

Niklas Pehkonen

Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiain yläkoulu

leiritys leiriläisten vanhempien silmissä



Tradenomi

Markkinointi

Kevät 2017



KAJAANIN
AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tiivistelmä

Tekijä: Pehkonen Niklas

Työn nimi: Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia yläkoululeiritys leiriläisten vanhempien silmissä

Tutkintonimike: Tradenomi (AMK), Liiketalous

Asiasanat: brändi, imago, ostokäyttäytyminen, ostoprosessi, markkinointi, viestintä

Tämä opinnäytetyö käsitteli Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia yläkoululeiritystä. Yläkoululeiritystä lähestyttiin uudesta näkökulmasta eli leireille osallistuvien nuorten vanhempien näkökulmasta. Täavoitteena oli tutkia, miten vanhemmat näkevät Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia brändinä, miten he kokevat yläkoululeirityksen ja miten he kokevat jatko-opiskelun mahdollisuutena. Työn avulla pyrittiin tuomaan esille mahdollisia kehittämistarpeita sekä selvittämään, minkälaista toiminta on tällä hetkellä. Opinnäytetyön viitekehyksen luovat mielikuvat sekä ostoprosessi. Mielikuvia on käsitelty laajasti esimerkiksi brändin, imagon ja markkinoinnin näkökulmista. Vastaavasti ostoprosessia on peilattu jatko-opiskelupaikan valintaan ja perehdytty sen kannalta tärkeisiin teoriaosuuksiin.

Opinnäytetyö toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena, mutta kyselyssä hyödynnettiin myös avoimia kysymyksiä. Avoimissa kysymyksissä hyödynnettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Opinnäytetyön empiirinen osuus toteutettiin sähköisellä, strukturoidulla kyselyllä. Kysely testattiin koe-ryhmällä ennen varsinaista tutkimusta. Varsinainen tutkimus lähetettiin vanhemmille sähköpostin avulla. Aikaa tutkimukseen vastaamiseen oli annettu kuukausi ja kyselystä muistutettiin uudestaan ennen kyselyajan loppumista. Kysely oli jaettu viiteen eri osioon: taustatietoihin, Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia imagoon, tiedottamiseen, yläkoululeiritykseen sekä jatko-opiskeluun.

Tutkimustuloksien perusteella vastaajat kokivat yleisesti toiminnan positiiviseksi. Imagollisen osion avulla pystyttiin näkemään, mikä on Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia imago vanhempien keskuudessa tällä hetkellä. Imagoon ja tiedottamiseen liittyvien osioiden avulla pystytään tulevaisuudessa suunnittelemaan markkinointia sekä kohdistamaan markkinointia paremmin halutuille kohderyhmille. Tutkimustuloksien avulla myös havaittiin, mitkä yläkoululeirityksen osa-alueet ovat nykyisellään koettu huonoimmiksi. Saatujen tutkimustulosten perusteella mikään osa-alue ei kuitenkaan ole huonolla tasolla, sillä yksittäiset osa-alueet pärjäsivät kyselyssä vain hieman muita osa-alueita heikommin. Tutkimuksessa saavutettiin myös hyviä kehitysideoita, joita voidaan tulevaisuudessa hyödyntää.

Abstract

Author: Pehkonen Niklas

Title of the Publication: Vuokatti-Ruka Sports Academy - Camps for Junior High School Students through the eyes of Parents

Degree Title: Bachelor of Business Administration

Keywords: Brand, image, purchase behavior, the purchasing process, marketing, communication

The thesis, commissioned by Vuokatti-Ruka Sports Academy, studies their sport camps for young athletes from junior high school. The objective was to examine the opinions of the parents of the young athletes participating in the sports camps. Specifically, the aim was to find answers to the following questions: how do the parents see the Sports Academy as a brand, how do they feel about the camps, how well are the parents informed throughout the process, and what are their opinions on postgraduate studies offered by the Sports Academy. The theoretical background of the thesis lies in the theories of brand, marketing, image, purchase behavior, and purchasing process.

The research was carried out as a quantitative study. In addition, some open-ended questions were used. For these questions, a qualitative method was adopted. The empirical part was executed in the form of an electronic structured questionnaire sent by email, previously been tested by a test group. The participants had a month to answer the questionnaire.

The results revealed that both Vuokatti-Ruka Sports Academy and the camps they offer are seen in positive light. The findings regarding brand image and communications help in creating new options for marketing and finding target groups. The results also offer insights into the aspects of the sports camps that need improvements. In conclusion, the results indicate that the sports camps offered by Vuokatti-Ruka Sports Academy are being operated satisfactorily.

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia	3
3	Mielikuvien syntyminen	4
3.1	Imago	4
3.2	Brändi	6
3.2.1	Brändin rakentaminen	8
3.2.2	Brändi-identiteetti	10
3.3	Markkinointi ja viestintä	10
4	Opiskelupaikan valinta prosessina	13
4.1	Psykologiset tekijät	14
4.1.1	Tarpeet	15
4.1.2	Motiivit	16
4.1.3	Arvot ja asenteet	17
4.1.4	Oppiminen ja havaitseminen	17
4.1.5	Innovatiivisuus	18
4.1.6	Persoonallisuus ja elämäntyyli	18
4.2	Sosiaaliset tekijät	19
4.2.1	Perhe	20
4.2.2	Sosiaaliset yhteisöt	21
4.2.3	Sosiaaliluokka	21
4.2.4	Kulttuurit	22
4.3	Demograafiset tekijät	22
5	Tutkimuksen toteutus	24
5.1	Tutkimuksen toteutus pohja	24
6	Tutkimustulokset	26
6.1	Taustatiedot	26
6.2	Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia imago	30
6.3	Tiedottaminen	35
6.4	Yläkoululeirityksen yleiset järjestelyt	38
6.5	Yläkoululeirityksen koulunkäynti	43

6.6	Yläkoululeirityksen valmennus	47
6.7	Vuokatti-Ruka urheiluakatemia jatko-opiskelu mahdollisuudet	51
6.8	Tutkimuksen luotettavuuden arviointi	55
7	Johtopäätökset ja pohdinta	57
7.1	Johtopäätökset.....	57
7.2	Pohdinta.....	58
	Lähteet.....	60

Liitteet

1 Johdanto

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia. Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia tehtävänä on nuorten urheilijoiden kokonaisvaltainen tukeminen alkaen ylä-asteikäisistä ja jatkuen kolmannen asteen opiskeluun saakka. Urheilijoita akatemiassa on noin 650, jotka jakautuvat Vuokatin, Rukan ja Kajaanin alueelle. Akatemiassa puhutaan yleisesti urheilijan polusta, joka tarkoittaa yläkouluiästä aina korkeakouluun asti kestävästä opiskelusta. Tähän väliin mahtuu niin toisen asteen opiskelu kuin myös varusmiespalvelus. Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia tekeekin tiivistä yhteistyötä Kainuun prikaatin kanssa. Kuva 1 havainnollistaa Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia osuuden urheilijanpolusta.



Kuva 1. Urheilijanpolku, kolme keskimäistä vaihetta ovat osana akatemia toimintaa.

Opinnäytetyönä on toteutettu mielipidetutkimus yläkoululeirityksessä olevien nuorten vanhemmille. Aikaisemmin akatemia on toteuttanut mielipidetutkimuksia yläkoululaisille, mutta ei koskaan vanhemmille. Tutkimuksen tavoitteiksi määriteltiin, että toimeksiantaja pystyy tutkimustulosten avulla parantamaan viestintäänsä, toimintaansa sekä markkinointia. Lisäksi tutkimuksessa oli myös tarkoitus selvittää, nouseeko vanhemmilta esille negatiivisia asioita, kun puhutaan jatko-opiskelusta Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiassa. Tutkimuksen avulla on pystytty toteamaan, missä nuorten vanhemmat parhaiten tavoitetaan ja miten markkinointi tulee suunnata. Tutkimusongelmaksi määrytyi seuraava

lause: Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia yläkoululeirityksessä olevien nuorten vanhempien mielipiteet akatemiasta sekä heidän vaikutus nuorten jatko-opiskelupaikan valintaan.

Lisäksi opinnäytetyön keskeisiä tutkimuskysymyksiä ovat:

- Miten vanhemmat näkevät Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia?
- Tavoittaako nykyinen markkinointi myös vanhemmat?
- Voidaanko toimintaa kehittää jollakin tavalla?
- Onko nykyinen viestintä toimivaa?
- Kuinka paljon vanhemmat vaikuttavat nuorten kouluvalintaan?

Tutkimus toteutettiin tilastollisena tutkimuksena internetin kautta. Kysymysrunгон pohjalla käytettiin jo valmiina ollutta yläkoululeirityksessä oleville suunnattua kyselyä. Tämän avulla pyrittiin saamaan vertailukohta vanhempien ja nuorten mielipiteiden välille. Kuitenkin kysymyksiä jouduttiin muokkaamaan niin paljon, että niitä ei voi pitää suoraan verrannollisina toisiinsa. Tästä huolimatta näitä vastauksia pystytään vertailemaan tutkimuksen jälkeen ja on mahdollista saada näkyviin eroja vanhempien ja nuorten vastauksissa.

2 Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia

Akatemian historia ja nykytilanne

Vuokatti-Ruka Urheiluakatemian historia on alkanut vuonna 1976 perustetun Sotkamon liikuntalukion pohjalta. Sen myötä, monien kehitysvaiheiden jälkeen, syntyi vuonna 2010 Vuokatin urheiluakatemia, johon myös Rukan alppikoulu yhdistyi vuonna 2013. Tämän yhdistymisen seurauksena syntyi uusi akatemia nimeltään ”Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia”. (Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia, 2017.)

Useista Vuokatti-Ruka Urheiluakatemian kasvateista on kehittynyt tunnettuja urheilijoita. Näitä urheilijoita ovat esimerkiksi Peetu Piironen, Iivo Niskanen, Krista Lähteenmäki, Mari Laukkanen, Kaisa Mäkäräinen, Jaakko Tallus ja Tapio Korjus. (Vuokatti-Ruka Urheiluakatemian verkkosivut, tunnettuja kasvatteja.) Tällä hetkellä akatemiassa vaikuttaa noin 650 urheilijaa, 13 lajia, yli kymmenen oppilaitosta sekä Kainuun Prikaati. Toiminta on suunnattu tällä hetkellä aina yläkoulusta alkaen korkeakouluun asti. (Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia, 2017.)

Kilpailijat

Ympäri Suomea toimii tällä hetkellä yhteensä 20 urheiluakatemiaa (Olympiakomitea, 2017). Tästä voidaan päätellä, että kilpailu eri akatemioiden välillä on kovaa ja varsinkin kaukana pääkaupunkiseudusta sijaitsevalla Vuokatilla voi olla haasteellista saada urheilijoita toimintaansa mukaan. Vuokatissa uusien urheilijoiden hankkimiseen on pyritty panostamaan useilla eri tavoilla, kuten keskittymällä markkinointiin. Lisäksi jokaisella akatemialla on selkeät painopistelajit, joiden avulla houkutellaan kyseisten lajien terävin kärki opiskelemaan. Vuokatti-Ruka urheiluakatemian painopistelajit painottuvat selvästi talvilajeihin ja pesäpalloon (Valo, 2016.)

Lisäksi urheiluakatemioiden kilpailijoina voidaan pitää esimerkiksi kaikkia paikallisia toisen-asteen oppilaitoksia. Tämä voidaan perustella sillä, että nuoren pitää usein tehdä valinta lähteäkö kauaksi opiskelemaan pelkästään oman lajinsa takia, vaiko jäädä kotiseudulle opiskelemaan. Kotiseudulle jäämisen syitä voivat oman halun lisäksi olla esimerkiksi rahalliset tai päätäntävälliset kysymykset.

3 Mielikuvien syntyminen

Tutkimuksessa olevan imagollisen osa-alueen vuoksi on tärkeää ensiksi tiedostaa, mikä imago on ja mitä se kokonaisuudessaan tarkoittaa. Tähän liittyvät myös mielikuvat ja niiden syntyminen. Imago-käsitteen ymmärtäminen on merkityksellistä myös akatemian kannalta, jotta markkinointia osataan toteuttaa ja kehittää oikealla tavalla. Seuraavat alaluvut jakavatkin mielikuvat eri osa-alueisiin ja kuvaavat, mitä ne käytännössä merkitsevät.

3.1 Imago

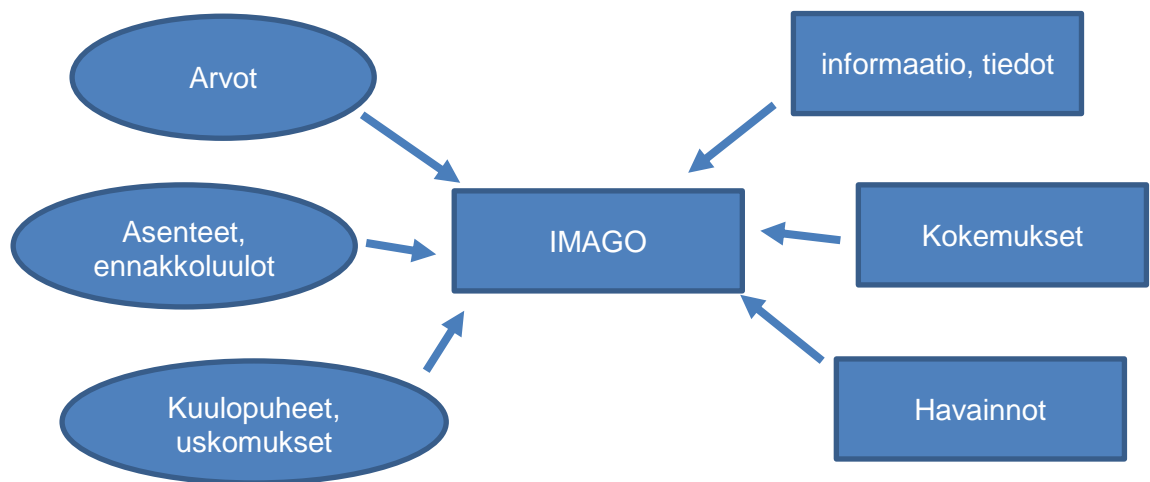
Imagolla tarkoitetaan kaikkien niiden ideoiden ja attribuuttien joukkoa, joihin brändi ihmisten mielissä on assosioitunut. Tällä tarkoitetaan yksilön, ihmisryhmän, asiakasryhmän tai asiakkaan mielikuvissa brändiin yhdistyviä asioita. Näitä asioita voivat olla esimerkiksi laatutaso, tyypillisten käyttäjien piirteet tai vaikka tuoteominaisuudet. (Tikkanen, Aspara & Parvinen, 2007, 164-165.)

Imago liittyy läheisesti yrityksen ominaisuuksiin, kuten nimeen, tuote- ja palveluvalikoimaan, ideologiaan tai perinteisiin. Imagolla onkin kaksi osa-aluetta: toiminnallinen ja emotionaalinen osa-alue. Toiminnallinen käsittää konkreettiset ominaisuudet, kuten tuotteet ja emotionaalinen vastaavasti esimerkiksi asenteet yritystä kohtaan. (Tikkanen ym., 2007, 192.)

Imago ei ole täysin yrityksen hallittavissa eikä rakennettavissa. Imago viittaa ihmisten mielissä syntyneeseen yleiseen kuvaan yrityksestä. Imago linkittyy vahvasti yrityksen ominaisuuksiin kuten nimeen ja ideologiaan, mutta yrityksellä ei ole yhtä imagoa vaan se vaihtelee kohderyhmien mukaan. Asiakkailta, työntekijöiltä ja muilla sidosryhmillä on yrityksestä erilaisia kokemuksia, joista on muodostunut toisistaan poikkeavia kuvia. Imago voi syntyä kuitenkin lyhyessä ajassa ja sitä rakennetaan esimerkiksi erilaisilla viestintäkampanjoilla. (Puusa, Reijonen, Juuti & Laukkanen, 2012, 190-195.)

Imago voi syntyä ilman omiakin kokemuksia. Mielikuvat ovat voineet syntyä sen perusteella, kuinka yleistämme ja siirrämme yleisiä mielikuviamme erityisiin kohteisiin. Imago on lisäksi kerroksinen, sillä esimerkiksi palvelukokemus yksittäisen lääkärin tarjoamasta hoidosta voi vaikuttaa myös mielikuvaamme terveyskeskuksesta, kunnan eri palveluista

sekä koko julkisesta sektorista. Yrityksen imago onkin tärkeä, sillä se vaikuttaa rekrytointiin, siihen mitä yrityksestä kirjoitetaan mediassa ja moniin muihin tärkeisiin asioihin. Yritys ei kuitenkaan voi päättää, mistä elementeistä sen imago muodostuu. Se syntyy kaikesta mahdollisesta kuten tiedosta, uskomuksista, asenteista, arvoista, ennakkoluuloista ja kokemuksista. (Vuokko, 2003, 101-106.)



Kuva 2. Mistä elementeistä yrityksen imago syntyy (Vuokko, 2003, 106).

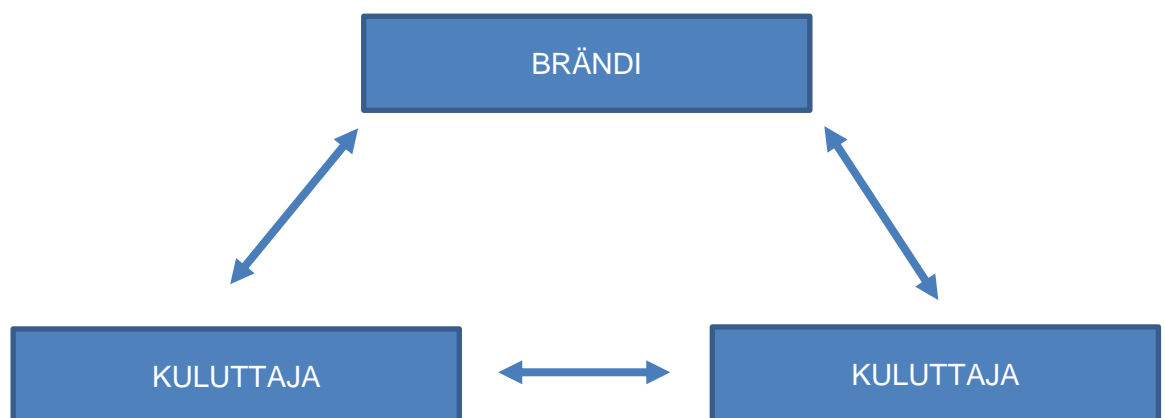
Brändi-imago on asiakkaiden mielikuva kyseisestä brändistä. Brändi-identiteetti johtaa yrityksen tuotteiden suunnittelua, sekä yrityksen viestintää vaikuttaen asiakkaiden kokemukseen eli brändi-imagoon (Hertzen, 2006, 91-93). Voidaankin ajatella, että kun on luotu brändi-identiteetti, sen pohjalta aletaan muodostamaan sopivaa viestintää ja tuotteita, joiden tavoite on saada brändi imago vastaamaan brändi-identiteettiä. On kuitenkin huomioitava, että mielikuva muodostuu myös ilman omia kokemuksia pelkästään kuullun tai nähdyn perusteella (Hertzen, 2006, 91-93). Brändi imago pohjautuu esimerkiksi logoihin, tunnuslauseisiin ja kaikkeen siihen, jotka ilmentävät brändi-identiteetin visuaalisia elementtejä.

3.2 Brändi

”Brändi, joka ei tiedä mitä varten se on olemassa ei edusta mitään. Brändi, joka ei osa osaa valita kohderyhmäänsä ei ole ketään varten.” (Nemeschansky, 2017.)

Brändi eli toiselta merkitykseltään tuotemerkki. Nimi, merkki, termi, symboli, muoto tai nämä kaikki yhdessä auttavat tietyn yrityksen tai tarjoaman tunnistettavaksi ja erilaiseksi muiden tarjoajien tuotteisiin verrattuna. (Tikkanen ym., 2007,164.)

Yhteisönäkökulmasta kuluttajat muodostavat yhteisöjä brändin ympärille ja näin brändi on keskeinen osa asiakkaiden sosiaalista kanssakäymistä. Aikaisemmin on ajateltu, että on olemassa vain kahdenkeskinen suhde brändin ja kuluttajan välillä, mutta yhteisönäkökulma muuttaa tämän ajatusmallin. Brändiyhteisössä on tärkeää yhteenkuuluvuuden tunne sekä se, että jäsenet tuntevat voimakasta yhteyttä brändiin. Brändiyhteisössä esimerkiksi vietetään brändin syntymäpäiviä. (Puusa ym., 2012,200-201.)



Kuva 3. Triadinen brändi-kuluttaja-suhde. (Puusa ym., 2012, 200.)

Brändi syntyy siitä, miten yritys toimii ja millaisia mielikuvia yrityksen toiminta saa aikaan asiakkaissa. Brändi siis syntyy tarinoiden avulla. (Kalliomäki, 2014.)

Brändi koostuu kahdesta eri osasta, jotka ovat kohteen ulkokuori ja sielu. Kohteen ulkokuori tarkoittaa ulkoisesti näkyviä asioita kuten pakkausta tai ulkonäköä. Vastaavasti sielulla tarkoitetaan henkilön tai tuotteen persoonaa, taustaa, historiaa ja käytöstä. Ulkokuori

on helppo luoda visuaalisin ja viestinnän keinoin. Vastaavasti taas sielun tavoittaminen on vaikeampaa, koska se vaatii enemmän sisällön, myös heikompien puolien, paljastamista. (Suonio L, 2010, 24.)

Jotta kuluttaja saadaan rakastamaan brändiä, täytyy brändin täyttää mielekkäällä tavalla tekijät, joiden summana kuluttajan ja brändin välille syntyy ”rakkausavioliitto”. Näitä tekijöitä ovat:

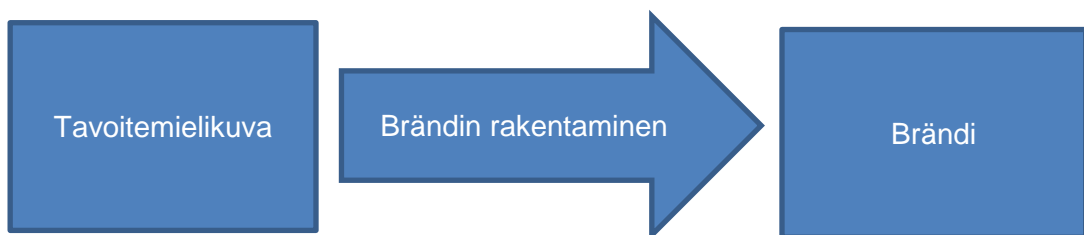
1. Brändi arvioidaan rakastamisen arvoiseksi
2. Brändin näkeminen herättää motivaation ja käyttöhalun
3. Brändin näkeminen aktivoi aivojen palkitsemiskeskuksen
4. Brändi vahvistaa positiivisella tavalla identiteettiämme
5. Brändi sopii yhteen ruumiinkuvamme kanssa

(Ahonen & Luoto, 2015, 45.)

Brändi antaa yritykselle mahdollisuuden kilpailla tuotemarkkinoilla sekä palveluissa ja se edustaa yrityksen arvolutausta liiketoiminnassa (Aaker & McLoughlin, 2010, 175.). Brändi toimiikin jopa lähtökohtana liiketoiminnassa menestymiselle. Ilman brändiä on siis hyvin vaikea kilpailla ja varsinkin suhdemarkkinoinnin näkökulmasta voidaan ajatella, että ilman brändiä ei voida olla vuorovaikutuksessa asiakkaan kanssa. Yksi strategisen markkinoinnin lähtökohdista on ylläpitää pitkäaikaisia asiakassuhteita eli luoda brändi uskollisuutta. Brändi uskollisuus voidaan perustella yksinkertaisesti tavalla, totumuksilla tai brändin vaihdon hinnalla (Aaker ym., 2010, 177). Tavat tarkoittavat esimerkiksi tietyn toimintamallin mukaista tyyliä käydä lähikaupassa, totumukset taas sitä, että asiakas on aina tottunut ostamaan juuri kyseisen brändin tuotteita ja todennut sen hyväksi. Vastaavasti brändin hinnan vaihtoa voidaan esimerkiksi verrata tilanteeseen, jossa asiakkaan muut tuotteet sopivat vain Windowsin kanssa, ei ole järkeä siirtyä Appleen lisäkustannusten takia.

3.2.1 Brändin rakentaminen

Brändin rakentaminen on työtä, jota yrityksen kaikki toiminnot tekevät. Tätä tehdään sen takia, että tuotemielikuvaan liittyvät asiat muodostuisivat yrityksen kohderyhmän mielessä brändiksi. (Ahto, Kahri, Kahri & Mäkinen, 2016, 37.)



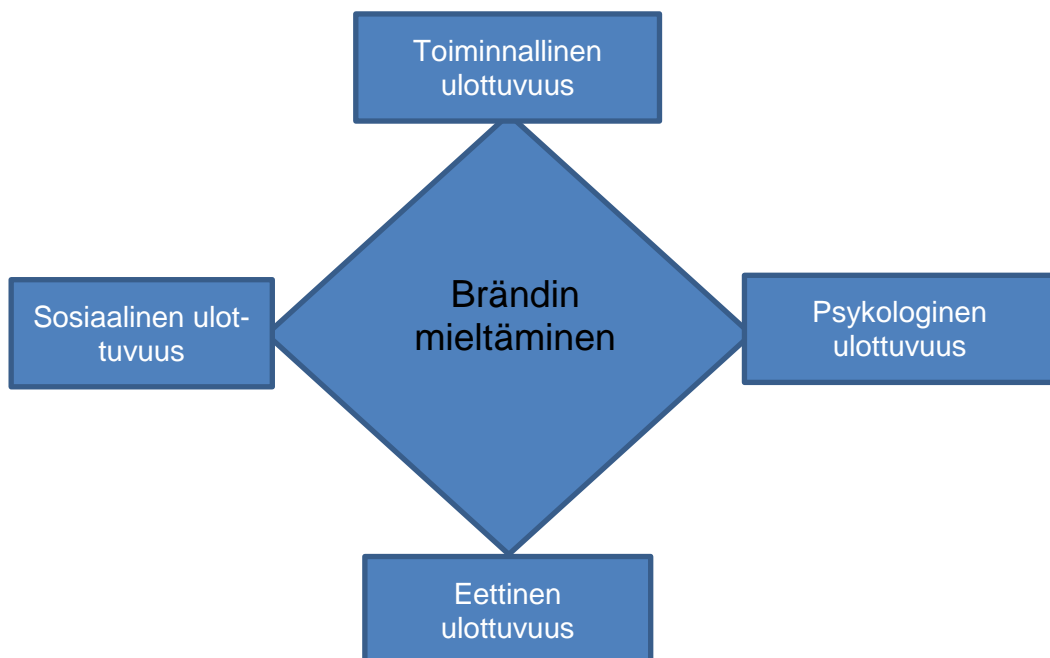
Kuva 4. Brändi, tavoitemielikuva ja brändin rakentuminen linkitettyinä toisiinsa (Ahto ym., 2016, 38.)

Vahvan brändin rakentaminen vaatii paljon rahaa sekä muita resursseja. Brändin rakentaminen ei ole helppoa, ja voi olla, ettei se onnistu ollenkaan. Jos yritys ryhtyy rakentamaan brändiä, pitää se viedä kunnolla loppuun asti tavoitteena vahva brändi. Muuten brändin rakentamiseen käytettyyn panostukseen ei saada katetta pitkälläkään aikavälillä. (Vuokko, 2003, 122.)

Brändin rakentaminen etenee neljässä portaassa: tutkiminen, brändin persoonallisuuden suunnittelu, brändin positiointi sekä toteutus ja seuranta. Tutkimisen kohdalla selvitetään asiakkaiden asenteita ja arvomaailmaa, sekä kilpailijoiden tarjoamaa, asemointia ja niiden kilpailuetuja. Lisäksi on myös huomioitava oman yrityksen lähtökohdat. Toisessa vaiheessa pohditaan, millaisena brändin halutaan näyttävän ostajille. Brändin positiointi ja markkinointitoimenpiteet suunnitellaan kolmannessa vaiheessa. Tällöin visualisoidaan esimerkiksi nimen ja tuotteen ulkoasu, suunnitellaan hintaa sekä saatavuutta. Viimeiseksi toteutetaan, jonka jälkeen alkaa jatkuva markkinoiden ja kehityksen seuranta. (Bergström & Leppänen, 2003, 180-190.)

Brändi voidaan hahmottaa paremmin jakamalla se neliulotteiseen malliin eli 4D malliin. Neljä ulottuvuutta ovat toiminnallinen, sosiaalinen, eettinen ja psykologinen ulottuvuus. Toiminnallinen ulottuvuus kuvaa brändiin liittyvän tuotteen tai palvelun koettua hyötyä.

Kaikki asiat, jotka liittyvät fyysiseen laatuun, makuun, tyyliin ja tehokkuuteen, kuuluvat toiminnalliseen ulottuvuuteen. Sosiaalinen ulottuvuus vastaavasti tarkoittaa sosiaalista elämää ja sosiaalista hyväksyntää. Käytännössä tämä tarkoittaa, että esimerkiksi tavaramerkistä tulee kulttiyhteiskunnan symboli, jonka brändi on ihannetapauksessa luonut. Psykologinen ulottuvuus tarkoittaa sitä, mitä itse ajattelet brändinä itsestäsi. Tämä ulottuvuus on luonteeltaan paljon syvällisempi, sillä se tunkeutuu syvälle persoonallisuuteen. Tästä hyvä esimerkki on Niken lause ”Tee se”, joka on niin tehokas, että se jää helposti tajuntaamme. Eettinen ulottuvuus käsittää kaiken tämän ison kokonaisuuden mihin kuulumme. Se kertoo, miten yritys ottaa vastuuta ja näin näyttäytyy asiakkaille. (Gad, 2001, 131-142.)



Kuva 5. 4D malli eli brändin ulottuvuudet (Gad, 2001, 25.)

Strateginen markkinointi on kaikessa yksinkertaisuudessaan markkinoiden ja tuotteen hallintaa. Yritykset pääasiallisesti tekevät päätöksen, millä markkinoilla halutaan olla ja minkälaisia tuotteita tai palveluita tarjotaan kyseisille markkinoille. Tämän jälkeen alkaakin segmentointi, jota voidaan pitää strategisen markkinoinnin sydämenä. Kaiken tämän takana brändäys on päätöksiä, joiden avulla luodaan identiteetti tuotteelle tai palvelulle, joka on tunnusomainen ja linjassa niin segmentoinnin kuin positointipäätösten kanssa. Organisaatioiden tulisikin tuottaa brändipääoma, joka antaa arvoa asiakkaille. Tämän avulla, joko saavutetaan vakuuttavampi brändiuskollisuus tai asiakkaat ovat valmiita maksamaan suurempia hintoja kyseisen brändin tuotteista. (Drummond & Ensor, 2004, 171-189.)

3.2.2 Brändi-identiteetti

Brändi-identiteetti on brändistrategian sydän, joka pitää sisällään brändin suunnan, tarkoituksen ja sisällön. Brändi identiteetti voidaan selittää jakamalla se kolmeen vaiheeseen: mitä brändi edustaa, ydinidentiteetti sekä brändin perusolemus. Ensimmäisessä vaiheessa listataan mielleyhtymät, mitä kyseisestä brändistä tulee mieleen ja luokitellaan ne pääryhmiin. (Aaker ym., 2010, 186-189.) Tässä vaiheessa mielleyhtymiä voi olla jopa satoja. Esimerkiksi Finnairille näitä voisivat olla laajat reittimahdollisuudet, jotka vastaavasti menisivät pääluokan globaali alle. Toisessa vaiheessa puhutaan ydinidentiteetistä, joka pitää sisällään tärkeimpien elementtien priorisointia eli tärkeimmät ja eniten vaikutusta tuottavat otetaan brändin ydinelementeiksi (Aaker ym., 2010, 186-189). Voidaan ajatella, että tässä valitaan Finnairin mielleyhtymistä kourallinen tärkeimpiä sen brändi-identiteetin peruspilareiksi ja näin muodostetaan visio. Kolmas vaihe eli brändin perusolemus yksinkertaistaa brändin yhteen ajatukseen, joka tiivistää brändi-identiteetin sydämen (Aaker ym., 2010, 186-189). Tiivistettynä brändi-identiteetti voidaan nähdä mielleyhtymien hallintana, joiden tarkoitus on antaa visio yritykselle ja luoda pohjaa markkinoinnille. Yrityksen ei pitäisikään luoda brändiä asiakkaita varten, vaan enemmänkin yrityksen pitäisi pystyä investoimaan sisäisesti, jotta brändilupaukset voidaan pitää (Aaker ym., 2010, 186-189.)

3.3 Markkinointi ja viestintä

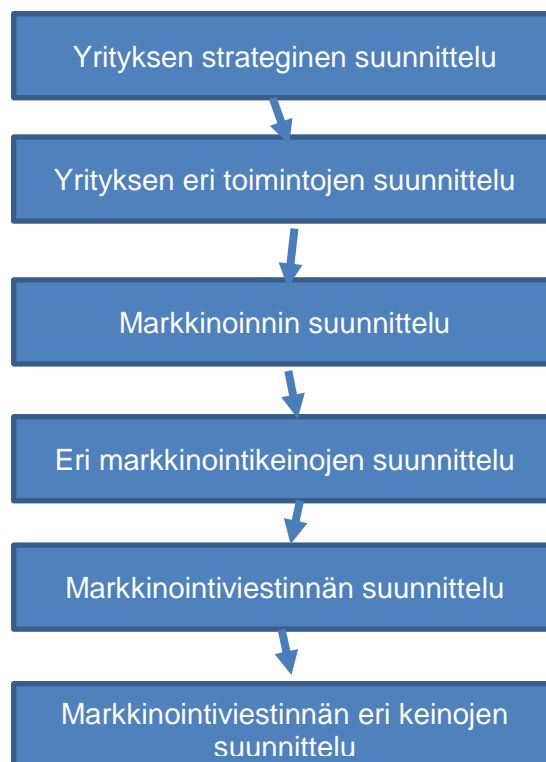
”Markkinoinnista puhuttaessa tulee ihmiselle yleensä ensimmäisenä mieleen viestintä. Virheellisesti markkinointi usein nähdäänkin pelkästään viestintänä, mutta markkinointi on huomattavasti laajempi käsite ja viestintä on vain yksi osa sitä. Viestintä kuitenkin on markkinoinnin ehkä näkyvin toiminto, ainakin yritystä ulkopuolelta tarkasteltaessa.” (Puusa ym., 2007, 115.)

Markkinoinnissa on kysymys muistiin vaikuttamisesta. Markkinoinnin tarkoitus on aina jättää muistijälki mainonnan vastaanottajalle. Jos ei jää mitään mieleen, mitään ei voi myydä. Jos muistijälki vastaavasti jää, on mahdollisuus myydä jotakin. (Ahonen ym., 2015, 72.)

Markkinointiviestintä sisältää viisi perustoimintoa:

1. Mainontaa
2. Henkilökotaista myyntityötä
3. Menekinedistämistä
4. Suhde- ja tiedotustoimintaa
5. Suoramarkkinointia (Puusa ym., 2007, 115.)

Markkinointiviestinnän kannalta brändin identiteetti on erityisen tärkeä. Kun viestinnällä luodaan mielikuvaa, on hyvä tietää, mistä sitä luodaan ja kenelle. Toimiva brändiviestintä vaatii tavoitteen tiedostamisen eli brändi-identiteetin tietämisen. Markkinointiviestinnän suunnittelu täytyy perustua markkinoinnin suunnitteluun, joka vastaavasti on oltava selvitettyä yrityksen strategiassa. (Vuokko, 2003, 123-133.)



Kuva 6. Markkinointiviestinnän suunnittelun sijoittaminen organisaation muuhun suunnitteluun. (Vuokko, 2003,133.)

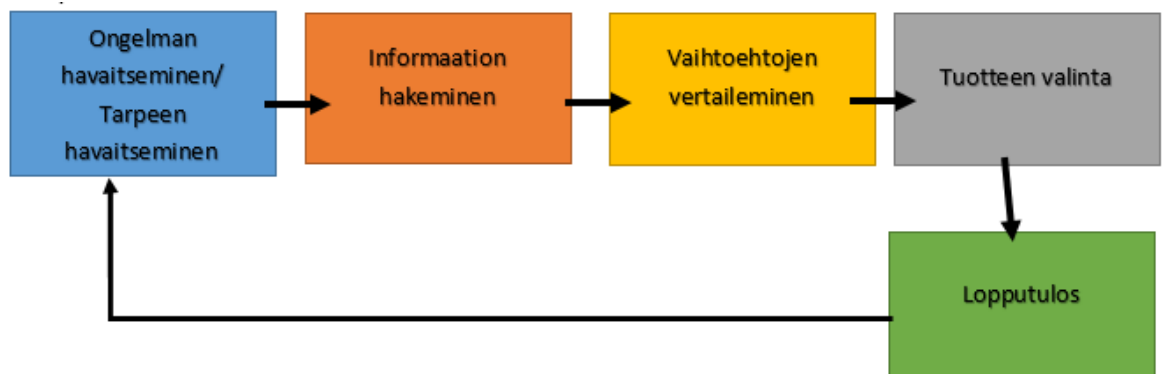
Markkinoinnissa on hyvä käyttää kolmen C:n mallia, joka tarkoittaa jatkuvuutta, samankaltaisuutta ja uskottavuutta. Markkinointiviestintä muokkaa brändiä tavoitemielikuvien suuntaan, jos vain viestit pysyvät samanlaisina, niitä toistetaan säännöllisesti ja ovat kohderyhmän kannalta relevantteja. Tässä mallissa jatkuvuus tarkoittaa sitä, että tuotemielikuvaan perustuvaa viestintää toistetaan tarpeeksi pitkään. Vastaavasti samankaltaisuus vaatii viestien sisällön pysymistä samana, jotta asiakkaat voivat sisältää tärkeimmät viestit. Uskottavuus vastaavasti vaatii, että yrityksen vahvuuksien on perustuttava tekijöihin, jotka asiakkaat kokevat itselleen tärkeiksi ja, joissa yritys pystyy luomaan uskottavan aseman. (Ahto ym., 2016, 119-120.)

4 Opiskelupaikan valinta prosessina

Nuoren tilannetta yhdeksännellä luokalla voidaan mielestäni hyvin verrata ostoprosessiin. Nuori astuu kuvitteelliseen kauppakeskukseen, jossa on rivikaupalla erilaisia kouluvaihtoehtoja. Osa on paikallisia ja osa voi olla kaukana, mutta valikoimaltaan ja opetukseltaan parempia. Onko nuori kuitenkin tässä tilanteessa yksin? Uskoakseni ei, sillä vaikka kuinka nuoren käsi hamuasi kohti kauempaa, mutta laadukkaampaa paikkaa niin hänen vanhempansa vierellä estävät nämä yritykset. Tässä tilanteessa, kun puhutaan vielä alakäisestä nuoresta, eikä moni vanhempi välttämättä näe lapsella mahdollisuuksia asua yksin ja opiskella kaukana kotoa.

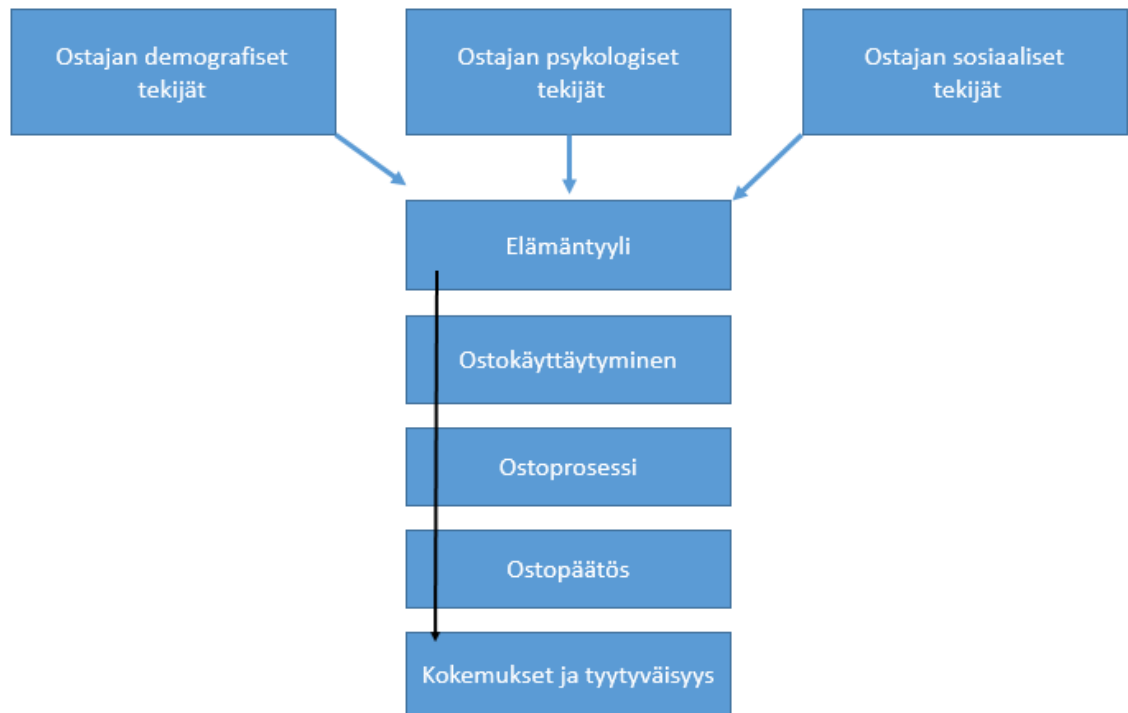
Ostokäyttäytyminen

Kuluttajan päätöksentekoprosessi on hahmotettu kuvassa 7. Kuvan mukaisesti voidaan ajatella tilanteen toimivan myös opiskelupaikan päätöksen tekemiseen. Ongelma varsinaisesti ilmestyy vasta peruskoulun viimeisenä vuonna, mutta tarve havaitaan jo varmasti aikaisemmin. Informaation hakeminen alkaakin jo ennen hakuvaihetta, ja Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia antaakin infoa niin valmentajien välityksellä kuin muitakin markkinointikanavia käyttäen. Vaihtoehtojen vertailu tulee nuorelle vastaan, kun pitää tehdä päätöksiä esimerkiksi kotipaikan, urheilun, tulevaisuuden ja poismuuton väliltä.



Kuva 7. Kuluttajan päätöksentekoprosessi (Solomon, Bamossy, Askegaard & Hogg, 2014, 334.)

Kun laajennetaan näkökulmaa, voidaan puhua yksilön ostokäyttäytymiseen vaikuttavista tekijöistä. Kuva 8 havainnollistaa mitä kaikkia vaikuttavia tekijöitä löytyy ostokäyttäytymisen takaa. Kuten jo aikaisemmin mainittu, ostokäyttäytymistä voidaan käyttää hyvänä vertauksena opiskelupaikan valintaan.



Kuva 8. Yksilön ostokäyttäytymiseen vaikuttavat tekijät (Bergström ym., 2003, 99.)

4.1 Psykologiset tekijät

Psykologiset tekijät pitävät sisällään seuraavat kokonaisuudet: motiivit, arvot ja asenteet, oppimisen, tarpeet, innovatiivisuus sekä persoonallisuus. Psykologiset tarpeet tarkoittavat käytännössä yksilön henkilökohtaisia piirteitä. Nämä ovat kuitenkin suorassa yhteydessä sosiaalisiin tekijöihin, jotka ovat myös yksi ostokäyttäytymiseen vaikuttavista tekijöistä. Tämä johtuu siitä, että yksilön henkilökohtaiset piirteet muovautuvat vuorovaikutuksessa muiden ihmisten kanssa. (Bergström ym., 2003, 100-102.)

4.1.1 Tarpeet

Maslowin hierarkia jakaa ihmisen perustarpeet viiteen eri tasoon, jakaen ne sen mukaisesti tärkeysjärjestykseen. Isoimpaan, vakaimpaan ja tärkeimpään tasoon tulee fysiologiset tarpeet, joka pitää sisällään hengissä säilymisen tarpeita kuten ruoka, uni ja vesi. Toinen taso tarjoaa turvallisuuden tunnetta ja kolmas taso yhteenkuuluvuutta ja rakkauden tarpeita. Neljäs taso vastaavasti arvonannon tarpeita ja ylin taso itsensä toteuttamisen tarpeita. Kun kuluttaja etsii tuotteita, tulee sen tyydyttää jokin näistä tarpeista. Priorisointi tehdään yleensä isoimpien eli pyramidin alimpien portaiden mukaan. (Solomon ym., 2014, 190-195.)



Kuva 9. Maslowin hierarkia (Solomon ym., 2014, 195.)

Kun puhutaan opiskelupaikan valinnasta ja urheilun yhdistämisestä, voidaan se sijoittaa hierarkiassa muutamaan kohtaan. Voidaan ajatella, että opiskelu luo turvaa tulevaisuudelle, mutta myös samalla luo yhteenkuuluvuutta, luo arvoa sekä antaa mahdollisuuden toteuttaa itseään. Vastaavasti urheilu voi luoda yhteenkuuluvuutta, luo menestyksen kautta kunnioitusta eli arvoa ja samalla urheilija pääsee käyttämään omia kykyjään eli toteuttaa itseään. Näiden perusteella Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiolla on hallussaan tuote, joka pystyy täyttämään Maslowin hierarkian mukaisesti monia eri tarvetasoja.

4.1.2 Motiivit

Motiivit eli syyt saavat ihmiset liikkeelle ja suuntaamaan käyttäytymisen haluttuun toimintaan. On muistettava, että ihminen ei ole vain tarpeitaan tyydyttävä olento vaan nykyisin tavoitteisiin pyrkivä päätöksentekijä. Motiivit voidaan jakaa kolmeen tyyppiin: tilannemotiiviin, välineelliseen motiiviin sekä sisällölliseen motiiviin. Tilannemotiivi syntyy, kun yksilöä kiehtovat ulkoiset tekijät kuten tarjoukset, kokeilunhalu tai ostoseura kaupassa. Välineellinen motiivi vastaavasti syttyy, kun tekemisen taustalla on sosiaaliset palkkiot tai rangaistukset. Kolmas motiivimuoto eli sisällöllinen motiivi astuu kuvioihin, kun esimerkiksi ostamisen taustalla on tuotteen käyttöarvo ja sen antama hyöty. (Bergström ym., 2003, 100-105.)

Motiivi viittaa prosessiin, joka saa ihmisen käyttäytymään kuten ihmiset yleensä käyttäytyvät. Motiivi ilmaantuu silloin, kun tarve, jonka henkilö haluaa tyydyttää, on ilmaantunut. Kun tarve on syntynyt ja motiivi on aktivoitunut, se ajaa henkilön tyydyttämään tarvetta tai poistamaan sen kokonaan. Motiiveilla on selvä suunta niin kuin myös voimavara. Ne ovat todella eteenpäin työntäviä, ja ajavat henkilön aina maaliin asti eli tarpeen tyydyttämiseen asti. Motiivina voi olla esimerkiksi tarve ostaa uudet farkut vain sen takia, että saa hyväksynnän muilta ihmisiltä. (Solomon ym., 2014, 186-190.)

Kun ajatellaan motiivia opiskelupaikan valinnassa, voidaan nähdä kaikista kolmesta motiivimuodosta esimerkkejä. Tilannemotiivi voi nousta, kun opiskelupaikka on onnistunut tekemään esimerkiksi loistavan mainoksen, joka herättää katsojassa kiinnostuksen hakea kyseiseen paikkaan. Vastaavasti välineellinen motiivi voidaan nähdä tilanteessa, jossa urheilulukioon pääseminen nostaa hänen sosiaalista arvoa harraste- tai kaveriporukassa. Kolmas motiivimuoto tulee esille, kun opiskelija näkee juuri oikean lukion antavan hänelle parhaimmat mahdollisuudet oppia ja parhaat mahdollisuudet kehittyä omassa lajissaan. Onkin tärkeää, että Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia pystyy herättämään kaikki nämä motiivin muodot.

4.1.3 Arvot ja asenteet

Arvot ja asenteet ovat tärkeä osa yksilön maailmankuvaa. Arvot pitävät sisällään ihmisen tärkeiksi kokemia asioita. Vastaavasti asenteet ovat yksilön taipumusta suhtautua tietyllä tavalla johonkin kohteeseen. Asenteet voivat olla tiedollisia, tunneperäisiä tai toiminnallisia ja asenteiden syntyminen perustuu saatuun tietoon, kokemuksiin ja ympäristön vaikutuksesta. (Bergström ym., 2003, 100-108.)

Arvot ovat olemassa, jokaisella ihmisellä, eivätkä vaikuta vain yksittäisiin ostotapahtumiin vaan koko kokonaisuuteen. Ihmisen arvot muodostavat erittäin ison roolin hänen ostokäyttäytymisessään, koska monet tuotteet ja palvelut auttavat ihmistä "saavuttamaan" arvo tavoitteen. Arvojen vaikutuksen voi nähdä hyvin esimerkkien avulla, sillä vaikka kaksi ihmistä olisi vegaaneja, niin silti he voivat ostaa aivan eri tuotteita johtuen arvomaailmastaan. Tämä arvomaailma voi olla esimerkiksi se, että toisella on vegaanisen ruokavalion taustalla terveysarvot ja toisella eläinravot. (Solomon ym., 2014, 209-210.)

Toisen asteen opiskelupaikkaa valitessa nuori vertaa koulupaikkojen arvoja ja asenteita omiin arvoihin ja asenteisiin. Voidaan kuvitella, että taidelukio vetoaa hyvin paljon nuoriin, joiden omiin harrastuksiin ja kiinnostuksen kohtiin kuuluu taide. Tämä perustuu vahvasti siihen, että nuorella on hyvä kokemus taiteesta ja vastaavasti hän on tottunut olemaan ympäristössä, jossa taide nähdään hyvänä. Vastaavasti kun urheilulukion arvoihin kuuluu huippu-urheilu, niin se kolahtaa paremmin nuoreen, joka arvostaa urheilua enemmän kuin taidetta.

4.1.4 Oppiminen ja havaitseminen

Oppiminen voidaan jakaa moniin eri tapoihin, joista alkeellisimmaksi luokitellaan ehdollistaminen. Ehdollistamisessa yksilö oppii reagoimaan ärsykkeisiin ja toimimaan niiden mukaisesti, esimerkiksi lapsi oppii äänteleämään saadakseen haluamansa tavarat. Mallioppiminen vastaavasti tarkoittaa sitä, että yksilö pyrkii jäljentämään mallin mukaista käyttäytymistä. Yritys-erehdysoppiminen on jo paljon "kehittyneempi" oppimismuoto, jossa yksilö oppii kokemuksiansa avulla. Korkeatasoisessa oppimisessa tarvitaan asioihin perehtymistä kuten vaihtoehtojen selvittämistä. (Bergström ym., 2003, 105-110.)

Oppiminen viittaa lopulliseen muutokseen käyttäytymisessä, joka on tullut kokemuksen avulla. Kokemuksen ei tarvitse olla tapahtunut suoraan henkilölle, vaan voimme oppia myös seuraamalla muiden kokemuksia. Me myös opimme silloinkin, kun emme yrittäisi oppia ollenkaan. Esimerkiksi oppimisen avulla ihminen voi tunnistaa brändien nimiä, vaikka ei koskaan käyttäisi tuotelajeja, mitä brändi edustaa. (Solomon ym., 2014, 261-262.)

Havaitseminen vastaavasti tarkoittaa yksilön aktiivista tiedon etsintää, johon kuitenkin vaikuttaa aikaisemmat tiedot ja uskomukset. Nykyään on niin paljon informaatiota ja ärsykeitä, ettei yksilö pysty enää havaitsemaan niitä kaikkia. Havaitsemisprosessiin ja kykyyn vaikuttavat esimerkiksi ärsykkeiden ominaisuudet, yksilön ominaisuudet sekä sosiaaliset tekijät. (Bergström ym., 2003, 105-110.)

4.1.5 Innovatiivisuus

Innovatiivisuus on käytännössä kuluttajan halua kokeilla ja omaksua uutuuksia sekä halua ottaa ostoissa riskejä. Ostokäyttäytymisen näkökulmasta kuluttajat voidaan jakaa neljään eri omaksujaryhmään: edelläkävijät, mielipidejohtajat, enemmistö sekä mattimyöhäset. Edelläkävijät ovat yleensä innokkaita kokeilemaan ja he kokeilevat uutuuksia. Vastaavasti mielipidejohtajat ovat myös innokkaita kokeilemaan, mutta heidän käyttäytymisensä vaikuttaa myös muihin, esimerkiksi sosiaalisen median avulla. Enemmistö taas ottaa suoraan vaikutteet muilta ja on hidas ryhmä omaksumaan uutta. Mattimyöhäset taas omaksuvat "uuden" silloin, kun se on jo mennyttä aikaa. (Bergström ym., 2015, 106-107.)

4.1.6 Persoonallisuus ja elämäntyyli

Persoonallisuus määrittää jokaisen ihmisen luonteenomaisen tarpeen olla ja elää. Persoonallisuus on henkilökohtaisen kehityksen tulos, joka sisältää sekä synnynnäisiä ominaisuuksia, että ympäristön aikaansaamia piirteitä. Persoonallisuuden osatekijöiksi voidaan nostaa esimerkiksi:

- Biologinen tausta

- Perusluonne & temperamentti
- Älykkyys, lahjakkuus ja oppimiskyky
- Identiteetti ja minäkäsitys
- Kiinnostuksen kohteet ja harrastukset
- Maailmankuva ja elämäkokemukset

(Bergström ym., 2015, 108.)

Yksilön persoonallisuus heijastuu ostoksiin, ostoksien tärkeyteen ja siihen, miten esimerkiksi välittää tietoa muille ihmisille. Persoonallisuuteen linkittyy myös elämäntyyli, jolla tarkoitetaan yksilön tapaa elää ja suhtautua elämään sekä ympäristöönsä. Näiden osa-alueiden analysointi on todella haastavaa verrattuna esimerkiksi demograafisiin tekijöihin. (Bergström, 2015, 108-109.)

Asiakkaat valitsevat tuotteensa, palvelunsa ja aktiviteettinsa, jotka tukevat heidän uniikkia elämäntyyliä. Elämäntyyliin liittyy monia erilaisia asioita, kuten kuinka yksilö käyttää aikaa ja rahaa, mutta toisaalta siihen vaikuttavat myös arvot ja asenteet. Elämäntyylin perusteella voidaan luokitella ihmisiä ja näin suunnata markkinointia. Yksilöiden elämäntyyliä kuitenkin muuttuvat jatkuvasti ja vanhoille elämäntyyliä voidaan hyvin nauraa muutamana vuodena päästä sen olemassa olosta. (Solomon ym., 2013, 223-225.)

4.2 Sosiaaliset tekijät

Sosiaalisilla tekijöillä eli viitetekijöillä tarkoitetaan kuluttajan toimimista sosiaalisissa ryhmissä ja viiteryhmissä. Tämän avulla voidaan helposti mitata, millaisiin ryhmiin yksilö kuuluu ja mikä on hänen sosiaaliluokkansa. Kuitenkin on vaikea mitata, miten paljon kyseiset sosiaaliset ryhmät vaikuttavat yksilöön ja hänen ostokäyttäytymiseen. (Bergström ym., 2015, 110-120.)



Kuva 10. Ostajan käyttäytymiseen vaikuttavat sosiaaliset eli ulkoiset tekijät eli viiteryhmätekiijät (Bergström ym., 2015, 111.)

Sosiaaliset eli viiteryhmätekiijät voidaan jakaa kolmeen ryhmään sen perusteella, miten kuluttaja reagoi niihin. Nämä kolme ryhmää ovat jäsenryhmät, ihanneryhmät ja negatiiviset viiteryhmät. Jäsenryhmät ovat ryhmiä, jossa kuluttajat ovat jäseninä, ja nämä voivat olla primaarisia tai sekundaarisia. Primaarisissa viitekehyksissä jäsenten välit ovat kiinteät kuten perhe, kun taas sekundaarisessa kaikki jäsenet eivät välttämättä koskaan tapaa toisiaan. Ihanneryhmät ovat sellaisia, joiden jäsenyyttä kuluttaja tavoittelee. Nämä voivat olla esimerkiksi idoleita. Negatiiviset ryhmät vastaavasti tarkoittavat niitä ryhmiä, joita vieroksutaan, eikä niihin haluta kuulua. (Bergström ym., 2015, 110-111.)

4.2.1 Perhe

Perhe on yksi tärkeimmistä vaikuttajaryhmistä ihmisten elämässä yleensä ja samalla myös ostokäyttäytymisessä. Perhettä voidaan ajatella kahdesta eri näkökulmasta; vanhempien vaikutuksen kannalta sekä oman perheen perustamisen kannalta. Vanhempien vaikutus omien lapsiensa arvomaailman muodostumiseen on valtava, sillä lapset omaksuvat vanhempiensa asenteita, normeja, tapoja ja kulutustottumuksia. Perhekäsitys on kuitenkin muuttunut viime vuosina, ja esimerkiksi yksinhuoltajien-, sinkku- ja dinkkitalouksien määrä kasvaa koko ajan. Voidaankin nykyään melkein puhua kotitalouksien ostopäätöksistä perheen ostopäätöksien sijaan. (Bergström ym., 2015, 112-114.)

Perheiden tarpeet muokkautuvat erilaisten perhetekijöiden mukaan, kuten montako lasta perheessä on, mikä heidän ikäjakaumansa on ja, ovatko molemmat vanhemmat töissä käyviä. Kuluttajan ostokäyttäytyminen muokkaantuu perheen muuttujien mukana. Vanhempien vaikutus lapsiin on niin sanotusti suoraa ja epäsuoraa. Suoralla vaikuttamisella tarkoitetaan esimerkiksi vanhempien opettamia arvoja lapsilleen. Vastaavasti epäsuorasti lapsi voi oppia esimerkiksi seuraamalla vanhempiensa käytöstä ja toimia tämän perusteella. (Solomon ym., 2013, 446-460.)

4.2.2 Sosiaaliset yhteisöt

Sosiaaliset yhteisöt ovat nousseet perheen rinnalle vaikuttamaan kuluttajan ostopäätöksentekoon. Käytännössä tämä tarkoittaa internetissä olemista, joka voi pitää sisällään internetin selailua, tiedon hakua ja ajanviettamistä internettuttavien kanssa. Sosiaalinen yhteisö täyttää ihmisten perustarvetta kommunikoida ja näkyä osana yhteisöä. Lähes 90 prosenttia verkossa kävijöistä hakee tietoa tavaroista ja palveluista. Tämän yhteisön vaikutus kasvaa koko ajan, sillä ihmiset kuulevat mielellään toisten ihmisten mielipiteitä ja kokemuksia eri tuotteista. Sosiaalisia yhteisöjä voidaan kutsua myös toisella nimellä virtuaalisiksi yhteisöiksi. (Bergström ym., 2015, 115-116.)

4.2.3 Sosiaaliluokka

Sosiaaliluokka tarkoittaa yhteiskunnallista rakennetta, jonka perusteella yksilön ja perheen asema yhteiskunnassa muodostuu. Sosiaaliluokka määräytyy esimerkiksi tulojen, koulutuksen ja ammatin mukaan eli sen pohja on demograafisissa tekijöissä. Sosiaaliluokkaan voidaan myös kuitenkin yhdistellä muita tekijöitä, kuten ikä ja perheen elinvaihe. Sosiaaliluokka vaikuttaa ostokäyttäytymiseen kuten kulutuskäyttäytymiseen joko positiivisesti, neutraalisti tai negatiivisesti. Tällä tarkoitetaan sitä, että voidaan haluta näyttää olevansa paremmasta sosiaaliluokasta, tai käyttäytyä kuten muut samassa sosiaaliluokassa tai vastaavasti näyttäytyä huonomman sosiaaliluokan persoonana. Suomessa ja muissa pohjoismaissa kuitenkin on perinteisesti ollut hyvin pienet erot eri sosiaaliluokilla, verrattuna esimerkiksi Itä-Euroopan maihin. (Bergström ym., 2015, 116-118.)

Maailmassa on paljon asioita mihin voidaan kuluttaa rahaa, mutta ero tulee siitä, kenellä on rahaa ja kenellä ei. Tämä osoittaa, että sosiaaliluokka vaikuttaa ostokäyttäytymiseen. Se kuinka tulot ja sosiaaliluokka vaikuttavat ostokäyttäytymiseen, voidaan tulkita kahdesta eri näkökulmasta: sosiaalisesta näkökulmasta tai yksilöllisestä näkökulmasta. Voidaan ajatella, että eri sosiaaliluokilla on status-symboleita, joiden omistaminen osoittaa oman arvonsa. (Solomon ym., 2013, 479-503.)

4.2.4 Kulttuurit

Kulttuuri on niin materiaalikulttuuria kuin myös ihmisten toimintaa ja toiminnan tuotteita. Materiaalikulttuuri pitää sisällään konkreettisen ympäristön kuten asumisen, liikkumisen ja vapaa-ajanvieton. Vastaavasti ihmisen toiminta voi tarkoittaa esimerkiksi populaarikulttuuria, yrityskulttuuria tai korkeakulttuuria. Kulttuurit joka tapauksessa muovaavat ihmisten persoonallisuutta. Jokainen ihminen syntyy johonkin kulttuuriympäristöön ja omaksuu sieltä toimintatapoja, malleja, arvoja ja asenteita. Kulttuuri muovaantuu koko ajan, kuten esimerkiksi yrityskulttuurissa arvot ja vastuullisuus ovat muuttuneet viimeisen kymmenen vuoden aikana. (Bergström ym., 2015, 118-120.)

4.3 Demograafiset tekijät

Ostajan demografiset tekijät eli toisin sanoen väestötekijät ovat yksi ostokäyttäytymisen vaikuttavista tekijöistä. Näistä muuttujista tärkeimpiä ovat ikä, sukupuoli, siviilisääty, asuinpaikka, asumismuoto, perheen koko ja elinvaihe, liikkuvuus, tulot, käytettävissä olevat varat, ammatti, koulutus, kieli, uskonto ja rotu. Näillä demografisilla muuttajilla on tärkeä merkitys ostokäyttäytymiseen, mutta ovat vain yksi osa-alue vaikuttavista tekijöistä. (Bergström ym., 2003, 99-105.)

Demograafiset tekijät ovat statistisia mittayksiköitä, jotka kuvaavat eri väestötekijöiden osa-alueita, kuten syntyvyyttä ja tuloeroja. Demograafisten tekijöiden mittaaminen on mahdollista verrattuna muihin tekijöihin kuten psykologisiin tekijöihin. Kaikista tärkeimpiä demografiset tekijöitä ovat esimerkiksi ikä, sukupuoli, maantieteellinen sijainti ja uskonto. (Solomon ym., 2013, 8-12.)

5 Tutkimuksen toteutus

Imagotutkimus toteutettiin yhteistyössä Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia kanssa. Akatemia toteuttaa vuosittain yläkoululeiriläisille palautekyselyn, jonka avulla se pyrkii pitämään laatua korkealla ja parantamaan toimintaansa vuosittain. Ajatus opinnäytetyöhön nousi keskusteltaessa siitä, että jatko-opiskelua ajatellessa ”ostopäätöksen” eli hakuvalinnan takana ovat nuorten lisäksi myös vanhemmat. Tämän pohjalta haluttiin selvittää, millä tavalla vanhemmat suhtautuvat leiritykseen ja yleisesti Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiaan. Tutkimuksen avulla pystyttiin selvittämään niin imagollisia asioita, kuin myös leirin toimintaa ja jatko-opiskelua koskevia asioita.

5.1 Tutkimuksen toteutus pohja

Tutkimus toteutettiin survey-kyselynä verkossa eli kvantitatiivisena kyselytutkimuksena. Tilastollisen tutkimuksen avulla selvitetään lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksiä (Heikkilä, 2014, 15-20). Kyselylomake tehtiin osittain yläkoululeirityksen palautekyselyn pohjalta, jotta pystyttäisiin vertailemaan nuorten ja vanhempien mielipiteitä. Kuitenkin kysymysmuotoja ja vastausasteikkoa jouduttiin muuttamaan, jolloin ne eivät ole enää suoraan verrannollisia. Kyselylomakkeen ollessa valmis, se siirrettiin google Formsiin. Siirron myötä joidenkin kysymysten muotoilu hieman muuttui verkkoon paremmin sojivaksi. Tämän jälkeen kysely testattiin 6 ihmisen koeryhmällä, jotka ovat töissä VuokattiSportissa. Näin ollen kyselypohjaa pystyttiin muokkaamaan siten, että epäselvyyksiä pystyisi syntymään mahdollisimman vähän.

Perusjoukkona kyselyssä toimi yläkoululeirityksessä olevien nuorten vanhemmat. Yhteensä yläkoululeirityksessä nuoria on noin 200, jolloin mahdollisia vastaajia pystyisi olemaan reilu 200 kappaletta. Tutkimuksessa tavoitteena oli, että vähintään perheen toinen vanhempi vastaisi kyselyyn, vaikka kokonaistutkimuksen vuoksi kysely lähetettiin jokaiselle vanhemmalle.

Kyselylomake oli jaettu viiteen eri osioon. Kyselylomake on nähtävissä kokonaisuudessaan liitteessä 1. Ensimmäisessä osiossa kysyttiin vastaajien taustatietoja: sukupuolta, asuinpaikkakuntaa, nuoren lajia, monennettako vuotta nuori osallistuu sekä koko talouden

bruttotuloja. Seuraava osio kartoitti mitä Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia kanavia vastaajat seuraavat. Samalla pyydettiin arvioimaan eri kanavien toimivuutta. Kolmas osio selvitti Akatemian tiedottamisen toimivuutta ja sitä, miten vastaajat haluaisivat saada lisää tietoa itselleen. Neljäs osio taas käsitteli yläkoululeiritystä kolmesta eri näkökulmasta: koulun, harjoittelun ja olosuhteiden osa-alueista. Viides osio eli kyselyn viimeinen käsitteli jatko-opiskelua, siihen suhtautumista ja tietoisuutta.

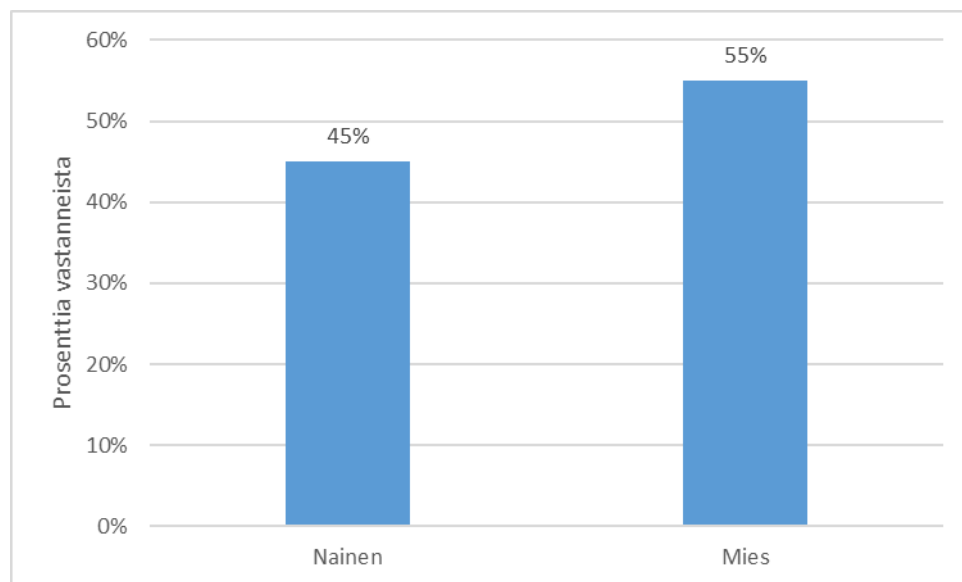
Kyselytutkimus aloitettiin helmikuun ensimmäisellä viikolla ja vastausaikaa oli koko helmikuun ajan. Lisäksi helmikuun viimeisellä viikolla lähetettiin vielä muistutus vastaajille, jotta vastausprosentti saataisiin nostettua mahdollisimman korkealle.

6 Tutkimustulokset

Kyselyn tilastollisten kysymysten vastaukset eli frekvenssi-aulukot löytyvät liitteestä 2. Kaikki tutkimustuloksissa esitetyt taulukot pohjautuvat näihin frekvenssi-aulukkoihin. Avoimien kysymysten vastaukset löytyvät muista liitteistä ja liitteen numero on kerrottu tarkemmin, kun kyseistä kysymystä käsitellään.

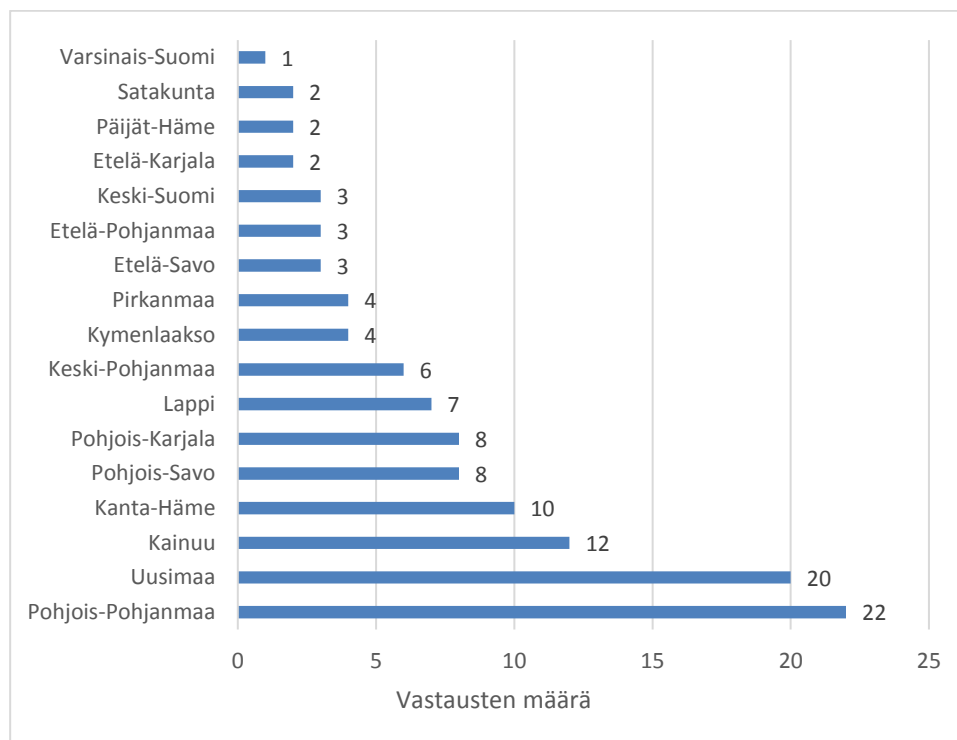
6.1 Taustatiedot

Vastanneista 55% eli 64 vastannutta edusti miehiä. Sukupuolijakauma vastanneiden kesken on hyvin lähellä tasaista, jolloin kysely on saanut hyvin tasapuolisesti vastauksia molemmilta sukupuolilta. Suomen koko väestönrakenne jakautuu myös hyvin tasaisesti, sillä vuonna 2016 51% kansalaisista oli naisia ja 49% miehiä (SVT, väestönrakenne). Tähän peilaten voidaan todeta, että vastauksissa olisi pitänyt tulla enemmän naisilta kuin miehiltä. Kuitenkin vastaajien jakauman ollessa näin tasainen, niin siitä ei voida vetää selkeitä johtopäätöksiä.



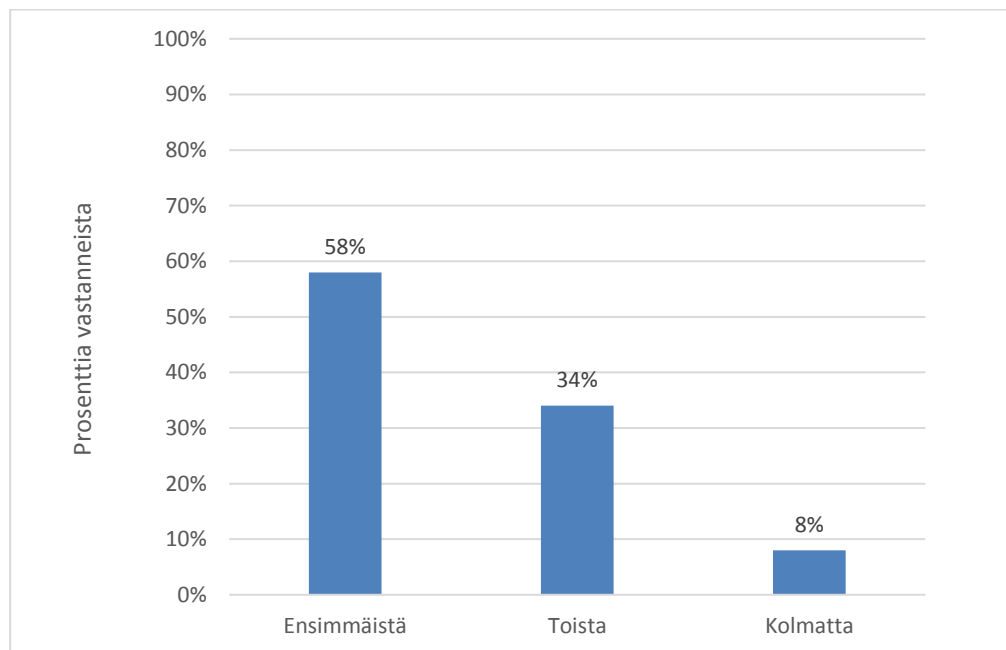
Kuva 11. Tutkimukseen vastanneiden sukupuoli (n=117)

Toisena kysymyksenä kysyttiin vastaajien kotipaikkakuntaa maakunnan mukaan. Maakunnan tarkkuus valittiin sen takia, että se parantaa vastaajien anonyymiyttä ja antaa kuitenkin tarkkaa tutkimustulosta. Kuvassa 12:ssä nähdään miten vastaajien maakunnat ovat jakautuneet. Mielenkiintoista tässä on, että tutkimuksen mukaan Kainuussa järjestettävissä leireissä Kainuu edustaa vain 10% kaikista osallistujista. Pohjois-Pohjanmaa vastaavasti omistaa isoimman edustuksen, jopa 18% kaikista osallistujista. Vastaavasti Uudellamaalla on 17% edustus yläkoululeiriläisistä. Tämä on sinällään mielenkiintoinen fakta, koska Uudellamaalla on enemmän asukkaita kuin Pohjois-Pohjanmaalla, jonka perusteella voisi olettaa myös Uudeltamaalta olevan enemmän urheilijoita. Toisaalta eron pystyy selittämään talvipainotteisilla lajeilla sekä välimatkalla. Kuitenkin tutkimuksen perusteella voidaan todeta, että Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia järjestämä yläkoululeiritus vetää asiakkaita koko Suomesta, sillä ainut nollalle jäänyt maakunta Suomesta on Ahvenanmaa.



Kuva 12. Asuinpaikkakunta maakunnan mukaan (n=117)

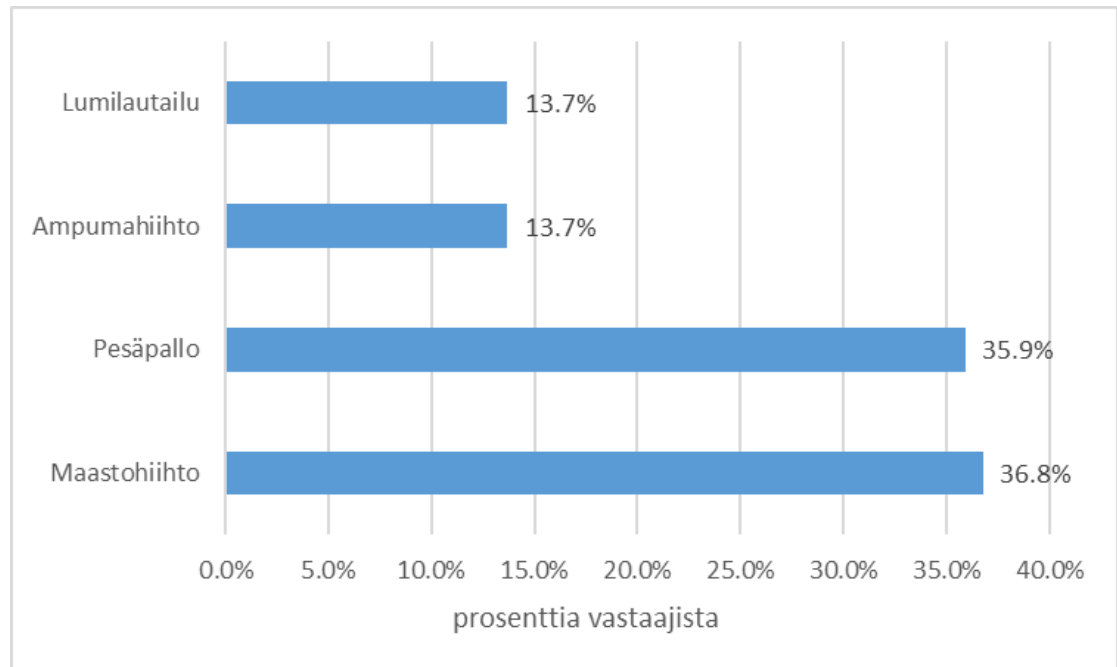
Kolmannella kysymyksellä selvitettiin, monennettako vuotta vastaajan lapsi osallistuu yläkoululeiritykseen. Kuten kuvasta 13 voidaan havaita, ei vastaajien määrä jakautunut tasan kaikille vuosikursseille. Jopa 68 vastanneista eli 58% vastaajista vastasi, että heidän lapsensa osallistuu ensimmäistä vuotta. Vastaavasti kun vain 8% eli 9 vastaajalla oma lapsi osallistuu jo kolmatta vuotta. Tämä kertoo, että vastauksissa tulee painottumaan ”ensikertalaisuus” ja kaikkiin vastauksiin ei ehkä saada realistista vastausta. Esimerkiksi kun viimeisessä osiossa kysytään jatko-opiskelusta, ei se varmasti ole vielä seiskaluokkalaisilla mielessä. Toisaalta tästä jakaumasta voidaan päätellä, että yläkoululeirityksen kommunikaatio vanhempien kanssa on kehittynyt viime vuosina. Käytännössä melkein kaikki seiskaluokan yläkoululeirityksen vanhemmat pystyttiin tavoittamaan ja saada vastaamaan kyselyyn. Voidaankin käytännössä vain kysyä, että mikä on ollut vialla aikaisempien vuosikurssien osalla.



Kuva 12. Monennettako vuotta vastaajan lapsi osallistuu yläkoululeiritykseen (n=117)

Neljäs taustakysymys käsitteli vastaajien lapsien lajivalintaa eli missä lajissa lapsi osallistuu Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia yläkoululeiritykseen. Vastausjakauma näyttää hyvin epätasaiselta eli pesäpallo ja maastohiihto ovat saaneet suurimmat vastausmäärät. Kuitenkin kun otetaan huomioon, että ampumahiihdossa ja lumilautailussa yläkoululeirityk-

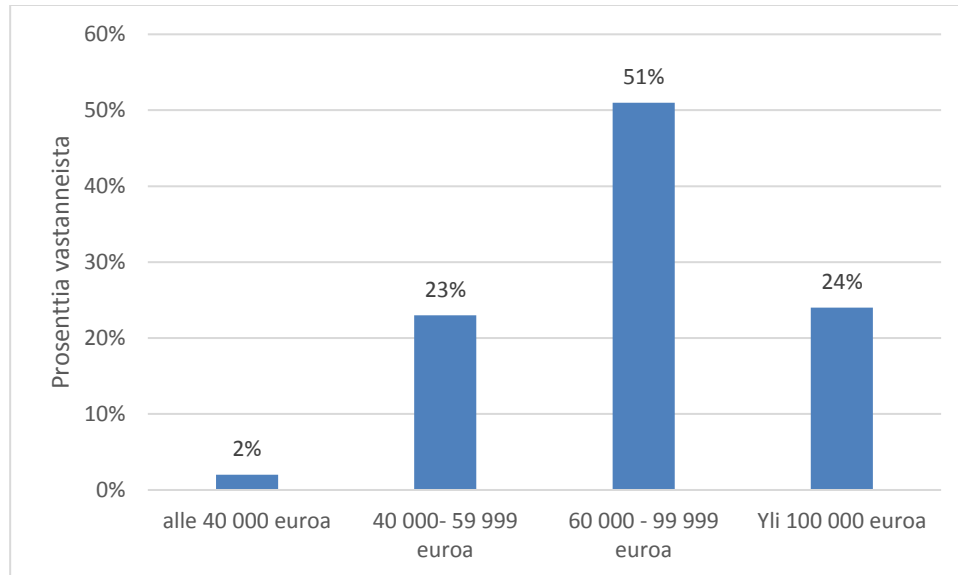
sien osallistujamäärät ovat pienempiä, niin voidaan todeta jakauman olevan tasaista. Käytännössä siis prosentuaalisesti jokaisesta lajista kyselyyn vastasi yhtä monta maksimista. Kuva 13 havainnollistaa kyseisen jakauman vielä paremmin. Tämä taustakysymys on kuitenkin erittäin tärkeä, sillä sen perusteella voidaan eritellä eri lajien vastauksia ja täten saada negatiiviset sekä positiiviset palautteet suunnattua oikeille lajeille.



Kuva 13. Missä lajissa lapsesi osallistuu yläkoululeiritykseen (n=117)



Viides taustakysymys käsitteli vastaajien kotitalouden bruttotuloja. Kuvasta 14 voimme nähdä, miten vastaajien jakauma meni. Ylipuolet vastanneista eli 51% vastaajista sijoitti kotitaloutensa bruttotulot luokkaan 60 000 – 99 999€ vuodessa. Kun lähdetään vertaamaan näitä vastauksia vuoden 2015 Suomen tulonjakotilastoon, niin pystytään huomaamaan joitain erikoisuuksia. Suomessa kotitalouksien rahatulot vuonna 2015 olivat keskimäärin noin 37 000€ vuodessa (SVT, tulonjakotilasto). Tämä tarkoittaa, että vain yksi kaikista vastanneista pystyi olemaan keskiarvon alapuolella. Näin ollen 116 vastanneista eli 99,1 prosenttia ovat bruttotulojensa mukaan keskiarvon yläpuolella. Täytyy kuitenkin huomioda, että tulonjakotilastossa on huomioitu niin työttömät kuin opiskelijatkin. Vaikka oletettaisiin, että kotitalouksien keskimääräiset rahatulot olisivat n. 60 000 euron luokkaa,

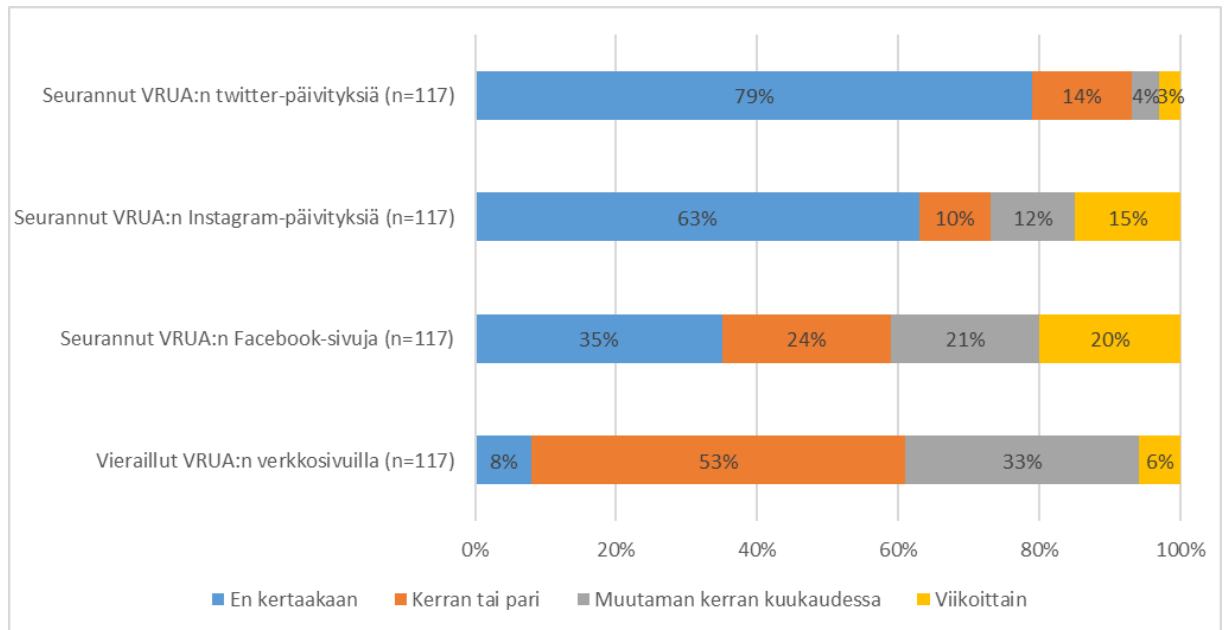
olisi 75% vastaajista sen yläpuolella. Kaikesta tästä voidaan päätellä, että yläkoululeirityksen asiakaskunta on keskiarvoa korkeammalla tuloissa. Tämän perusteella yläkoululeiriä voidaan tuotteena pitää melkein luksustuotteena.



Kuva 14. Kotitalouden bruttotulot vuodessa (n=116)

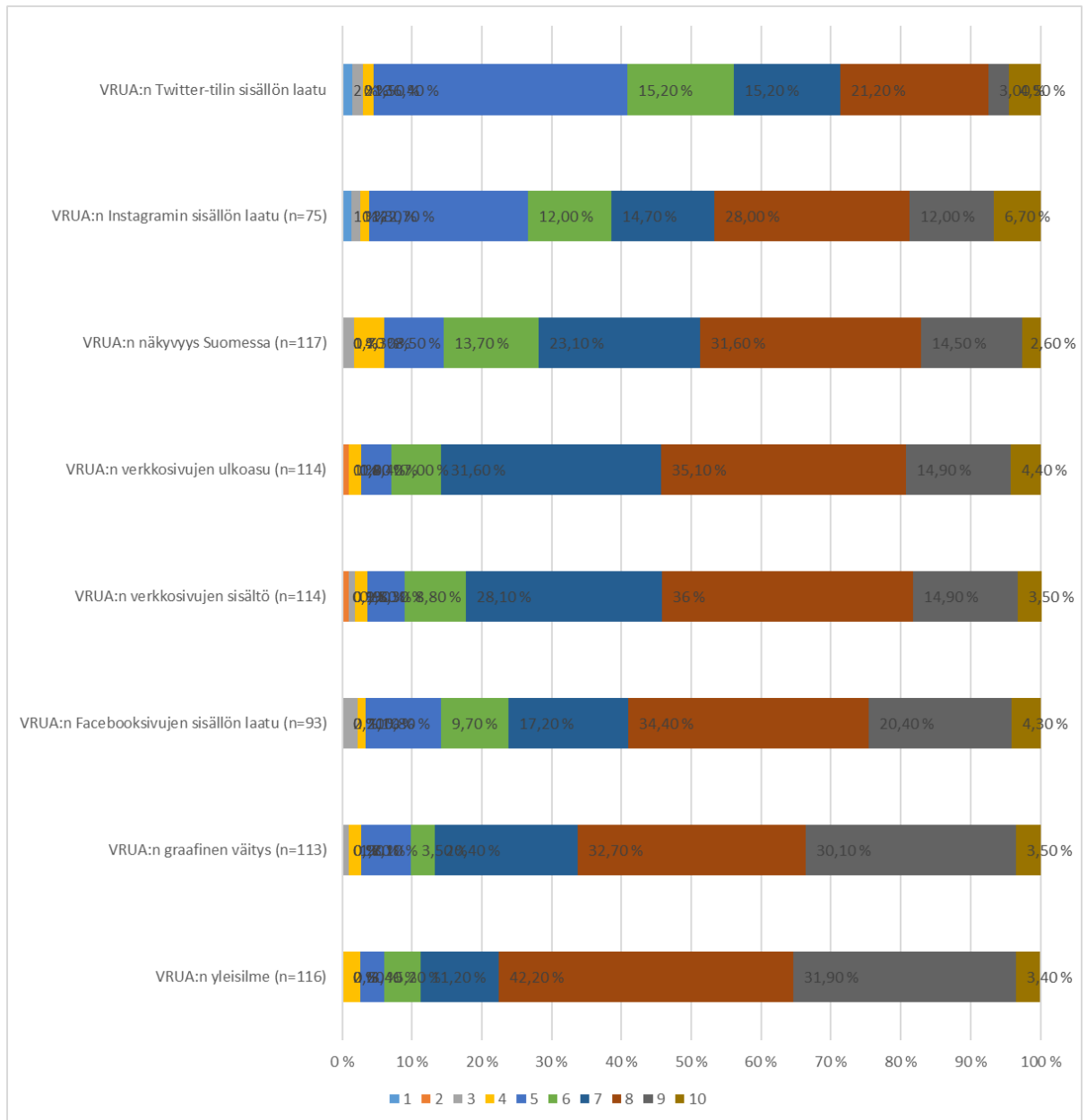
6.2 Vuokatti-Ruka Urheiluakatemian imago

Imagollisen kysymysosion ensimmäisenä kysymyksenä kysyttiin vastaajan aktiivisuutta Vuokatti-Ruka Urheiluakatemian eri kanavissa. Kuvasta 15 voidaan havaita, miten vastaajien vastaukset jakautuivat. Parhaiten eri kanavissa kohderyhmän siis tavoittaa verkkosivuilla, sillä vain 8% vastaajista ei ollut vierailut verkkosivuilla viimeisen puolen vuoden aikana. Toisaalta taas vain 6% vastaajista oli vierailut sivustolla aktiivisesti. Eniten aktiivisia seuraajia kohderyhmästä löytyy Facebookin puolelta, sillä 20% vastaajista seuraa sitä viikoittain. Kokonaistilastoa jos tulkitaan, voidaan todeta, ettei yläkoululeirityksessä olevien nuorten vanhemmat seuraa aktiivisesti Vuokatti-Ruka Urheiluakatemian eri kanavia. Tästä voidaan päätellä, että vanhemmat luultavasti olettavat enemmän saavansa tiedot esimerkiksi puhelimen tai sähköpostin avulla.

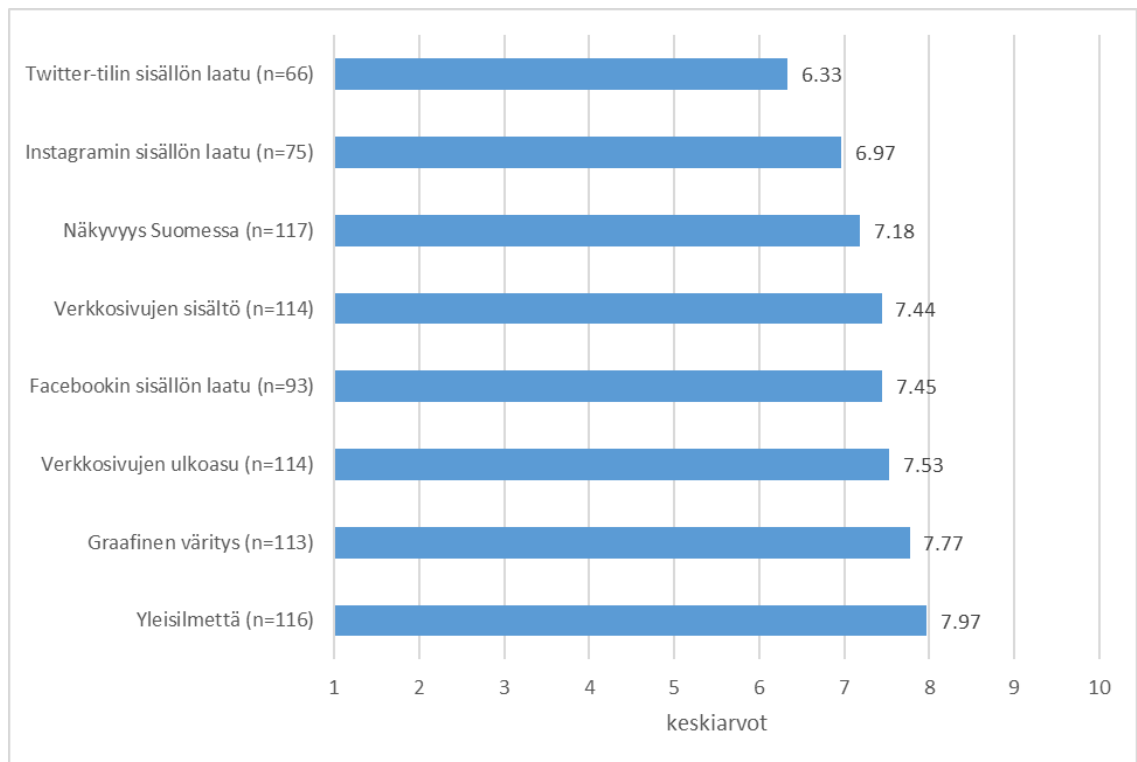


Kuva 15. Kuinka monesti vastaaja on vierailut viimeisen puolen vuoden aikana eri kanavissa (n=117)

Imagolisessa osiossa selvitettiin seuraavaksi vastaajien mielipiteitä erilaisista osa-alueista asteikolla 1-10. Kuvat 16 ja 17 havainnollistavat vastaajien vastaukset. Vastauksien keskiarvo kaikissa muissa paitsi Instagramiin ja Twitteriin liittyvissä kysymyksissä oli yli 7. On kuitenkin huomioitava, että aikaisemmassa kysymyksessä nähtiin, ettei näiden kahden median käyttäjiä ollut paljon. Silti vastauksia on tullut paljon, joka tarkoittaa, että vastaajat ovat vastanneet kysymykseen, vaikka ei olisi ollut pakollista. Esimerkiksi 24 vastaajaa vastasi käyneensä Twitterissä viimeisen puolen vuoden aikana ja Twitteriä on arvioinut 66 vastaajaa. Perusteena tälle voitaisiin sanoa, että osa arvioista olisi käyttänyt Twitteriä yli puolivuotta sitten, mutta todennäköisempi vaihtoehto on, että osa vastaajista on vastannut tähän ilman omia kokemuksia. Tämä näkyy vastauksissa isona 5 vastausten määränä. Kuitenkin yli 7 keskiarvo joka osa-alueella kertoo, että yleisesti akatemian imago on ollut hyvä. Eniten alle 5 vastauksia on tullut verkkosivuihin liittyviin kohtiin ja näkyvyyteen Suomessa, josta voidaan päätellä, että näillä osa-alueilla voitaisiin parantaa ja kehittyä. Yleisilmeestä saatu melkein 8 pisteen keskiarvo kuitenkin kertoo, että yleisesti Vuokatti-Ruka Urheiluakatemian imagoa pidetään erittäin hyvänä. Näkyvyys Suomessa on vain 7.18, mutta tätä voidaan perustella esimerkiksi maksullisen markkinoinnin vähyydellä, jolloin mainonta ei tavoita kaikkia.

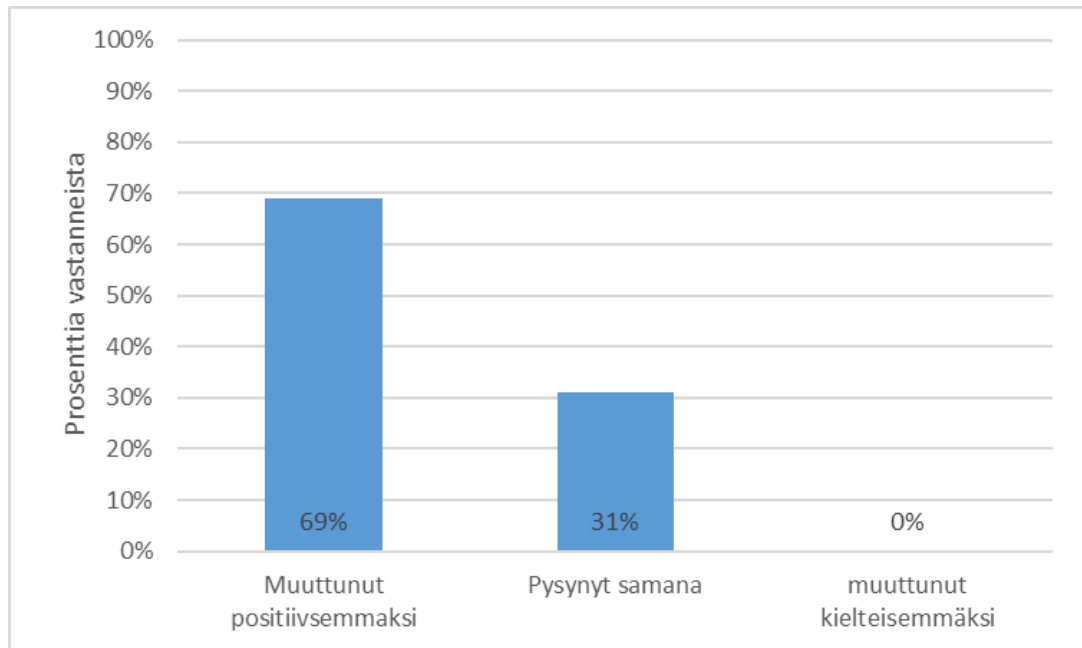


Kuva 16. Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia eri imagollisten osa-alueiden arvioit asteikolla 1-10, jossa 1 on todella huono ja 10 vastaavasti erinomainen (n=117)



Kuva 17. Vuokatti-Ruka Urheiluakatemioiden eri imagollisten osa-alueiden arvioiden keskiarvot, kun 1 on todella huono ja 10 erinomainen

Seuraava kysymys käsitteli vastaajien käsitystä Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiasta ja, kuinka se on muuttunut yläkoululeirityksen aikana. Vastaajista 80 eli 69% oli sitä mieltä, että käsitys akatemiasta on muuttunut positiivisemmaksi yläkoululeirityksen aikana. Mielenkiintoista myös vastauksissa on se, että kukaan ei ole kokenut mielikuvan muuttuneen negatiivisemmaksi. Tästä voidaan päätellä, että akatemia voisi tuoda mainonnassaan itseään vielä positiivisempänä, jolloin se vastaa ennakkokäsityksiä. Toisaalta taas on parempi, että ihmiset positiivisesti yllättyvät kuin se, että tulisi pettymyksiä. 31 prosenttia vastanneista kuitenkin vastasi, että käsitys on pysynyt samana yläkoululeirityksen aikana. Nämä ”pysynyt samana” vastanneet ovat luultavasti tienneet jo hyvin paljon akatemiasta ennen leiritystä. Vastaajista 0% oli kokenut, että käsitys olisi muuttunut negatiivisemmaksi, joka on todella hyvä uutinen akatemialle. Se ei tämän perusteella ole antanut negatiivisia kokemuksia kenellekään vastaajista.



Kuva 18. Miten käsityksesi on VRUA:sta on muuttunut yläkoululeirityksen aikana? (n=117)

Imagollisen osion viimeinen kysymys oli avoin kysymys, jolla selvitettiin, miten akatemia voisi kehittää viestintäänsä niin sosiaalisessa mediassa kuin muualla. Vastauksia tähän kohtaan tuli 26 kappaletta. Kaikki vastaukset ovat nähtävissä liitteessä 3. Selvästi trendikkin vastaus liittyi leirien viestintään eli materiaaliin mitä tulee leireiltä. Tämä tarkoittaa, että tulevaisuudessa sosiaalisen median viestinnässä pitää nostaa enemmän esille yläkoululeiritystä ja tuottaa materiaalia näiltä leireiltä. Toinen tärkeä asia mikä nousi esille, oli lajien epätasa-arvoinen kohtelu, joka pitäisi saada muutettua tasa-arvoisemmaksi. Tämä käytännössä tarkoittaa sitä, että kaikista lajeista tuotettaisiin tasaisesti sisältöä sosiaaliseen mediaan sekä verkkosivujen uutisiin. Lisäksi toivottiin lisää näkyvyyttä sekä henkilökohtaista yhteydenpitoa vanhempien ja valmentajien välillä. Muita yksittäisiä kommentteja, mutta tärkeitä oli myös mukana. Seuraavaksi nostan yhden tärkeän:

” Nettisivut ovat sekavat. Navigaatiot eivät jostain syystä ole toimivat: Tiedon löytäminen on hankalaa. ”

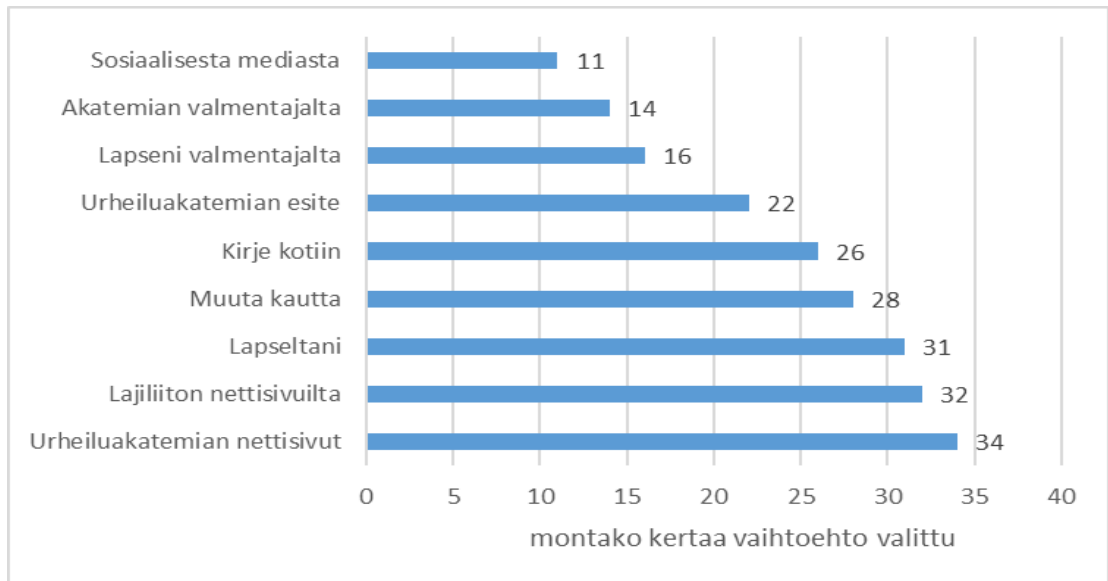
Käytännössä tämä kommentti on oikein osuva ja yhteensopiva aikaisempien kohtien verkkosivujen hieman huonompaan tulokseen. Tästä on ollut aikaisemmin puhetta jo Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiolla ja näiden tulosten varjolla nettisivuihin tulisi kiinnittää vielä lisää huomiota.

6.3 Tiedottaminen

Tiedottamisosion heti alkuun kartoitettiin, mistä kautta yläkoululeirityksessä olevien nuorien vanhemmat ovat saavuttaneet tiedon leiritysmahdollisuudesta. Kysymyksessä on huomioitava, että vastaaja pystyi valitsemaan monta vaihtoehtoa. Vastaukset ovat nähtävissä määrittäin kaavion muodossa kuvassa 19.

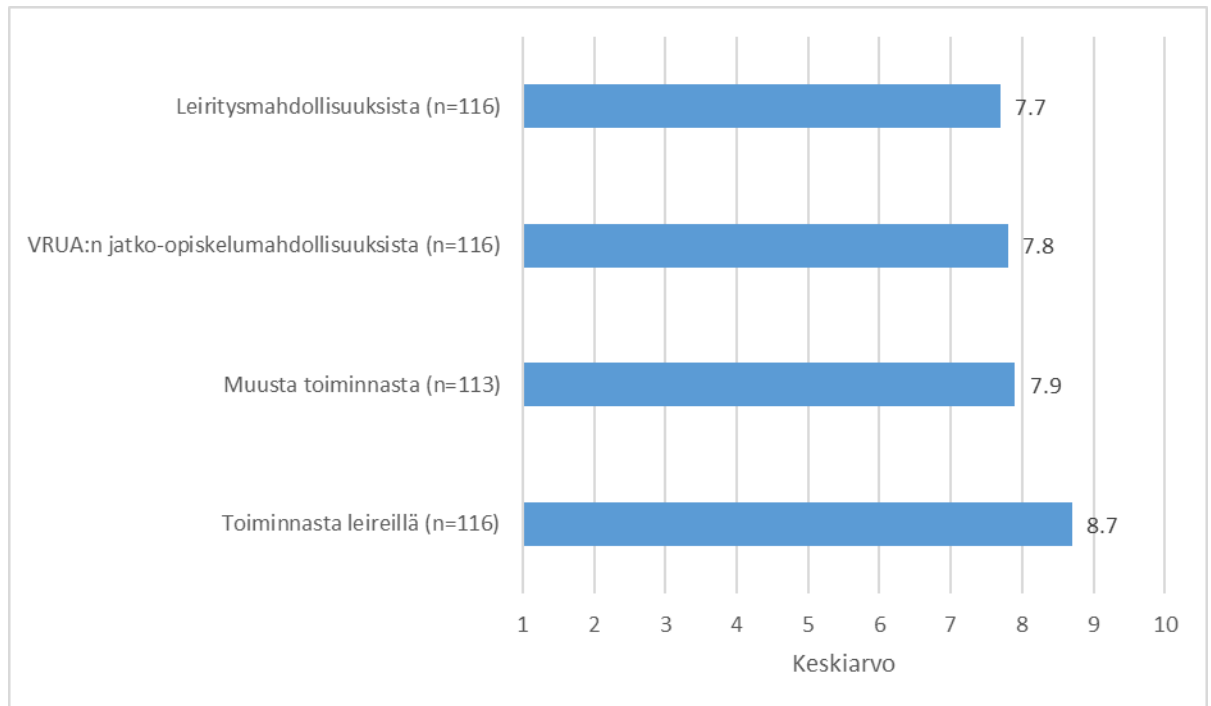
On selvästi nähtävissä, että jokaista kautta on selvästi tavoitettu vanhempia. Silti pienimmät määrät saaneet eli alle 20 vastausta saaneet sosiaalinen media, akatemian valmentaja sekä lapsen valmentaja kertovat, että nämä eivät ole olleet parhaiten toimivia reittejä. Sosiaaliseen median ollessa kasvava ilmiö, tätä ei kannata vielä täysin ajatella huonona vaihtoehtona tulevaisuudessa. Lisäksi tämäkin on voinut olla väylä, mistä nuori on saanut tiedon ja kertonut sitä kautta vanhemmilleen. Kuitenkin kun jokaista kautta on tavoitettu ihmisiä, tulevaisuudessa kaikkia tulee jatkaa. On silti huomioitava, että kun urheiluakatemian ja lajiliiton nettisivut saivat yhteensä 66 valintaa vastaajilta, niin nämä ovat todella toimivia reittejä. Tämä käytännössä tarkoittaakin sitä, että tulevaisuudessa näihin pitää panostaa, jotta tiedot ovat selkeät ja helposti saatavilla. Jos huomioidaan aikaisemman osion tuloksia, jonka mukaan nettisivujen sisältö ei ollut kaikista selkeintä, niin tässä on selvästi kehitettävää.

Muuta kautta vaihtoehto kysymyksessä oli avoin. Vastaukset tähän löytyvät liitteestä 4. Kaksi tärkeää kokonaisuutta mitkä nousivat esille, olivat seuralta saatu tieto sekä nuoren kavereilta tai toisen nuoren vanhemmilta saatu tieto. Nämä käytännössä tarkoittavat, että yläkoululeiritystä tuotteena pidetään niin hyvänä, että se toimii myös ns. puskaradion kautta. Yhteensä 19 vastaajaa oli kuullut asiasta jonkinlaisen puskaradion kautta eli seuralta, lapsen kaverilta, lapsen kaverin vanhemmilta, lähipiiriltä tai tutulta. Yleensä tätä pidetään parhaana merkinä, kun tuote markkinoi itse itseään. Muita avoimesta tulleista tärkeitä asioita olivat sähköpostit, joiden alkuperä vastauksien mukana, joko vaihtelee tai ei ole tiedossa. Muutama vastaus oli käytännössä ”ennalta tuttua” tyyliä, joka luultavasti viittaa paikallisuuteen tai siihen, että ollut asian kanssa toiminnassa ennenkin.



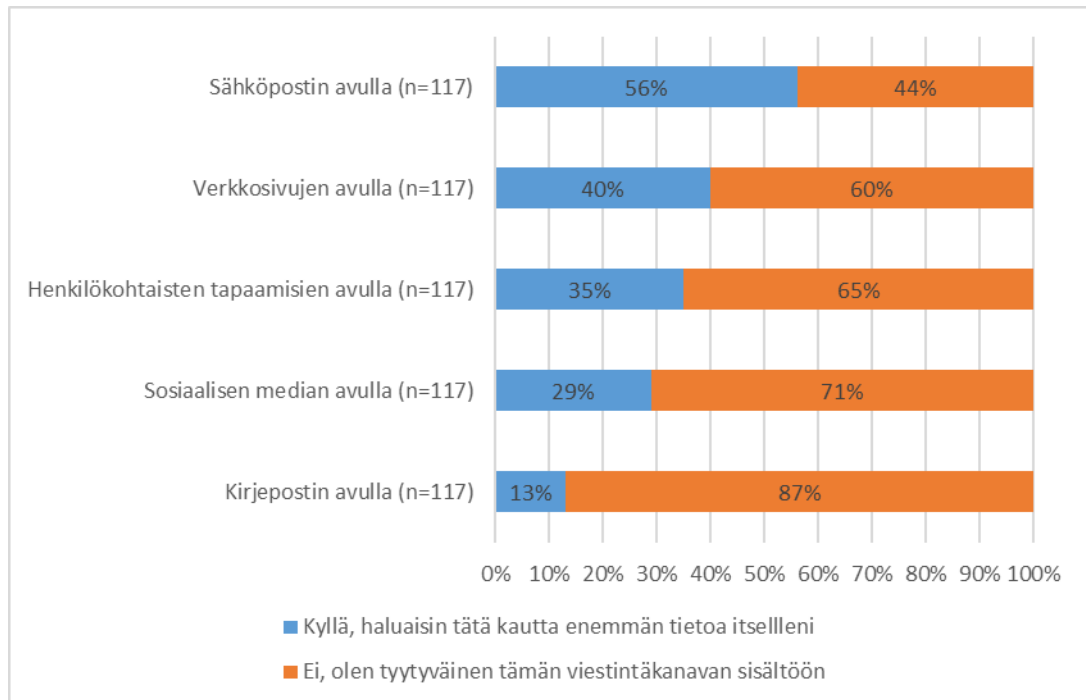
Kuva 19. Mistä vastaaja on saanut tiedon leiritysmahdollisuudesta, voi valita monta vaihtoehtoa (n= 117)

Tiedottamisen arvioinnissa neljällä eri osa-alueella vastaukset nousivat jälleen kerran merkittävän positiivisiin lukemiin. Erityisesti 8,7 keskiarvoon noussut oli kohta, jossa selvitettiin tiedottamista toiminnasta leireillä. Tästä voidaan todeta, että yläkoululeirityksen tiedottaminen itse leireistä on loistavalla tasolla, kun vastaavasti esimerkiksi yleensäkin leiritysmahdollisuuksista tiedottaminen sai 1 numeron huonomman keskiarvon eli 7,7. Kuitenkin kaikki osa-alueet nousivat yli 7,5 keskiarvon yläpuolelle, jolloin tiedottamista voidaan pitää kokonaisuutena onnistuneena. Selvästi kuitenkin muuhun tiedottamiseen voitaisiin ottaa mallia leirityksen toiminnan tiedottamisesta, tällöin myös muu toiminta saataisiin paremmin vastaajien tietoon.



Kuva 20. Tiedottamisen arviointien keskiarvot

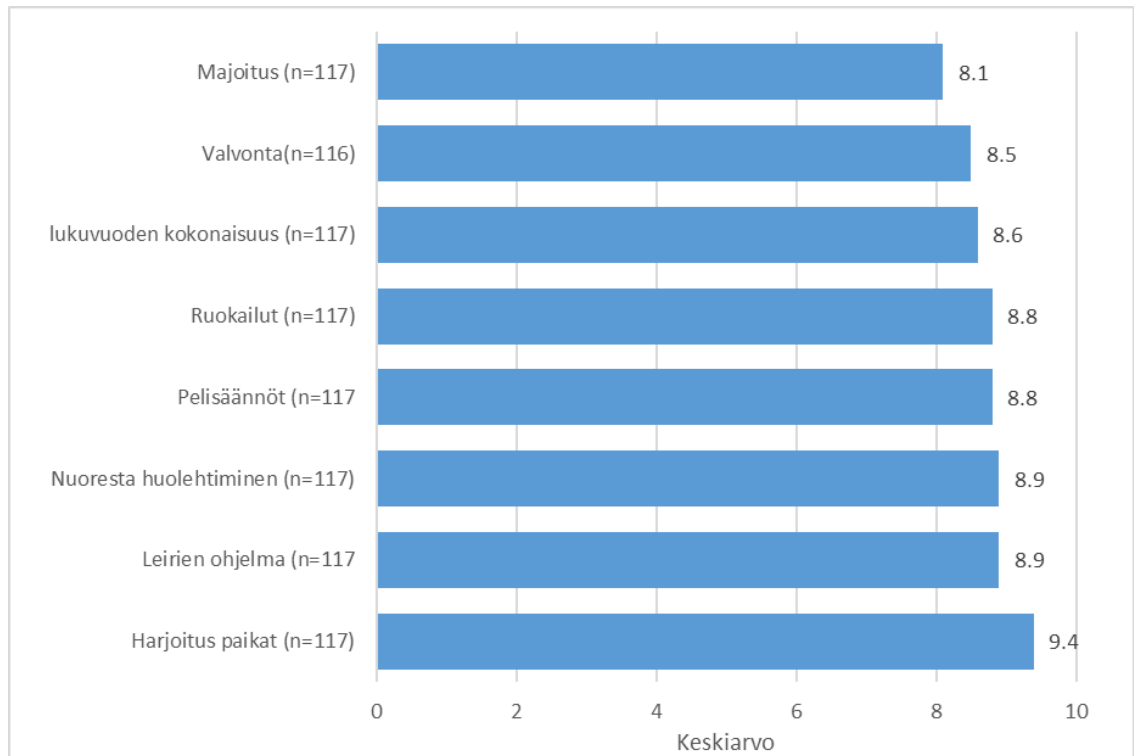
Seuraavaksi kartoitettiin, miten vastaajat haluaisivat saavuttaa lisää tietoa jatkossa Vuokatti-Ruka Urheiluakatemialta. Sähköpostin avulla lisää tietoa haluaisi 65 vastaajaa eli 56% vastaajista kun vastaavasti sähköpostin tähänhetkiseen tilanteeseen oli 52 tyytyväistä vastaajaa eli 44%. Kuitenkin tämä on ainut kanava, jossa vastaajista enemmistö haluaisi lisää informaatiota, jolloin selvästi tässä kanavassa olisi tarve saada lisää tietoa. Kaksi seuraavaksi eniten kyllä ääniä saanutta olivat verkkosivut (40%) ja henkilökohtaiset tapaamiset (35%), joita voidaan ehdottomasti harkita jatkossa. Kuitenkin näissäkin kahdessa vastaajista enemmistö jo vastusti näiden lisäämistä, jolloin voidaan pohtia näiden tarpeellisuutta. Lisäksi on huomioitava, että esimerkiksi henkilökohtaiset tapaamiset eivät millään tavalla suosi kaukana asuvia vanhempia. Kaksi viimeistä vaihtoehtoa eli kirjeposti ja sosiaalinen media saivat niin paljon enemmän kielteisiä vastauksia, jolloin näihin kanaviin ollaan tällä hetkellä tyytyväisiä. Tulevaisuudessa kuitenkin sosiaalisen median kasvun myötä sosiaalista mediaa ei voida unohtaa, kun taas vastaavasti kirjepostiin panostaminen voidaan käytännössä lopettaa.



Kuva 21. Haluaako vastaaja mitä kautta enemmän tiedotusta (n=117)

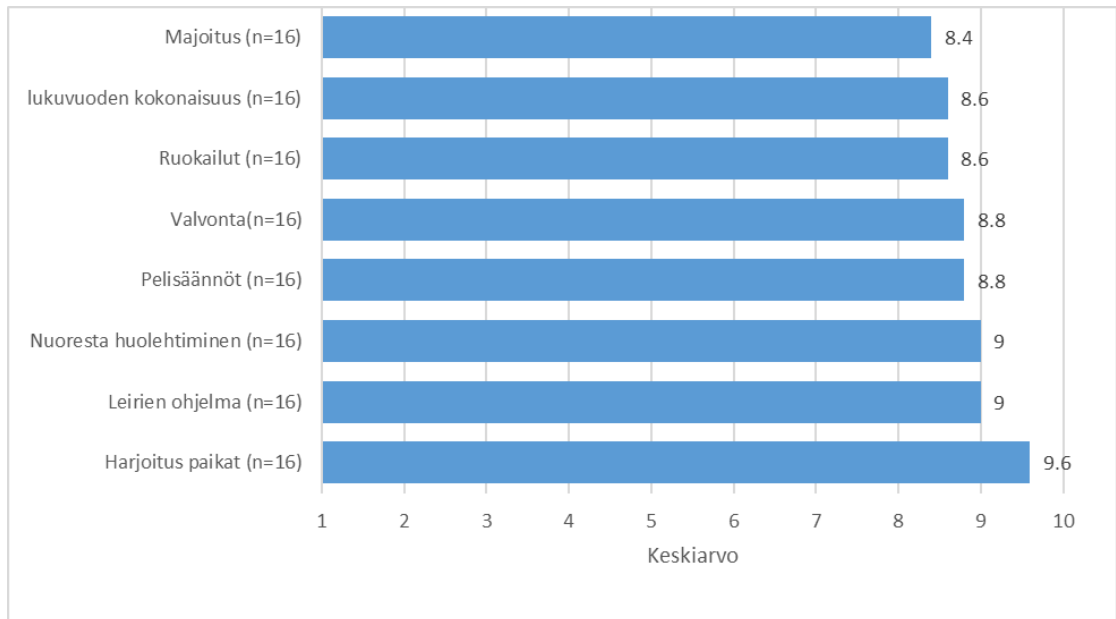
6.4 Yläkoululeirityksen yleiset järjestelyt

Yläkoululeirityksen yleiset järjestelyt aloitettiin kysymyksillä, joissa arvioitiin eri osa-alueita asteikolla 1-10. Kuvassa 22 on lajiteltuna vastaukset nähtävissä, kun huomioon otetaan kaikki lajit ja niiden keskiarvot. Kaikkien lajien keskiarvoista voidaan todeta, että yleisesti yläkoululeiritys on erittäin onnistunut vanhempien mielestä. Ainut selvästi huonompi on majoitus, joka viittaa, ettei vanhemmat ole olleet tyytyväisiä tarjottuun majoitukseen. Eri-tyisen hyvää on selvästi Vuokatin harjoituspaikat, joka on saanut keskiarvon 9.4. Kuitenkin kun jokainen on saavuttanut yli 8 keskiarvon, ei voida missään tapauksessa puhua huonoista tuloksista, millään osa-alueella. Kuitenkin selvästi kehitettävää löytyy, kun huonoimmalla ja parhaimmalla osa-alueella on keskiarvossa yli 1 pisteen ero.

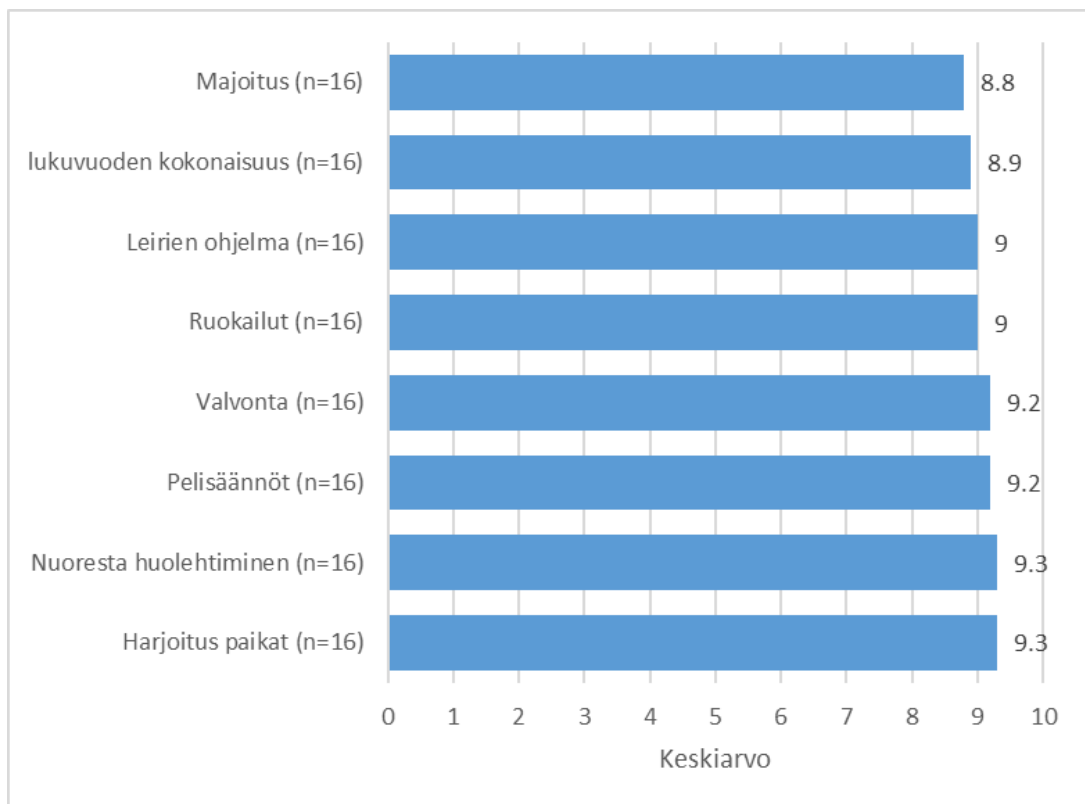


Kuva 22. Yläkoululeirityksen yleiset järjestelyt, arvioituna asteikolla 1-10 kun huomioidaan kaikki vastaukset

Ampumahiihdon yläkoululeiritykseen osallistuneiden tuloksia verratessa yleiseen keskiarvoon, on ampumahiihto jokaisessa muussa osa-alueessa keskiarvon yläpuolella paitsi ruokailuissa. Kuitenkin ruokailujärjestelyt ovat jokaisessa lajissa hyvin samanlaiset, joten oletettavasti tässä puhutaan vain mielipide-eroista. Vastaavasti lumilautailun osallistuneiden vastaukset ovat jokaisella osa-alueelta paitsi harjoitusolosuhteissa paremmat tulokset kuin yleinen keskiarvo. Lumilautailun harjoitusolosuhteet ovatkin hyvin erilaiset verrattuna muihin lajeihin, mutta tämä ei selity sillä. Yksinkertaisesti lumilautailun yläkoululeirityksen vanhemmat ovat kokeneet harjoitusolosuhteet huonommaksi. Kuitenkin lumilautailu yläkoululeiritys on koettu muissa näissä osa-alueissa onnistuneemmaksi kuin muissa lajeissa. Ampumahiihdon tulokset näkyvät tarkemmin kuvassa 23 ja lumilautailun kuvassa 24.

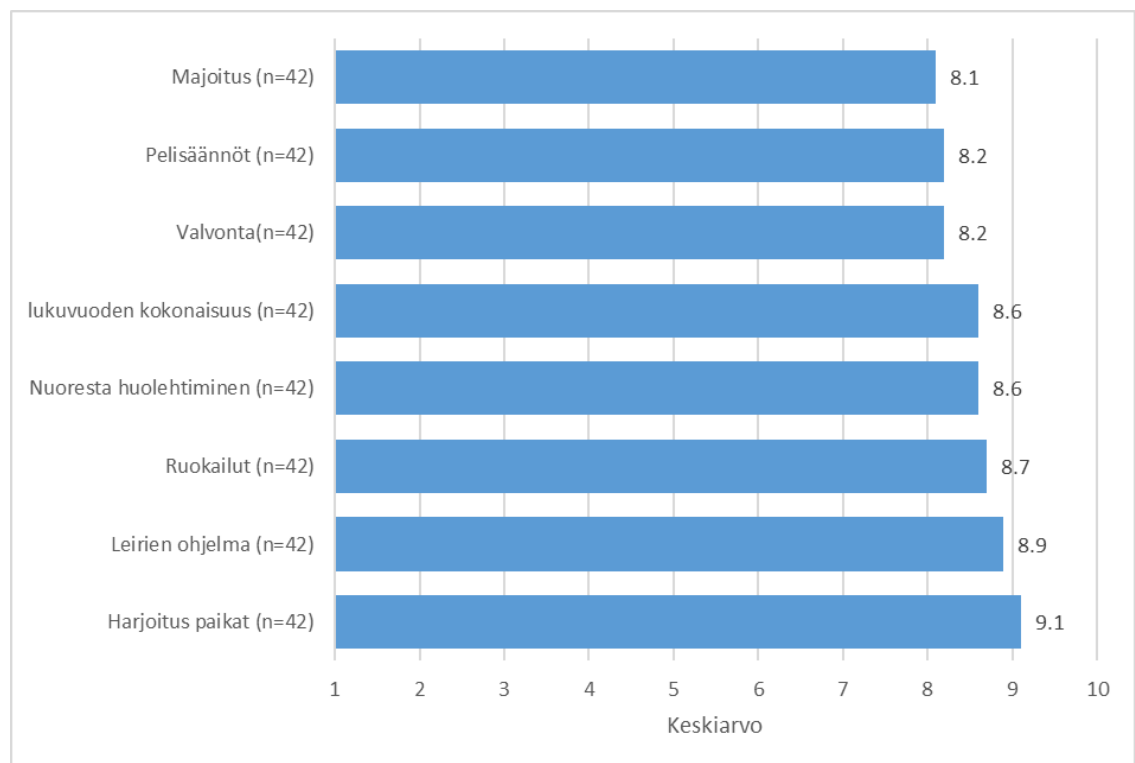


Kuva 23. Yläkoululeirityksen yleiset järjestelyt, arvioituna asteikolla 1-10, huomioituna vain ampumahiihtoon osallistuvien keskiarvot



Kuva 24. Yläkoululeirityksen yleiset järjestelyt, arvioituna asteikolla 1-10, huomioituna vain lumilautailuun osallistuvien keskiarvot

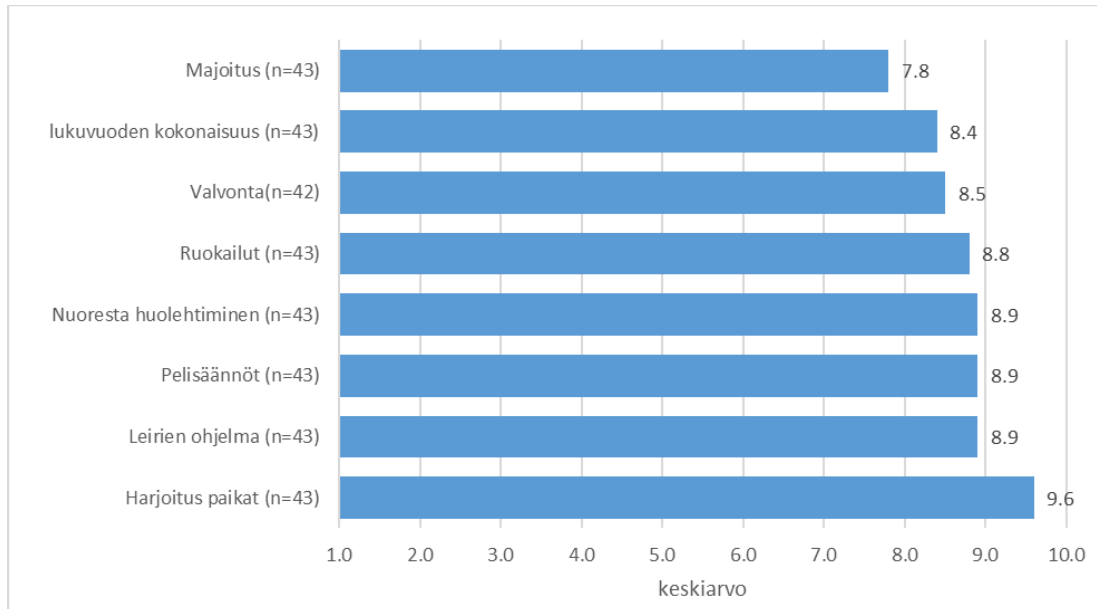
Pesäpallo on vastaavasti jäänyt jokaisessa kohdassa korkeintaan keskiarvoon. Lukuvuoden kokonaisuudessa kuitenkin ollaan keskiarvon tasolla samoin kuin myös leirien ohjelmassa. Majoitus on myös keskiarvon tasolla ja yli 8 keskiarvoa ei voida koskaan pitää huonona. Vastaavasti harjoituspaikat, valvonta, pelisäännöt ja nuoresta huolehtiminen ovat jääneet keskiarvon alle. Näistä kolme viimeistä viittaavat siihen, kuinka turvallisiksi ympäristöiksi vanhemmat kokevat yläkoululeirityksen. Kun kaikissa pesäpallo on jäänyt keskiarvon alle, niin tässä voidaan nähdä kehityksen paikka pesäpallon osalta. Kuitenkin on huomioitava, että kun kaikissa keskiarvo on yli 8 asteikolla 1-10, niin ollaan silti todella hyvissä lukemissa. On myös huomioitava, että 8,6 pisteestä pudotus 8,2 luokkaan muutamassa kohdassa viittaa siihen, että nämä asiat ovat todellakin ongelmia, jotka pitää ottaa huomioon jatkossa. Pesäpallon lajikohtaiset tulokset näkyvät kuvassa 25.



Kuva 25. Yläkoululeirityksen yleiset järjestelyt, arvioituna asteikolla 1-10, huomioituna vain pesäpalloon osallistuvien keskiarvot

Maastohiihdon osalta harjoituspaikat saivat ylivoimaisesti parhaimman tuloksen eli 9,6:en keskiarvon. Kun jäädään alle 0,4 pistettä maksimista, niin tulos on lähes täydellinen. Kuitenkin maastohiihto sai kaikista lajeista huonoimman yksittäisen tuloksen eli 7,8 keskiarvon majoituksesta. Tähän selvästi kannattaa keskittyä tulevaisuudessa ja pohtia, minkä

takia majoitus on jäänyt näin matalaksi tulokseksi. Muut kohdat ovat käytännössä linjassa keskiarvon kanssa, joten kokonaisuus on silti toimiva ja palautteen taso on erittäin korkeata.



Kuva 26. Yläkoululeirityksen yleiset järjestelyt, arvioituna asteikolla 1-10, huomioituna vain maastohiihtoon osallistuvien keskiarvot

Osion lopussa oli vielä mahdollisuus antaa avoimessa kysymyksessä palautetta ja kehitysideoita liittyen yleisiin järjestelyihin. Tähän tarttuikin yhteensä 22 vastaajaa, ja kaikki vastaukset ovat nähtävissä liitteessä 5. Eniten avoimien vastaukset koskivat leirien valvontaa, yhteensä jopa 8 vastausta. Tämä tarkoittaa, että 7% kaikista vastaajista kommentoi vapaaehtoisesti avoimeen kysymykseen, jotta pystyi arvostelemaan valvontaa. Tämä tarkoittaa, että 36% kaikista avoimista vastauksista koski valvontaa. Tämän osoittaa, ettei valvonta ole ollut vanhempien toivomalla tasolla.

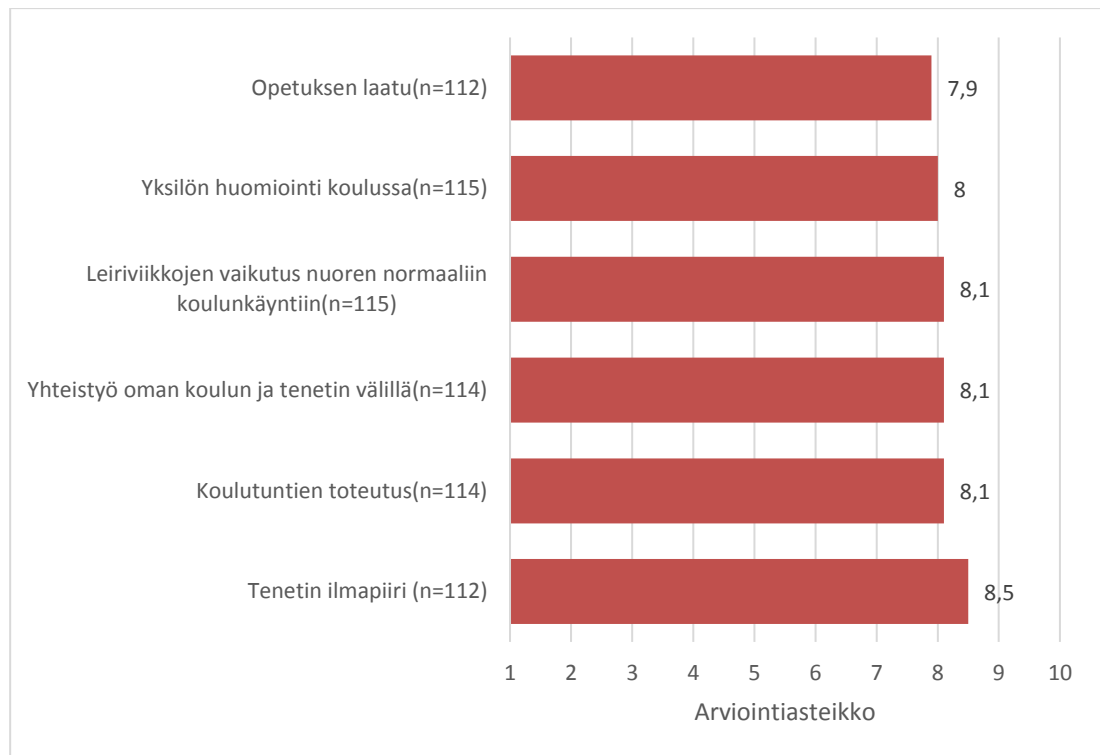
Toinen asia mikä nousi esille korostetusti, on majoitus ja sen laatu. Kommenttien perusteella majoituksen ilmanlaatu on esimerkiksi ollut todella huono. Tämä näkyikin myös yhdessä aikaisemmista taulukoista eli kuvassa 22. Majoitus oli selvästi huonoin keskiarvoltaan, ja nämä kommentit tukevat, että majoituksessa on selvästi ollut ongelmia.

Lisäksi esille nousi esimerkiksi kulkuyhteydet Kajaanin ja Vuokatin välillä, palautteenanto, aikataulujen liian kireä tahti, leiriviikkojen määrä ja leirien ajankohdat. Yksi mielenkiintoi-

nen kommentti tuli liittyen sairaustapauksiin. Sen mukaan olisi hyvä hankkia varasijoituspaikka sairastuneelle, jotta sairaan kulkeutuminen kotiin olisi helpompi järjestellä, eikä tarvitsisi tehdä sitä heti. Kommentti on erittäin hyvä kehitysidea yläkoululeiritykselle, sillä se voi luoda turvallisuuden tunnetta niin vanhemmille kuin nuorille ja samalla laskee sairaana olemisen myöntämisen kynnyksiä.

6.5 Yläkoululeirityksen koulunkäynti

Koulunkäyntiin liittyviä kysymyksiä oli vajaa kymmenen, joissa arvioitiin eri osa-aleuita asteikolla 1-10. Niiden vastausten keskiarvot löytyvät kuvasta 27. Kun aloitetaan arviointi yleisellä tasolla, voidaan todeta, että kun kaikissa keskiarvo on vähintään 7,9 niin koulun ja yläkoululeirityksen yhdistäminen on ollut onnistunutta. Toisaalta voidaan todeta, että verratessa esimerkiksi aikaisemman osion eli yleisten järjestelyiden niin keskiarvot ovat matalampia. Pari kohtaa kertoo hieman enemmän kehityksen tarpeesta, kun muut kohdat kertovat pääasiallisesti asioiden olevan hyvällä tasolla. Ensimmäisenä voidaan nostaa opetuksen laatu, joka saavuttaa vain 7,9 keskiarvon. Tätä voidaan pohtia, voitaisiinko sitä jotenkin kehittää parempaan suuntaan. Vastaavasti leiriviikkojen vaikutus nuoreen normaaliin koulunkäyntiin saatu keskiarvo 8,1 on hyvä tulos. Tämä tarkoittaa, että vanhemmat kokevat pääsääntöisesti niin, ettei yläkoululeiritys ole ollut negatiivinen asia nuoren koulunkäynnin suhteen. Tämä onkin tärkeä asia tuoda esille myös mainonnassa tulevaisuudessa, että nuori pääsee harjoittelemaan leirille monta kertaa vuodessa, eikä ole ollut vaikutusta normaaliin koulunkäyntiin.



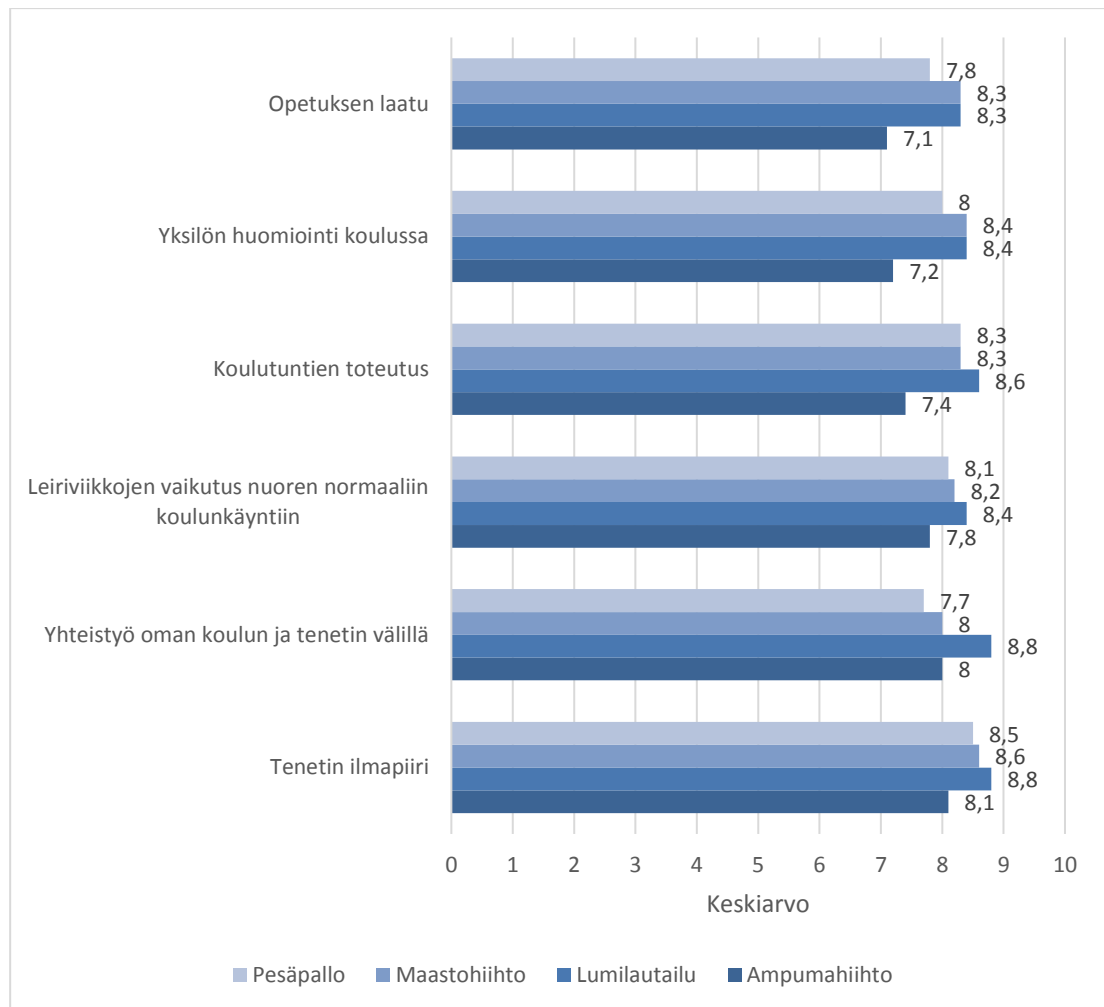
Kuva 27. Vastaajien arvioinnit liittyne koulunkäyntiin, esitettyinä keskiarvoittain

Ampumahiihdon kokemukset ovat jokaisessa osa-alueessa alle keskiarvon. Huonoimmat tulokset eli alle keskiarvon jäätiin seuraavissa osa-alueissa: koulutuntien toteutuksessa, yksilön huomiointissa sekä opetuksen laadussa. Vaikka opetuksen pitäisi tasoltaan ja periaatteeltaan olla samalla tavalla toteutettu kuin muissa lajeissa, herättää tämä selvästi kysymyksiä. Tätä poikkeamaa arvioidessa tulee kuitenkin ottaa huomioon pienempi otos, sillä vain 16 vastaajista edusti ampumahiihdon yläkoululeiritystä. Silti tästä asiasta tulisi puhua ampumahiihdon yläkoululeirityksessä olevan porukan kanssa, että mistä johtuu matalampi keskiarvo kuin muilla. Muut vastaukset ovat kuitenkin selvästi lähempänä yleistä keskiarvoa, josta voidaan päätellä niiden osa-alueiden olevan huomattavasti paremmalla tasolla. On silti muistettava, että vastauksena 8 keskiarvoa voidaan pitää hyvänä tuloksena.

Lumilautailun keskiarvot ovat tässäkin taulukossa selvästi kaikkien lajien kärkeä. Kaikissa osa-alueissa keskiarvot ovat jopa selvästi yleistä keskiarvoa parempia. Tämä on mielenkiintoista, koska opettaja sekä systeemi on aivan sama kuin muissakin lajeissa, joten miten voidaan nähdä näin selkeä ero lajien välillä. Uskon, että tämä ero johtuu lähinnä siitä,

että lumilautailijat ovat kokeneet yleisesti yläkoululeirityksen niin paljon positiivisemmin, joten se näkyy jopa koulunkäynnissä. Käytännössä siis opetus on ollut aivan samalla tasolla, mutta positiivisemmän yleisilmeen takia vanhemmat ovat kokeneet myös koulunkäynnin paremmaksi. Lisäksi tulee jälleen huomioida yhtä pieni otos kuin ampumahiihdossa eli vain 16 vastaajaa edusti lumilautailua kyselyssä.

Pesäpallon kohdalla ollaan hyvin lähellä tai samassa kuin keskiarvo, joten voidaan todeta, että näissä osa-alueissa ollaan onnistuneen tasolla. Kuitenkin keskiarvo liittyen yhteistyöhön oman koulun ja Tenetin kanssa on jäänyt 5% huonommaksi kuin yleinen keskiarvo. Suoraa perustelua tähän ei voida sanoa, mutta tämä on selvästi asia, johon voidaan kiinnittää huomiota jatkossa Tenetin kanssa. Vanhemmat kokevat, ettei Tenetin kanssa yhteistyö ole ollut toimivaa. Tämä on selvästi ongelma, joka avautui myös tämän osion avoimessa kysymyksessä. Maastohiihto vastaavasti on niin lähellä keskiarvoa, eikä suuria heittoja kumpaakaan suuntaa ole, joten sitä ei kannata liikaa pohtia. Homma on selvästi ollut toimivaa, sillä maastohiihto sai kyselyssä yli 8 keskiarvolla jokaisella osa-alueella.



Kuva 28. Yläkoululeirityksen koulunkäyntien arvioinnit keskiarvon mukaan, lajiteltuna lajin mukaan, jossa nuori osallistuu yläkoululeiritykseen

Koulunkäyntiin liittyvä avoinkysymys keräsi 26 vastausta ja tarkemmat vastaukset löytyvät liitteestä 6. Kymmenen vastausta tähän avoimeen kysymykseen liittyi yhteistyöhön Tene-
tin ja nuoren oman koulun välillä. Tämä selvästi viestii siitä, että akatemialta toivotaan selkeämpää viestintää ja kommunikointia muihin kouluihin. Tämä voisi käytännössä tarkoittaa yleistä infopakettia, joka jaettaisiin sitten nuoren koululle. Vastauksien perusteella voidaan todeta, että tällä hetkellä nuorten kouluissa ei ole käsitystä esimerkiksi käytetyistä tunteista opiskeluun tai yleensäkkään koko konseptista. Lisäksi toivomuksia on esimerkiksi tiiviimmästä yhteistyöstä oman koulun opettajien ja akatemian kanssa. Tämä voi olla käytännössä mahdoton järjestely, mutta infopakettien avulla tämänkin varmasti helpottuisi ja parantuisi.

Myös muitakin ongelmia on ollut yläkoululeirityksen koulu-osiossa kommenttien perusteella. Kolme kommenttia nostaa esille, ettei opetuksen laatu ole ollut aivan sillä tasolla, millä sen pitäisi olla. Lisäksi toiset kolme kommenttia kommentoi työrauhaa, ja lähinnä sen puutetta. Voidaankin todeta, että nämä kaksi asiaa linkittyvät toisiinsa, sillä opetuksen laadun ja työrauhan vastuu on opettajalla. Nämä asiat olisikin hyvä keskustella opettajien kanssa läpi ja pohtia, mistä nämä kommentit ovat johtuneet. Lisäksi kolme vastausta tuli myös liittyen aikataulutukseen, joissa nostetaan esille, ettei heidän mielestään viikko-ohjelmien aikataulut ole olleet oikeassa rytmissä. Yksi hyvä yksinäinen kommentti kysyi, että miten opetusta pystyttäisiin yksilöllistämään enemmän ja tämä on hyvä, ajatuksia herättävä kysymys. Voidaankin todeta, että tässä voi olla yksi hyvä tulevaisuuden tavoite. Muut yksittäiset kommentit koskivat esimerkiksi ongelmia kokeen lähettämässä, musiikkia ja kuvataidetta sekä akatemian profiilia.

6.6 Yläkoululeirityksen valmennus

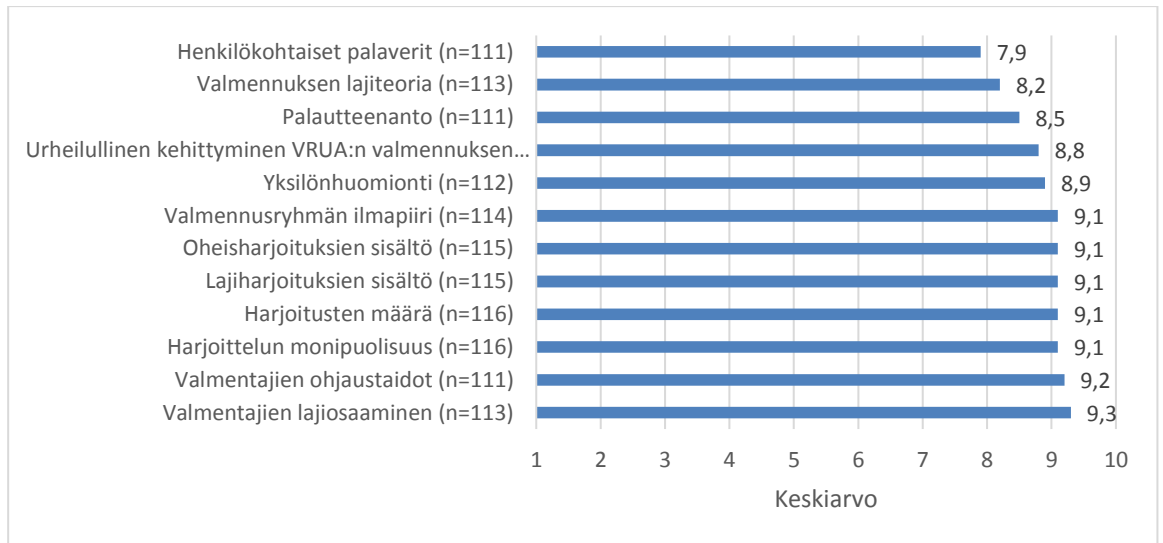
Kuva 29 kuvaa akatemian valmennukseen liittyvien arviointi osa-alueiden keskiarvot sekä Kuva 30 kaikki lajit erikseen. Keskiarvoittain kaikki tulokset ovat erittäin positiiviset, huonoin on 7,9 muiden ollessa yli 8 ja moni jopa yli 9 keskiarvoltaan. Tästä voidaan todeta, että kokonaisuutena yläkoululeirityksen valmennus on todella korkealla tasolla. Sitten kun mennään heikkouksiin, niin kaksi teoriaan liittyvää kohtaa näkyy: henkilökohtaiset palaverit sekä lajiteoria. Kaikkien lajien keskiarvoissa nämä kaksi näkyvät keskiarvoilla 7,9 ja 8,2, jotka viittaavat siihen, että näissä osa-alueissa on parannettavaa. Tähän kun lisätään kolmanneksi huonoin osa-alue eli palautteenanto voidaan havaita, että ongelmat yhdistyvät teoriaan ja valmentajan ja nuoren yhteiseen kommunikaatioon.

Pesäpallossa keskiarvot lähestyvät myös hyvin yhdeksikköä pois lukien samat kolme osa-alueita. Henkilökohtaisten palavereiden huonoa arviointia voidaan perustella sillä, että pesäpallossa on määrällisesti hyvin paljon nuoria verrattuna esimerkiksi ampumahiihtoon. Toisaalta maastohiihto, jossa on myös hyvin paljon nuoria, on saanut henkilökohtaisista palavereista jopa 8,5 keskiarvokseen. Näin voidaan päätellä, että pesäpallossa olisi parannettavaa henkilökohtaisissa palavereissa, lajiteoriassa sekä myös palautteenannossa.

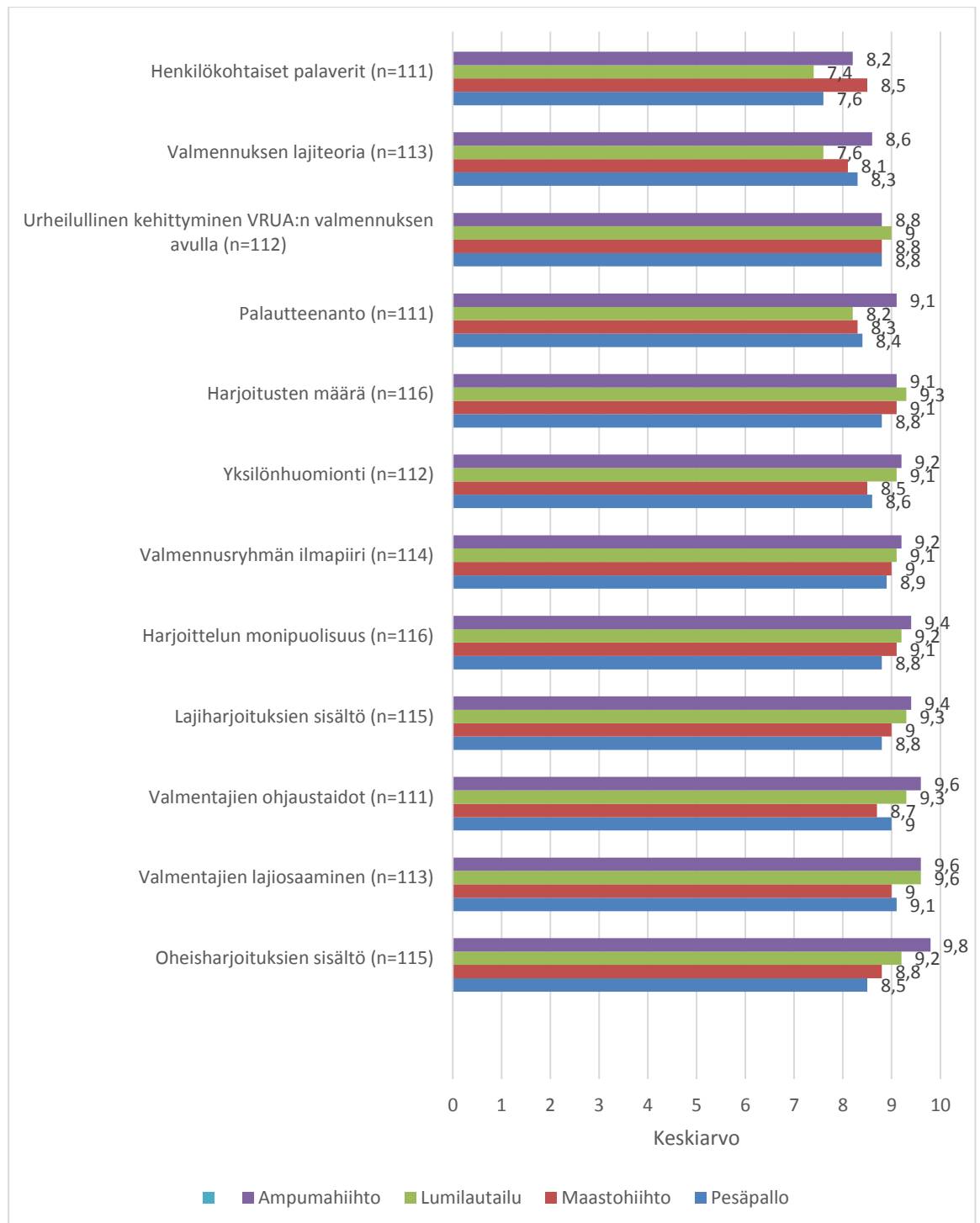
Vastaavasti lumilautailijoiden vanhempia edustavat tekevät ensimmäiset huonommat tulokset koko kyselyn aikana, sillä tulokset ovat tällä kertaa koko ryhmän huonoimmat. Tämä on huolestuttavaa, sillä lumilautailussa on muutenkin määrällisesti pienimpiin kuuluvat ryhmät eli nuorten määrä. Tällöin voisi olettaa, että lumilautailussa olisi hyvin aikaa juuri näille henkilökohtaisille palaverille, mutta ilmeisesti tässä ollaan epäonnistuttu. Muissa osa-alueissa on saavutettu vähintään 9:n keskiarvo, jolloin voidaan todeta valmennuksen laadun olevan lähellä täydellisyyttä.

Maastohiihdossa henkilökohtaisissa palaverissa ollaan onnistuttu selkeästi keskitasoa paremmin, jolloin tämä on otettava esille myös muissa lajeissa. Täytyy selvittää, miksi juuri maastohiihto on pystynyt onnistumaan osa-alueessa, missä muut ovat epäonnistuneet tulosten valossa. Toisaalta kuitenkin palautteenannossa sekä lajiteoriassa näkyvät samat huonommat tulokset, kuin muissakin lajeissa. Huolestuttavaksi asiaksi voidaan myös nostaa yksilön huomioinnista tullut heikoin tulos, vaikka maastohiihto on yksilölaji. Voidaankin todeta, että tähän täytyy jatkossa kiinnittää huomiota. Muuten maastohiihto saa valmennukseen liittyvistä osa-alueista puhtaat paperit, eikä näistäkään muutamasta huonommasta tuloksesta voida huolestua, sillä keskiarvot ovat silti niin korkeat.

Ampumahiihto vastaavasti on tämän tutkimuksen valossa onnistunut valmennuksessa aivan loistavasti. Kaikki osa-alueet ovat vähintään keskiarvossa, joten voidaan todeta ampumahiihdon valmennuksen olevan tällä hetkellä aivan ajan tasalla ja tietävän, mitä he tekevät. Tätä voidaan selittää pienimmillä ryhmillä, kun ampumahiihtäjiä on vähemmän, mutta silloin saman selityksen perusteella myös lumilautailun olisi pitänyt onnistua kaikilla osa-alueilla. Voidaankin sanoa, että muiden lajien tulisi pohtia mitä ampumahiihto tekee tällä hetkellä eri tavalla, että palaute on ollut näin korkealla tasolla.



Kuva 29. Akatemian valmennukseen liittyvät kysymykset ja niiden arvioinnit keskiarvoit-
tain.



Kuva 30. Akatemian valmennuksen arvioinnit, lajiteltuna lajien mukaan keskiarvoittain

Akatemiavalmennuksen osion lopussa oli avoinkysymys liittyen valmennukseen, johon vastaajia oli 19 kappaletta. Vastaukset löytyvät liitteestä 7. Suurin toistuva aihe liittyi palautteenantoon sekä yhteydenpitoon joko nuoren omien valmentajien tai huoltajien

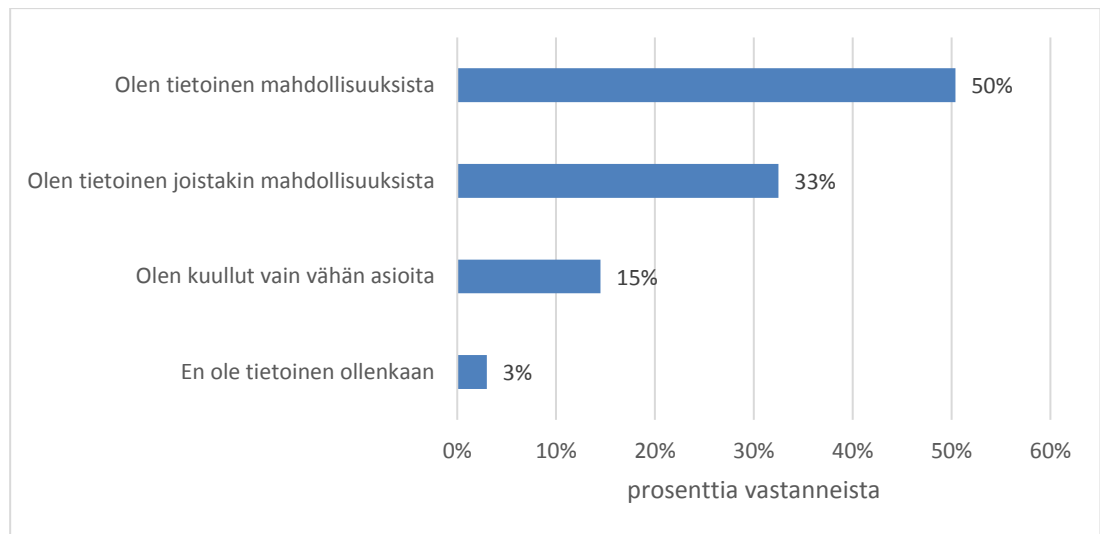
kanssa. Nämä vastaukset ovat hyvin linjassa sen kanssa, mitä aikaisemmista arviointikysymyksistä tui vastaukseksi. Selvästi tämä on siis asia, jossa akatemian täytyy pystyä kehittymään tulevaisuudessa. Tämä on myös täysin ymmärrettävää, sillä moni on tullut juuri omien taitojensa kehittämisen takia, johon palautteenanto auttaisi. Kuitenkaan kaikkien ehdotuksia ei ole mahdollista toteuttaa käytännössä, kuten henkilökohtaisia tapauksia. Tämä sen takia, että ei voida olettaa vanhempien tulevan Uudeltamaalta asti henkilökohtaisiin tapaamisiin ja lisäksi aikataulut akatemian osalta olisi hankalaa.

Muut kommentit koskivat muun muassa jatko-opiskelu vaihtoehtojen vähyyttä, urheilijan kuormitusta, leirijankohtia, aikataulutusta. Positiivistakin palautetta tuli avoimen kautta, kuten lähetettiin Jussille ja Veskulle erityiskiitokset. Kuitenkin jokaisessa vastauksessa on pointti, joka tulisi viedä eteenpäin akatemialle ja pohtia niiden hyödyntämistä tulevaisuudessa.

6.7 Vuokatti-Ruka urheiluakatemian jatko-opiskelu mahdollisuudet

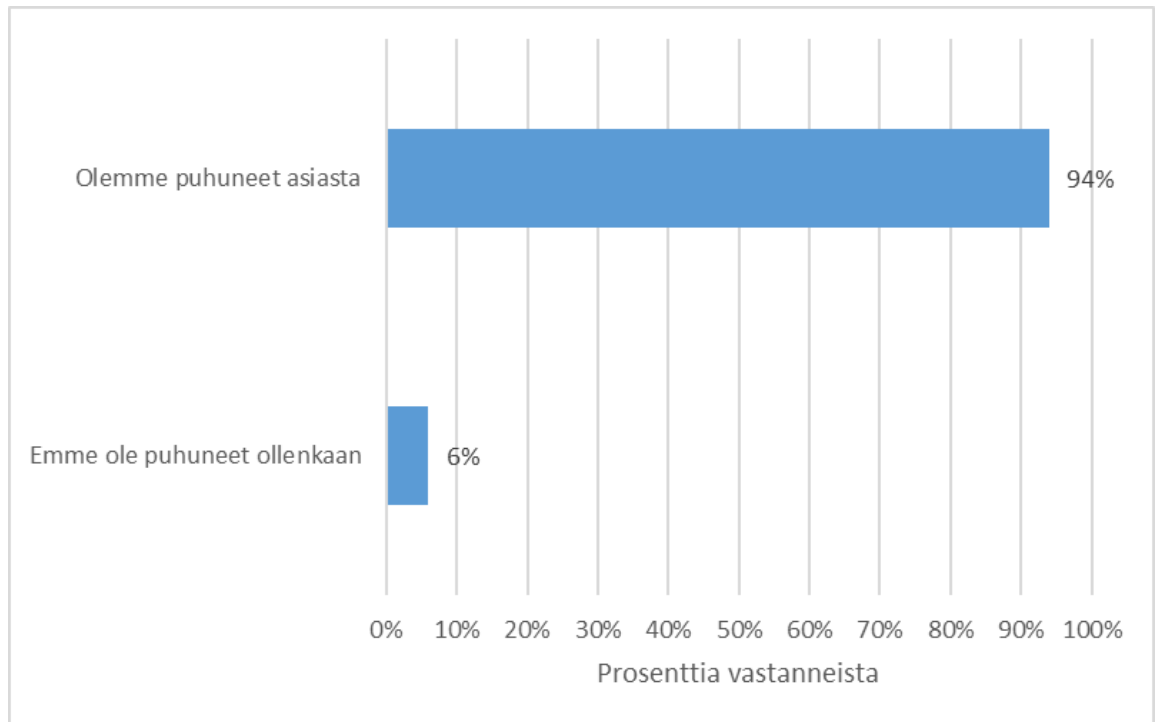
Taustatiedoissa olevan kysymyksen perusteella vain alle 8% vastanneista oli tilanteessa, jossa nuori oli kolmatta vuotta yläkoululeirityksessä eli yhdeksännellä luokalla. Tämä tarkoittaa, että suurimmalle osalle vastaajista seuraavat kysymykset eivät ole varsinaisesti vielä ajankohtaisia. Kuitenkin tämä tarkoittaa, että vastauksien rakenne yleisellä tasolla on varmasti eri, kuin jos tarkasteltaisiin vain yhdeksännellä luokalla olevia. Tämä otantamäärä on niin pieni, ettei luotettavaa tulosta välttämättä saavutettu.

Osion aloitti kysymys siitä, että ovatko urheiluakatemian tarjoamat toisen-asteen opiskelumahdollisuudet tuttuja. Vastaajista 50% eli 59 vastaajaa totesi, että he ovat tietoisia mahdollisuuksista, kun vastaavasti 33% eli 38 vastaajaa oli tietoinen ainakin joistakin mahdollisuuksista. Tämä tarkoittaa, että yli 80% siis tietää ainakin jotenkin jatko-opiskelumahdollisuudet. Kuitenkin se fakta, että 3 vastaajaa ei ollut ollenkaan tietoisia yhdestäkään jatko-opiskelumahdollisuudesta on huolestuttavaa. On toki ymmärrettävää, että kun nämä kaikki kolme ovat ensimmäistä vuotta olevia, joten näistä asioista ei ole ollut vielä ajankohtaista edes informoida vanhempia. Kuitenkin, nämäkin faktat ottaen huomioon 50% on pieni prosentti, jos puhutaan kuinka moni potentiaalinen asiakas tietää, mitä on tarjolla. Miten voidaan siis olettaa, että loput haluavat ostaa ajatuksen Vuokatissa jatko-opiskelusta, jos eivät edes tiedä mitä kaikkea on todellisuudessa tarjolla.

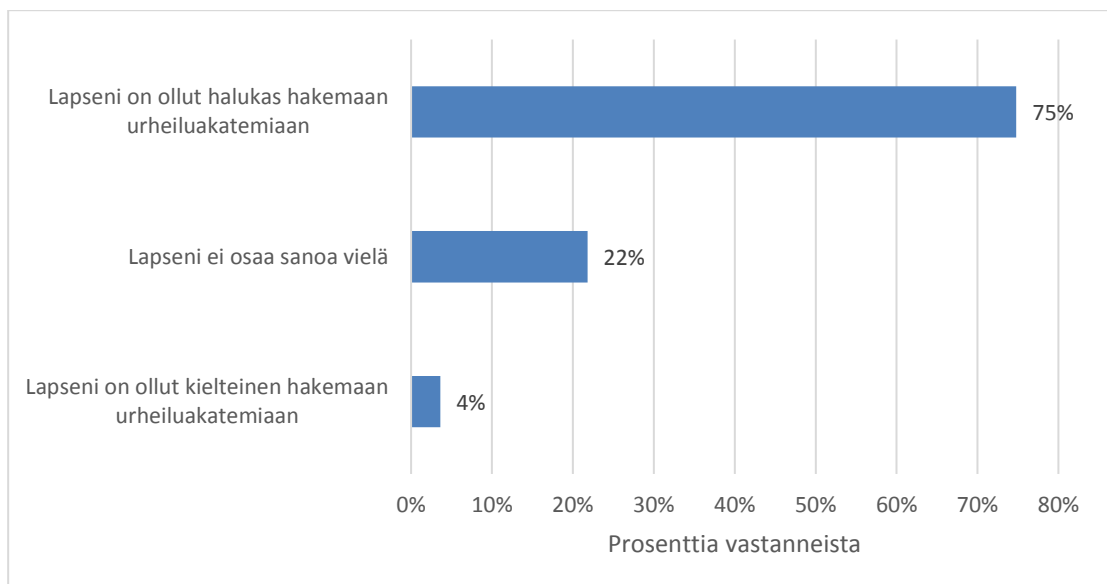


Kuva 30. Ovatko vastaajat tietoisia Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiaan toisen-asteen opiskelumahdollisuuksista (n=117)

Kun kysyttiin kuinka paljon vanhemmat ovat puhuneet lapsiensa kanssa jatko-opiskelu mahdollisuuksista Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiassa niin 94% vastaajista eli 110 vastasi puhuneensa asiasta. Näistä 110 kyllä vastanneesta jatkokysymykseen lapsen halukkuudesta 75% vastasi, että lapsi on halukas tulemaan jatko-opiskelemaan Vuokattiin. Vastaavasti vain 4 vastaajaa eli 4% vastasi, että lapsi on ollut kielteinen Vuokatin suhteen, loppujen ollessa neutraaleja eli eivät tieneet vielä. Tästä voidaan päätellä, että halu nuorten osalta jatkaa harjoittelua lajissaan Vuokatissa on kova. Jos kuitenkin näin moni ei loppujen lopuksi hae jatko-opiskelemaan Vuokattiin, voidaan todeta jossain olevan jonkinlainen este tälle.



Kuva 31. Onko vastaaja puhunut lapsensa kanssa jatko-opiskelu mahdollisuuksista VRUA:ssa (n=117)



Kuva 32. Miten vastaajan lapsi on reagoinut puhuttaessa jatko-opiskelusta VRUA:ssa

Toiseksi viimeinen kysymys kyselyssä liittyi asioihin, jotka ovat positiivisia asioita Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiassa. Nämä asiat käytännössä siis ovat niitä, jotka tukevat jatko-

opiskelupaikan hakemista Vuokatista. Kaikki vastaukset ovat nähtävissä liitteessä 8. Yli-voimaisesti suurimpia toistuvia teemoja olivat harjoittelumahdollisuudet, olosuhteet, ammattitaito sekä koulun ja harjoittelun yhdistäminen. Vaikka moni näistä asioista oli jo aikaisemmin listattu akatemian vahvuuksiksi, niin vahvistus oli silti tärkeä. Nyt kun olemme saaneet listan myös ulkopuolisilta vahvuuksista, voidaan akatemian markkinointia lähestyä näiden tuloksien perusteella. Nämä ovat siis niitä asioita, mitkä ovat akatemian myyntivaltteja myös tulevaisuudessa.

Vastaajilta kysyttiin viimeisenä kysymyksenä avoin kysymys, mitkä asiat vaikuttavat negatiivisesti Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiaan hakemiseen. Alla olevasta taulukosta 1 voidaan havaita ne asiat, jotka esiintyivät vähintään kaksi kertaa avoimissa vastauksissa. Vastaavasti liitteestä 9 löytyvät kaikki vastaukset. 38 kertaa mainittiin etäisyys kotiolojen ja Vuokatin välillä. Tälle käytännössä ei voida mitään muuta kuin parantaa kulkuyhteyksiä tulevaisuudessa, mutta sekään ei ole suoraan akatemian käsissä. Toiseksi eniten mainittiin kustannukset, jolla viitataan siihen, että nuoren lähettäminen kauas kotoa opiskelemaan maksaa paljon enemmän kuin nuoren kotona opiskelu. Tämän ymmärtää täysin, mutta tähän pystytään vaikuttamaan tulevaisuudessa mm. lisäämällä halpoja opiskelija-asuntoja. Huoli lapsen selviämisestä oli 10 vastaajalla mielessä. Majoitusolosuhteilla tarkoitetaan, joko majoitusvaihtoehtojen vähyyttä, huonoa laatua tai kalleutta. Näitä tuli esille yhteensä kahdeksan kertaa kaikista avoimista kysymyksistä. Loput asiat ovat vastausmäärältään niin pieniä, että ne on hyvä mainita, mutta ei vaadi sen enempää analysointia.

Taulukko 1. Kuinka monesti erityinen teema toistui avoimessa kysymyksessä, jossa kysyttiin VRUA:n negatiivisia asioita (n=117)

Negatiivinen asia, joka vaikutta Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiaan hakemiseen	Kuinka monta kertaa avoimissa kysymyksissä viitattiin tähän asiaan
Etäisyys kotoa	38
Kustannukset	17
Selviääkö lapsi yksin	10
Majoitusolosuhteet	8
Huonot kulkuyhteydet	3
Muitakin vaihtoehtoja kuin lukio tarvitaan	3
Vaikea päästä lukioon	2

6.8 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Kvantitatiivisen tutkimuksen onnistumista voidaan arvioida seuraavilla mittareilla: validiteetti, reliabiliteetti, objektiivisuus, tehokkuus, avoimuus, tietosuoja, hyödyllisyys ja käytökelpoisuus sekä sopiva aikataulu. (Tarja Heikkilä, 2014, 27-30.)

Validiteetilla eli pätevyydellä tarkoitetaan sitä, mittaako tutkimus oikeasti mitä on tarkoituskin selvittää (Tarja Heikkilä, 2014, 27). Tutkimuksessa pystyttiin kysymään oleellisia asioita ja vastaukset saatiin niihin, mitä haluttiin. Joissain kohdissa saatiin tieto, että asiat ovat hyvällä mallilla, mutta käytännössä mitään kehitysideaa ei kuitenkaan saatu. Voidaan pohtia, olisiko ollut mahdollista saavuttaa myös tarkempaa tietoa, jolloin olisimme saaneet validiteetin korkeammaksi. Kuitenkin voidaan olla erittäin tyytyväisiä saatuun tietoon ja sitä pystytään varmasti käyttämään hyödyksi yläkoululeirityksen kehittämisessä.

Reliabiliteetti eli luotettavuus tarkkailee miten tarkat tulokset ovat. Tähän vaikuttaa esimerkiksi kato, otanta sekä tutkijan tutkimuksen tulkitseminen. (Tarja Heikkilä, 2014, 27). Kun tutkimukseen saatiin vastauksia 117 ja nuoria on 200, niin vastausprosentti oli 58,5 eli melkein 60 %. Näin ollen kato ei ole ollut suuri ja koska otantakin oli kokonaistutkimus, voidaan tutkimuksen reliabiliteettia pitää hyvänä. Kuitenkin huolestuttavan suuri kato oli kolmannella vuosikurssilla olevissa eli yhdeksännellä luokalla olevista nuorista. Näitä kokonaismäärältään vastaajista oli alle 8%, joka tarkoittaa, että tässä kohderyhmässä on käynyt selkeä kato. Kuitenkin, jos arvioidaan vain kokonaisvastaajien määrää, niin voidaan arvioida reliabiliteetin olevan hyvä.

7 Johtopäätökset ja pohdinta

Seuraavassa osiossa tulen ensiksi käsittelemään johtopäätöksiä, joita pystyn tekemään tutkimuksen tuloksista. Sen jälkeen rupean pohtimaan mitä nämä tulokset tarkoittavat, miten niitä voisi hyödyntää esimerkiksi markkinoinnissa.

7.1 Johtopäätökset

Heti ensimmäisenä asiana tuloksista mieleeni tulee tulotaulukko. Käytännössä yläkoululeiritykseen osallistuvat tulevat perheistä, joissa rahallinen tilanne on Suomen mittakaavassa keskiarvoa paremmalla puoliskolla. Tällä perusteella yläkoululeiritystä voidaan tuotteena pitää hyvin lähellä luksustuotetta. Tähän voitaisiin saada muutosta hinnan suhteen vain osittain johtuen kiinteistä kuluista, mutta tähän voitaisiin hakea myös toisenlainen lähestymistapa: stipendit. Stipendien tuella varmasti monet lupaavat nuoret saisivat parempaa kehitystä tulevalle uralleen yläkoululeirityksen avulla, johon heillä itsellään ei valitettavasti ole varaa.

Kanavista nuorten vanhemmille parhaimmat ovat selvästi verkkosivut, Facebook sekä sähköpostit. Markkinallisesti tämä tarkoittaa, että jatkossa voidaan suunnata vanhemmille tarkoitettu materiaali näihin kanaviin. Vastaavasti muihin kanaviin kuten Instagramiin voidaan laittaa enemmän nuorille suunnattua tuotantoa. Vastaavasti Twitter tavoittaa luultavasti enemmän yhteistyökumppaneita ja muutamia vanhempia, mutta ei todellakaan paras kanava tavoittaa nuorten vanhempia. Huolestuttavaa toisaalta oli, että verkkosivut olivat aktiivisimmin käytössä, mutta samalla myös niiden ulkoasua ja käytännöllisyyttä kyseenalaistettiin. Tulevaisuudessa siis tämä on asia, johon tulee sijoittaa rahaa, jotta saadaan uudet toimivammat sekä visuaalisesti paremmat nettisivut.

Imagollisesti muuten tulosten perusteella akatemiolla menee hyvin ja kehittävää palautetta saatiin myös markkinointikanavien viestintään. Tämä käytännössä oli eri lajien tasapuolista kohtelua, joka on ollut ymmärrettävästi talvella talvilaji-painotteista. Tähän täytyykin vastaajien perusteella tehdä muutos, ja nostaa pesäpalloa myös talvella vahvasti esille. Erytystä on huomioida, että visuaalinen ja graafinen toiminta liittyen Vuokatti-Ruka Urheiluakatemian brändiin sai hyvät tulokset, joten mielikuvat ovat vahvoja.

Kun puhutaan yläkoululeirityksestä kokonaisuutena, niin arvioinnit olivat positiiviset. Tulokset olivat jatkuvasti yli 8 keskiarvossa. Käytännössä tämä tarkoittaa, että tuote eli yläkoululeiritys on todella hyvässä kunnossa. Joissakin kohdissa huomattiin, että voitaisiin parantaa ja kehittyä, mutta se pitää ottaa vain positiivisen kautta. Nyt tiedossa on, missä voidaan kehittyä. Yläkoululeirityksessä olevien nuorten vanhemmat ovat siis antaneet tuotteelle arvosanan, joka on jossain 8 ja 9 välillä. Pyöristysäännöillä voitaisiin nostaa arvosana siis yhdeksikköön päin, joka todella hyvä tulos.

Jatko-opiskeluun liittyvissä kohdissa tuli juuri sitä mitä ehkä odotettiin. Etäisyys mainittiin melkein 40 kertaa 117 vastauksessa ja sille kun Vuokatti ei valitettavasti voi mitään. Sen sijaan mihin Vuokatti voisi pyrkiä tulevaisuudessa Kajaanin ja Sotkamon avulla olisi kulkuyhteyksien parantaminen. Pitkällä tähtäimellä tämä voisi helpottaa niin yläkoululeirityksessä olevia kuin lukiolaisia, mutta isossa kuvassa se helpottaisi koko Vuokatin matkailua. Vastaavasti kustannukset ovat asia, joka täytyy miettiä. Ottaako joku tällä hetkellä liikaa rahaa jossain kohti eli voitaisiinko kustannuksia laskea niin yläkoululeirityksen suhteen kuin myös jatko-opiskelun suhteen. Toisaalta täytyy muistaa, että kustannuksia on aina eikä nuorten ruokailusta esimerkiksi voida leikata.

7.2 Pohdinta

Kun pohditaan tutkimusprosessia menetelmän pohjalta, voidaan valinta todeta mielestäni onnistuneeksi. Laadullisena tutkimuksena olisi pystytty saavuttamaan tarkempia tietoja, mutta otanta olisi jäänyt mielestäni liian pieneksi. Lisäksi nyt tutkimuksessa oli hyvin avoimia kysymyksiä, joiden avulla vastaajat pääsivät halutessaan avaamaan vastauksiaan. Tilastollinen tutkimustapa oli siis mielestäni aivan oikea valinta.

Internetin kautta tehty kysely on nykyaikaa, mutta voidaanko sitä syyttää myös syynä vastausprosenttiin. Voidaan pohtia, oltaisiinko saavutettu korkeampi vastausprosentti antamalla kyselyt nuorille, jotka olisivat vieneet kyselyt kotiin vanhemmilleen. Toisaalta sähköpostin kautta lähetetty kysely tarjoaa tasapuolisen vastausmahdollisuuden kaikille. Lisäksi vastausprosentti oli riittävän korkea, että saatiin hyvät ja luotettavat tulokset.

Yläkoululeiritys on konseptina mielenkiintoinen ja mielestäni todella toimiva systeemi. Tutkimuskohteena se olikin todella miellyttävä ja mielestäni tutkimuksessa saatiin tuloksia, jotka pystyvät viemään toimintaa vielä eteenpäin.

Ehkä mielenkiintoisin asia mitä itselleni aihepiirissä esiintyy, on se, että kumpi on loppujen lopuksi jatko-opiskelu-päätöksen tekijä. Ostoprosessin näkökulmasta voidaan ajatella, että päätös olisi täysin nuoren vastuulla. Kuitenkin tässäkin näkökulmassa monessa eri vaikuttavassa tekijässä esiintyy nuoren vanhemmat. Mielestäni kuitenkin asia ei ole näin yksinkertainen, vaan alle 18-vuotiaana opiskelupaikan lopullinen valinta on vanhempien käsissä. Mielestäni vielä nykyäänkin ennen lopullista 2. asteen hakua, pitäisi hakuvalinnat hyväksyttää vanhemmillaan, mutta varmaan tämän voi kiertää. Tämä on sen takia tärkeä kysymys, sillä se ratkaisee myös todella paljon markkinoinnin näkökulmasta. Tämän avulla jatko-opiskelu kampanjat voitaisiin segmentoida oikein. Onko ensisijainen kohde nuori vai lapsen vanhempi? Turvallisin ratkaisu voi olla suunnata markkinointi molemmille osapuolille. Tutkimuksen avulla on saavutettu tietoa, jonka avulla tiedämme mitkä asiat pelottavat vanhempia Vuokatti-Ruka Urheilukatemiaan hakemisessa. Tiedämme myös, mitä kautta tavoitamme vanhemmat paremmin kuin nuoret. Tämä on jotain, mikä todistaa tutkimuksesta olevan konkreettista hyötyä myös markkinallisesta näkökulmasta.

Tulevaisuutta ajatellen voitaisiin kuvitella, että tämä olisi jopa hyvin mahdollinen jatkuva tutkimuskohde. Tällä hetkellä nuoret eli yläkoululeiriläiset vastaavat palautekyselyyn joka vuosi, mutta vanhemmille tämä oli vasta ensimmäinen. Nämä kaksi ovat kuitenkin kaksi tärkeintä kohderyhmää ajatellen toisen asteen jatko-opiskelua. En kuitenkaan usko, että joka vuotinen kysely olisi järkevä, vaan esimerkiksi kolmen vuoden välein toteutettu kysely antaisi aina tarvittavan tiedon ja kehittymisen mahdollisuuden.

Lähteet

- Aaker, D. & McLoughlin, D. (2010). Strategic Market Management: Global Perspectives. John Wiley & Sons Ltd.
- Ahto O., Kahri A., Kahri T. & Mäkinen M. (2016). Bulkista brändiksi. Docendo Oy.
- Ahonen, L. & Luoto, S. (2015). Markkinointi boksen ulkopuolelta. Talentum Helsinki.
- Bergström, S & Leppänen, A. (2003 & 2015). Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita Publishing Oy.
- Gad, T. (2001). 4D Brandimalli. Gummerus Kirjapaino Oy.
- Drummond, G. & Ensor, J. (2004): Strategic Marketing: planning and control. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Heikkilä, T. (2014). Tilastollinen tutkimus. Edita Publishing Oy.
- Kalliomäki, A. (2014). Tarinallistaminen: Palvelukokemuksen punainen lanka [Ellibs-kirja]. Helsinki: Talentum.
- Nemeschansky, M. (2017) Brändi joka ei erottaudu ei ole brändi. Viitattu 20.2.2017. http://www.marmai.fi/blogit/puhutaan_tasta/brandi-joka-ei-erottaudu-ei-ole-brandi-6613888
- Olympiakomitea. (2017). Urheiluakatemit. Viitattu 20.3.2017. <https://www.olympiakomitea.fi/huippu-urheilu/urheiluakatemiaohjelma-2/urheiluakatemit-ja-valmennuskeskukset/>
- Puusa A., Reijonen H., Juuti P. & Laukkanen T. (2012). Akatemiasta markkinapaikalle. Talentum Helsinki.
- Solomon M., Bamossy G., Askegaard S. & Hogg M. (2014). Consumer behaviour : a European perspective. Prentice-Hall, Inc.
- Suomen virallinen tilasto (SVT). Tulonjakotilasto. Viitattu 19.4.2017. <http://www.stat.fi/til/tjt/index.html>, ISSN=1795-8121.

Suomen virallinen tilasto (SVT). Väestönrakenne. Viitattu 10.5.2017.
http://www.stat.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html

Suonio, L. (2010) Brändikäs. Talentum media.

Tikkanen T., Aspara J. & Parvinen P. (2007). Strategisen markkinoinnin perusteet. Talentum helsinki.

Valo. (2017). Toimintaympäristöjen ilmoittamat valinnat painopistelajeiksi. 2016. Viitattu 20.3.2017. <https://storage.googleapis.com/valo-production/2016/12/toimintaymparistojen-ilmoittamat-valinnat-painopistelajeiksi.pdf>

Von Herten, P. (2006). Brändi yritysmarkkinoinnissa. Talentum Helsinki.

Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia. (2017). Verkkosivut Urheiluakatemia. Viitattu 20.3.2017.
<http://www.vuokattirukaurheiluakatemia.fi>

Vuokko P., (2003). Markkinointiviestintä: merkitys, vaikutus ja keinot. Wener Söderström Osakeyhtiö Helsinki

Kyselyrunko

Yläkoululeirityksen vanhempien kysely

Kysely on tarkoitettu Yläkoululeirityksessä olevien nuorien vanhemmille. Tarkemmat vastausohjeet löytyvät aina jokaisen kysymyksen kohdalla.

*Required

Taustatiedot

Seuraavat kysymykset koskevat vastaajan taustatietoja.

1. 1. Sukupuoli * Mark only one oval.

Mies

Nainen

2. 2. Asuinpaikkasi maakunnan mukaan * Mark only one oval.

- Ahvenanmaa
- Etelä-Karjala
- Etelä-Pohjanmaa
- Etelä-Savo
- Kainuu
- Kanta-Häme
- Keski-Pohjanmaa
- Keski-Suomi
- Kymenlaakso
- Lappi
- Pirkanmaa
- Pohjois-Karjala
- Pohjois-Pohjanmaa
- Pohjois-Savo
- Päijät-Häme
- Satakunta
- Uusimaa
- Varsinais-Suomi
- Pirkanmaa

3 3. Monennettako vuotta lapsesi on yläkoululeirityksessä? (Jos useampia lapsia yläkoululeirityksessä, vastaa vanhimman mukaisesti) * Mark only one oval.

- Ensimmäistä
- Toista
- Kolmatta

4. 4. Missä lajissa lapsesi osallistuu yläkoululeiritykseen? * Mark only one oval.

- Maastohiihto
- Ampumahiihto
- Lumilautailu
- Pesäpallo

5. 5. Koko kotitalouden bruttotulot vuodessa? Mark only one oval.

- Alle 40 000 euroa
- 40 000 - 59 999 euroa
- 60 000 - 99 999 euroa
- Yli 100 000 euroa

Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia imago

Huomioithan, että jatkossa Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia on voitu lyhentää muotoon VRUA

6. Kuinka monesti olet viimeisen puolen vuoden aikana: *

Mark only one oval per row.

	En kertaakaan	Kerran tai pari	Muutaman kerran kuukaudessa	Viikoittain
Vierailut VRUA:n verkkosivuilla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seurannut VRUA:n Facebook-sivuja	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seurannut VRUA:n twitter-päivityksiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Seurannut VRUA:n Instagram-päivityksiä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Miten arvioisit asteikolla 1-10 seuraavia asioita? 1. on todellahuono ja 10. vastaa erinomaista

7. VRUA:n näkyvyyttä Suomessa

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

8 VRUA:n yleisilmettä

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

9. VRUA:n graafista väritystä Mark

only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

10. Verkkosivujen sisältöä Mark only

one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

11. Verkkosivujen ulkoasua Mark

only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

12. VRUA:n Facebooksivun sisällön laatu Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

13. VRUA:n instagramin sisällön laatu Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

14. VRUA:n Twitter-tilin sisällön laatu Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

- 15 8. Miten käsityksesi VRUAsta on muuttunut yläkoululeirityksen aikana? Mark only one oval.

- Muuttunut positiivisemmaksi
 Pysynyt samana
 Muuttunut kielteisemmäksi

16. 9. Miten mielestäsi voisimme kehittää viestintäämme? (Sosiaalinen media & muu viestintä)

Tiedottaminen

17. 10. Mistä sait tiedon leiritysmahdollisuudesta? Voit halutessasi valita monta vaihtoehtoa. * Tick all that apply.

- Urheiluakatemia nettisivut
 Urheiluakatemia esite
 Kirje kotiin
 Lapseni valmentajalta
 Lajiliiton nettisivuilta
 Lapseltani
 Sosiaalisesta mediasta
 Akatemian valmentajalta
 _____ Other:

11. Arvioi tiedottamista, arvioi asteikolla 1-10. 1 on huonoin mahdollinen ja 10 erinomainen.

18. Leiritysmahdollisuudesta Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

19. VRUA:n jatko-opiskelu mahdollisuuksista Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

20 Toiminnasta leireillä Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

21. Muusta toiminnasta Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

22. 12. Haluatko, että tiedottaisimme enemmän toiminnastamme: * Mark only one oval per row.

27. Harjoituspaikat

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella Huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

28. Valvonta Mark

only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella Huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

29. Pelisäännöt Mark

only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella Huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

30. Nuoresta huolehtiminen Mark

only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella Huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

31. 14. Jos haluat antaa kehitysideoita koskien leirityksen yleisiä järjestelyitä, anna se tähän

43. Teoreettinen sisältö: henkilökohtaiset palaverit Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella Huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

- 44 Teoreettinen sisältö: valmennuksen lajiteoria Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella Huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

45. Valmentajien lajiosaaminen Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella Huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

46. Valmentajien ohjaustaidot Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella Huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

47. Yksilön huomiointi Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella Huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

48. Palautteenanto Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Todella Huono	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Erinomainen

49. Valmennusryhmän ilmapiiri Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Todella Huono Erinomainen

50. Urheilullinen kehittyminen VRUA:n valmennuksen avulla
Mark only one oval.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Todella Huono Erinomainen

- 51 18. Jos haluat antaa kehitysideoita koskien akatemiavalmennusta, anna se tähän

TOISEN ASTEEN OPISKELUMAHDOLLISUUDET

Seuraavat kysymykset koskevat Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiaan toisen asteen opiskelumahdollisuuksia

52. 19. Ovatko Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiaan tarjoamat toisen-asteen opiskelumahdollisuudet tuttuja? * Mark only one oval.

- Olen tietoinen mahdollisuuksista
 Olen tietoinen joistakin mahdollisuuksista
 Olen kuullut vain vähän asioita
 En ole tietoinen ollenkaan

53. 20. Oletko puhunut lapsesi kanssa jatko-opiskelu mahdollisuudesta VRUA:ssa? *
Mark only one oval.

- Olemme puhuneet asiasta
 Emme ole puhuneet ollenkaan

54. 21. Jos vastasit aiempaan kysymykseen, että olette puhuneet asiasta, niin: Mark only one oval.

- Lapseni on ollut HALUKAS hakemaan Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiaan
 Lapseni ei osaa sanoa vielä
 Lapseni on ollut KIELTEINEN hakemaan Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiaan

55. 22A. Mitkä asiat Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiassa ovat mielestäsi sellaisia, jotka tukevat sinne hakemista? *

56. 22B. Mitkä asiat Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiassa ovat mielestäsi sellaisia, jotka vaikuttavat kielteisesti sinne hakemiseen? *

Frekvenssi-tilut

Sukupuoli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mies	64	54,7	54,7	54,7
	Nainen	53	45,3	45,3	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Asuinpaikka maakunnan mukaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Etelä-Karjala	2	1,7	1,7	1,7
	Etelä-Pohjanmaa	3	2,6	2,6	4,3
	Etelä-Savo	3	2,6	2,6	6,8
	Kainuu	12	10,3	10,3	17,1
	Kanta-Häme	10	8,5	8,5	25,6
	Keski-Pohjanmaa	6	5,1	5,1	30,8
	Keski-Suomi	3	2,6	2,6	33,3
	Kymenlaakso	4	3,4	3,4	36,8
	Lappi	7	6,0	6,0	42,7
	Päijät-Häme	2	1,7	1,7	44,4
	Pirkanmaa	4	3,4	3,4	47,9
	Pohjois-Karjala	8	6,8	6,8	54,7
	Pohjois-Pohjanmaa	22	18,8	18,8	73,5
	Pohjois-Savo	8	6,8	6,8	80,3
	Satakunta	2	1,7	1,7	82,1
	Uusimaa	20	17,1	17,1	99,1
	Varsinais-Suomi	1	,9	,9	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Monennettako vuotta lapsi on yläkoululeirityksessä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ensimmäistä	68	58,1	58,1	58,1
	Kolmatta	9	7,7	7,7	65,8
	Toista	40	34,2	34,2	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Laji, jossa lapsi osallistuu yläkoululeiritykseen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ampumahiihto	16	13,7	13,7	13,7
	Lumilautailu	16	13,7	13,7	27,4
	Maastohiihto	43	36,8	36,8	64,1
	Pesäpallo	42	35,9	35,9	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Kotitalouden bruttotulot vuodessa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		1	,9	,9	,9
	40 000 - 59 999 euroa	27	23,1	23,1	23,9
	60 000 - 99 999 euroa	59	50,4	50,4	74,4
	Alle 40 000 euroa	2	1,7	1,7	76,1
	Yli 100 000 euroa	28	23,9	23,9	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Montako kertaa vierailut VRUA:n verkkosivuilla viimeisen puolen vuoden aikana

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En kertaakaan	9	7,7	7,7	7,7
	Kerran tai pari	62	53,0	53,0	60,7
	Muutaman kerran kuukaudessa	39	33,3	33,3	94,0
	Viikoittain	7	6,0	6,0	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Montako kertaa seurannut VRUA:n Facebook-sivuilla viimeisen puolen vuoden aikana

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En kertaakaan	41	35,0	35,0	35,0
	Kerran tai pari	28	23,9	23,9	59,0
	Muutaman kerran kuukaudessa	25	21,4	21,4	80,3
	Viikoittain	23	19,7	19,7	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Montako kertaa seurannut VRUA:n Twitter-päivityksiä viimeisen puolen vuoden aikana

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En kertaakaan	93	79,5	79,5	79,5
	Kerran tai pari	16	13,7	13,7	93,2
	Muutaman kerran kuukaudessa	5	4,3	4,3	97,4
	Viikoittain	3	2,6	2,6	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Montako kertaa seurannut VRUA:n Instagram-päivityksiä viimeisen puolen vuoden aikana

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En kertaakaan	74	63,2	63,2	63,2
	Kerran tai pari	12	10,3	10,3	73,5
	Muutaman kerran kuukaudessa	14	12,0	12,0	85,5
	Viikoittain	17	14,5	14,5	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

VRUA:n näkyvyys Suomessa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	1,7	1,7	1,7
	4	5	4,3	4,3	6,0
	5	10	8,5	8,5	14,5
	6	16	13,7	13,7	28,2
	7	27	23,1	23,1	51,3
	8	37	31,6	31,6	82,9
	9	17	14,5	14,5	97,4
	10	3	2,6	2,6	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

VRUA:n yleisilme

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	3	2,6	2,6	2,6
	5	4	3,4	3,4	6,0
	6	6	5,1	5,2	11,2
	7	13	11,1	11,2	22,4
	8	49	41,9	42,2	64,7
	9	37	31,6	31,9	96,6
	10	4	3,4	3,4	100,0
	Total	116	99,1	100,0	
Missing	System	1	,9		
Total		117	100,0		

VRUA:n graafinen väritys

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,9	,9	,9
	4	2	1,7	1,8	2,7
	5	8	6,8	7,1	9,7
	6	4	3,4	3,5	13,3
	7	23	19,7	20,4	33,6
	8	37	31,6	32,7	66,4
	9	34	29,1	30,1	96,5
	10	4	3,4	3,5	100,0
	Total	113	96,6	100,0	
Missing	System	4	3,4		
Total		117	100,0		

VRUAN verkkosivujen sisältö

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,9	,9	,9
	3	1	,9	,9	1,8
	4	2	1,7	1,8	3,5
	5	6	5,1	5,3	8,8
	6	10	8,5	8,8	17,5
	7	32	27,4	28,1	45,6
	8	41	35,0	36,0	81,6
	9	17	14,5	14,9	96,5
	10	4	3,4	3,5	100,0
	Total	114	97,4	100,0	
Missing	System	3	2,6		
Total		117	100,0		

VRUA:n verkkosivujen ulkoasu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,9	,9	,9
	4	2	1,7	1,8	2,6
	5	5	4,3	4,4	7,0
	6	8	6,8	7,0	14,0
	7	36	30,8	31,6	45,6
	8	40	34,2	35,1	80,7
	9	17	14,5	14,9	95,6
	10	5	4,3	4,4	100,0
	Total	114	97,4	100,0	
	Missing	System	3	2,6	
Total		117	100,0		

VRUA:n Facebooksivujen sisällön laatu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	1,7	2,2	2,2
	4	1	,9	1,1	3,2
	5	10	8,5	10,8	14,0
	6	9	7,7	9,7	23,7
	7	16	13,7	17,2	40,9
	8	32	27,4	34,4	75,3
	9	19	16,2	20,4	95,7
	10	4	3,4	4,3	100,0
	Total	93	79,5	100,0	
	Missing	System	24	20,5	
Total		117	100,0		

VRUA:n Instagramin sisällön laatu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,9	1,3	1,3
	3	1	,9	1,3	2,7
	4	1	,9	1,3	4,0
	5	17	14,5	22,7	26,7
	6	9	7,7	12,0	38,7
	7	11	9,4	14,7	53,3
	8	21	17,9	28,0	81,3
	9	9	7,7	12,0	93,3
	10	5	4,3	6,7	100,0
	Total	75	64,1	100,0	
Missing	System	42	35,9		
Total		117	100,0		

VRUA:n Twitter-tilin sisällön laatu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,9	1,5	1,5
	3	1	,9	1,5	3,0
	4	1	,9	1,5	4,5
	5	24	20,5	36,4	40,9
	6	10	8,5	15,2	56,1
	7	10	8,5	15,2	71,2
	8	14	12,0	21,2	92,4
	9	2	1,7	3,0	95,5
	10	3	2,6	4,5	100,0
	Total	66	56,4	100,0	
Missing	System	51	43,6		
Total		117	100,0		

Miten käsitys VRUA:sta on muuttunut yläkoululeirityksen aikana

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid		1	,9	,9	,9
	Muuttunut positiivisemmaksi	80	68,4	68,4	69,2
	Pysynyt samana	36	30,8	30,8	100,0
Total		117	100,0	100,0	

Mistä saanut tiedon VRUA yläkoululeirityksestä

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Akatemian valmentajalta	2	1,7	1,7	1,7
Kirje kotiin	7	6,0	6,0	7,7
Kirje kotiin;Lajiliiton nettisivuilta	2	1,7	1,7	9,4
Kirje kotiin;Lapseltani	1	,9	,9	10,3
Kirje kotiin;Lapseltani;Muu	1	,9	,9	11,1
Kirje kotiin;Lapseni valmentajalta;Lajiliiton nettisivuilta;Lapseltani	1	,9	,9	12,0
Kirje kotiin;Lapseni valmentajalta;Lapseltani;Akatemian valmentajalta	1	,9	,9	12,8
Kirje kotiin;Muu	1	,9	,9	13,7
Lajiliiton nettisivuilta	12	10,3	10,3	23,9
Lajiliiton nettisivuilta;Akatemian valmentajalta	1	,9	,9	24,8
Lajiliiton nettisivuilta;Lapseltani;Muu	1	,9	,9	25,6
Lajiliiton nettisivuilta;Lapseltani;Sosiaalisesta mediasta	1	,9	,9	26,5
Lajiliiton nettisivuilta;Muu	1	,9	,9	27,4
Lapseltani	7	6,0	6,0	33,3
Lapseltani;Akatemian valmentajalta	1	,9	,9	34,2
Lapseltani;Muu	3	2,6	2,6	36,8
Lapseni valmentajalta	7	6,0	6,0	42,7
Lapseni valmentajalta;Lajiliiton nettisivuilta	1	,9	,9	43,6
Lapseni valmentajalta;Lajiliiton nettisivuilta;Lapseltani	1	,9	,9	44,4
Lapseni valmentajalta;Lajiliiton nettisivuilta;Lapseltani;Muu	1	,9	,9	45,3
Muu	15	12,8	12,8	58,1
Sosiaalisesta mediasta	2	1,7	1,7	59,8

Urheiluakatemian esite	6	5,1	5,1	65,0
Urheiluakatemian esite;Kirje kotiin	1	,9	,9	65,8
Urheiluakatemian esite;Kirje kotiin;Akatemian valmentajalta	1	,9	,9	66,7
Urheiluakatemian esite;Kirje kotiin;Lajiliiton nettisivuilta;Akatemian valmentajalta	1	,9	,9	67,5
Urheiluakatemian esite;Kirje kotiin;Lapseltani;Muu	1	,9	,9	68,4
Urheiluakatemian esite;Lajiliiton nettisivuilta	1	,9	,9	69,2
Urheiluakatemian esite;Lapseltani	1	,9	,9	70,1
Urheiluakatemian esite;Lapseni valmentajalta;Lapseltani;Sosiaalisesta mediasta;Akatemian valmentajalta	1	,9	,9	70,9
Urheiluakatemian nettisivut	6	5,1	5,1	76,1
Urheiluakatemian nettisivut;Kirje kotiin	4	3,4	3,4	79,5
Urheiluakatemian nettisivut;Kirje kotiin;Lajiliiton nettisivuilta;Lapseltani;Akatemian valmentajalta	1	,9	,9	80,3
Urheiluakatemian nettisivut;Kirje kotiin;Muu	1	,9	,9	81,2
Urheiluakatemian nettisivut;Lajiliiton nettisivuilta	1	,9	,9	82,1
Urheiluakatemian nettisivut;Lajiliiton nettisivuilta;Akatemian valmentajalta	1	,9	,9	82,9
Urheiluakatemian nettisivut;Lajiliiton nettisivuilta;Lapseltani	1	,9	,9	83,8

Urheiluakatemian nettisivut;Lajiliiton nettisivuilta;Lapseltani;Akatemian valmentajalta	1	,9	,9	84,6
Urheiluakatemian nettisivut;Lajiliiton nettisivuilta;Lapseltani;Sosiaalisesta mediasta	1	,9	,9	85,5
Urheiluakatemian nettisivut;Lajiliiton nettisivuilta;Sosiaalisesta mediasta	1	,9	,9	86,3
Urheiluakatemian nettisivut;Lapseltani	2	1,7	1,7	88,0
Urheiluakatemian nettisivut;Lapseltani;Sosiaalisesta mediasta	1	,9	,9	88,9
Urheiluakatemian nettisivut;Lapseni valmentajalta	1	,9	,9	89,7
Urheiluakatemian nettisivut;Lapseni valmentajalta;Muu	1	,9	,9	90,6
Urheiluakatemian nettisivut;Lapseni valmentajalta;Sosiaalisesta mediasta	1	,9	,9	91,5
Urheiluakatemian nettisivut;Muu	1	,9	,9	92,3
Urheiluakatemian nettisivut;Urheiluakatemian esite	1	,9	,9	93,2
Urheiluakatemian nettisivut;Urheiluakatemian esite;Akatemian valmentajalta	1	,9	,9	94,0
Urheiluakatemian nettisivut;Urheiluakatemian esite;Kirje kotiin	2	1,7	1,7	95,7

Urheiluakatemian nettisivut;Urheiluakatemian esite;Lajiliiton nettisivulta;Lapseltani;Akatemian valmentajalta	1	,9	,9	96,6
Urheiluakatemian nettisivut;Urheiluakatemian esite;Lapseltani;Sosiaalisesta mediasta	1	,9	,9	97,4
Urheiluakatemian nettisivut;Urheiluakatemian esite;Muu	1	,9	,9	98,3
Urheiluakatemian nettisivut;Urheiluakatemian esite;Sosiaalisesta mediasta	1	,9	,9	99,1
Urheiluakatemian nettisivut;Urheiluakatemian esite;Sosiaalisesta mediasta;Akatemian valmentajalta	1	,9	,9	100,0
Total	117	100,0	100,0	

Leiritysmahdollisuuksien tiedottaminen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,9	,9	,9
	3	1	,9	,9	1,7
	4	2	1,7	1,7	3,4
	5	5	4,3	4,3	7,8
	6	9	7,7	7,8	15,5
	7	15	12,8	12,9	28,4
	8	41	35,0	35,3	63,8
	9	27	23,1	23,3	87,1
	10	15	12,8	12,9	100,0
	Total	116	99,1	100,0	
Missing	System	1	,9		
Total		117	100,0		

VRUA:n jatko-opiskelu mahdollisuuksista tiedottaminen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1,7	1,7	1,7
	4	4	3,4	3,4	5,2
	5	6	5,1	5,2	10,3
	6	10	8,5	8,6	19,0
	7	15	12,8	12,9	31,9
	8	37	31,6	31,9	63,8
	9	28	23,9	24,1	87,9
	10	14	12,0	12,1	100,0
	Total	116	99,1	100,0	
Missing	System	1	,9		
Total		117	100,0		

Tiedottaminen toiminnasta leireillä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	5	4,3	4,3	4,3
	6	2	1,7	1,7	6,0
	7	8	6,8	6,9	12,9
	8	24	20,5	20,7	33,6
	9	51	43,6	44,0	77,6
	10	26	22,2	22,4	100,0
	Total	116	99,1	100,0	
Missing	System	1	,9		
Total		117	100,0		

Tiedottaminen muusta toiminnasta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	1,7	1,8	1,8
	4	1	,9	,9	2,7
	5	3	2,6	2,7	5,3
	6	9	7,7	8,0	13,3
	7	18	15,4	15,9	29,2
	8	34	29,1	30,1	59,3
	9	39	33,3	34,5	93,8
	10	7	6,0	6,2	100,0
	Total	113	96,6	100,0	
Missing	System	4	3,4		
Total		117	100,0		

Haluaako vastaaja lisää tietoa toiminnasta sähköpostin avulla

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei, olen tyytyväinen tämän viestintäkanavan sisältöön	52	44,4	44,4	44,4
	Kyllä, Haluaisin tätä kautta enemmän tietoa itselleni	65	55,6	55,6	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Haluaako vastaaja lisää tietoa toiminnasta verkkosivujen avulla

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei, olen tyytyväinen tämän viestintäkanavan sisältöön	70	59,8	59,8	59,8
	Kyllä, Haluaisin tätä kautta enemmän tietoa itselleni	47	40,2	40,2	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Haluaako vastaaja lisää tietoa toiminnasta kirjepostin avulla

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei, olen tyytyväinen tämän viestintäkanavan sisältöön	102	87,2	87,2	87,2
	Kyllä, Haluaisin tätä kautta enemmän tietoa itselleni	15	12,8	12,8	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Haluaako vastaaja lisää tietoa toiminnasta henkilökohtaisten tapaamisien avulla

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei, olen tyytyväinen tämän viestintäkanavan sisältöön	76	65,0	65,0	65,0
	Kyllä, Haluaisin tätä kautta enemmän tietoa itselleni	41	35,0	35,0	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Haluaako vastaaja lisää tietoa toiminnasta sosiaalisen median avulla

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ei, olen tyytyväinen tämän viestintäkanavan sisältöön	83	70,9	70,9	70,9
	Kyllä, Haluaisin tätä kautta enemmän tietoa itselleni	34	29,1	29,1	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Yläkoululeirityksen lukuvuoden kokonaisuus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	1	,9	,9	,9
	6	4	3,4	3,4	4,3
	7	10	8,5	8,5	12,8
	8	29	24,8	24,8	37,6
	9	59	50,4	50,4	88,0
	10	14	12,0	12,0	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Yläkoululeirityksen leirienohjelma

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	1	,9	,9	,9
	7	9	7,7	7,7	8,5
	8	19	16,2	16,2	24,8
	9	56	47,9	47,9	72,6
	10	32	27,4	27,4	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Yläkoululeirityksen majoitus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,9	,9	,9
	3	1	,9	,9	1,7
	4	3	2,6	2,6	4,3
	5	1	,9	,9	5,1
	6	4	3,4	3,4	8,5
	7	21	17,9	17,9	26,5
	8	29	24,8	24,8	51,3
	9	43	36,8	36,8	88,0
	10	14	12,0	12,0	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Yläkoululeirityksen ruokailut

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	3	2,6	2,6	2,6
	7	6	5,1	5,2	7,8
	8	21	17,9	18,3	26,1
	9	52	44,4	45,2	71,3
	10	33	28,2	28,7	100,0
	Total	115	98,3	100,0	
Missing	System	2	1,7		
Total		117	100,0		

Yläkoululeirityksen harjoituspaikat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	1	,9	,9	,9
	8	10	8,5	8,5	9,4
	9	49	41,9	41,9	51,3
	10	57	48,7	48,7	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Yläkoululeirityksen valvonta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,9	,9	,9
	3	2	1,7	1,7	2,6
	4	1	,9	,9	3,4
	5	1	,9	,9	4,3
	6	4	3,4	3,4	7,8
	7	5	4,3	4,3	12,1
	8	27	23,1	23,3	35,3
	9	47	40,2	40,5	75,9
	10	28	23,9	24,1	100,0
	Total	116	99,1	100,0	
Missing	System	1	,9		
Total		117	100,0		

Yläkoululeirityksen pelisäännöt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	1	,9	,9	,9
	5	3	2,6	2,6	3,4
	6	2	1,7	1,7	5,1
	7	7	6,0	6,0	11,1
	8	20	17,1	17,1	28,2
	9	48	41,0	41,0	69,2
	10	36	30,8	30,8	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Yläkoululeirillä nuoresta huolehtiminen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,9	,9	,9
	4	1	,9	,9	1,7
	5	2	1,7	1,7	3,4
	6	3	2,6	2,6	6,0
	7	2	1,7	1,7	7,7
	8	20	17,1	17,1	24,8
	9	52	44,4	44,4	69,2
	10	36	30,8	30,8	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Yläkoululeirityksien koulutuntien toteutus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,9	,9	,9
	4	2	1,7	1,8	2,6
	5	2	1,7	1,8	4,4
	6	4	3,4	3,5	7,9
	7	13	11,1	11,4	19,3
	8	42	35,9	36,8	56,1
	9	34	29,1	29,8	86,0
	10	16	13,7	14,0	100,0
	Total	114	97,4	100,0	
Missing	System	3	2,6		
	Total	117	100,0		

Yläkoululeirityksen yksilön huomiointi koulussa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,9	,9	,9
	4	2	1,7	1,7	2,6
	5	3	2,6	2,6	5,2
	6	6	5,1	5,2	10,4
	7	13	11,1	11,3	21,7
	8	46	39,3	40,0	61,7
	9	32	27,4	27,8	89,6
	10	12	10,3	10,4	100,0
	Total	115	98,3	100,0	
	Missing	System	2	1,7	
Total		117	100,0		

Yläkoulu leiriviikkojen vaikutus nuoren normaaliin koulunkäyntiin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,9	,9	,9
	3	1	,9	,9	1,7
	4	1	,9	,9	2,6
	5	1	,9	,9	3,5
	6	2	1,7	1,7	5,2
	7	28	23,9	24,3	29,6
	8	29	24,8	25,2	54,8
	9	37	31,6	32,2	87,0
	10	15	12,8	13,0	100,0
	Total	115	98,3	100,0	
Missing	System	2	1,7		
Total		117	100,0		

Yläkoululeirityksen harjoittelunmonipuolisuus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	1	,9	,9	,9
	7	6	5,1	5,2	6,0
	8	14	12,0	12,1	18,1
	9	49	41,9	42,2	60,3
	10	46	39,3	39,7	100,0
	Total	116	99,1	100,0	
Missing	System	1	,9		
Total		117	100,0		

Yläkoululeirityksen harjoitusten määrä

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	2	1,7	1,7	1,7
	7	2	1,7	1,7	3,4
	8	15	12,8	12,9	16,4
	9	56	47,9	48,3	64,7
	10	41	35,0	35,3	100,0
	Total	116	99,1	100,0	
Missing	System	1	,9		
Total		117	100,0		

Yläkoululeirityksen lajiharjoitusten sisältö

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	1	,9	,9	,9
	5	2	1,7	1,7	2,6
	7	2	1,7	1,7	4,3
	8	17	14,5	14,8	19,1
	9	47	40,2	40,9	60,0
	10	46	39,3	40,0	100,0
	Total	115	98,3	100,0	
Missing	System	2	1,7		
Total		117	100,0		

Yläkoululeirityksen oheisharjoitusten sisältö

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	5	4,3	4,3	4,3
	7	5	4,3	4,3	8,7
	8	25	21,4	21,7	30,4
	9	44	37,6	38,3	68,7
	10	36	30,8	31,3	100,0
	Total	115	98,3	100,0	
Missing	System	2	1,7		
Total		117	100,0		

Yläkoululeirityksen henkilökohtaiset palaverit

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	1,7	1,8	1,8
	4	2	1,7	1,8	3,6
	5	4	3,4	3,6	7,2
	6	6	5,1	5,4	12,6
	7	15	12,8	13,5	26,1
	8	29	24,8	26,1	52,3
	9	33	28,2	29,7	82,0
	10	20	17,1	18,0	100,0
	Total	111	94,9	100,0	
	Missing	System	6	5,1	
Total		117	100,0		

Yläkoululeirityksen valmennuksen lajiteoria

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,9	,9	,9
	4	2	1,7	1,8	2,7
	5	4	3,4	3,5	6,2
	6	3	2,6	2,7	8,8
	7	15	12,8	13,3	22,1
	8	33	28,2	29,2	51,3
	9	35	29,9	31,0	82,3
	10	20	17,1	17,7	100,0
	Total	113	96,6	100,0	
	Missing	System	4	3,4	
Total		117	100,0		

Yläkoululeirityksen valmentajien lajiosaaminen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	1	,9	,9	,9
	5	1	,9	,9	1,8
	7	2	1,7	1,8	3,5
	8	13	11,1	11,5	15,0
	9	36	30,8	31,9	46,9
	10	60	51,3	53,1	100,0
	Total	113	96,6	100,0	
Missing	System	4	3,4		
Total		117	100,0		

Yläkoululeirityksen valmentajien ohjaustaidot

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,9	,9	,9
	4	1	,9	,9	1,8
	6	1	,9	,9	2,7
	7	3	2,6	2,7	5,4
	8	16	13,7	14,4	19,8
	9	40	34,2	36,0	55,9
	10	49	41,9	44,1	100,0
	Total	111	94,9	100,0	
Missing	System	6	5,1		
Total		117	100,0		

Yläkoululeirityksen yksilön huomiointi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	1	,9	,9	,9
	5	1	,9	,9	1,8
	6	1	,9	,9	2,7
	7	6	5,1	5,4	8,0
	8	24	20,5	21,4	29,5
	9	51	43,6	45,5	75,0
	10	28	23,9	25,0	100,0
	Total	112	95,7	100,0	
Missing	System	5	4,3		
Total		117	100,0		

Yläkoululeirityksen palautteenanto

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	,9	,9	,9
	4	1	,9	,9	1,8
	5	2	1,7	1,8	3,6
	6	2	1,7	1,8	5,4
	7	14	12,0	12,6	18,0
	8	27	23,1	24,3	42,3
	9	38	32,5	34,2	76,6
	10	26	22,2	23,4	100,0
	Total	111	94,9	100,0	
Missing	System	6	5,1		
Total		117	100,0		

Yläkoululeirityksen valmennusryhmän ilmapiiri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,9	,9	,9
	7	5	4,3	4,4	5,3
	8	18	15,4	15,8	21,1
	9	42	35,9	36,8	57,9
	10	48	41,0	42,1	100,0
	Total	114	97,4	100,0	
Missing	System	3	2,6		
Total		117	100,0		

Nuoren urheilullinen kehittyminen VRUA:n valmennuksen avulla

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	5	1	,9	,9	,9
	6	1	,9	,9	1,8
	7	4	3,4	3,6	5,4
	8	26	22,2	23,2	28,6
	9	48	41,0	42,9	71,4
	10	32	27,4	28,6	100,0
	Total	112	95,7	100,0	
Missing	System	5	4,3		
Total		117	100,0		

Ovatko VRUA:n tarjoamat toisen-asteen opiskelumahdollisuudet tuttuja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	En ole tietoinen ollenkaan	3	2,6	2,6	2,6
	Olen kuullut vain vähän asioita	17	14,5	14,5	17,1
	Olen tietoinen joistakin mahdollisuuksista	38	32,5	32,5	49,6
	Olen tietoinen mahdollisuuksista	59	50,4	50,4	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Onko vastaaja puhunut lapsensa kanssa jatko-opiskelu mahdollisuudesta VRUA:ssa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Emme ole puhuneet ollenkaan	7	6,0	6,0	6,0
	Olemme puhuneet asiasta	110	94,0	94,0	100,0
	Total	117	100,0	100,0	

Jos vastasi äskeiseen kysymykseen kyllä, niin miten lapsi on reagoanut

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	5,1	5,1	5,1
Lapseni ei osaa sanoa vielä	24	20,5	20,5	25,6
Lapseni on ollut HALUKAS hakemaan Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiaan	83	70,9	70,9	96,6
Lapseni on ollut KIELTEINEN hakemaan Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiaan	4	3,4	3,4	100,0
Total	117	100,0	100,0	

Miten Vuokatti-Ruka Urheiluakatemia voisi kehittää viestintää

Lisää materiaalia leireiltä

leireiltä tuleva kaikki materiaali on mielenkiintoista. esim . videot

Viikottainen aktiivisuus erityisesti leirien aikana

Vielä enemmän leirikuvia :)

Kuulumisia leiriltä olisi mukava saada kotiin, esim. kuvina ja lyhyinä juttuina tekemisistä.

Nyt esim. fb-viestintä keskittyy vain kilpailullisiin saavutuksiin.

Voisi olla hyvä antaa opiskelijoiden itse tuottaa akatemian viestintää. Nyt vanhemmat eivät saa esim. leirityksistä juurikaan kuvia & tunnelmia tämän virallisen kanavan kautta.

Leiriltä vähän videokuvausta ja kuvia urheilijoista

Lajit tasaisemmin näkyviin

Eri lajit tasaisemmin näkyviin.

Eri lajien näkökulmasta pesäpallon näkyvyys on todella vähäisempi verrattuna hiihtoon ym. talvilajeihin. Seuraan IG:ia eniten ja siellä pesäpalloa ei juurikaan näy.

Kaikki lajit mukaan tiedotukseen. Liikaa keskitytään yksiin ja samoihin.

Lisää näkyvyyttä

esilläoloa enemmän eri medioissa

Snapchat Ja muut uudemmat haltuun ja aktiivisempaa ja monipuolisempaa sometusta. Ei ehkä pidä ottaa itseään niin vakavasti vaikka osaaminen urheilussa otetaankin tosissaan.

Mainostaa enemmän. Yritää saada enemmän mediatilaa

Ei osaa sanoa

En osaa sanoa

-

eos, kun en itse käytä instagramia enkä twitteriä

Ei kommenttia, koska en seuraa viestintää muuta kuin s-postin kautta.

Henkilökohtaisen yhteydenpidon kasvattaminen

Vuorovaikutusta omien valmentajien ja huoltajien kanssa voisi lisätä.

Viestintä on mielestäni hyvää tasoa. Ehkä hieman enemmän sais olla henkilökohtaista yhteydenpitoa vanhempi/huoltaja /urheilijan valmentajaan

Henk.koht. Palautejärjestelmä on aika sekava.

Muut kommentit

Nettisivut ovat sekavat. Navigaatiot eivät jostain syystä ole toimivat: Tiedon löytäminen on hankalaa.

Some-juttuja erilaisista aiheista

Emailit ja viestit hyvissä ajoin! Kuulumiset leirityksestä kesken viikon?

Itse en käytä facebookkia, joten osa tiedosta jää pimentoon.

Lajikohtaisia esimerkkejä opetuksesta yleisölle jotka tulevat lomalle ja haluaisivat tutustua esim. Judo , ratsastus tmv lajiin lomanaikana

Linkkejä

Jotenkin houkutella vanhemmatkin mukaan

En ole seurannut somea enkä nettisivuja, mutta VRUA oli hyvin esillä viime vuonna Ho-peasommissa ja KLL:n kisoissa, kun meillä oli hakeminen ajankohtaista. Lisäksi kaikki leirityksessä olleet ja heidän vanhempiensa ovat kehuneet toimintaa.

Miten vastaaja saanut tietää yläkoululeirityksestä; muut vastaukset

Vastaukset, jotka viittaavat sähköpostiin

- "sähköposti "
- "Sähköposti lajiliitolta"
- "Sähköposti"
- "Sähköpostitde, alkuperä en tiedä"
- "Omalta seuralta tuli asiasta sähköpostia"

Seuralta saatu tieto

- "seuran kautta"
- "Seuran kautta "
- "seuran urheiljoilta, jotka osallistuneet"
- "seurassa oli puhetta hs tuloksien jälkeen"

Nuoren kavereilta / toisen nuoren vanhemmilta

- "Aikaisemmin leirityksessä olleiden vanhemmilta"
- "Lapseni ystävien vanhemmilta"
- "hiihtokavereiden vanhemmilta"
- "Eräältä vanhemmalta, jonka poika on leirityksessä. Sen jälkeen tietoa VRUAN kopolta Kuopiossa."
- "Keskustelu jo akatemialeirityksessä olevan lapsen vanhemman kanssa"
- "Lapsen hiihtokavereilta"
- "Toisilta juniorihiihtäjiltä lasteni kautta."
- "Lapsen pelikaverilta, joka oli osallistunut leiritykseen"
- "Joukkue"

Lähipiiri tai sukulainen

- "Puoliso"
- "Asiaan perehtyneeltä puolisolta"
- "sukulaiselta"
- "Tutulta lajivalmentajalta"

Ennalta tuttua

- "tuttava"
- "Paikkakunnalla asuvana tietoa on"
- "TUUTU ENTUUDESTAAN"
- "Tuttua puuhaa"
- "Vanhempi lapsi oli jo aiemmin osallistunut leiritykseen"

Muuta

"Pesis leirillä Raumalla 2016"

Kehitysideat & kommentit koskien yläkoululeirityksen yleisiä järjestelyitä

Valvonta

"Lapset leirillä ovat alaikäisiä vastuu lapsista on leirin järjestäjillä. Lapsilla pitää olla valvonta myös illalla. Kaikkea on tapahtunut tälläkin leirillä."

"Leiriläisten valvonta yöaikana on ongelma tai sitä ei ole hoidettu ollenkaan. Alaikäiset hengaavat öisin väärissä kämpissä. Tähän rotia, ei kuulu urheilijan elämään vilkas yöelämä."

"Nuoret ovat leirillä osin hyvin erilaisella motiivilla. Unen merkitystä kannattaa korostaa, sillä jotkut ovat vilkkaita ja unet saattavat jäädä vähiin. Pahinta on tietenkin jos unta arvostavien yöt jäävät häiritsijöiden toimesta lyhyiksi."

"Majoitusvalvonta parenoi, ei yövalvonta ole. ehdoton alle 16 v olisi oltava"

"Mielestäni pienimmillä (7 lk) pitäisi olla yövalvonta."

"Majoituksessa olisi syytä olla valvontaa enemmän."

"Isommat koululaiset olivat ainakin käyneet tyttöjen huoneissa syömässä kaikki tyttöjen omat herkut kun tytöt eivät olleet paikalla."

"Esikoisen leirillä ns luppoaikaa oli paljon eikä aikuinen paikalla. Kuopuksen leirillä onnistui erinomaisesti ja valmentaja oli erittäin huolehtivainen ja läsnä."

Majoitus

"Majoitus rivitalossa on osoittautunut huonoksi. Ilman laatu huoneistoissa on huono."

"Toisella leiriviikolla majoitukset olisi voinut olla enemmän lähekkäin"

"Majoitusjärjestelyiden kanssa on ollut ongelmia, tiedonkulku majoituspaikkaan ei ole välittynyt. Tämä on ymmärrettävää ensimmäisen viikon suhteen, mutta ei enää toisen."

"Majoitukset välillä huoneistoissa, joissa ilmanlaatu ollut huono! Eli panostusta majoitustiloihin..."

Kulkuyhteydet

"Kulkuyhteydet Kajaanin ja Vuokatin välillä-hankala saada infoa"

"Bussiyhteydet varsinkin välillä Vuokatti-Kajaani epäselviä, joten urheilija pelkää myöhästävänsä esim. junasta isoine kasseineen. Auttaisi kovasti, jos joku ohjaajista olisi nuoren tukena selvittelemässä onko muita lähdössä samaan suuntaan bussilla/ kimppataksilla/ junalla (varsinkin silloin, jos ei ole tottunut kulkemaan yleisillä kulkuneuvoilla). Muutoin kaikki mennyt hyvin!"

Palautteenanto

"Testeistä ym. voisi tulla palautteita kotiin asti, myös kirjallisena. Vai onko leiriläiselle annettu, mutta ei ole sitten kotiin asti päätynyt? :)"

"Myös leiriläinen kaipaili jossain vaiheessa enemmän henkilökohtaista palautetta (suullinen palaute/keskustelu valmentajan kanssa) kehittymisestä lajissa/kehittymiskohteista/tarpeista."

Yksittäiset kommentit

"Ei niinkään kehitysidea, mutta hyvänä palautteena se, että leiriviikon aikana hoidetaan myös koulu tehtäviä, on erittäin hyvä asia."

"Edellisiin kysymyksiin melko hankala vastata kun ainoa tieto viikon tapahtumista on lapselta"

"Leirien aikaista kotiinpäin tiedottamista saisi olla enemmän"

"Harjoituksien päätyminen jälkeen ja koulun alkamisen välillä pitää olla aikaa, että ennättää peseytyä ja kävellä koululle. Tähän ei riitä 30 min."

"Kilpailukauden leiritys on hankala, kun kisoja on paljon."

"Leirien ajankohdat voi poiketa Suomi tourin ems kisojan ajankohdista."

"sairastuneelle olisi hyvä olla varasijoituspaikka, aina hakeminen heti ei ole mahdollista etäisyyden takia."

”Ainut asia, joka askarruttaa, on leiriviikkojen määrä. Ensi vuoden viiden leiriviikon määrä on aika suuri. Hyvä, että toimintaa ja leirejä on tarjolla, mutta toivoisimme mahdollisuutta osallistua vain osalle leireistä.”

Kehitysideoita & kommentteja yläkoululeiritykseen, koskien koulunkäyntiä

Yhteistyö Tenetin ja oman koulun välillä

"Ei sijaisia ja yhteydenpito omaan kouluun olematonta"

"Oma koulun liikunnanopettajiin voisi olla myös yhteyksissä siitä voisi olla nuoren valmentamisen kannalta hyötyä!"

"Yhteistyöstä oman koulun ja Tenetin välillä ei oikein ole tietoa. Tähän voisi panostaa tiedottamalla vanhemmille miten se toimii."

"Tehtävien määrä versus koulu-aika ei kohdannut. Tiedottakaa omalle koulullekin kuinka paljon nuoret ehtivät tehdä. Eri urheilijoilla oli tosi eri määrä töitä."

"Omalta koululta ollut osittain hankala saada tehtäviä leiriviikolle. Tehtävät saatu vasta leirin viimeisinä päivinä joten niiden teko ruuhkautunut kotiin viikonlopulle ja leiriviikolla oppilas ei ole oikein tiennyt mitä voisi tehdä. Voisiko urheiluakatemia lähettää luokanvalvojen kautta kaikille lapsen opettajille jonkin ohjeistuksen tehtävien antoon leiriviikolle."

"Omitte koululle kannattaa korostaa, että viikolla harjoitellaan paljon ja koulussa on aikaa tehtäville/opetukselle vain 3 h / päivä. Omissa kouluissa ei mielestäni ole täysin ymmärretty mistä tässä on kysymys. Tuo ei tietenkään ole VRUA:n vika."

"Ensimmäisenä vuotena oman koulun järjestelyissä oli hankaluutta. Hyvät infokirjeet Tenetin koululta ovat olennaisia (kiitos niistä) , jotta koulutehtävät saadaan omasta koulusta"

"oman koulun ymmärrys kokonaisuudesta on todella heikko, valitettavasti asioista informointi ei ole mennyt perille ja kokonaisuutta ei ymmärretä. Uskoisin yhteistyön lisäämisen Tenetin koulun ja oman koulun välillä helpottavan tilannetta nuoren leiriviikkoina."

"Haluaisin että tehtäisi myös yhteistyötä lapsen liikunnanopettajan kanssa. Valinnaisena on yläasteella liikunnan valmennus varmasti useilla ketkä ovat yläkoululeireillä."

"Yhteydenpitoa koulujen välille lisää, liekö ollut vuoropuhelua lainkaan? Vaikuttaa siltä, että tieto on välittynyt oppilaan/vanhempien kautta."

Opetuksen laatuun viittaavat

"Ainakaan nuorelta itseltään yhdysopettaja ei ole saanut kovin mairittelevia lausuntoja. Ja olen kyllä samaa mieltä, yhdysopettajan pitäisi koulutuntien aikana keskittyä siihen oppilaiden kouluasiin eikä perheensä pesäpalloharrastukseen."

"Monenlaista tapaa opettaa on ja muidenkin tavat voivat olla OK."

"Yhden leiriviikon ajan yhteysopettaja oli poissa, en oikein saanut selvää, että miten opetus totetui sillä viikolla."

Enemmän työrauhaa

"hiukan oli kuulemma välillä hankaluuksia omien tehtävien tekemisessä, kun muilla ei ollut niin paljoa. Eli rauhallisempaa aikaa niille, joille tehtäviä enemmän (tai jotka tekevät niitä huolellisemmin)."

"Palautetta on tullut Tenetin koulun työskentelyrauhasta, menee kuulemma jutteluksi ja hälinäksi usein."

"Jos tekee koetta, olisi hyvä olla hiljaisempi tila"

Aikataulut

"Kouluun varattu aika / päivä on aika niukka vrt. yläkoululaisen normaalipäivän pituus (6-7 tuntia). Iltaisin ei kuitenkaan ole juuri aikaa lukea/tehdä tehtäviä, eikä välttämättä vireystilakaan ole päivän treenien päätteeksi sellainen, että jaksaisi kauheasti keskittyä vaikkapa ruotsin verbeihin."

"Välillä aikataulut ovat olleet aika tiukkoja harjoituksista kouluun ja toisin päin..."

"Koulun päätyttyä olisi mielestäni hyvä olla pieni hengähdystauko ennen harjoitusten alkua. Koulusta kävely opistolle kestää noin 20 min."

Muut kommentit

"Mitenköhän voisin arvioida tenetin ilmapiiriä kun en ole siellä käynyt. Myöskään mitään informaatiota ei ole tullut koulunkäynnin sujuvuudesta yms"

"Akatemian profiilia Tenetin koulun opettajien silmissä on nostettava. Oppilailta vaaditaan ajoittain liikaa leiriviikkojen aikana läksynä olleiden asioiden suhteen. Vastaavan opettajan viestintä ajoittain sekavaa."

"Miten pystyisi enemmän yksilöllistämään opetusta?"

"musiikkia ja kuvataiteita ei saisi unohtaa"

"Opettaja koitti lähettää matematiikan kokeen, muttei ollut onnistunut siinä. Tyttö teki kokeet ennen tai jälkeen leiriviikon. Omassa koulussa suhtauduttiin oikein hyvin leirityksiin eikä tyttö jäänyt jälkeen opinnoissa."

"En pysty arvioimaan opetuksen laatua"

"Nuori ei ole valittanut mistään, joten eos"

"Palautetta kotiin, tähänkin kyselyyn oli vaikea vastata kun ei ole tietoa mitä siellä on tehty."

Kehitysideoita yläkoululeiritykseen, koskien akatemiavalmennusta

Palautteenantoon & yhtedenpitoon viittaavat vastaukset

"Yhteydenpito valmennettaviin voisi jatkua leirien välissä jotenkin vuoropuheluna valmentajan/vanhemman kanssa. Nyt toki vuosikello palautteena, mutta myös vanhemmilta/valmennettavallaan voisi kysellä leirien väleissä miten treenit menneet ja sitä kautta voisi saada puolin ja toisin tietoa."

"Enemmän vielä yksilöllistä palautetta ja sitä kautta kehityskohteita tulevalle vuodelle."

"Palautetta urheilijasta olisi hyvä saada edes kerran kasvatusten valmentajan ja huoltajan kanssa."

"Enemmän yhteistyötä omien valmentajien kanssa. Ennen ja jälkeen leiritysten."

"Oma valmentajan ja akatemian yhteistyötä lisää."

"Harjoituspäiväkirja pitäisi tarkistaa, mutta sitä ei käsittäkseni ole vielä tähän mennessä kertaakaan katsottu. En tiedä onko tuo tärkeää ja urheilija itseään varten tehdään. Urheilijasta vähän turhauttavaa, kun vaaditaan, mutta ei katsota."

"Mielestäni olisi erittäin tärkeää olla yhteinen tapaaminen urheilija+akatemiavalmentaja+vanhemmat, jossa käytäisiin läpi mm. jatko-opintomahdollisuuksia (hakuprosessit yms), henkilökohtaista kehittymistä."

"Palaute kotiin, olisihan se mukava kuulla miten siellä on pärjätty ja kehitytty."

"Kaikki vastaukseni "hatusta" ei vanhempana mitään käsitystä viikkojen kulusta, koska kysyttäessä nuorelta viikon jälkeen "ihan hyvin meni" leiritys varmasti erinomainen ja taitaa lukio olla Sotkamon lukio jatkossa tämän kolmen viikon kokemuksen jälkeen. Palautetta vanhemmille toivoisin leirityksen vetäjiltä että tietäisi miten nuorella on viikko mennyt!"

Muut kommentit

"Itseäni häiritsee todella paljon se asia että jatko on vain Sotkamon urheilulukio. Jos sinne ei pääse, ei ole mitään jatkumoa yläkoululeiritykselle. Tytär on pienessä seurassa jossa tällä hetkellä kaksi (!) ampumahiihtäjää, joten seuran puolesta ei mitään leirityksiä ole. Tämä on mielestäni todella iso puute. Innostus on kova, kehitystä on tapahtunut, mutta entä jatko? Mitä tapahtuu jos (ja kun) ei urheilulukioon pääse? Lajin harrastamista pitäisi edesauttaa kaikin tavoin varsinkin tässä iässä jotta harrastajat saadaan säilymään lajin parissa."

"Lapset sanoo monasti että ymmärtävät asian ,mutta eivät aina aivan kokonaan ymmärräkään.Eivätkä tohdi sanoa että en ymmärräkään ja sitten tapahtuu vahinko."

"Voisiko urheilijan kuormitusta seurata leirillä tarkemmin?"

"Eipä ole ollut valittamista. Lapsi on joka leirin jälkeen ollut tosi tyytyväinen."

"Kun nuoret tulevat kaukaa arvokkaalle leirille hyviin olosuhteisiin keskittyen leiriviikolla pääasiassa harjoitteluun, toivoisimme viikon kokonaisharjoittelumäärän olevan selkeästi suurempaa kuin arki-päivittäisharjoittelun. Nyt viikkoa ei hyödynnetty maksimaalisesti nuorten harjoittelussa."

"Leirijankohdat eri ryhmien kesken tasapuolisesti. Nyt voi olla ,että jollekin ryhmälle tulee esim. syksyllä ensimmäinen akatemian ns. lumileiri vasta joulukuun puolivälissä.Samoin viimeinen leiri olisi hyvä olla kaikilla kevätpuolella huhtikuussa."

"Nuoremme oli todella innostunut aina palattuaan leireiltä ja juttua riitti usealle päivälle. Saimme todella positiivisen kuvan valmennuksen, harjoituspaikkojen ja järjestelyjen puolesta"

"Valmentajan tulisi keskittyä leirin aikana nuorten/leiriohjelman vetämiseen, eikä omien treenien tekemiseen. Nuoret eivät ole samalla tasolla fyysisesti, jotta pystyisivät vetämään koko viikon treenit valmentajan OMASSA vauhdissa."

"Jussille ja Veskulle erityiskiitokset!"

"Koulun jälkeen tuli usein kiire ehtiä treeneihin, joten siirtymisiin enemmän aikaa."

Asiat, jotka vaikuttavat positiivisesti Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiaan hakemiseen

Vastaukset lajiteltuna ensimmäisen asian mukaan, joka vastauksessa mainittu

Olosuhteet & harjoitusolosuhteet

- Olosuhteet
- Olosuhteet
- Harjoitusolosuhteet
- Harjoitusolosuhteet
- Harjoitteluolosuhteet, valmennus
- Treenipaikat, hyvin organisoitu valmennus, koulun ja treenaamisen yhdistäminen.
- Hyvät harjoitteluolosuhteet ja valmennus.
- Harjoitteluympäristö tarjoaa erinomaiset puitteet urheilijan kehittymiselle, muiden motivoituneiden urheilijoiden kanssa harjoittelu sekä osaavat valmentajat.
- Olosuhteet, ajankäyttö
- Erinomaiset harjoittelumahdollisuudet
- Hyvät harjoitusmaastot ja mahdollisuudet!
- Erinomaiset harjoitteluolosuhteet, laadukas valmennus sekä koulun ja harjoittelun yhteensovittaminen
- Hyvät olosuhteet laji- ja lajinomaiseen harjoitteluun, asiantunteva ohjaus ja valmennus. Tuki myös urheilun ulkopuoliseen elämään (opiskelu, ravinto...).
- Hyvät olosuhteet läpi vuoden
- Loistavat harjoitteluolosuhteet/mahdollisuudet, pätevät valmentajat. Mahdollistavat huipulle pääsyn. Hyvää seuraa nuorelle, samanhenkisiä opiskelijoita.
- Harjoitusolosuhteet, ja valmennus
- harjoitus olosuhtee, urheilulukio
- Olosuhteet ja koulun ja harjoittelun yhteensovittaminen
- olosuhteet
- Loistava harjoitteluympäristö, josta on nyt muodostunut tuttu ja turvallinen ympäristö. Hyvä valmennus.
- Hyvät suorituspaikat, samanhenkinen porukka
- Hyvät treenausmahdollisuudet- ja kaverit, valmentajat, koulun ja harjoittelun yhdistämismahdollisuus
- Harjoitteluolosuhteet
- Hyvät mahdollisuudet pesäpallon harjoitteluun.
- Lajiharjoittelumahdollisuudet. Lapsella tulee olla vahva motivaatio.
- Monipuoliset harjoitteluolosuhteet, asuminen koulun yhteydessä, erinomaiset opettajat ainakin pesäpallossa, koulun ja lajin yhdistäminen, Vuokatin maine pesäpalliloilijoiden kasvattajana
- Monipuolinen harjoittelu ja harjoitteluolosuhteet. Hyvä valmennus
- Harjoittelupaikat, valmennus ja harjoittelumahdollisuus koulun ohella.
- Harjoittelu olosuhteet
- Lajin harrastusmahdolliseet.
- Lajikohtaiset harjoittelumahdollisuudet ja osallistujien yhteinen ilmapiiri
- Hyvät harjoittelumahdollisuudet. Paremmat lumiolosuhteet kuin Etelä-Suomessa. Lukio-opiskelun sujuva yhdistäminen urheilemiseen. Asuntola ja siellä valvoja. Tutuksi tulleet valmentajat.
- Harjoittelumahdollisuudet

Valmennus

- Valmennuksen laatu ja monipuolisuus
- Hyvät valmentajat Poika on osallistunut lumilautailun ja pesäpallon yläkoululeireihin ei pystynyt valikoimaan molempia lajeja kyselyssä.
- Erittäin osaava valmennus. Monipuolinen ympäristö.
- Pesä pallo tieto taito ja aikaisemmat kokemukset tutuilta
- Erinomainen lajituntemus ja -osaaminen pesäpallossa.
- Mahdollisuus täysipainotteiseen harjoitteluun hyvässä valmennuksessa
- Pesäpallon laadukas valmennus ja perehdyttäminen lajiin alusta pitäen
- Valmennusosaaminen
- Huippu hyvät valmentajat, Immo on ollut rakentava asiantuntija.
- Lajitietous, ympäristö, taitava valmennus,
- VALMENNUS JA OLOSUHTEET
- Suomen paras pesisvalmennus ja asiantuntijuus, Sotkamo on pesiksen mekka :)
- Lajin valmennus
- Hyvä valmennus, hyvät olosuhteet, kaverit, ilmapiiri
- Hyvä ohjaus ja valmennus , valkkujen sitoutuminen ja osaaminen on huippua
- Asiantuntemus, kehittyminen, lapsen viihtyminen
- Ammattitaitoinen lajivalmennus
- Valmennus
- Hyvä ja laadukas valmennus, erinomaiset harjoittelupaikat.
- Valmennuksen taso, urheilun ja opiskelun yhteensovittaminen.
- Hyvä valmennus, mahdollisuus keskittyä harjoitteluun, hyvää harjoitusseuraa, erinomaiset olosuhteet, koulun huomioiminen nuorten tärkeänä elämänosana.
- Valmennus, harjoittelu olosuhteet. Urheilun ja koulun kokonaisvaltainen yhdistäminen luontevasti
- Valmennuksen ja harjoituspaikkojen taso
- Valmennus ja olosuhteet.
- Uskon edelleen siihen, että siellä on ammattitaito valmentaa urheilija huipulle.
- Asiantunteva ja taidolla laadittu sisältö

Koulun ja urheilun yhdistyminen

- Koulun ja urheilun yhdistyminen
- urheilun ja opiskelun yhteensovittaminen on mahdollista
- Opiskelun ja harjoittelun yhdistäminen. Harjoitus mahdollisuudet hyvät.
- Lajipainotteinen koulunkäynti
- Urheilun ja opintojen yhteensovittaminen, lumitilanne
- Mahdollistaa runsaan harjoittelun opiskelun ohessa.
- Harjoittelun ja koulun yhteensovittaminen sekä harjoitteluolosuhteet
- Opiskelun ja urheilun yhdistäminen
- Hyvät mahdollisuudet yhdistää opiskelu ja urheilu, loistavista olosuhteista ja kannustavassa ilmapiirissä.
- mahdollisuus kehittyä omassa lajissa ja opiskella samalla
- mahdollisuus yhdistää koulu ja urheilu
- Koulu ja harrastus yhdistyy. Voi katsoa mihin asti omat rahkeet riittävät lajissa menettämättä mahdollisuutta koulutukseen.
- Mahdollistaa lajiharjoittelun ja opiskelun yhdistämisen loistavalla tavalla
- Koulunkäynnin ja valmennuksen yhteensovittaminen

- Koulun ja harjoittelun yhdistelmä
- Koulun ja harjoittelun yhdistäminen on sujunut.
- Opiskelu ja yhdessä harjoittelu
- Koulun ja tavoitteellisen urheilun yhdistäminen

Omaan lajiin keskittyminen

- Paneutuminen kyseiseen lajiin
- Keskittyminen omaa lajiin, opettajien ammattitaito; tulokset puhuvat puolestaan,
- Kasvaminen urheilijaksi
- Lajit
- Hyvä mahdollisuus kehittää itseä kohti urheilijan elämää
- Saa lajikohtaista valmennusta
- Mahdollistaa parhaiten urheilullisen kehittymisen. Antaa hyvän mahdollisuuden harjoitella itsenäistä elämää ja vastuun kantoa.
- Halu harrastaa tavoitteellisesti haluamaansa lajia.
- Kehitystä maastohiihtäjänä

Turvallinen ympäristö

- Turvallinen ja tuttu ympäristö sekä lajivalmennusosaaminen ja urheilijan kokonaisvaltainen tukeminen
- Hyvin organisoitu ja toteutettu kokonaisuus, asiantuntijuus. Lapsi on aina innoissaan ja haikeana pala-
tessaan. Urheilu ja koulu sujuu pulmitta.
- Nuoren itsenäistyminen turvallisessa ympäristössä, lajissa kehittyminen ja urheiluun keskittyminen
- Innostava ja kehittymistä tukeva ympäristö.

Muut kommentit

- Hyvä konsepti, jossa suorituspaikat, koulunkäynti, harjoitusmahdollisuudet ovat hyvät. Urheiluakatemi-
aan kokoontuu valtakunnallisesti kovatasoista porukkaa, joka antaa mahdollisuuden harjoitella hy-
vässä ryhmässä.
- Etäisyys kotipaikkakunnasta, hyvin hoidettu valmennus ja harjoitusolosuhteet
- Lapsen kommentit yläkoululeirityksen jälkeen ovat olleet pelkästään positiivisia. Koskien majoitusta, kou-
lua ja itse valmennusta. Useampaan kertaan itse aiemmin ko. paikoilla lomailleena oli jo etukäteen tie-
dossa se, että harjoittelupaikat ja mahdollisuudet ovat kunnossa. Nyt, leirityksen jälkeen, voi todeta
myös varsinaisen harjoittelun ja valmennuksen olevan erinomaisella tasolla. Mikä ei tietysti ole yllätys.
Nyt näyttää, että VRUA : n hakeminen voi tulla ajankohtaiseksi ja kaikki tähän asti kuultu / luettu tieto
tähän liittyen on ollut pelkästään positiivista.
- Urheiluakatemia toimii omalla paikkakunnalla, joten voi käydä kotoa pitäen.
- Paljon pesäpalloilijoita, hyvä valmennus, erittäin hyvät kokemukset yläkoululeirityksistä
- Urheilullisuus, kehittymismahdollisuudet urheilijana ja pesäpalloilijana, samanhenkinen opiskelupo-
rukka
- Asiantunteva, rento ja luotettava ilmapiiri lapselle.
- Mielenkiitaisuus ja koulumenestys
- Saa olla tekemisissä samaa lajia harrastavien kanssa, porukka hitsautuu yhteen. Näkee oman kehitty-
misen suhteessa muihin ja saa testitietoa oman tason kehittymisestä ammattimaisessa valmennuk-
sessa
- Monipuolinen harjoittelu, testaaminen, koulunkäynnin kunnioittaminen ja etenkin LUMI, jota kotikon-
nuilla ei ole tänäkään talvena ollut.
- Jos haluaa kehittyä urheilijana parhaimmalla mahdollisella tavalla

Ei osaa sanoa

- En osaa
sanoa
- Ei osaa tar-
kentaa

Asiat, jotka vaikuttavat negatiivisesti Vuokatti-Ruka Urheiluakatemiaan hakemiseen

Vastaukset ovat lajiteltu ensimmäisen asian mukaan, joka vastauksessa on ollut.

Etäisyys

- Ehkä eniten välimatka
- Ero perheestä, etäisyys kodin ja akatemian välillä, mahdollisuus auttaa ongelmissa on rajallinen
- Etäisyydet, kokonaisuorituksen hallinta, vapaa-ajan hallinta, koulunkäyntiin keskittyminen, avun saaminen koulunkäyntiin, viihteellä olo
- Etäisyys ja kotona toimii muu "huolto" helpommin.
- Etäisyys kodista ja asumisjärjestelyt. Sopeutuminen valmennusmääriin siten että fysiikka kestää. Tietyt ongelmat ryhmadynamiikassa.
- Etäisyys kotiin ja kilpailupaikkoihin kilpailukaudella.
- Etäisyys kotoa
- Etäisyys kotoa
- Etäisyys kotoa, itsenäiseen asumiseen liittyvät haasteet.
- Etäisyys kotoa, matkat ja koulumatkat Sotkamossa, lisääntyvät opiskelukustannukset
- etäisyys, kilpailukauden kulkemiset, akatemian ulkopuolinen harjoittelu ts omalla ajalla tehtävät harjoitukset.
- Etäisyys.
- Kaukana ja kustannukset
- Kaukana kodista.
- Kaukana kotioiloista!
- Kaukana kotipaikkakunnalta, jää nuoren omalle vastuulle menestyminen niin lajissa kuin koulutuksessa. Valvonta ja tsemppausmahdollisuus ei paras mahdollinen. Pahimmassa tapauksessa niin opiskelu kuin lajiharjoittelu menee perseelleen.
- Kaukana perheestä, elämän kokonaishallinta.
- Kodin ja opiskelupaikan pitkä välimatka, joka aiheuttaa ongelmia kilpailukaudella, varsinkin kun perheeseen kuuluu muitakin urheilijoita. Työssäkäyvien vanhempien rajallinen aika ja lajin välinehuolto ovat haastavia asioita.
- Maantieteellinen etäisyys: Pitkä matka Etelä-Suomesta.
- Matkustus
- Muutto Vuokattiin kauas perheestä ja omasta joukkueesta. Kalliimpi vaihtoehti kuin lähilukio.
- Pitkä etäisyys kotoa.
- Pitkä kotimatka.
- Pitkä matka
- pitkä matka
- Pitkä matka 612 km 8 h ruokailun kanssa. Lähin rautatieasema Tampere 130 km tai Hämeenlinna 100 km päässä.
- Pitkä matka matka
- pitkä matka on hidaste, mutta ei este.
- pitkä matka, rahanmeno
- Pitkä välimatka kotiin
- Pitkä välimatka kotiin Nokialle.
- Sijainti
- Sijainti, tarvitsisin enemmän tietoa mm. majoitusvaihtoehdoista

- Todella kaukana omalta asuinpaikkakunnalta
- Välimatka
- Välimatka. Tosin julkiset kulkuyhteydet ovat erinomaiset myös täältä länsirannikolta.
- Välimatkat, riittävä levon ja monipuolisen ravinnon saaminen harjoitusten lomassa. (somettaminen yötämyöten ja kebabilla käyminen)
- Matka kotipaikkakunnalta.

KUSTANNUKSET

- Asumisen kalleus
- Hinta voi vaikuttaa, vanhemmilta myös vaaditaan panostusta tukea nuorta akatemiajaksoille osallistumiselle ja asioiden järjestelyille
- Kaikilla halukkailla ei ole varaa osallistua, varsinkaan jos seura ei pysty tukemaa.
- Kustannukset
- Kustannukset
- Kustannukset
- KUSTANNUKSET
- Kustannukset, onko nuorella valmius huolehtimaan itsestään niin kouluasioista kuin koulun ulkopuolisista asioita, vastuu kaikesta on hänellä.
- Leirien korkeat kustannukset, pitkät rasittavat matkat, leiriviikkojen sovittaminen muihin harrastuksiin.
- Leiritykset ja kilpailumatkat rasittavat välillä aika rajusti lompakkoa.
- opiskelun hinta ja huonot kulkuyhteydet

ASUMINEN

- Asuminen
- Asumisjärjestelyt ehkä niistä tullut todella niukasti tietoa
- Internaattiasuminen voi johtaa myös opiskelumenestyksen laskuun tai opiskelumotivaation hiipumiseen, etenkin jos ei ole vielä henkisesti ja aseenteellisesti kypsä "irtoamaan kotilieden turvasta". Toisen asteen opiskelu luo pohjan valinnoille ammattiin / tutkintoon johtavaan koulutukseen, opiskelijan mahdollisuudet tukeen opintojen ohjaamisessa ja sujuvuudessa, jos sellaiseen olisi tarvetta? Kotona on kuitenkin tukiverkko, joka voi auttaa opinnoissa tai muissa ongelmatilanteissa ilman, että nuori tuntisi jäävänsä yksin ongelmiensa kanssa.
- Majoitusolosuhteet pieni kysymysmerkki

Pärjäkö lapsi yksin

- Huoli siitä, pärjäkö lapsi. Kun tulee epäonnistumisia, miten niitä käsitellään ja saako tukea tarpeeksi, jos tulee vaikeita aikoja
- Itsenäinen eläminen tuleeko keskittyä koulun käyntiin
- Juniorit ovat todella nuoria ja kokemattomia oman talouden hoidosta tuossa vaiheessa. Onko liian raskasta käydä koulua ja samanaikaisesti hoitaa kaikki muu? Mitä jos sairastut? Tuleeko koulu hoidettua vai mennäänkö sieltä mistä aita on matalin? Meneekö pelkäksi hengailuksi. Onko Sompalan asunnot asumiskevöllisiä (home). Täytettyäsi 18v mikäli et ole maajoukkueessa, putoatko täysin omillesi? Olisi hyvä jos vanhemmille joiden lapset ovat halukkaita toisen asteen koulutukseen olisi 9-luokan kevätkaudella, ennen yhteishakua tilaisuus valmentajien kanssa missä keskusteltaisiin näistä ja monista muista asioista. Nämä mietittävät.
- Kotoa pois muuttaminen murrosiässä, kustannukset
- Lapsen kypsyys muuttaa kauas perheestään. Taloudelliset seikat.
- Miten nuoren kokonaiskuormitus osataan katsoa kohdilleen, kilpailumatkojen järjestäminen sekä yksilöstä huolehtiminen.
- Nuorten liiallinen vapaus esim. viikonloppuisin ja siihen liittyvät negatiiviset asiat mm. alkoholin käyttö.

Muut kommentit

- -
- -
- -
- -
- -
- -
- -
- -
- -
- -
- -----
- ?
- ?
- ?
- Akatemiahan on aivan loistava. Hankalaksi tekee vain kulkuyhteydet etelä-pohjanmaalta. Mutta nekin järjesty, kun vähän järjestelee...
- Ei ole
- Ei ole
- ei ole kielteisiä asioita
- Ei ole kielteisiä asioita, vaan ehdottomasti hakeutumisen arvoinen paikka myös jatko-opiskeluihin
- Ei ole sellaisia.
- ei ole sellaista
- Ei ole semmoisia
- Ei ole tiedossa tällaisia asioita
- Ei osaa tarkentaa
- Ei tarpeeksi tietoa
- Ei tule mieleen kielteistä asiaa, mikä tähän vaikuttaisi.
- Eivät mitkään VRUA;n tulokset viime vuosina puhuvat puolestaan. SM mitskuja eri sarjoissa, tulevia huippuja nyt MM nuorten tasolla
- En keksi muuta kuin välimatka lapseen.
- En osaa sanoa
- En osaa sanoa
- En osaa sanoa
- En osaa sanoa
- en osaa sanoa
- en tiedä
- jos ei ole muita koulu mahdollisuuksia kun lukio
- Kahden lajin harrastaminen
- Koulujärjestelyt . Lapseni oma koulu tekee paljon sähköisesti ja Tenetissä se ei aina ollut mahdollista. Meidän paikkakunnalla kouluissa on ilmainen WiFi ja esim kännyköitä saa käyttää opiskeluun. Lapseni ei kokenut tutustuneensa Tenetissä koulun oppilaisiin vaikka onkin extrovertti ja sosiaalinen .
- Mahdollisesti urheilun olemassaolo mielessä/ympäristössä 24/7.
- Pienet ryhmät eli voi olla vaikea päästä urheilulukioon.
- Meillä ei ole sellaisia asioita.

- Mielestäni kaikki leiritykset pitäisi olla kouluaikoina, ei kesälomalla!
- musiikkiopintojen vähäisyys lukiossa tai niiden opiskelua ei ole mahdl jatkaa kuten ylakoulussa yhdistäen pääpaino sekä musiikkiin ja urheiluun
- niitä ei ole
- Niitäpä ei tässä kohtas ole ilmaantunut.
- None
- Oma poika miettii sitä miten