,0	13,0
	Melko hyvin	57	46,0	46,3	59,3
	Ei hyvin eikä huonosti	30	24,2	24,4	83,7
	Melko huonosti	14	11,3	11,4	95,1
	Erittäin huonosti	6	4,8	4,9	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**Tylsä**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvin	5	4,0	4,1	4,1
	Melko hyvin	8	6,5	6,6	10,7
	Ei hyvin eikä huonosti	19	15,3	15,7	26,4
	Melko huonosti	44	35,5	36,4	62,8
	Erittäin huonosti	45	36,3	37,2	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

## 19. Miten tarkkaan luitte tai selailitte 1/2008 Ilmailu-lehden palstat, artikkelit ja muut jutut?

### Äijämäiset suihkarilennokkien MM-kisat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	49	39,5	40,8	40,8
	Selailin läpi	34	27,4	28,3	69,2
	Luin otsikon	14	11,3	11,7	80,8
	Luen myöhemmin	8	6,5	6,7	87,5
	En lukenut, enkä lue!	15	12,1	12,5	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

### Paavon purjelentokulma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	34	27,4	28,6	28,6
	Selailin läpi	23	18,5	19,3	47,9
	Luin otsikon	27	21,8	22,7	70,6
	Luen myöhemmin	15	12,1	12,6	83,2
	En lukenut, enkä lue!	20	16,1	16,8	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

### Saapuvat-utispalsta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	42	33,9	35,3	35,3
	Selailin läpi	39	31,5	32,8	68,1
	Luin otsikon	16	12,9	13,4	81,5
	Luen myöhemmin	9	7,3	7,6	89,1
	En lukenut, enkä lue!	13	10,5	10,9	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**Malmin historia osa 3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	59	47,6	49,6	49,6
	Selailin läpi	17	13,7	14,3	63,9
	Luin otsikon	18	14,5	15,1	79,0
	Luen myöhemmin	13	10,5	10,9	89,9
	En lukenut, enkä lue!	12	9,7	10,1	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**Suomalainen mukana MM-hypyssä**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	34	27,4	28,1	28,1
	Selailin läpi	47	37,9	38,8	66,9
	Luin otsikon	17	13,7	14,0	81,0
	Luen myöhemmin	6	4,8	5,0	86,0
	En lukenut, enkä lue!	17	13,7	14,0	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

**Mercedes-Benz on ilmaisukua**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	27	21,8	22,3	22,3
	Selailin läpi	30	24,2	24,8	47,1
	Luin otsikon	31	25,0	25,6	72,7
	Luen myöhemmin	9	7,3	7,4	80,2
	En lukenut, enkä lue!	24	19,4	19,8	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

**Finnairin Hienonen ja Aasian-strategia**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	46	37,1	39,0	39,0
	Selailin läpi	34	27,4	28,8	67,8
	Luin otsikon	17	13,7	14,4	82,2
	Luen myöhemmin	6	4,8	5,1	87,3
	En lukenut, enkä lue!	15	12,1	12,7	100,0
	Total	118	95,2	100,0	
Missing	System	6	4,8		
Total		124	100,0		

**NH90-kaupoissa sopu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	65	52,4	54,2	54,2
	Selailin läpi	21	16,9	17,5	71,7
	Luin otsikon	14	11,3	11,7	83,3
	Luen myöhemmin	7	5,6	5,8	89,2
	En lukenut, enkä lue!	13	10,5	10,8	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Konemarkkinat**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	36	29,0	30,0	30,0
	Selailin läpi	45	36,3	37,5	67,5
	Luin otsikon	19	15,3	15,8	83,3
	Luen myöhemmin	3	2,4	2,5	85,8
	En lukenut, enkä lue!	17	13,7	14,2	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Tapahtumakalenteri**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	30	24,2	25,0	25,0
	Selailin läpi	53	42,7	44,2	69,2
	Luin otsikon	17	13,7	14,2	83,3
	Luen myöhemmin	7	5,6	5,8	89,2
	En lukenut, enkä lue!	13	10,5	10,8	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Jouko Tuhkunen kuollut**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	36	29,0	30,0	30,0
	Selailin läpi	20	16,1	16,7	46,7
	Luin otsikon	39	31,5	32,5	79,2
	Luen myöhemmin	8	6,5	6,7	85,8
	En lukenut, enkä lue!	17	13,7	14,2	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**SIL-sivu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	23	18,5	19,3	19,3
	Selailin läpi	45	36,3	37,8	57,1
	Luin otsikon	35	28,2	29,4	86,6
	Luen myöhemmin	5	4,0	4,2	90,8
	En lukenut, enkä lue!	11	8,9	9,2	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**Kylmän sodan Vulcan lentää taas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	67	54,0	55,8	55,8
	Selailin läpi	23	18,5	19,2	75,0
	Luin otsikon	13	10,5	10,8	85,8
	Luen myöhemmin	7	5,6	5,8	91,7
	En lukenut, enkä lue!	10	8,1	8,3	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

**Torbjörn Bengtström talkoilee mielellään**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	34	27,4	28,6	28,6
	Selailin läpi	30	24,2	25,2	53,8
	Luin otsikon	28	22,6	23,5	77,3
	Luen myöhemmin	10	8,1	8,4	85,7
	En lukenut, enkä lue!	17	13,7	14,3	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**Lentäjän toivetyökalu: MD-90**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	65	52,4	54,2	54,2
	Selailin läpi	22	17,7	18,3	72,5
	Luin otsikon	15	12,1	12,5	85,0
	Luen myöhemmin	8	6,5	6,7	91,7
	En lukenut, enkä lue!	10	8,1	8,3	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

## RC-simulaattoripeli testipenkissä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	31	25,0	26,1	26,1
	Selailin läpi	25	20,2	21,0	47,1
	Luin otsikon	27	21,8	22,7	69,7
	Luen myöhemmin	10	8,1	8,4	78,2
	En lukenut, enkä lue!	26	21,0	21,8	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

## Ilmailu kuuluu vitosena

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	47	37,9	39,2	39,2
	Selailin läpi	38	30,6	31,7	70,8
	Luin otsikon	19	15,3	15,8	86,7
	Luen myöhemmin	6	4,8	5,0	91,7
	En lukenut, enkä lue!	10	8,1	8,3	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

## Ilmailu 70 vuotta sitten

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	50	40,3	41,7	41,7
	Selailin läpi	33	26,6	27,5	69,2
	Luin otsikon	20	16,1	16,7	85,8
	Luen myöhemmin	7	5,6	5,8	91,7
	En lukenut, enkä lue!	10	8,1	8,3	100,0
	Total	120	96,8	100,0	
Missing	System	4	3,2		
Total		124	100,0		

## Kuppilatiima

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Luin kokonaan	70	56,5	57,9	57,9
	Selailin läpi	16	12,9	13,2	71,1
	Luin otsikon	17	13,7	14,0	85,1
	Luen myöhemmin	6	4,8	5,0	90,1
	En lukenut, enkä lue!	12	9,7	9,9	100,0
	Total	121	97,6	100,0	
Missing	System	3	2,4		
Total		124	100,0		

**20. Millainen Ilmailu-lehti on yleensä mielestänne kokonaisuutena?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin hyvä	23	18,5	18,7	18,7
	Melko hyvä	79	63,7	64,2	82,9
	Ei hyvä eikä huono	14	11,3	11,4	94,3
	Melko huono	4	3,2	3,3	97,6
	Erittäin huono	3	2,4	2,4	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**21. Lopuksi voitte vielä halutessanne kirjoittaa terveisenne, toiveenne tai kehitysehdotuksenne Ilmailulehdelle (voitte jatkaa kääntöpuolelle):**

**22. Mikä on päharrastelajinne?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Moottorilento	41	33,1	35,3	35,3
	Purjelento	25	20,2	21,6	56,9
	Laskuvarjo	22	17,7	19,0	75,9
	Liitimet	6	4,8	5,2	81,0
	Experimental	6	4,8	5,2	86,2
	Lennokki	14	11,3	12,1	98,3
	Joku muu, mikä?	2	1,6	1,7	100,0
	Total	116	93,5	100,0	
Missing	System	8	6,5		
Total		124	100,0		

**23. Kuinka pitkään olette olleet SIL:n jäsenenä?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Alle 1 v	3	2,4	2,4	2,4
	1-3 v	26	21,0	21,1	23,6
	4-6 v	15	12,1	12,2	35,8
	7-9v	10	8,1	8,1	43,9
	10-12 v	6	4,8	4,9	48,8
	Yli 12 v	63	50,8	51,2	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**24. Minkä ikäinen olette?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-19 v	6	4,8	4,9	4,9
	20-30v	18	14,5	14,6	19,5
	31-40 v	23	18,5	18,7	38,2
	41-50 v	32	25,8	26,0	64,2
	51-60 v	22	17,7	17,9	82,1
	Yli 60 v	22	17,7	17,9	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**25. Asuinlääninne?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Etelä- Suomen	60	48,4	48,8	48,8
	Länsi Suomen	36	29,0	29,3	78,0
	Itä-Suomen	14	11,3	11,4	89,4
	Oulun	11	8,9	8,9	98,4
	Lapin	2	1,6	1,6	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**26. Koulutuksenne (ylin aste)?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kansa/perus/keskikoulu	11	8,9	8,9	8,9
	Ammatillinen koulutus	27	21,8	22,0	30,9
	Ylioppilas/lukio	24	19,4	19,5	50,4
	Alempi korkeakoulututkin- to	34	27,4	27,6	78,0
	Ylempi korkeakoulututkin- to	27	21,8	22,0	100,0
	Total	123	99,2	100,0	
Missing	System	1	,8		
Total		124	100,0		

**27. Nykyinen ammattinne/asemanne?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yksityisyrittäjä	19	15,3	16,0	16,0
	Johtava asema	18	14,5	15,1	31,1
	Toimihenkilö/työntekijä	50	40,3	42,0	73,1
	Opiskelija, koululainen	12	9,7	10,1	83,2
	Eläkeläinen	18	14,5	15,1	98,3
	Muu, mikä?	2	1,6	1,7	100,0
	Total	119	96,0	100,0	
Missing	System	5	4,0		
Total		124	100,0		

**28. Bruttotulonne vuodessa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-20000 euroa	24	19,4	20,9	20,9
	20001-30000 euroa	30	24,2	26,1	47,0
	30001-40000 euroa	19	15,3	16,5	63,5
	40001-50000 euroa	14	11,3	12,2	75,7
	Yli 50000 euroa	28	22,6	24,3	100,0
	Total	115	92,7	100,0	
Missing	System	9	7,3		
Total		124	100,0		

**29. Monenako päivänä harrastatte jossain muodossa ilmailua vuodessa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-10 päivänä	20	16,1	16,9	16,9
	11-20 päivänä	21	16,9	17,8	34,7
	21-30 päivänä	20	16,1	16,9	51,7
	31-40 päivänä	14	11,3	11,9	63,6
	Yli 40 päivänä	43	34,7	36,4	100,0
	Total	118	95,2	100,0	
Missing	System	6	4,8		
Total		124	100,0		

**30. Paljonko arvioitte käyttäväenne rahaa ilmailuharrasteeseen vuodessa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	-1000 euroa	43	34,7	36,8	36,8
	1001-1500 euroa	25	20,2	21,4	58,1
	1501-2000 euroa	13	10,5	11,1	69,2
	2001-3000 euroa	13	10,5	11,1	80,3
	Yli 3000 euroa	23	18,5	19,7	100,0
	Total	117	94,4	100,0	
Missing	System	7	5,6		
Total		124	100,0		

**31. Taloutenne elinvaihe?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Yksinäistalous	21	16,9	17,9	17,9
	Lapseton pari	30	24,2	25,6	43,6
	Muu aikuistalous (yli 18 v)	30	24,2	25,6	69,2
	Talous, jossa alle 18v lapsia	36	29,0	30,8	100,0
	Total	117	94,4	100,0	
Missing	System	7	5,6		
Total		124	100,0		