

Johanna Paalanen ja Miia Pukkinen

**Hevosalan imago Etelä-Pohjanmaalla**

Opinnäytetyö

Kevät 2011

Seinäjoen ammattikorkeakoulu, maa- ja metsätalouden yksikkö, Ilmajoki

AMK agrologi



SEINÄJOEN AMMATTIKORKEAKOULU

## Opinnäytetyön tiivistelmä

Koulutusyksikkö: Maa- ja metsätalouden yksikkö, Ilmajoki

Koulutusohjelma: Maaseutuelinkeinojen koulutusohjelma

Suuntautumisvaihtoehto: Maatalouden tuotantotalous ja kotieläintuotanto

Tekijät: Johanna Paalanen ja Miia Pukkinen

Työn nimi: Hevosalan imago Etelä-Pohjanmaalla

Ohjaaja: Virpi Norja

Vuosi: 2011

Sivumäärä:

Liitteiden lukumäärä: 3

---

Tämän opinnäytetyön aihe on Hevosalan imago Etelä-Pohjanmaalla. Aiheen saimme HeKo-hankkeelta (Etelä-Pohjanmaan hevosalan koulutushanke). Tavoitteena oli selvittää hevosalan imagoa Etelä-Pohjanmaalla. Aihetta ei ole käsitelty näin laajasti ja pelkästään siihen keskittyen aiemmin.

Selvitystä varten teetettiin kolme kyselytutkimusta ja suoritettiin neljä teemahaastattelua. Kyselyjen kohderyhminä olivat hevosalan yrittäjät, hevosharrastajat sekä ei-harrastajat eli ihmiset, jotka eivät harrasta hevosia. Internetissä teetettyihin kyselyihin saatiin viikossa vastauksia yli 850 kappaletta. Haastateltavat olivat ammattivalmentaja, täyshoitotalliyrittäjä, eläinlääkäri ja poniravikoulun työntekijöitä. Haastattelut tehtiin sen vuoksi, että työhön saatiin lisää laajuutta.

Kyselyistä saatujen tulosten perusteella voidaan todeta, että hevosalan imago pidetään yleisesti melko hyvänä. Kuitenkin avoimissa vaihtoehtoissa nousi esille joitain hevosalaan liittyviä epäkohtia jokaisessa kyselyssä. Jotta hevosalan imago säilyisi hyvänä myös jatkossa, tulisi näihin epäkohtiin kiinnittää huomiota.

Avainsanat: hevonen, hevosala, imago

SEINÄJOKI UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

## **Thesis abstract**

Faculty: Ilmajoki school of Agriculture and Forestry

Degree programme: Agricultural and Rural Enterprises

Specialisation: Agricultural production economics and farm management, animal husbandry

Authors: Johanna Paalanen ja Miia Pukkinen

Title of thesis: The image of the equine industry in Southern Ostrobothnia

Supervisor: Virpi Norja

Year: 2011

Number of pages:

Number of appendices: 3

---

The subject of the thesis is the image of the equine industry in Southern Ostrobothnia. The theme came from the HeKo-project (The education project of Southern Ostrobothnia's equine industry). There hasn't been any comprehensive research focusing on this subject before.

Three questionnaires and four interviews were used to collect data for the research. The target groups of the inquiries were 1) entrepreneurs in the equine industry, 2) people whose hobbies include horses and 3) people who do not conduct activities with horses. The questionnaires were published on the Internet and over 850 replies were received in one week. The interviewees were a professional horse trainer, an entrepreneur of a full boarded stable, a veterinarian and employees from a ponies' trotting school. The interviews were carried out to acquire more comprehensive answers for the research.

Based on the inquiries the image of the equine industry could be considered as being quite good. But still there were some deficiencies that came up in the open questions. In order to maintain a good image also in the future attention must be paid to these deficiencies.

Keywords: horse, equine industry, image

## Sisältö

Opinnäytetyön tiivistelmä.....	1
Thesis abstract.....	2
Sisältö .....	3
Kuvio- ja taulukkoluetelo.....	5
1 JOHDANTO .....	6
2 IMAGO.....	7
2.1 Mielikuvan muodostuminen.....	8
2.2 Hevosalan yrityksen imago .....	9
2.3 Markkinointi.....	11
3 HEVOSALA LUKUINA .....	12
4 HEVOSALAN IMAGO LEHTIARTIKKELEISSA.....	14
4.1 Hevosurheilu: laulaja ja ongelmahevosten kouluttaja Kari Vepsä .....	14
4.2 Hevosurheilu: ravivalmentaja Toni Nieminen .....	14
4.3 Hevosurheilu: ratsastuskouluyrittäjä Simo Leppänen.....	15
5 HAASTATTELUT .....	16
5.1 Ravivalmentaja Kari Lehtonen .....	16
5.2 Seinäjoen poniravikoulu .....	18
5.3 Kauppilan talli.....	20
5.4 Eläinlääkäri Katariina Kangas .....	21
6 KYSELYT .....	23
7 TULOKSET .....	25
7.1 Ei-harrastajat.....	25
7.2 Hevosharrastajat .....	32
7.3 Hevosalan yrittäjät.....	37
8 JOHTOPÄÄTÖKSET .....	44
8.1 Ei-harrastajat.....	44
8.2 Harrastajat .....	47
8.3 Hevosalan yrittäjät.....	49
8.4 Opinnäytetyön eteneminen .....	52

9 POHDINTA .....	53
LÄHTEET .....	55
LIITTEET .....	56

## Kuvio- ja taulukkoluetelo

Kuvio 1. Mielikuvan syveneminen tasoittain (Rope 2000, 181). .....	8
Kuvio 2. Hevoskannan kehitys Suomessa 1910–2009. (Hevosjalostusliitot, 2011).12	
Kuvio 3. Ei-harrastajien ikä- ja sukupuolijakaumat.....	26
Kuvio 4. Ei-harrastajien mielikuvat hevosista verrattuna kokemukseen hevosharrastuksesta.....	27
Kuvio 5. Ei-harrastajien mielikuvat raviurheilusta verrattuna kokemukseen hevosharrastuksesta.....	28
Kuvio 6. Ei-harrastajien mielikuvat ratsastuksesta verrattuna kokemukseen hevosharrastuksesta.....	29
Kuvio 7. Ei-harrastajien arvio talliympäristön siisteyden vaikutuksesta hevosalan imagoon asteikolla 1-5.....	30
Kuvio 8. Ei-harrastajien mielikuvat kuvakysymyksestä. ....	31
Kuvio 9. Harrastajien arvio tallin selkeiden sääntöjen tai toimintaohjeiden vaikutuksesta hevosalan imagoon asteikolla 1-5 verrattuna mielipiteeseen kirjallisen hoitosopimuksen tärkeydestä.....	33
Kuvio 10. Harrastajien arvio tallin ja tallipihan siisteyden vaikutuksesta hevosalan imagoon asteikolla 1-5 verrattuna hevosen omistamiseen. ....	34
Kuvio 11. Harrastajien mielipide tallin valintaan vaikuttavista asioista. ....	35
Kuvio 12. Harrastajien mielipide imagoon vaikuttavista tekijöistä. ....	36
Kuvio 13. Harrastajien mielikuvat kuvakysymyksestä. ....	36
Kuvio 14. Hevosalan yrittäjien ikä- ja sukupuolijakauma.....	37
Kuvio 15. Hevosyrittäjien toimialajakauma sukupuolittain.....	38
Kuvio 16. Hevosalan yrittäjien toimialajakauma ja koulutus.....	39
Kuvio 17. Hevosyrittäjien arvio tallin selkeiden sääntöjen tai toimintaohjeiden vaikutuksesta hevosalan imagoon asteikolla 1-5 verrattuna mielipiteeseen kirjallisen hoitosopimuksen tärkeydestä.....	40
Kuvio 18. Hevosyrittäjien mielipide hyvään imagoon vaikuttavista asioista. ....	41
Kuvio 19. Hevosyrittäjien mielipide asiakkaiden tallin valintaan vaikuttavista asioista.....	42
Kuvio 20. Hevosyrittäjien mielikuvat kuvakysymyksestä.....	43

## 1 JOHDANTO

Hevoset ovat muodostuneet entisajan työhevosista kohti harrastuseläimiä ja osaksi yritystoimintaa. Hevosharrastuksen suosio on ollut nousujohteinen jo pitkään. Tämä on aikaansaanut sen, että hevosten ja tallien lukumäärä on jälleen lisääntymään päin. Hevoset näkyvät vahvasti maisemakuvassa.

Aiheen opinnäytetyöllemme saimme HeKo-hankkeelta (Etelä-Pohjanmaan hevosalan koulutushanke). Hevosalan imago on puhuttanut paljon viime vuosina. Mediaan nousee esille tapauksia, joissa hevosia on kohdeltu kaltoin. Tämä on saanut hevosihmiset miettimään, millainen mielikuva ihmisillä on yleisesti hevosista. Nykyisin voi myös edelleen törmätä ajatusmalliin, että hevosten kanssa toiminen on niin sanotusti heppailua eli ei vakavasti otettavaa liiketoimintaa tai harrastusta.

Tässä työssä selvitämme, millainen mielikuva ihmisillä on hevosista. Kartoitamme erilaisia suhtautumisia hevosiin. Tutkimme asiaa eri kohderyhmien avulla saadaksemme selville, millainen hevosalan imago on ja mitkä tekijät siihen vaikuttavat.

Päätimme toteuttaa työn pääpainotteisesti kyselyinä ja tehdä haastatteluita niiden tueksi. Kyselyitä teetettiin kolme. Ensimmäinen oli ei-harrastajille eli ihmisille, jotka eivät harrasta hevosia. Sillä haluttiin selvittää, miten imago voidaan parantaa yleisesti. Toinen kysely oli hevosharrastajille ja kolmas hevosalan yrittäjille. Näillä haluttiin tutkia näkemyseroja asiakkaiden ja yrittäjien kesken. Lopullisena tavoitteena oli selvittää kohderyhmien suurimmat mielipide-erot. Erojen avulla pystytään puolestaan kiinnittämään yhä enemmän huomiota hevosalan imagoon vaikuttaviin asioihin.

Haastatteluilla saimme työhön ammattimaista näkökulmaa ja syvyyttä. Haastatelimme erilaisia hevosalan edustajia. Lisäksi teimme pienen lehtikatsauksen artikkeleista, jotka osaltaan käsittelivät hevosalan imagoa ja siihen vaikuttavia tekijöitä.

## 2 IMAGO

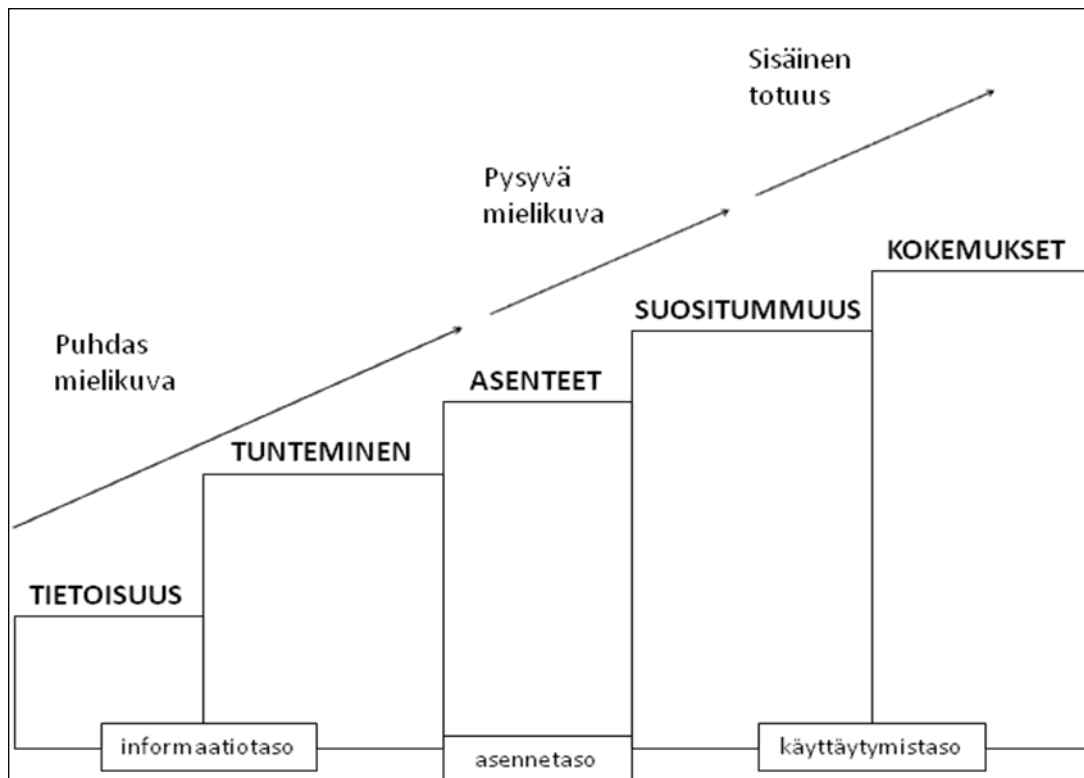
*”Niinpä sisilialaisen nobelkirjailijan Luigi Piradellon ilmaisu ”niin on, jos siltä näyttää” kiteyttää imagon ytimen oivallisesti.”* (Rope 2000, 176).

*Imago ja mielikuva* tarkoittavat sisällöllisesti samaa. Henkilön mieleen rakentuu tietynlainen kuva jostain asiasta. Imago on subjektiivinen eli henkilökohtainen käsite, joka saa ihmiset näkemään asiat eri tavoin. Imago koostuu tietojen, kokemusten, tuntemusten, asenteiden ja uskomusten pohjalta. Henkilöllä ei ole välttämättä todellista kytkentää aiheeseen, mutta hänellä on siitä tietynlainen mielikuva. Positiivisen mielikuvan eli illuusion luominen on tärkeää, jotta ihmiset saadaan kiinnostumaan aiheesta. Siksi yritysmaailmassa menestykseen vaikuttaa se, miltä yritys näyttää asiakkaan silmin. On näytettävä kilpailijaan verrattuna paremmalta ja haluttavammalta. (Rope 2000, 175–176.)

Yrittäjä pystyy tietoisesti rakentamaan yritykselleen imagon painottamalla haluamiansa asioita, kuten alkuperämaata. Tätä rakentamistyötä kutsutaan *mielikuvamarkkinoinniksi*, jonka tavoitteena on luoda haluttu mielikuva eri kohderyhmille. (Rope 2000, 176–177.)



## 2.1 Mielikuvan muodostuminen



Kuvio 1. Mielikuvan syveneminen tasoittain (Rope 2000, 181.)

Kuviossa 1 esitetään mielikuvan muodostumisen ja syvenemisen prosessi. Ensin asiakas tietää yrityksen tai tuotteen vain nimeltä (tietoisuus). Tutustuttuaan yritykseen tai tuotteeseen tarkemmin asiakas syventää käsitystään (tunteminen). Tässä vaiheessa henkilöllä on yrityksestä vasta puhdas mielikuva, joka ei ole vielä muodostunut positiiviseksi tai negatiiviseksi. Asennetasolla henkilölle alkaa muodostua arvolutautuneita ajatuksia yrityksestä (asenteet). (Rope 2000, 181–182).

Mielikuva vaihtuu puhtaasta mielikuvasta pysyväksi mielikuvaksi asennetason jälkeen. Vaihe on yrittäjän kannalta tärkeä, koska asenteiden muuttaminen on vaikeaa. Jos yrittäjä pystyy luomaan asiakkaalle positiivisia asenteita yritystään kohtaan, tuntee asiakas yrityksen muita paremmaksi (suositummuus). Myönteisyys voi perustua toiminnallisiin tekijöihin tai mielikuviin, esimerkiksi hintaan, laatuun tai nykyaikaisuuteen. (Rope 2000, 182.)

Kokemusvaiheessa asiakas testaa mielikuviansa pitävyyttä (kokemukset). Jos yritys osoittautuu luotettavaksi ja markkinoinnista saatu käsitys pitää käytännössä, vahvistuu henkilön mielikuva ennestään. Pysyvä mielikuva muuttuu sisäiseksi totuudeksi. Asiakassuhde syvenee entisestään, mikäli ulkoinen viestintä ja sisäinen toiminta ovat yhteensopivia. (Rope 2000, 182.)

## **2.2 Hevosalan yrityksen imago**

Hevosyrittäjällä on suuri vastuu yrityksensä ulkoisen kuvan luomisessa uudelle asiakkaalle. Yrittäjän on mietittävä, millaisen imagon hän haluaa yritykselleen rakentaa. Ensivaikutelman on oltava positiivinen, sillä sen perusteella asiakkaalle muodostuu mielikuva koko yrityksestä. Myös henkilökunnan on kiinnitettävä huomiota asialliseen käytökseen, aikatauluihin, pukeutumiseen ja tiedottamiseen. Lunnastetut lupaukset ja hyvä markkinointi vaikuttavat kannattavaan liiketoimintaan. (Karlström, Kivinen & Ropo 2005.)

Hevosyrityksen mielikuvaan vaikuttavat Karlströmin, Kivisen ja Ropon mukaan:

<p>Talliolosuhteet ja ympäristö</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• hevoset, jotka viihtyvät työs- sään ja ovat hyväkuntoisia</li> <li>• tarhat, laitumet, aidat, lantalat</li> <li>• yleinen siisteys</li> <li>• maneesi, kenttä, pukuhuoneet ja muut sosiaaliset tilat</li> <li>• paikoitusalueet</li> <li>• opasteet, asiakkaiden ohjeis- tus, viitoitus</li> <li>• hevosten kuljetuskalusto</li> </ul>	<p>Yrittäjä, henkilökunta, vapaaeh- toiset</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• siisti pukeutuminen</li> <li>• yhtenäiset työasut, nimilaput</li> <li>• freesi yleisilme ja reipas käytös</li> <li>• ammattitaitoiset valmentajat, opettajat, henkilökunta</li> <li>• käytöstavat, ystävällisyys</li> <li>• ”ei tupakkaa, purukumia, kiroi- lua”</li> </ul>
---	---

<p>Viestintä</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mainosten ulkoasut</li> <li>• internetsivujen layout</li> <li>• henkilökunnan asut</li> <li>• kirjekuoret, käyntikortit, laskut, esitteet</li> <li>• muu materiaali ja näkyminen</li> </ul>	<p>Asiakaspalvelu, vastaanottaminen</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• esittely puhelimessa</li> <li>• tervehtiminen, silmiin katsomi- nen, kättely tavatessa</li> <li>• palvelun turvallisuus, lupausten lunastaminen</li> <li>• palveluvalikoima</li> </ul>
---	---

### 2.3 Markkinointi

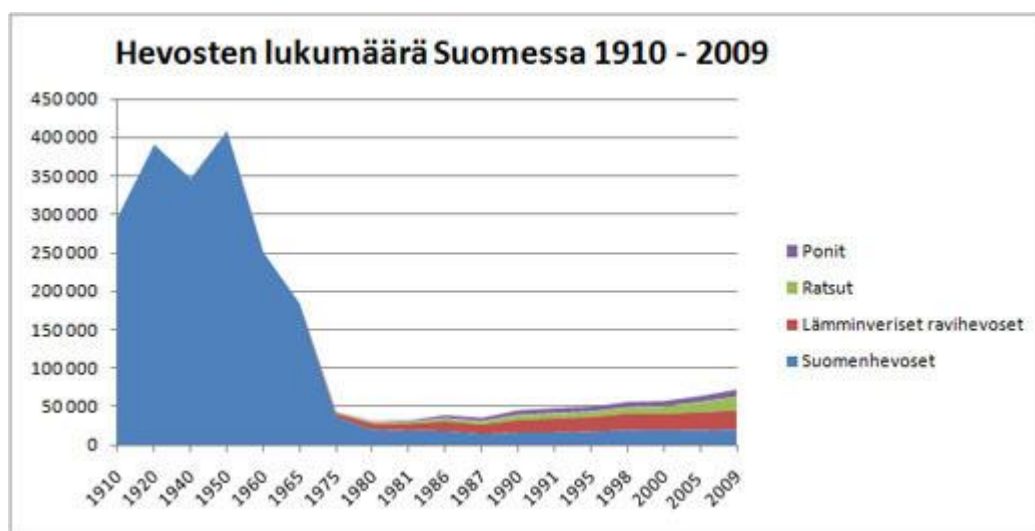
*”Hyviä hevospalveluja tuotetaan asiakkaille, ei oman harrastuksen rahoittamiseksi.”* (Karlström, Kivinen & Ropo 2005).

Hevosyrittäjän on tiedostettava, millaisia asiakkaita hän yritykselleen haluaa eli millaisille kohderyhmille markkinointia luodaan. Esimerkiksi hevosmatkailuyrittäjä markkinoi palvelujaan turisteille. Säännöllisellä markkinoinnilla tavoitetaan paremmin asiakkaat kuin satunnaisella ilmoittelulla. Pitkäjaksoinen markkinointi luo myös imagoa ja lisää yrityksen tunnettavuutta. (Karlström, Kivinen & Ropo 2005.)

Asiakkaiden erilaisuus ja erilaiset tarpeet on huomioitava, jotta palvelu olisi mahdollisimman hyvää. Vaikka yrityksellä olisikin juuri nyt tyytyväisiä asiakkaita, on muistettava, että näin täytyisi olla myös jatkossa. Yrittäjän on kehitettävä tuotetaan ja oltava tietoinen siitä, mitä asiakkaat haluavat. Yritys voi myös erikoistua tietyille osa-alueelle toimintansa tehostamiseksi. Tällöin kohderyhmätkin ovat selkeämpiä, esimerkiksi varsojen opettamiseen erikoistunut yrittäjä voi tarjota palvelujaan hevoskasvattajille ja varsojen omistajille. (Karlström, Kivinen & Ropo 2005.)

### 3 HEVOSALA LUKUINA

Vuoden 2010 lopussa hevosia oli Suomessa yhteensä noin 75 000 (kuvio 2.). Eniten hevosia on Etelä- ja Länsi-Suomessa. Hevostalleja on noin 16 000 eli jo vuonna 2006 hevostalleja oli enemmän kuin lypsykarjatiljoja. (Suomalaisen hevosalan katsaus 2010, 4.) Vuonna 2007 hevosenomistajia oli arviolta 35 000. (Hippolis 2011).



Kuvio 2. Hevoskannan kehitys Suomessa 1910–2009. (Hevosjalostusliitot, 2011.)

Etelä-Pohjanmaan hevosjalostusliiton arvion mukaan Etelä-Pohjanmaalla on 5200 – 5800 hevosta, joista arviolta 2400 on suomenhevosia, 2300 lämminverisiä, 650 ratsuja ja 500 poneja. Talleja alueella on noin 800. Tarkkoja lukumääriä on vaikea antaa, koska Hippoksen rekisterissä on edelleen hevosia, joita ei ole ilmoitettu poistetuiksi. (Etelä-Pohjanmaan hevosjalostusliitto 5.4.2011.)

Ratsastusta harrastaa vuosittain noin 144 000 ihmistä. Vuonna 2010 Suomen ratsastajainliittoon kuului 48 410 harrastajaa, joista Green Card -jäseniä oli 5167. (Suomen ratsastajain liitto ry., 2011.) Ratsastus on yksi harvinaisista lajeista, jonka suosio on edelleen kasvussa. Sen suosio on noussut jo vuodesta 1994. (Suomalaisen hevosalan katsaus 2010, 4.) Harrastusmuotona ratsastus on lisännyt suosiotaan lasten ja nuorten keskuudessa (Suomen liikunta ja urheilu, 2011). Lisäksi raviurheilu on toiseksi eniten katsojia keräävä urheilulaji. Raveissa käy vuosittain

noin 800 000 katsojaa, mutta aktiivisia raviurheilun harrastajia on arviolta noin 50 000. (Suomalaisen hevosalan katsaus 2010, 4.)

Hippoksen (2010) mukaan Suomessa on noin 15 000 hevostallia, joista 25 % on hevosalan yrityksiä ja loput 75 % sijaitsevat maatilojen yhteydessä. Hevosala työllistää 15 000 ihmistä koko- tai osa-aikaisesti. (Suomen Hippos Ry, 2009.) Hevosien rehujen tuotantoon kuluu 75 000–150 000 hehtaaria peltopinta-alaa, joka on noin 3,5–6,5 % peltopinta-alasta (Suomalaisen hevosalan katsaus 2010, 8).

Kilpailevia ravihevosia on Suomessa noin 9 100 ja kansallisella tasolla kilpailevia ratsuja 6 900. Ravihevosten harrastevalmentajia on Suomessa 7 000 ja ammatti- valmentajia 170. Ratsastuspuolella harrastajia on noin 135 000 ja ratsastusseuroja 400. Suomen ratsastajainliiton hyväksymiä ratsastuskouluja ja -talleja on Suomessa 260 (Suomen Hippos Ry, 2009).

## **4 HEVOSALAN IMAGO LEHTIARTIKKELEISSA**

Hevosalan imago puhuttaa aika ajoin myös alan lehdissä. Poimimme muutaman artikkelin, joissa haastateltavat pohtivat hevosalan imagoon ja markkinointiin liittyviä tekijöitä. Jokainen lehden haastateltava liittyy eri tavoin hevosurheiluun.

### **4.1 Hevosurheilu: laulaja ja ongelmahevosten kouluttaja Kari Vepsä**

Laulaja Kari Vepsä on harrastanut ratsastusta parikymmentä vuotta. Hänellä on kokemusta myös ongelmahevosten koulutuksesta. Vepsän mukaan koulutuksissa tulee usein kysymyksiä arkipäiväisistä asioista hevosten kanssa. Vepsän mukaan hevonen kiinnostaa ihmisiä, mutta sitä voidaan myös pelätä. Ihminen voi kuitenkin päästä pelostaan, jos oppii olemaan hevosen johtaja (Ticklen 2011, 11).

Ongelmien taustalla voi olla kiire ja vääränlainen hevonen. Vepsä arvioi, ettei nuori tai kokematon ratsastaja ja nuori hevonen ole toimiva yhdistelmä. Hänen mukaansa tarvitaan päteviä valmentajia, jotka pystyvät kouluttamaan hevoset niin hyvin, että omistajat voivat edetä turvallisesti valmennuksiin (Ticklen 2011, 11).

Vepsä ihmettelee, ettei Suomessa vaadita koulutusta ennen hevosenostoa tai käsittelyä. Hänen mukaansa jopa 80–90 prosentilta hevosharrastajilta puuttuu hevosiin liittyvä koulutus tai kurssi. Vepsän arvion mukaan tämä aiheuttaa tilanteen, jossa monet henkilöt saattavat itsensä hengenvaaraan tietämättään (Ticklen 2011, 11).

### **4.2 Hevosurheilu: ravivalmentaja Toni Nieminen**

Entinen mäkihyppääjä, nykyinen ravivalmentaja Toni Nieminen pohtii Hevosurheilussa raviurheilun markkinointia. Niemisen mukaan positiivinen medianäkyvyys on lisääntynyt Suomessa. Hän kohdistaisi mainonnan entistä painavammin elämyksiin ja sosiaaliseen kanssakäymiseen ystävien kanssa. Nieminen kehottaa, että pelikertoimien sijaan mainoksissa voidaan markkinoida erinomaisia ravintola- ja

muita palveluja raviradoilla. Hän toivoo, että raveissa ensi kertaa käyneille saataisiin aikaan hauska ilta ja he tulisivat positiivisen ensivaikutelman jälkeen uudelleen (Mäenpää 2010, 4–5).

### **4.3 Hevosurheilu: ratsastuskouluyrittäjä Simo Leppänen**

Keravalainen ratsastuskouluyrittäjä Simo Leppänen on huomionut, että ratsastusharrastajien määrä on lisääntynyt. Hän epäilee kuitenkin, nouseeko ratsastuksen urheilullinen taso samassa suhteessa. Leppänen uskoo, että yhä enemmän ostetaan tavallisia hevosia, ”puskaratsuja”, oman tallin täytteeksi kuin pyritään urheilemaan lajin parissa (Ticklen 2010, 11).

Leppänen peräänkuuluttaa myös lajiliiton tapaa luoda ratsastukselle imagoa. Sponsoreita esimerkiksi maneesin rakentamiselle kaupunkiin on vaikea saada, sillä ratsastusta ei helposti mielletä yhtälailla urheiluksi kuin jääkiekkoa tai muita vastaavia. Ennemmin sen ajatellaan olevan vain ”heppailua”. Lajiliiton täytyisi Leppäsen mukaan sitoutua urheiluvalmennuksen tarjoamiseen. Leppänen myöntää, että ratsastus on kallis urheilulaji. Huipulle päästäkseen on nähtävä vaivaa ja käytävä kansainvälisissä kisoissa (Ticklen 2010,11).



## 5 HAASTATTELUT

Halusimme saada työhömmä hevosalan ammattilaisten näkökulmaa. Haastatelimme viittä henkilöä, joista kaikki ovat hieman eri tavoin hevosalan työllistämiä. Pyrimme saamaan erilaisia näkökulmia haastattelemalla sekä ravi- että ratsupuolen edustajia. Haastattelut perustuivat kyselyiden kysymyksiin, jotka löytyvät liitteenä työn lopusta.

### 5.1 Ravivalmentaja Kari Lehtonen

Kari Lehtonen on raviurheilun ammattilainen Kurikasta. Hänen liiketoimintansa jakautuu puoliksi maanviljelyyn ja puoliksi hevostalouteen. Hevostoimintaan sisältyy kaksi varsapihattoa, siitostoimintaa, keinosiemennystä ja pääsääntöisesti hevosten ravivalmennusta. Hevosia tilalla on noin 40 kappaletta (kuva 1.). Näistä pihatoissa on 10 + 8 ja ajossa noin 20 kappaletta. Hänen lisäksi töitä tilalla tekevät vaimo ja työharjoittelija.



Kuva 1. Kari Lehtosen tilalla Kurikassa hevosia on noin 40 kappaletta. (Pukkinen 2011).

Ajatus hevosyrittämisestä tuli Lehtoselle jo nuorena. Kyseessä on ennemminkin elämäntapa kuin työ. Perustaa ammattimaiselle toiminnalle hän haki Kaustisen raviopistosta, jossa hän suoritti hevostalouden koulutuksen. Koulun jälkeen Lehtonen on työskennellyt pääpainotteisesti hevosten parissa, mutta on ollut myös hetken vieraalla töissä.

Kysymykseen ”Voiko hevosilla elää?” Kari Lehtonen vastaa naurahtaen, että on itse tehnyt alalla töitä vuosia. Hänen mukaansa alalla pärjää koko ajan paremmin, mutta omalle työlle ei kannata laskea tuntipalkkaa, sillä se jää pitkien päivien myötä mitättömäksi. Lehtonen uskoo, että myös muut ihmiset arvostavat hevostaloutta entistä enemmän. Enää ei ajatella, että hevosia ajellaan huvikseen, vaan että se on oikeaa työtä ja liiketoimintaa. Kun pitää järjen mukana hevosyrittämisessä, voi sillä pärjätä ja elää.

Uusien asiakkaiden huomion herättää Lehtosen mukaan hevosten hyvä hoito, Internet-sivut ja tietenkin menestys kilparadoilla. Yhtenäiset työasut olisivat imagollisesti hyvännäköiset, ja Ruotsissa niitä käytetäänkin paljon yleisemmin. Työasuilla on myös markkinallinen merkitys.

Hevosalan imagon Lehtonen katsoo kulkevan kohti parempaa. Imagoon vaikuttavat hänen mielestään muun muassa se, miltä toiminta näyttää ulospäin, siistit varusteet ja muiden ihmisten huomiointi esimerkiksi ajettaessa hevosilla yleisillä teillä. Hän muistuttaa, että myös muiden ihmisten tekemiin vääryyksiin, kuten huonoon hevosten pitoon, tulisi puuttua. Hän uskoo, että hevosalan koulutuksesta, jopa pakollisena ennen hevosen hankintaa, olisi paljon apua, sillä tällöin hevosia opittaisiin käsittelemään paremmin.

## 5.2 Seinäjoen poniravikoulu

Seinäjoen poniravikoulu on osa Etelä-Pohjanmaan Hevosjalostusliitto ry:n ja Seinäjoen raviradan nuorisotoimintaa. Se toimii Seinäjoen raviradan yhteydessä ja on avannut toimintansa helmikuussa 2006. Poniravikoulun tavoitteena on ylläpitää harrastuksen iloa. Se toimii leasing-poneilla, eli valikoidut yksilöt ovat ylläpitokustannuksiaan vastaan koululla opetuskäytössä (kuva 2.). Poniravikoulu järjestää kursseja eritasoisille harrastajille aivan pienistä lapsista vanhempiin nuoriin. Tutkimuksessa on haastateltu poniravikoulun työntekijää Minna Yli-Toralaa sekä Heli Myllykoskea.



Kuva 2. Teppo-poni on Seinäjoen poniravikoulun luottohenkilökuntaa. (Pukkinen 2011).

Poniravikoulun toimintaa markkinoidaan Yli-Toralan ja Myllykosken mukaan muun muassa Internet-sivuilla sekä mainoksilla kauppojen ja koulujen seinillä. Parasta mainosta on kuitenkin osallistuminen poneilla keikkaluonteisesti erilaisiin tapahtu-

miin, kuten tarjoamalla kärryajelua. Tapahtumissa on myös mahdollisuus vaikuttaa positiivisesti imagoon. Naisten suunnitelmissa on järjestää hevospäivä jollain koululla, jossa voitaisiin esitellä monimuotoista ja upeaa hevosharrastusta. Ponit esittelisivät esimerkiksi kilpavarusteissa raviurheilua ja montéa eli raviratsastusta.

Poniravikoulun asiakkaat ovat Yli-Toralan ja Myllykosken mukaan pitkälti vakioväkeä, jonka mukana saadaan myös uusia harrastajia. Myös monet hevosharrastajat tuovat lapsiaan oppimaan poniravikoululle. Poniravikoululla ei ole vielä yhtenäisiä työasuja, mutta ne ovat suunnitteilla. Yli-Toralan ja Myllykosken arvion mukaan työasuilla olisi merkittävä imagollinen merkitys ja ne olisi hyvä olla.

Haastattelussa kysyttiin myös, voiko hevosilla elää. Yli-Toralan ja Myllykosken arvio kallistui heikon pärjäämisen puolelle. Ainakin menestykseen vaaditaan hieman onnea, kovaa työtä ja hyvää ammattitaitoa.

Haastateltavat uskoivat hevosalan imagon parantuneen vuosien saatossa. Myös alan mainetta on saatu parannettua, varsinkin urheilun osalta. Julkisuuteen nousevat eläinräkkäystapaukset heikentävät koko alan imagon tasoa. Positiivisesti imagoon vaikuttavat heidän mielestään oma käytös ja omien tilojen pitäminen siistinä. Hevosten tulisi olla hyväkuntoisia. Kisapaikoilla varusteiden kunnon tulisi aina olla asiallinen eli ei missään nimessä mitään paalinaruvirityksiä. Talliympäristön tulisi olla siisti ja hevosten pito asiallista. Lisäksi Yli-Torala ja Myllykoski kiinnittäisivät huomiota turvallisuuteen ja vakuutuksiin. Ne ovatkin poniravikoululla tärkeitä seikkoja, kun toimitaan lasten kanssa.

### 5.3 Kauppilan talli

Kauppilan talli on Kurikassa sijaitseva täyshoitotalli ja hevostarvikemyymälä. Hevosia tallissa on noin 30 kappaletta, ja niistä suurin osa on yksityishevosia eli asiakkaiden omistuksessa olevia. Tallin toiminnasta vastaa Sirpa Kauppila. Kauppilalla ei ole koulutusta hevosalalle, mutta hänen miehellään on maatalousalan koulutus, joten hän huolehtii hevosten ruokinnasta. Kauppilan innostus hevosiin on peräisin nuorena alkaneesta hevosharrastuksesta, jota on takana jo 30 vuotta. Oma yritys on ollut noin 15 vuotta.

Kauppilan mielestä hevosilla voi elää jotenkin, mutta oma työpanos vaikuttaa siihen suuresti. Kaikki, mitä suinkin pystyy, on tehtävä itse. Kauppilassa ei olekaan käytössä ulkopuolista työvoimaa. Vain lomituspalveluja käytetään, mutta myös lomittajan täytyy olla tuttu ja luotettava. Uusien asiakkaiden hankinnassa puskaradio on Kauppilan mielestä tehokkain, sillä vanhat asiakkaat tuovat mukanaan uusia mukanaan.

Hevosalan imagossa on Kauppilan mukaan parantamisen varaa. Hänen mukaansa imagoon vaikuttavat etenkin oma käytös ja toisten ihmisten huomioonottaminen, jotka ovat hänen talillaan ensiarvoisen tärkeitä arvoja. Myös tallin siisteys on oltava kohdillaan (kuva 3.). Jokamiehen oikeuksia täytyy käyttää hevosten kanssa harkiten. On esimerkiksi mietittävä, onko oikein ratsastaa yksityisillä teillä tai vieraiden pihojen läpi, Kauppila kiteyttää ajatuksensa.

Yhtenäisillä työasuilla ja hevosalan koulutuksella Kauppila ei katso olevan suurta merkitystä hevosyrityksessä. Toki työasut toimivat hänen mielestään joillakin talleilla. Koulutusta tärkeämpänä asiana Kauppila pitää kokemusta. Vielä parempi olisi, jos työkokemusta olisi kertynyt erilaisista paikoista.



Kuva 3. Kauppilan talli on sisältä siisti. (Pukkinen 2011).

#### 5.4 Eläinlääkäri Katariina Kangas

Vuonna 2009 eläinlääkäriksi valmistunut Kangas on harrastanut ratsastusta 7-vuotiaasta eli noin 30 vuotta. Tällä hetkellä Kankaalla ei ole omistuksessa hevosta, mutta oman hevosen hankkiminen on ajankohtaista. Ratsuihin mieltynyt Kangas on hankkinut kokemusta ravihevosista työskentelemällä kesän Pekka Korven ravi-tallilla.

Hevosalan imagoa Kangas kuvaa tällä hetkellä hyväksi, imago on kokoajan paranemaan päin. Yksi syy imagon paranemiseen voi olla aikuisharrastajien lisääntyminen. Sitä kautta myös harrastukseen ollaan valmiimpia uhraamaan enemmän rahaa. Tämä vaikuttaa Kankaan mielestä hevosten hoidon laadun paranemiseen, kun yrittäjät saavat tekemälleen työlleen parempaa palkkaa. Samalla vaikutus näkyy myös hevosten laadussa. Imagoon vaikuttavia tekijöitä ovat Kankaan mielestä

lehtihaastattelut, markkinointi ja siisti yleisilme talleilla sekä uusien harrastajien ohjaaminen harrastuksen pariin ja talleille, joissa hevosten hoito on ammattimaisesti. Harrastajilla tulisi olla myönteinen asenne omaa harrastustaan kohtaan.

Kankaan mielestä yhtenäisillä työasuilla ei ole merkitystä. Hevosalan koulutuksen merkitys puolestaan on tärkeä, koska hevosenomistajien ja yrittäjien tulisi ymmärtää hevosta, kuten sitä, mitä se syö tai mitä se elääkseen vaatii. Koulutuksen puuttuessa olisi Kankaan mukaan oltava vähintäänkin runsas kokemus tai oppisopimus.

Kankaan mielestä talleilla tulee olla ammattitaitoinen henkilökunta, laadukas hevostenhoito sekä hyvät ja siistit puitteet. Kaksi tekijää ylitse muiden ovat Kankaan mielestä hevosten ammattimainen hoito sekä tallin sijainti, koska eläinlääkärinä toimivan Kankaan vapaa-aika jää usein vähäiseksi. Täyshoitotallit miellyttävät eniten, mutta kaiken lähtökohtana tulee aina olla hevosten hyvä hoito. Tietoa eri talleistä Kangas etsii Internetistä sekä tuttavilta.

Kangas arvioi hevostenomistajien hoitotaidot hyvin vaihteleviksi. Joillekin harrastajille kertyy liikaa hevosia, jolloin niiden hoidon laatu kärsii, kun taas toisaalta yksittäisillä harrastajilla on tietotaidoissa puutteita. Työkseen hevosia hoitavilla ihmisillä on yleensä hyvä peruskäsitys hevosten hoidosta. Kuitenkin Kangas on sitä mieltä, että parantamisen varaa hevosten hoidossa yleisesti on. Valitettavan moni jättää hevosen hoitamatta kustannussyistä, jolloin sairaita hevosia saatetaan pitää hengissä, koska niiden hoitoon tai lopettamiseen ei ole rahaa. Osa omistajista ottaa eläinlääkəriin yhteyttä liian myöhään, kun taas jotkut hoitavat olemattomiakin vaivoja. Yleisesti Kangas näkee, että omistajilla on liian suuri kynnys kysyä eläinlääkärin mielipidettä ja hakea sitä kautta ohjeistusta hevosen hoitamiseen.

## 6 KYSELYT

Tutkimusmenetelmät jaetaan kahteen ryhmään: kvalitatiiviseen ja kvantitatiiviseen tutkimukseen. Kyselyissämme käytettiin molempia menetelmiä. Kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta käytetään, kun pyritään selvittämään henkilöiden asenteita, motiiveja ja käyttäytymistä. Tavoitteena on ymmärtää henkilön mielikuvia tutkittavaa asiaa kohtaan. Myös syvä- ja teemahaastattelut kuuluvat kvalitatiivisen tutkimuksen piiriin. (Lahtinen & Isoviita 1998, 114–115.) Kvantitatiiviselle tutkimukselle on ominaista tutkimuksessa käytettävät lomakkeet, joissa on valmiit vastausvaihtoehdot sekä suuret otokset. (Rope 2000, 423).

Kyselyt on toteutettu Webropol-ohjelmalla. Kyselytutkimus on suoritettu lähettämällä linkit sähköisiin kyselyihin kaikille Seinäjoen ammattikorkeakoulun opiskelijoille, Etelä-Pohjanmaan kuntien kunnanjohtajille ja vapaa-ajan toiminnanjohtajille sekä HeKo-hankkeelta saatuihin sähköpostilistoihin. Kyselyt on lähetetty maaliskuussa 2011 ja vastausaikaa niihin annettiin yksi viikko. Kyselyt palautettiin nimettöminä.

Tavoitteenamme oli tehdä kyselylomakkeista selkeitä ja nopeasti täytettäviä, sillä uskoimme tämän vaikuttavan merkittävästi vastaamisinnokkuuteen. Vastauksia saimmekin yhteensä 864 kappaletta ja ne jakautuivat seuraavasti: kysely hevosalan imagosta 559 kpl ("ei-harrastajat"), kysely hevosalan imagosta hevosalan yrittäjille 34 kpl, kysely hevosalan imagosta hevosharrastajille 271 kpl.

Vastauksia täytyi karsia joka ryhmästä, sillä kaikkia vastaamisohjeita ei ollut noudatettu. Eniten karsintaa aiheuttivat kysymykset, joissa täytyi valita vain kaksi tai kolme vaihtoehtoa. Lisäksi jouduimme poistamaan vastauksia esimerkiksi hevosharrastajien kyselystä. Esimerkiksi kysymykseen "Kauanko olit harrastanut ennen ensimmäisen hevosen hankintaa?" osa vastanneista ei noudattanut ohjetta vastata kysymykseen vuosilla, vaan ilmaisivat harrastuneisuutensa pitkällä selostuksella. Jotkut ymmärsivät puolestaan kysymyksen väärin. Myös asiattomat kommentit karsittiin.



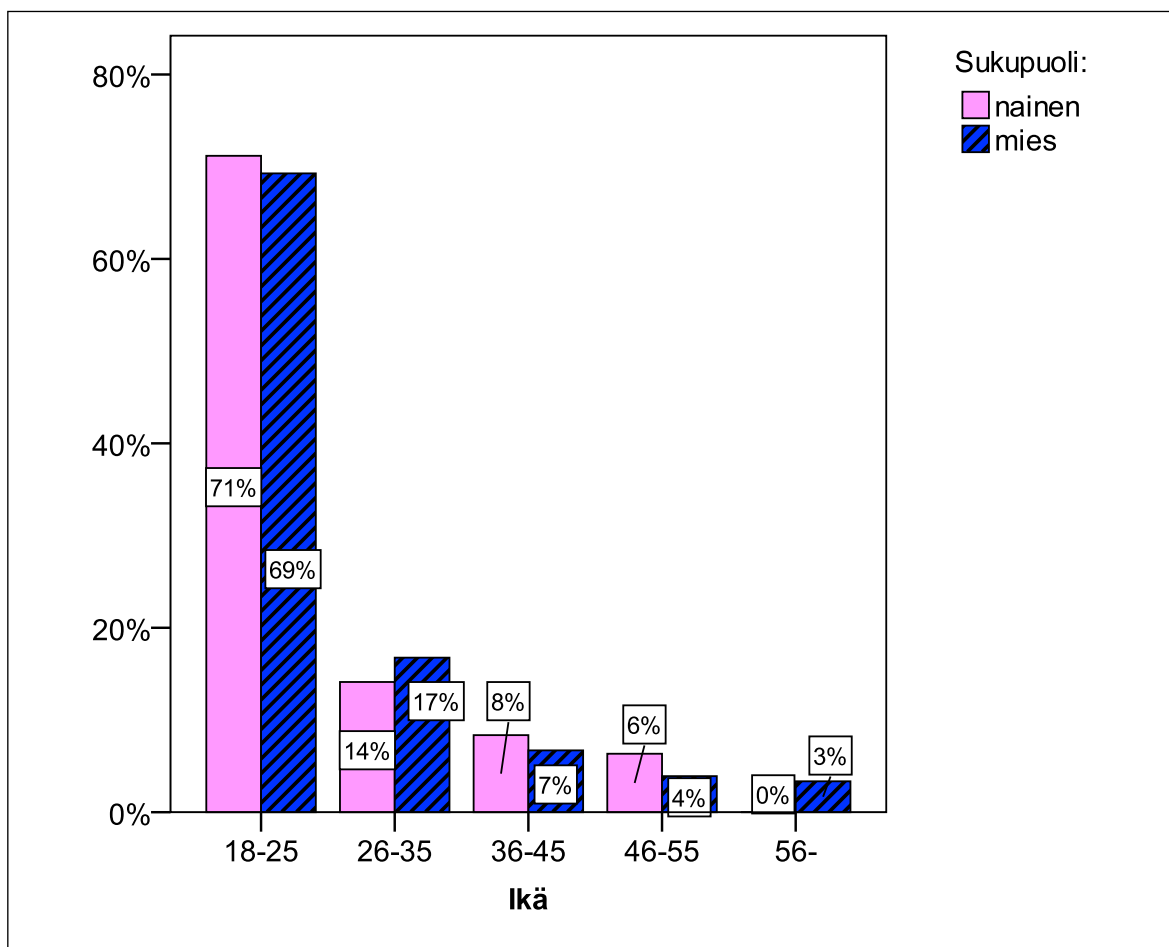
Karsimisen jälkeen vastauksia jäi jäljelle: ei-harrastajat 526 kpl (-33), hevosyrittäjät 22 kpl (-12), hevosharrastajat 196 kpl (-75). Tulokset analysoitiin SPSS Statistics- ja Excel-ohjelmilla. Avoimet kysymykset kävimme ensin manuaalisesti läpi, minkä jälkeen pystyimme hyödyntämään edellä mainittuja ohjelmia.

## 7 TULOKSET

Työtä varten teetettiin kolme erilaista kyselyä eri kohderyhmille: ei-harrastajat, hevosharrastajat ja hevosyrittäjät. Ei-harrastajien kyselyyn vastasivat hevosia harrastamattomat henkilöt. Hevosharrastajien kyselyyn haimme vastaajiksi hevosharrastajia ja hevosyrittäjien kyselyyn yrittäjiä. Tässä luvussa käydään läpi kyselyiden tulokset. Kyselyt ovat työn lopusta liitteenä.

### 7.1 Ei-harrastajat

Ei-harrastajien vastaajista 66 % on naisia ja 34 % miehiä (Kuvio 3.). Molempien sukupuolien vastaajia on eniten ikäluokasta 18–25 vuotta: naisista 71 % ja miehistä 69 %. Ikäluokassa 26–35 vuotta on 14 % naisista ja 17 % miehistä. Ikäluokassa 36–45 on kahdeksan prosenttia nais- ja seitsemän prosenttia miesvastaajista. Ikäryhmästä 46–55 löytyy 6 % naisista ja 4 % miehistä. Naisvastaajia ei ole enää 56-vuotiaissa tai vanhemmissa, mutta miehiä edustaa 3 %. Opiskelijoita oli vastaajista yli 80 %, mikä johtuu varmasti siitä, että lähetimme kyselyt kaikille Seinäjoen ammattikorkeakoulun opiskelijoille.

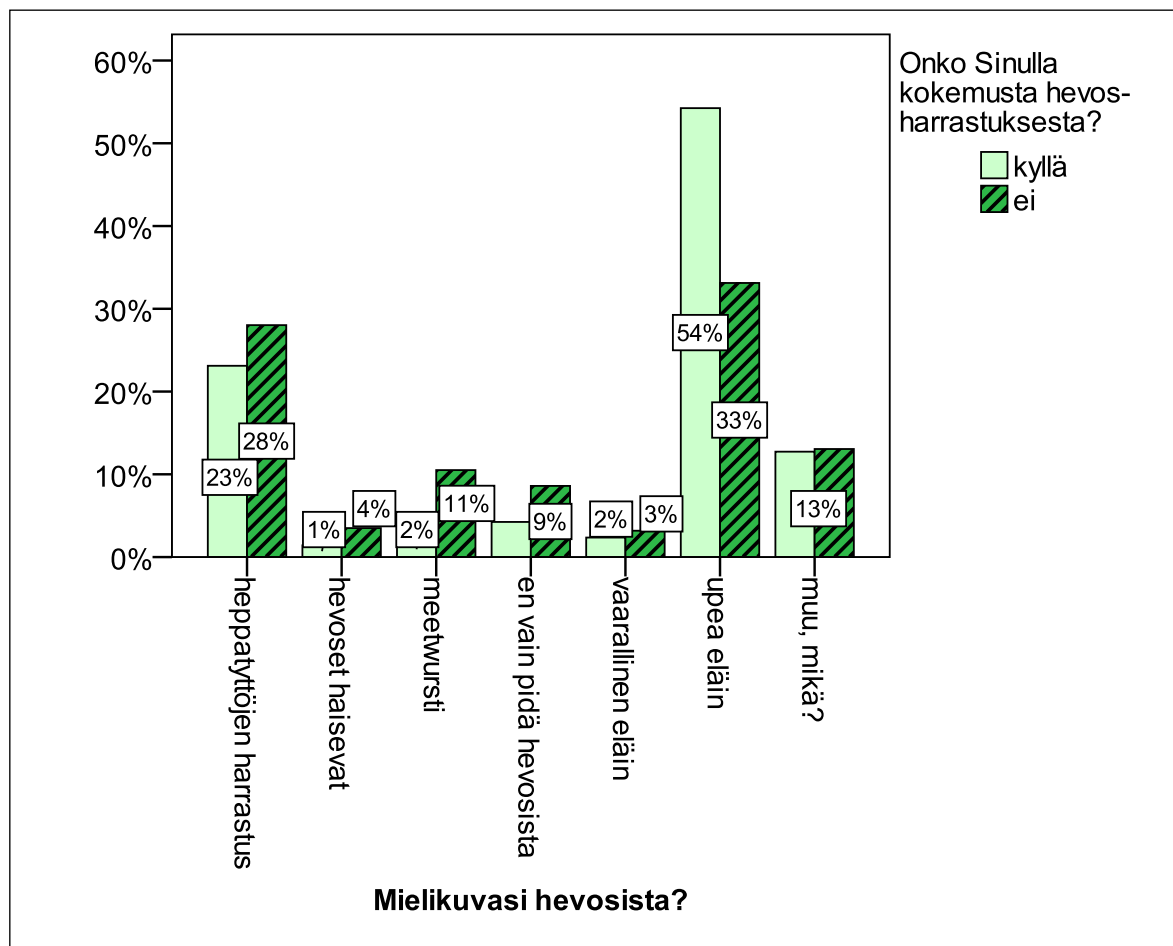


Kuvio 3. Ei-harrastajien ikä- ja sukupuolijakaumat.

Yksi kysymys ei-harrastajille oli, onko heillä kokemusta hevosharrastuksesta. Kokemusta on 40 prosentilla vastaajista. Tämän pohjalta tutkittiin vastaajien mielikuvaa hevosista (kuvio 4.). Yli puolet (54 %) kokemusta omaavista henkilöistä vastasi hevosten olevan upeita eläimiä. Seuraavaksi eniten vastauksia saivat vaihtoehdot ”heppatyttöjen harrastus” (23 %) ja ”muu, mikä?” (13 %).

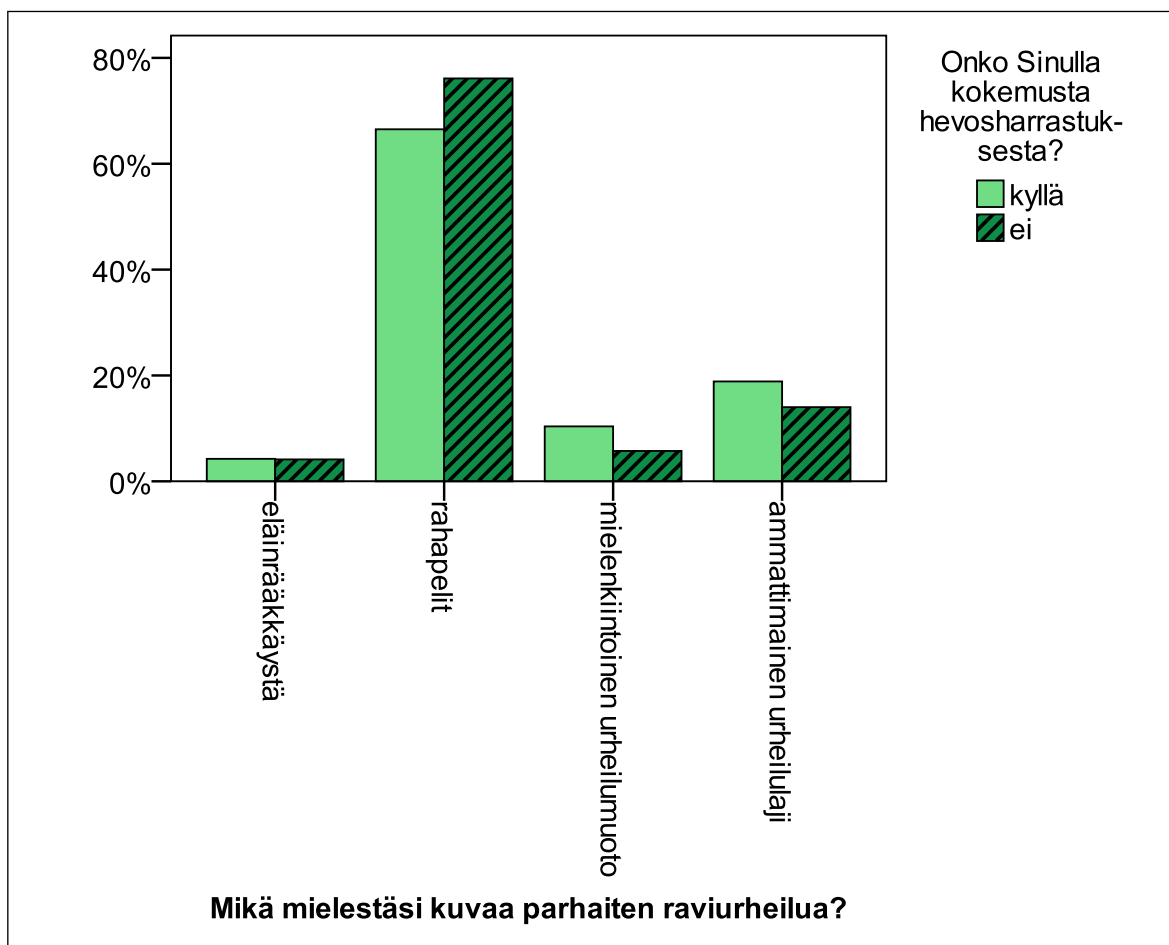
Kokemattomien vastaajien vastaukset jakautuivat hieman tasaisemmin vaihtoehtojen välillä. Myös he vastasivat eniten hevosten olevan upeita eläimiä (33 %). Kokemattomista 28 prosentille mielikuva hevosista oli ”heppatyttöjen harrastus”. Seuraavaksi eniten vastattiin avoimeen vaihtoehtoon ”muu mikä?” (13 %). Meetvurstimielikuvaan vastasi 11 % ja ”en vain pidä hevosista” yhdeksän prosenttia vastaajista.

Avoimessa vaihtoehdossa ”muu mikä” sekä kokemattomat että kokeneet nostivat esiin mielikuvia kallis, perinteinen ja hyvä harrastus, terapeuttinen eläin, elämäntapa ja paljon aikaa vievä. Osa vastaajista piti hevosia lemmikkinä ja toiset työhevosina.



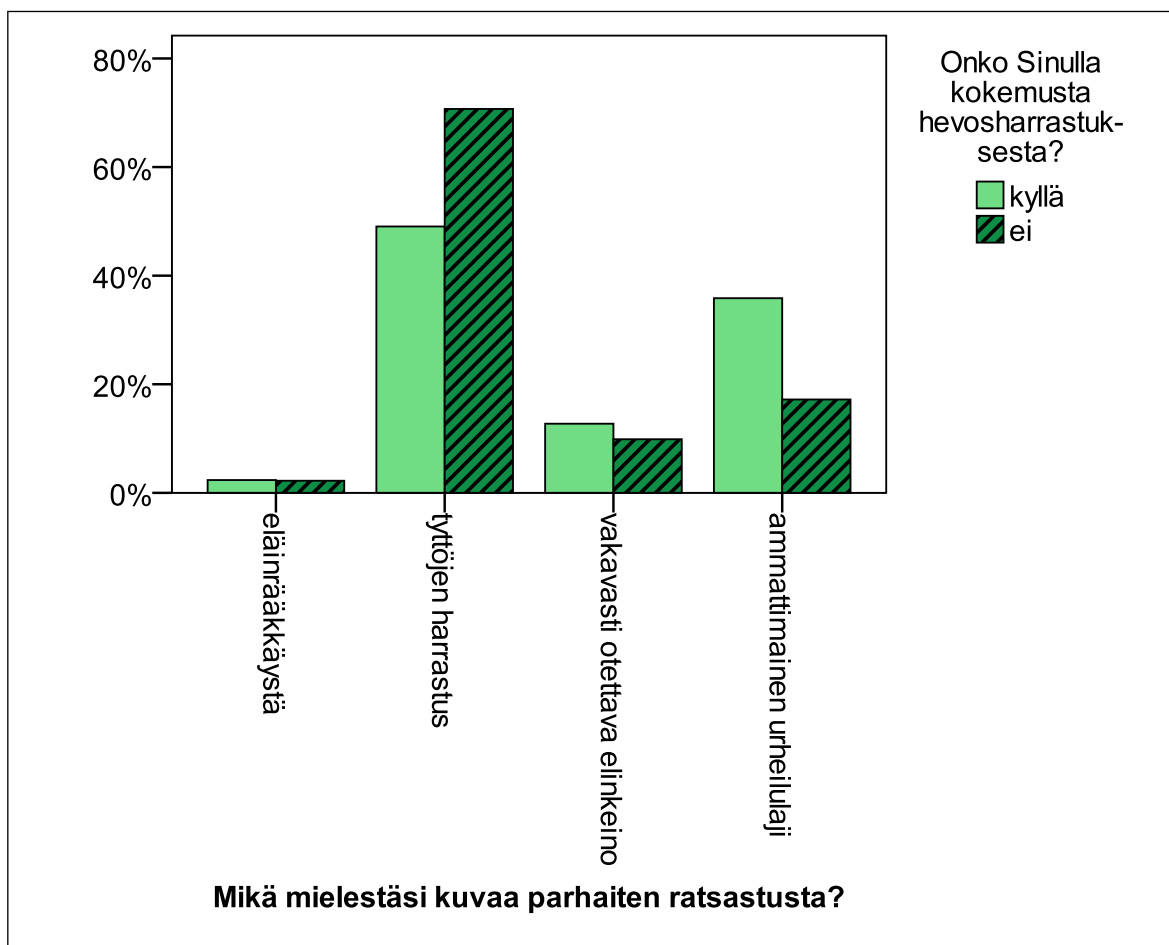
Kuvio 4. Ei-harrastajien mielikuvat hevosista verrattuna kokemukseen hevosharrastuksesta.

Työssä halutaan verrata kokeneiden ja kokemattomien hevosharrastajien mielikuvaa raviurheilusta ja ratsastuksesta (kuvio 5.). Ryhmien välillä ei ole merkittävää eroa raviurheilun kohdalla. Ylivoimaisesti eniten vastauksia (70 %) sai vaihtoehto rahapelit. Toiseksi eniten raviurheilu miellettiin ammattimaiseksi urheilulajiksi (16 %). Mielenkiintoisen urheilulajin kannalla oli 8 % ja eläinrääkkäyksen osuus vastauksista oli 4 %.



Kuvio 5. Ei-harrastajien mielikuvat raviurheilusta verrattuna kokemukseen hevosharrastuksesta.

Mielikuva ratsastuksesta poikkesi kokeneiden ja kokemattomien hevosharrastajien kesken raviurheilua selkeämmin (kuvio 6.). Noin 70 % kokemattomista hevosharrastajista vastasi ratsastusta parhaiten kuvaavaksi tekijäksi ”tyttöjen harrastuksen”. Puolet hevosharrastusta kokeilleistakin vastaajista oli tämän vaihtoehdon kannalla. Lähes 40 % kokeneista ja 20 % kokemattomista mielsi ratsastuksen ammattimaiseksi urheilulajiksi. Noin 10 % molempien ryhmien edustajista arvioi ratsastuksen vakavasti otettavaksi elinkeinoksi ja muutama prosentti eläinrääkkäykseksi.

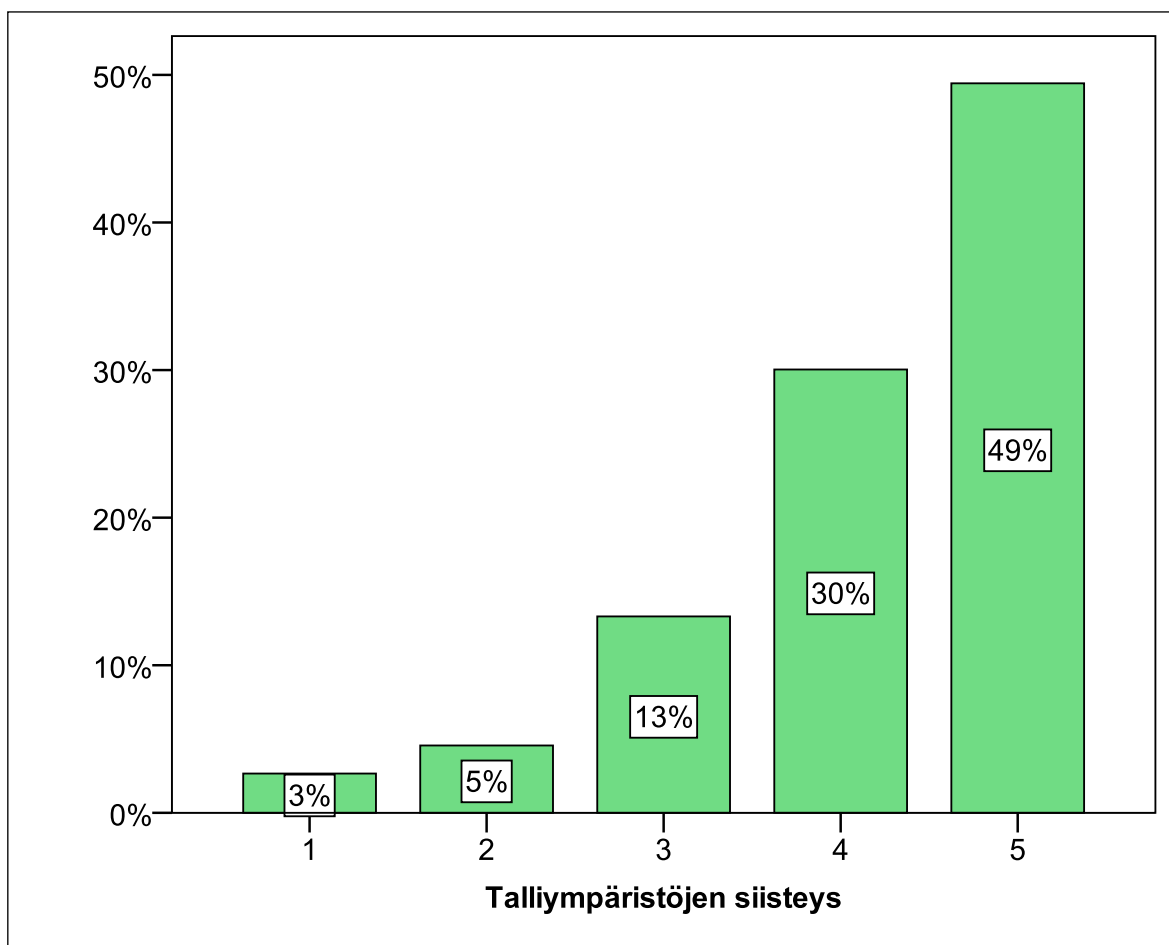


Kuvio 6. Ei-harrastajien mielikuvat ratsastuksesta verrattuna kokemukseen hevosharrastuksesta.

Ei-harrastajat arvioivat eri kysymyksiä hevosalan imagon kannalta asteikolla 1-5 (1 = ei merkittävä, 5 = erittäin merkittävä). Hevostallien merkitys Etelä-Pohjanmaan maisemakuvassa oli suuremmalle osalle vastaajista merkittävää kuin merkityksentöntä. Yhteensä lähes 40 % vastaajista valitsivat luokat 4 ja 5. Luokan 3 valitsi 35 % vastaajista. Ratsastusterapiaa kuntoutusmuotona arvostivat yli puolet vastaajista. Ei merkitystä tai vähäistä merkitystä sillä uskoi olevan 20 % ja jonkin verran merkitystä 26 % vastaajista. Seuraavaksi kysyimme koulutuksen merkitystä hevosalla työskentelevälle ei-harrastajien näkökulmasta. Vaihtoehdot 3, 4 ja 5 saivat 84 % vastauksista.

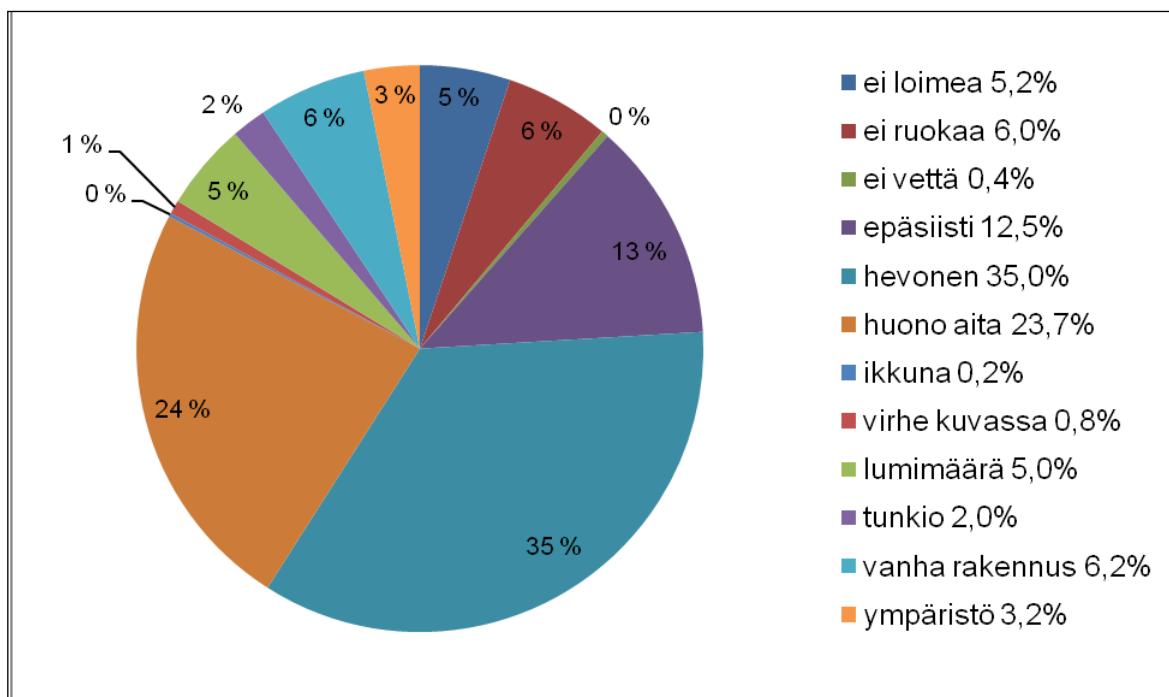
Kysyimme, miten talliympäristön siisteys vaikuttaa vastaajien mielestä hevosalan imagoon asteikolla 1-5 (1 = ei merkitystä, 5 = erittäin merkittävä). Lähes puolet vastasi siisteysden olevan erittäin merkittävää (kuvio 7.). Luokan 4 valitsi 30 % ja

luokan 3 13 % vastaajista. Vähemmän merkittävänä (luokat 1 ja 2) talliympäristön siisteyden koki 8 % vastanneista.



Kuvio 7. Ei-harrastajien arvio talliympäristön siisteyden vaikutuksesta hevosalan imagoon asteikolla 1–5.

Kyselyssämme oli kuva hevosesta talvella tarhassa, jossa on hieman aitaa rikki ja takana näkyy tunkio (kuva 4.). Kysyimme, mihin vastaajat kiinnittävät kuvassa eniten huomiota. Hevoseen kiinnitti huomiota 35 %, huonoon aitaan 24 % ja epäsiistiin ympäristöön 13 % vastaajista. Hevosien loimettomuuteen reagoi 5 %, ruuattomuuteen 6 %, ympäristön lumimäärään 5 % ja taustalla olevaan vanhaan rakennukseen 6 % vastaajista. Jonkun verran huomioitiin vielä yleisesti ympäristöä, taustalla näkyvää tunkiota ja sitä, ettei hevosella ole vesiastiaa kuvassa, sekä rakennuksen ikkunaa.



Kuvio 8. Ei-harrastajien mielikuvat kuvakäsityksestä.



Kuva 4. Ei-harrastajien kyselyssä käytetty lavastettu kuva (Pukkinen 2011).

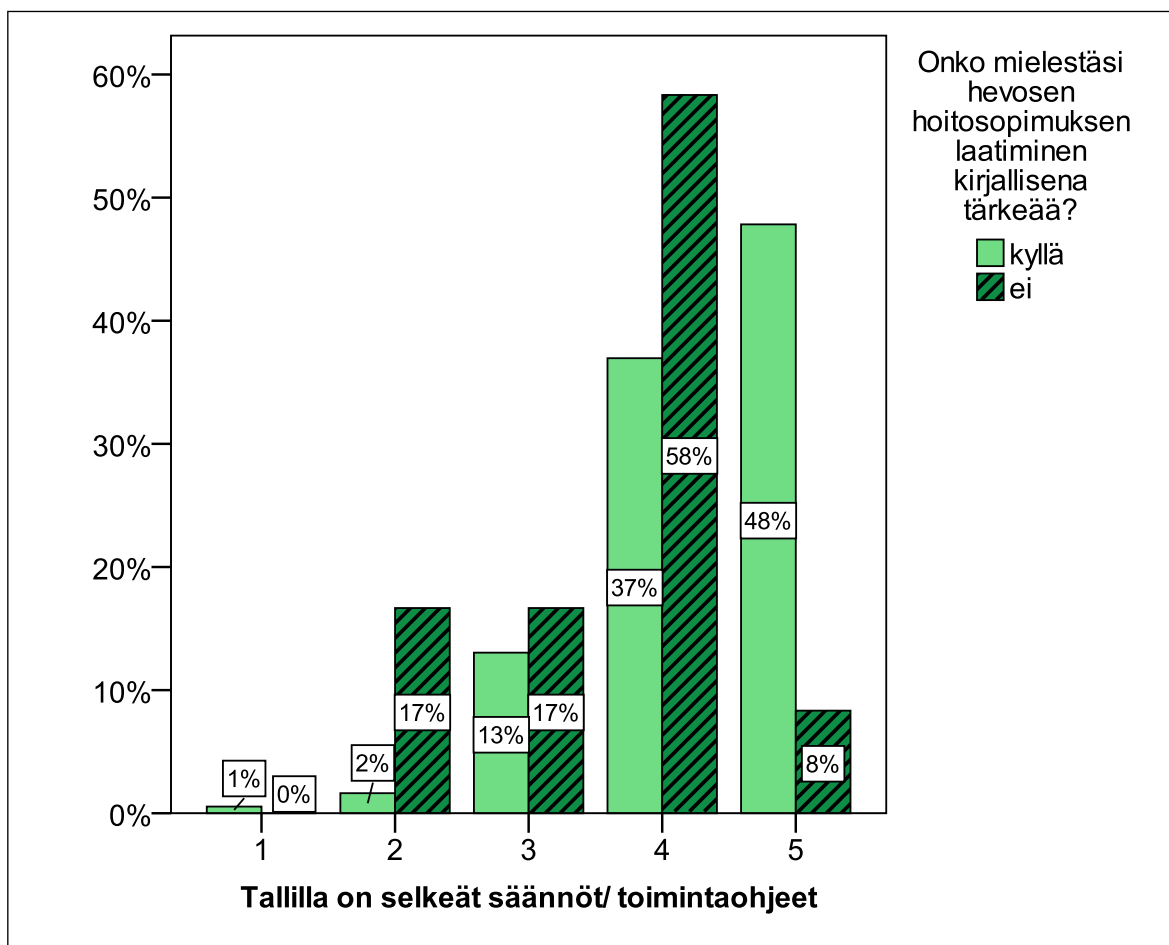


## 7.2 Hevosharrastajat

Hevosharrastajien kyselyyn vastaajista 50 % olivat iältään 18–25 vuotiaita, mikä on seurausta siitä, että kysely lähetettiin kaikille Seinäjoen ammattikorkeakouluopiskelijoille. Kolmannes vastaajista kuului ikäluokkaan 26–35 ja 16 % 36–45 vuotiaisiin. Vanhempia vastaajia oli muutama prosentti. Kyselyyn osallistuneista jopa 94 % oli naisia ja vain 6 % miehiä

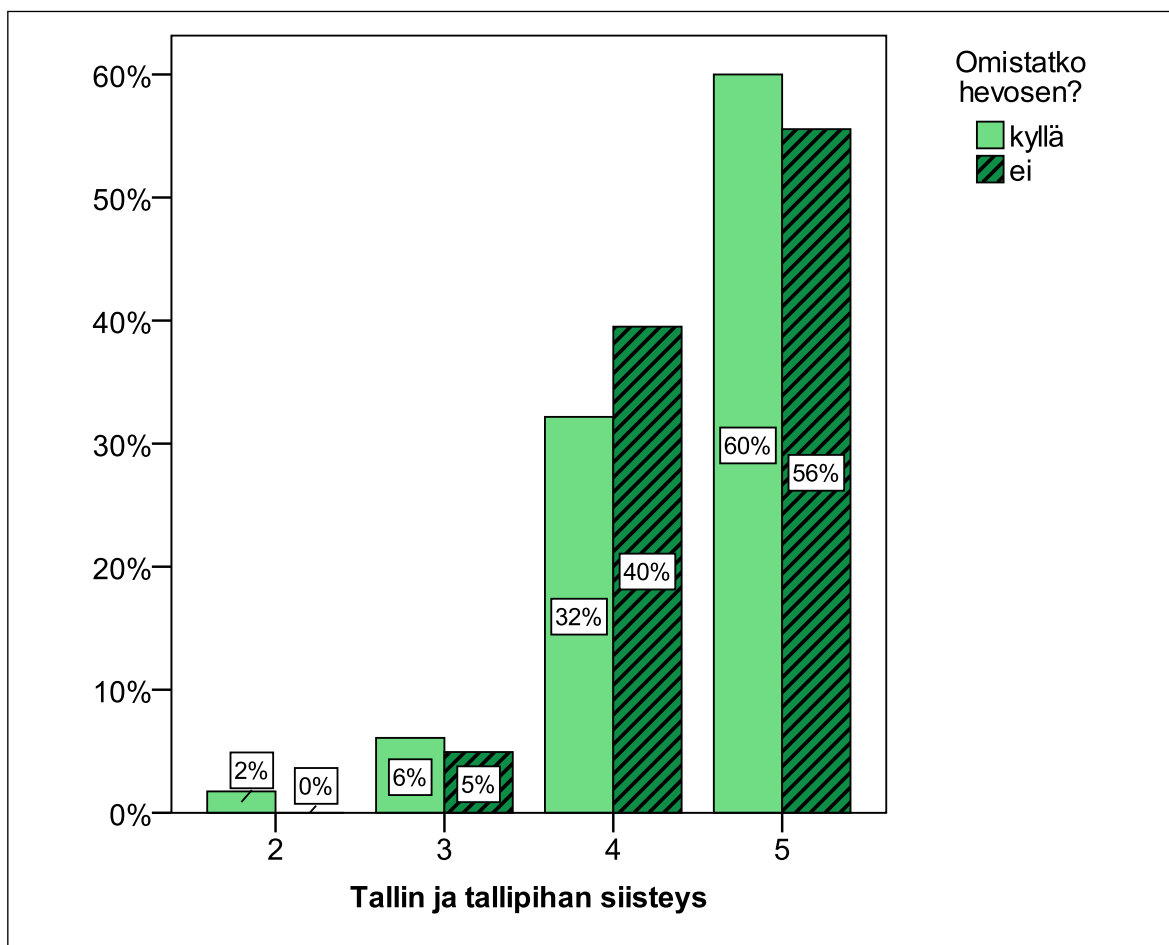
Kysymykseen hevosalan imagosta vastaajista yli 80 % piti imagoa hyvänä tai kohtuullisena. Erinomaisena imagoa piti 1 % vastaajista ja 2 % välttävänä. Huonoksi imagon arvioi 1 % vastaajista. Perusteluna oli, että uutiskynnyksen ylittävät aiheet liittyvät useimmiten eläinrääkkäystapauksiin.

Harrastajat arvioivat asteikolla 1–5 (1= ei merkittävää, 5 = erittäin merkittävä), kuinka tallin selkeät säännöt tai toimintaohjeet vaikuttavat hevosalan imagoon (kuvio 9.). Vertailupohjana käytimme kuviossa kysymystä, onko harrastajien mielestä kirjallisen hoitosopimuksen laatiminen tärkeää. Vastaajat, jotka pitivät kirjallista hoitosopimusta tärkeänä, jakautuivat kaikille asteikoille. Eniten kuitenkin luokkiin 4 (37 %) ja 5 (48 %). Ne, jotka eivät pitäneet kirjallista hoitosopimusta tärkeänä, eivät valinneet lainkaan vastausvaihtoehtoa 1. Enemmistö heistä valitsi luokan 4 (58 %).



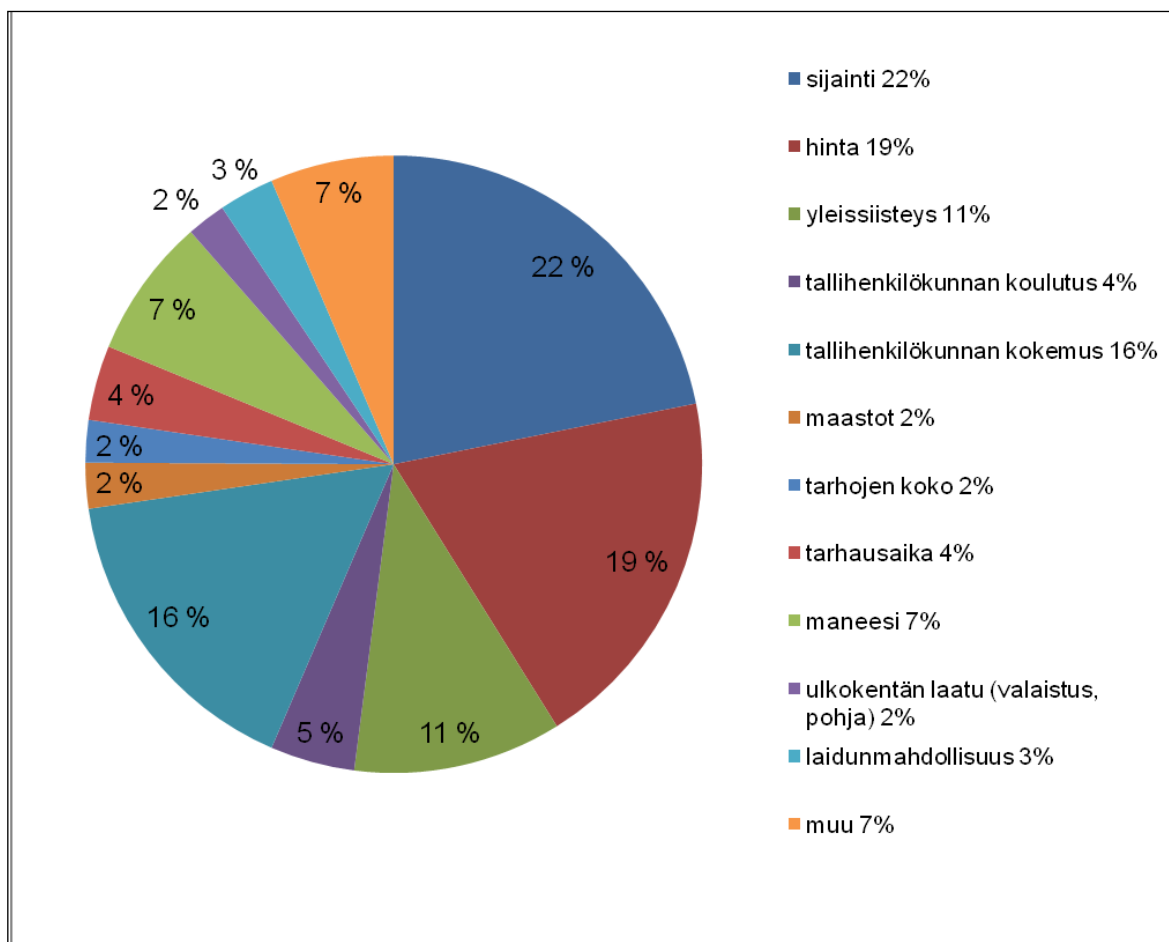
Kuvio 9. Harrastajien arvio tallin selkeiden sääntöjen tai toimintaohjeiden vaikutuksesta hevosalan imagoon asteikolla 1-5 verrattuna mielipiteeseen kirjallisen hoitosopimuksen tärkeydestä.

Harrastajilta kysyttiin tallin ja tallipihan siisteyden merkitystä hevosalan imagon kannalta (kuvio 10.). Siisteydellä katsottiin olevan paljon merkitystä, sillä luokkiin neljä ja viisi vastasi valtaosa vastaajista (yli 90 %). Sillä, omistiko hevoson vai ei, ei ollut vastauksiin vaikutusta.



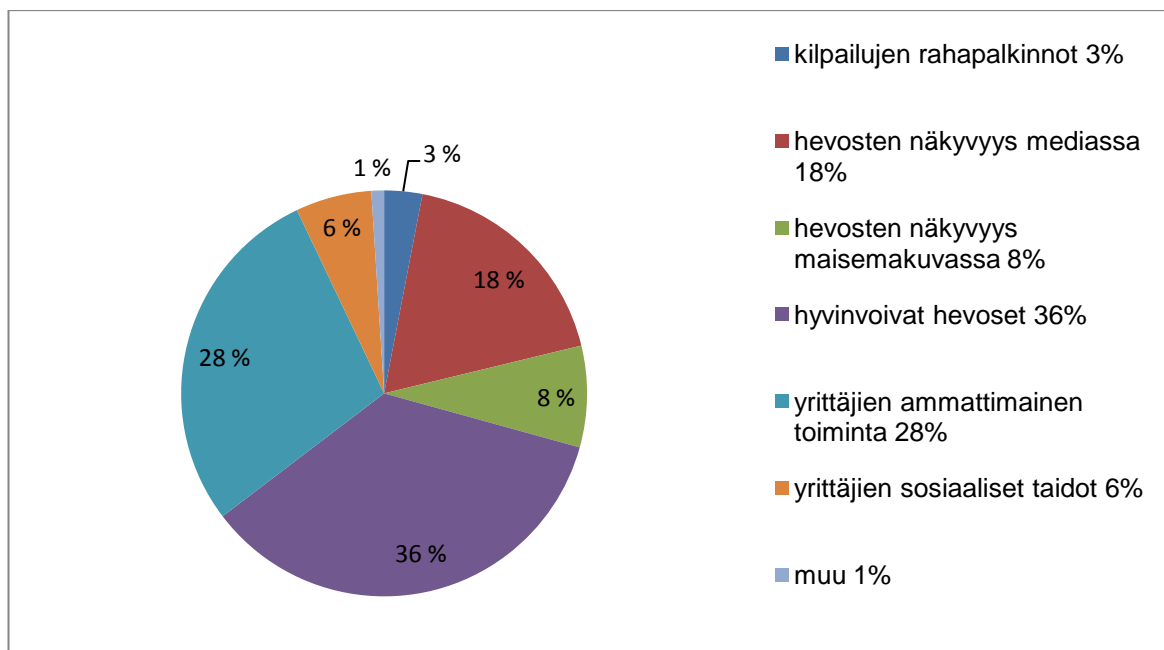
Kuvio 10. Harrastajien arvio tallin ja tallipihan siisteysten vaikutuksesta hevosalan imagoon asteikolla 1-5 verrattuna hevosen omistamiseen.

Kuvio 11 osoittaa, mitkä asiat vaikuttavat eniten tallipaikan valintaan. Harrastajista 22 prosenttia valitsi tärkeimmäksi tekijäksi tallin sijainnin ja noin viidesosa hinnan. Vähiten vaikuttavat tekijät olivat maastot, tarhojen koko ja ulkokentän laatu. Muista tekijöistä useimmiten vastaajat ovat listanneet ilmapiirin ja tallihenkilökunnan palvelualltiuden sekä ystävällisyyden.



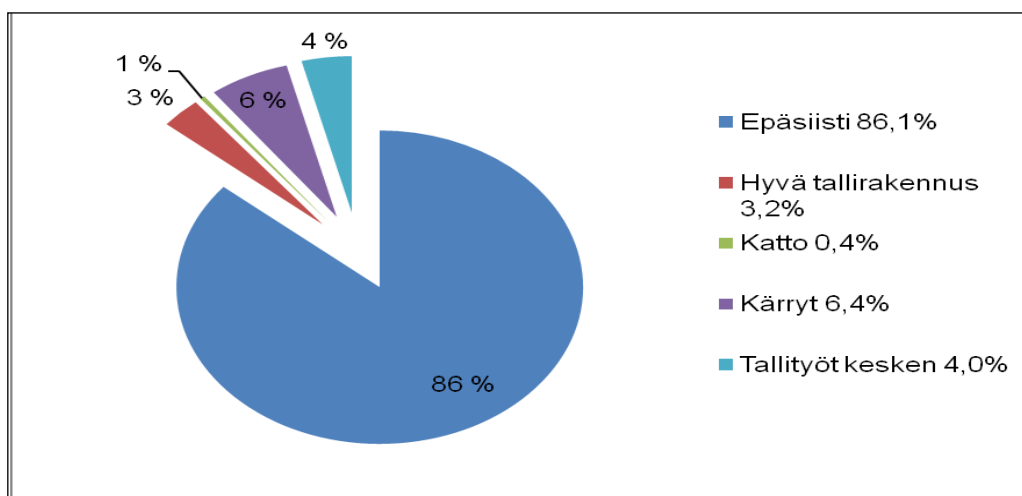
Kuvio 11. Harrastajien mielipide tallin valintaan vaikuttavista asioista.

Harrastajien mielestä tärkeimmät imagoon vaikuttavat tekijät (kuviot 12.) ovat hyvinvoivat hevoset (36 %) ja yrittäjien ammattimainen toiminta (28 %). Vain kolme prosenttia piti kilpailujen rahapalkintoja tärkeänä, ja prosentti vastanneista listasi liikennekäyttötymisen, koulutusmahdollisuudet sekä eläinten kohtelun. Myös harrastuksen tekeminen tutuksi sellaisille, jotka eivät hevosharrastusta tunne, oli listattu imagoon vaikuttavaksi tekijäksi.



Kuvio 12. Harrastajien mielipide imagoon vaikuttavista tekijöistä.

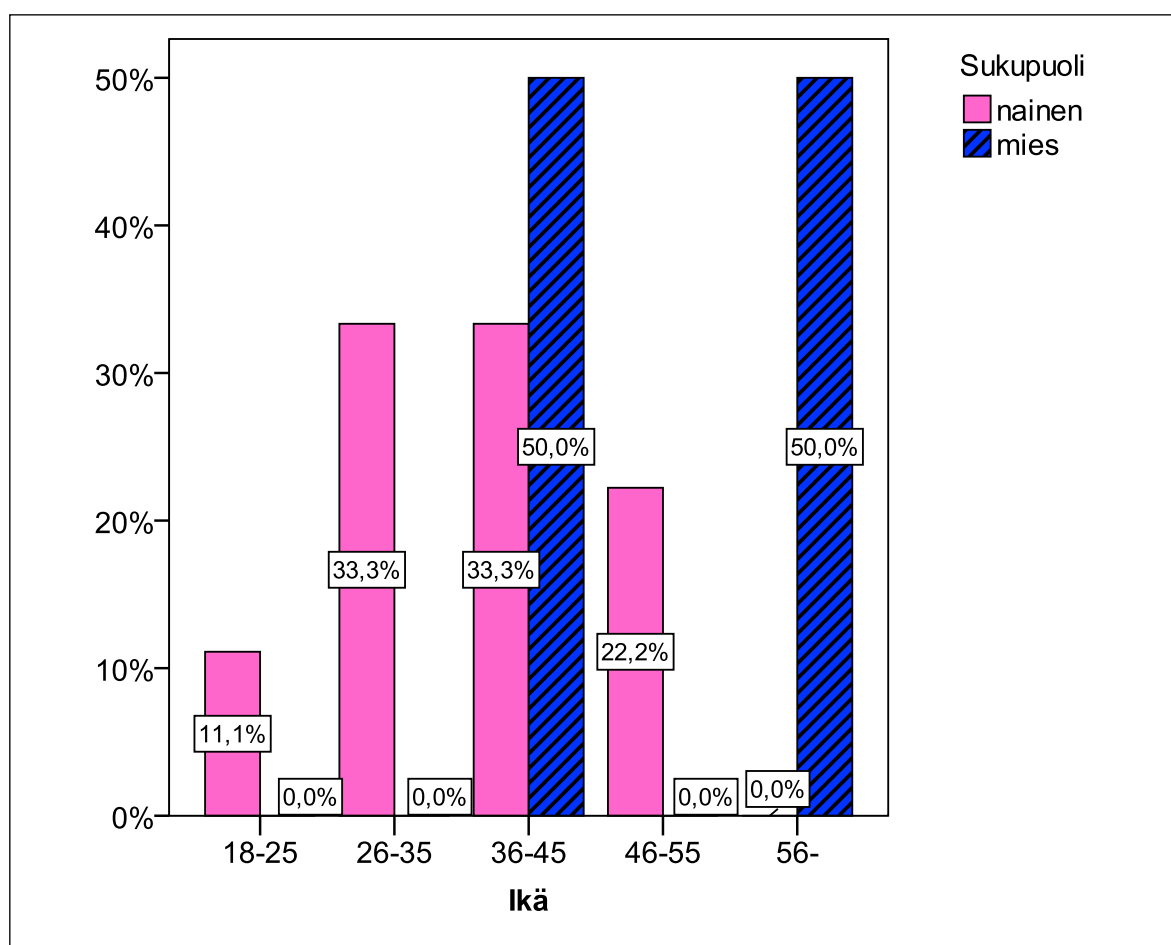
Tallikäytävää esittävä kuva 5 sai vastaajista 86 % arvostelemaan epäsiisteyttä (kuvio 13.). Epäjärjestyttä arvosteltiin turvallisuusriskinä, sillä tavarat käytävällä vaikeuttavat hätäpelastusta ja lisäävät paloturvallisuusriskiä. Suurin osa vastanneista oli kuitenkin sitä mieltä, että siivouksen jälkeen tallirakennus olisi sopiva paikka hevosille. Kommenteista heijastui epäluottamus tallihenkilökuntaa, ei niinkään rakenteellisia ongelmia kohtaan. Osa epäsiisteyden esille nostaneista epäili myös karsinoiden puhtautta, vaikka sitä ei kuvasta näekään. Vain 10 % vastanneista oli sitä mieltä, että kuvassa näkyi normaali tilanne kesken tallirutiinien.



Kuvio 13. Harrastajien mielikuvat kuvakysymyksestä.

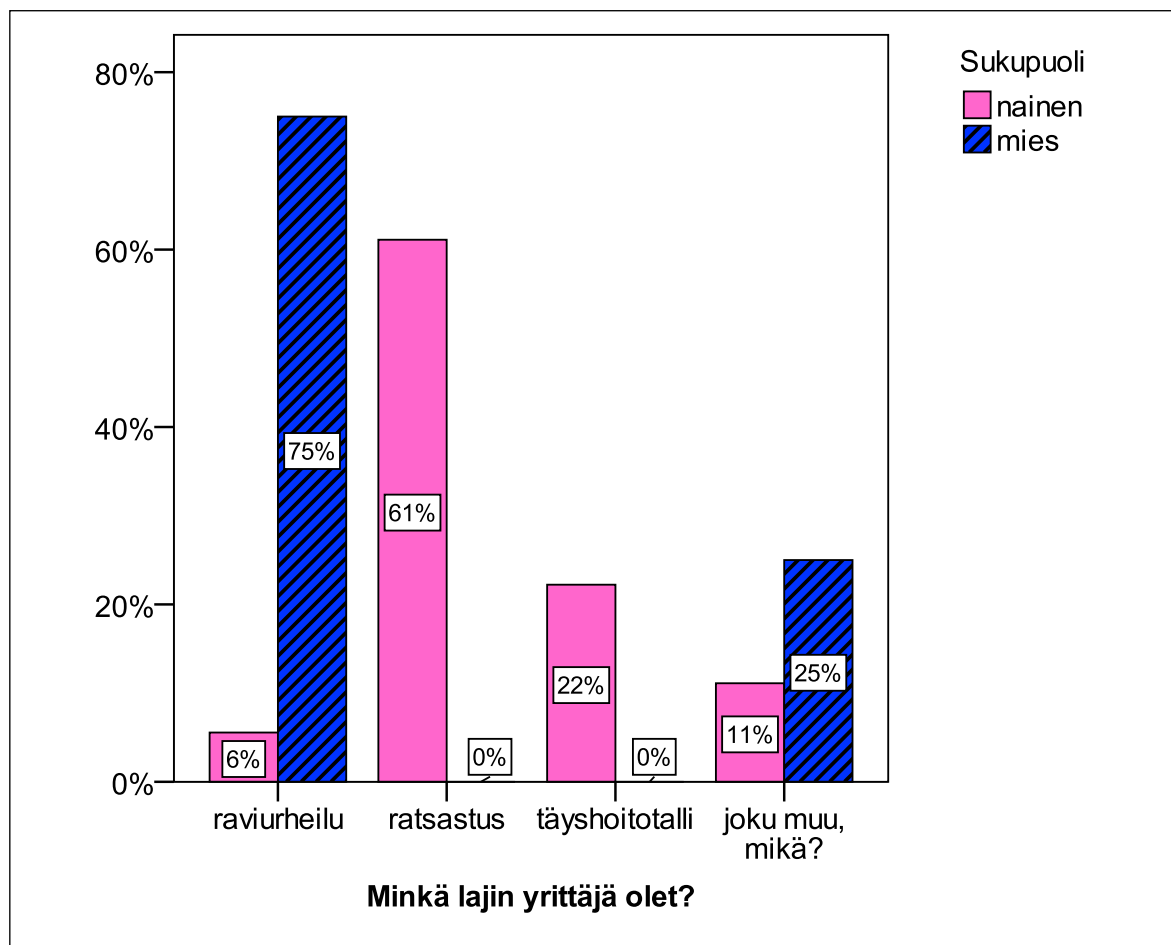
### 7.3 Hevosalan yrittäjät

Hevosalan yrittäjistä 82 % on naisia ja 18 % miehiä (kuvio 14.). Nuorimpia, 18–25-vuotiaita, yrittäjiä on 11 % naisvastaajista. Eniten naisia on ikäluokista 26–35 ja 36–45: 33 % kummastakin. Hieman yli viidennes naisyrittäjistä on 46–55-vuotiaita. Puolet miesvastaajista kuuluu 36–45-vuotiaisiin ja puolet 56-vuotiaisiin tai vanhempiin.



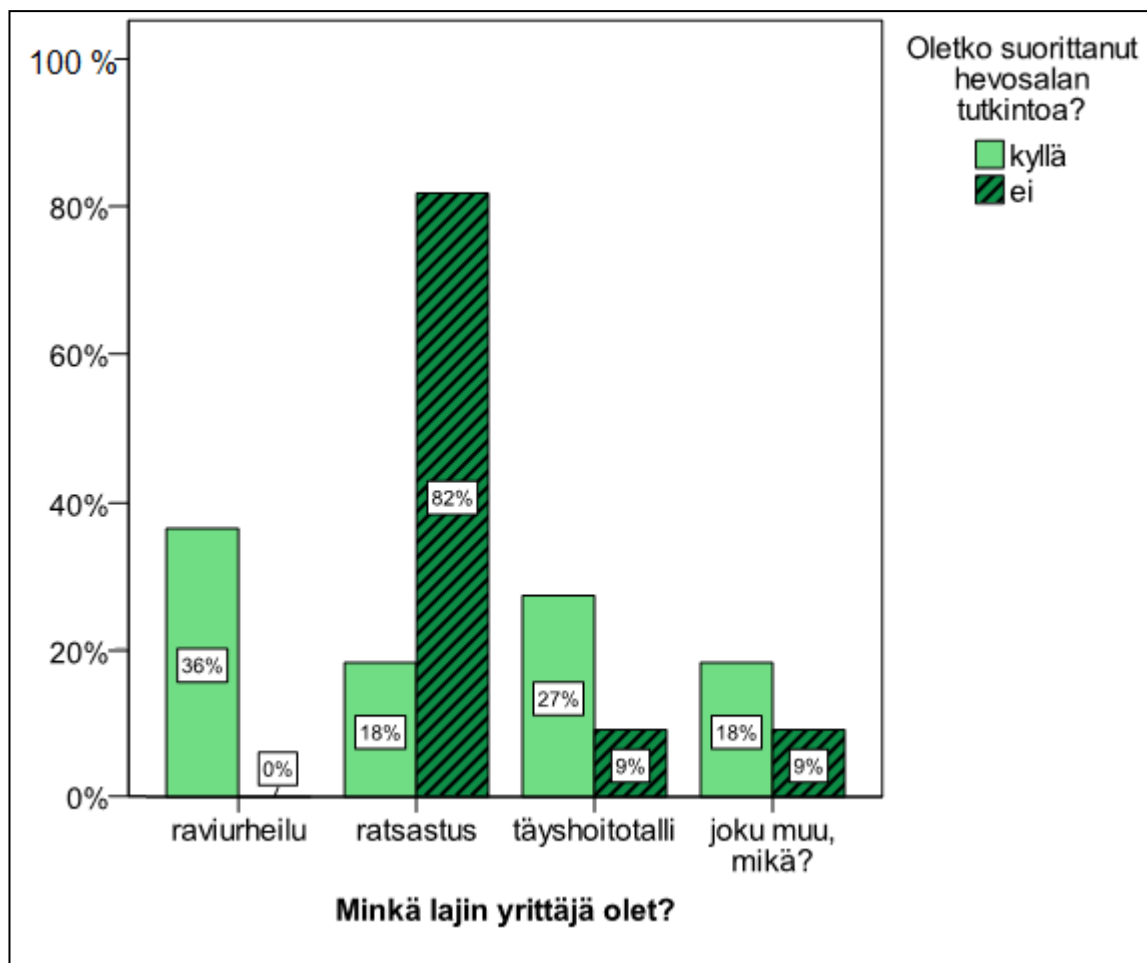
Kuvio 14. Hevosalan yrittäjien ikä- ja sukupuolijakauma.

Hevosalan yrittäjien miesvastaajista 75 % on raviurheilun yrittäjiä (kuvio 15.). Naisista 61 % edustaa ratsastusalan yrittäjiä, 22 %:lla on täyshoitotalli ja 6 % työskentelee raviurheilun parissa. Joku muu -vaihtoehto sisältää muun muassa kasvatus- ja matkailuyrittäjiä sekä kengittäjiä.



Kuvio 15. Hevosyrittäjien toimialajakauma sukupuolittain.

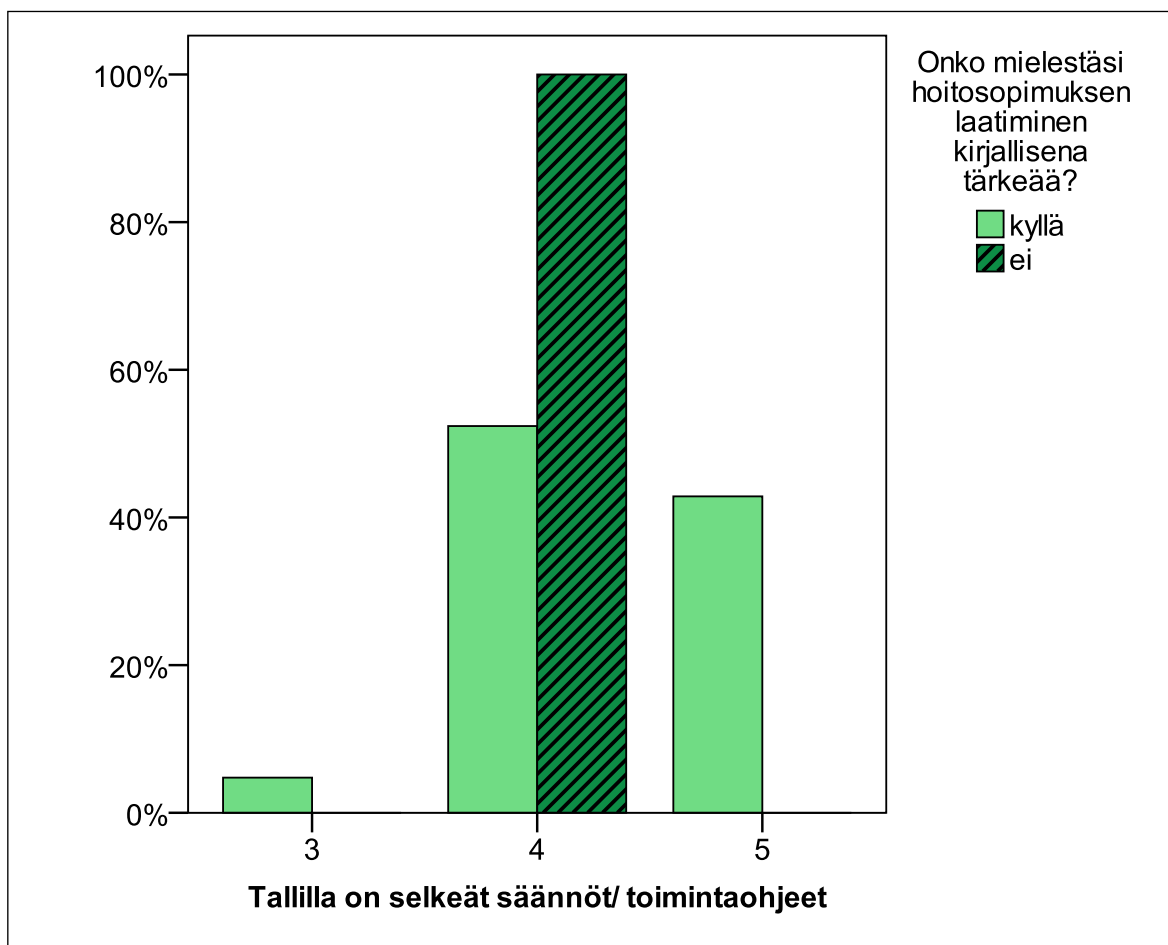
Hevosalan tutkinnon suorittaneista 36 % oli raviurheilu-, 18 % ratsastus-, 27 % täyshoitotalli- ja 18 % jonkun muun lajin yrittäjiä (kuviot 15 ja 16.). Suurin osa hevosalan tutkintoa suorittamattomista yrittäjistä oli ratsastusyrittäjiä. Kaikista hevosalan yrittäjien vastaajista puolella oli hevosalan tutkinto.



Kuvio 16. Hevosalan yrittäjien toimialajakauma ja koulutus.

Yrittäjät arvioivat asteikolla 1-5 (1 = ei merkittävää, 5 = erittäin merkittävä), kuinka tallin selkeät säännöt tai toimintaohjeet vaikuttavat hevosalan imagoon (kuvio 17.). Vertailupohjana käytetään kysymystä, onko yrittäjien mielestä hoitosopimuksen laatiminen kirjallisena tärkeää. Hoitosopimuksen kannattajat jakautuivat suurimmaksi osaksi luokkiin neljä (52 %) ja viisi (43 %). Sen sijaan hoitosopimusta kannattamattomista kaikki valitsi luokan neljä.



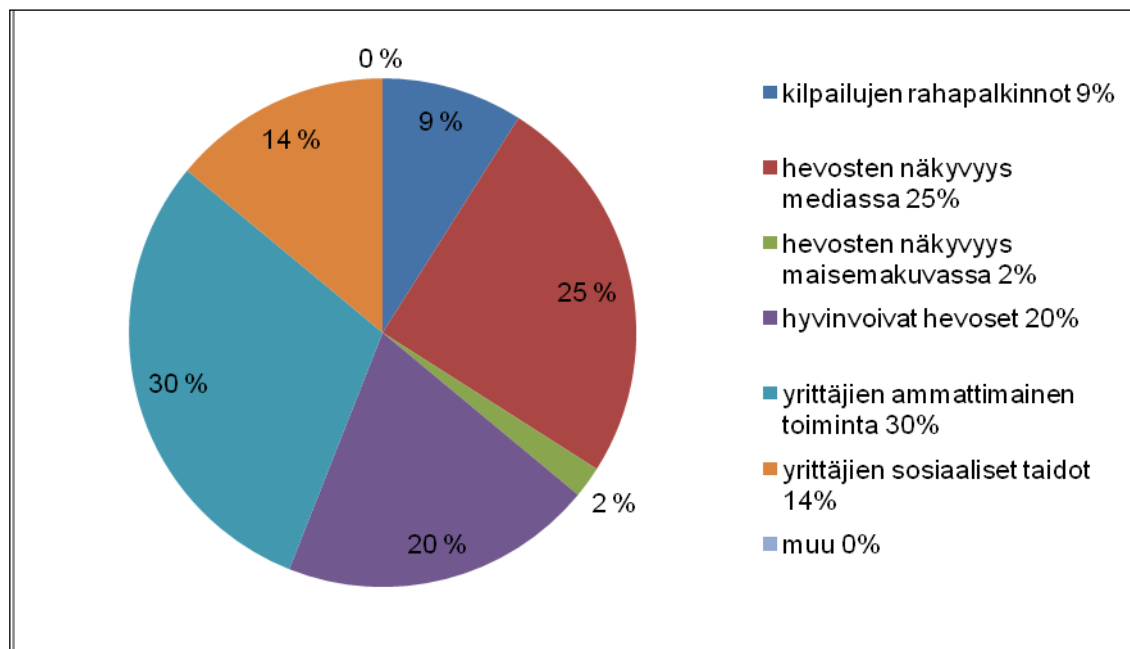


Kuvio 17. Hevosyrittäjien arvio tallin selkeiden sääntöjen tai toimintaohjeiden vaikutuksesta hevosalan imagoon asteikolla 1-5 verrattuna mielipiteeseen kirjallisen hoitosopimuksen tärkeydestä.

Arviointikysymyksenä oli myös säännöllisen päivärytmin merkitys tallitöissä. Puolet vastaajista piti rutiineja erittäin merkittävinä tekijöinä, 36 % vastasi vaihtoehdon 4 ja loput 13 % vaihtoehdon 3. Hevosen siisteydellä tarhassa katsoi olevan imagollista arvoa 64 % vastaajista (4-5). Tallin ja tallipihan siisteyden arvioi merkittäväksi miltei kaikki hevosyrittäjistä (91 %). Samoin aitojen kunto oli yrittäjille tärkeää. Siinä vaihtoehdot 4 ja 5 saivat 87 % vastauksista. Ammattimainen hevosten pito oli erittäin merkittävää 64 %:lle vastaajista. Vaihtoehto 4 sai vielä 14 %. Kysymysten ainut negatiivinen suhtautuminen saatiin arvioidessa tallityöntekijöiden yhtenäisten työasujen merkitystä. Vaihtoehtoihin 1 ja 2 vastasi 81 % vastaajista, joten työasujen kannatus jäi yrittäjien keskuudessa matalaksi.

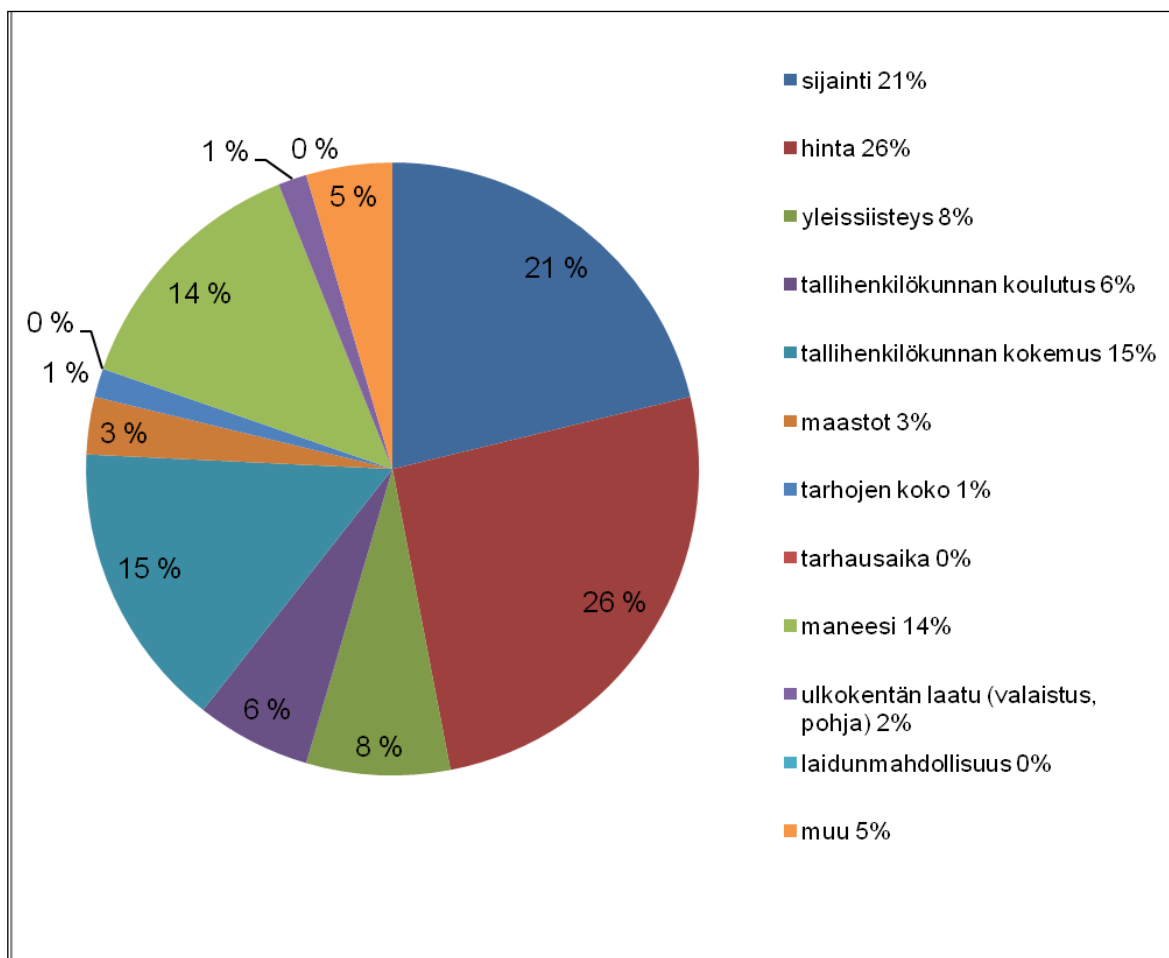
Hevosalan yrittäjien mielestä hyvään imagoon vaikuttavat eniten melko tasaisessa suhteessa yrittäjien ammattimainen toiminta (30 % vastauksista), hevosten

näkyvyys mediassa (25 %), hyvinvoivat hevoset (20 %) sekä yrittäjien sosiaaliset taidot (14 %) (kuvio 18.). Lisäksi 9 % vastasi vaihtoehdon kilpailujen rahapalkinnot ja 2 % hevosten näkyvyys maisemakuvassa.



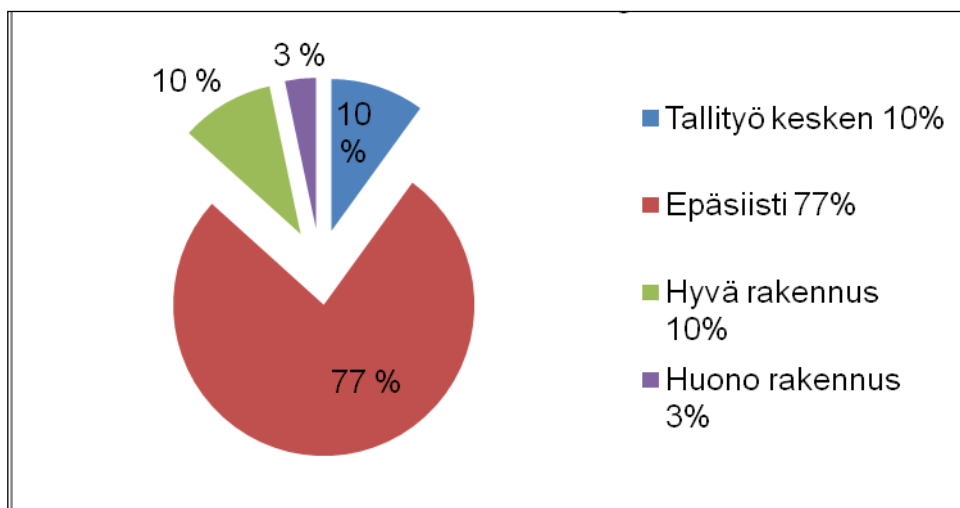
Kuvio 18. Hevosyrittäjien mielipide hyvään imagoon vaikuttavista asioista.

Kysyimme, mitkä asiat yrittäjät kokevat tärkeiksi asiakkaan tallin valinnan kannalta. Kysymykseen sai valita kolme tärkeimmäksi katsomaansa vaihtoehtoa. Neljännes uskoo hinnan vaikuttavan valintaan (kuvio 19.). Sijainti sai 20 % kannatusta ja tallihenkilökunnan kokemus 15 %. Maneesi keräsi 14 % vastauksista, yleissiisteys 8 %, tallihenkilökunnan koulutus 6 % ja muu-vaihtoehto 5 %. Muutama prosentti katsoi tärkeäksi maastot, tarhojen koon ja ulkokentän laadun. Tarhaus aika ja laidunmahdollisuus eivät keränneet yhtään vastausta.



Kuvio 19. Hevosyrittäjien mielipide asiakkaiden tallin valintaan vaikuttavista asioista.

Sotkuinen tallikäytävä (kuva 5.) sai 77 prosentilta osakseen kommentteja epäsiisteystä (kuvio 20.). Kymmenen prosenttia vastanneista oli sitä mieltä, että rakennus itsessään oli hyvä ja myös kymmenen prosenttia oli sitä mieltä, että kuvasta näkyi talli, jossa päivärutiinit olivat vielä kesken. Rakennusta epäkäytännölliseksi arvioi kolme prosenttia vastaajista.



Kuvio 20. Hevosyrittäjien mielikuvat kuvakysymyksestä.



Kuva 5. Hevosalan yrittäjien ja harrastajien kyselyssä käytetty lavastettu tallikäytäväkuva (Pukkinen 2011).

## 8 JOHTOPÄÄTÖKSET

### 8.1 Ei-harrastajat

Vastaajista suurin osa oli opiskelijoita, mikä johtuu siitä, että lähetimme kyselyt kaikille Seinäjoen ammattikorkeakoulun opiskelijoille. Kokemusta hevosharrastuksesta oli ehkä yllättäen yli 40 prosentilla vastaajista. Mielenkiintoista olisi ollut tietää, millaista kokemusta vastaajilla on. Kuinka moni vastaajista on ollut esimerkiksi aktiiviratsastaja, vai perustuuko kokemus naapurin hevosen silittelyyn silloin tällöin? Toisaalta vastasivatko kyselyyn ehkä herkemmin sellaiset henkilöt, joilta jonkinasteista kokemusta löytyi? Hevosharrastuksen aloittamisesta oli kiinnostunut joka kymmenes vastaajista ja ehkä-kannalla oli vielä lähes kolmannes. Harrastajia olisi siis tulossa lisää, mikä asettaa paineita hevosalan yrittäjille. Vaikka monella oli kokemusta hevosharrastuksesta, toisaalta vain joka kymmenes oli valmiita aloittamaan harrastuksen.

Hevosalan imagon arvioi hyväksi tai erinomaiseksi hieman alle puolet vastaajista. Huonoksi imagon katsoi pari prosenttia vastaajista. Tätä perusteltiin muun muassa hevosharrastuksen kalleudella, huonoilla kokemuksilla hevosihmisistä ja surkealla palkkatasolla. Yllättävää oli hevosalan imagon hyvä taso ottaen huomioon viime vuosien uutisotsikoihin nousseet eläinräkkäystapaukset. Ehkä ei-harrastajat eivät ole seuranneet uutisointia niin tiiviisti.

Suuri osa vastaajista pitää hevosta upeana eläimenä, mutta toisaalta mielikuva hevosalasta ”heppatyttöjen harrastuksena” tuli myös vahvasti esille vastauksissa. Mielestämme on valitettavaa, että suuri osa vastaajista ei ota hevosalaa tosissaan. Myös Simo Leppänen oli Hevosurheilun lehtiartikkelissa samaa mieltä. Leppäsen mukaan esimerkiksi jääkiekko koetaan enemmän urheiluksi kuin ratsastus (Ticklen 2010, 11). Vastaajien mielikuvissa hevosista nousivat esille myös hevosharrastuksen kalleus, hevosten terapeuttisen vaikutus, perinteet, pelko hevosta kohtaan, paljon aikaa vaativa harrastus, allergisuus ja se, että hevosten kanssa toiminen on enemmänkin elämäntapa.

Vastaajien mielipide raviurheilusta painottuu vahvasti rahapelien näkökulmaan. Ei ole ihme, että suurin osa ei-harrastajista mieltää raviurheilun rahapelien pyörittämiseksi, sillä uutisointi lajista painottuu tähän. Kuitenkin kilpaileminen ja pelaaminen ovat vain murto-osa lajin sisällöstä (kuva 6.). Toni Nieminen pohti Hevosurheilun artikkelissa ravien mainontaa. Hänen mukaansa markkinointia pitäisi siirtää ravipeleistä myös hauskanpidon puoleen (Mäenpää 2010, 4-5). Raviurheilu lajina on haastava uudelle harrastajalle ja sen monipuolisuuden ymmärtäminen vaatii perehtymistä. Kaikki kuvattavat ravit näyttävä TotoTv on maksullinen, mikä osaltaan vaikuttaa lajin lähestyttävyyteen.



Kuva 6. Kilpailu raviradalla on vain parin minuutin hetki ravihevosen päiväohjelmassa (Pukkinen 2009).

Ratsastuksen arvioi tyttöjen harrastukseksi suuri osa vastaajista, vaikka ammattitasolta löytyy lukuisia miesratsastajia. Tällainen ajattelutapa voi karkottaa nuoria lupaavia poikaratsastajia, koska heillä voi olla paine pitää oma maine.

On mielenkiintoista, että ratsastusta pidetään enemmän ammattimaisena urheilulajina kuin raviurheilua, koska ratsastuksen medianäkyvyys on jopa raviurheilua heikompi. Vaikuttaako mielipiteeseen ratsastusharrastajien suuri ja laaja lukumäärä? Raviurheilua pidettiin ratsastusta enemmän eläinrääkkäyksenä. Tulos on odotettavissa, sillä raveista esitellään mediassa usein kiihkeitä kilpailutilanteita.

Hevostallien merkitys Etelä-Pohjanmaan maisemakuvassa oli suuremmalle osalle vastaajista merkittävää kuin merkityksetöntä. Etelä-Pohjanmaata on pidetty perinteisesti hevosmaakuntana. Ehkä hevoset yhdistetään pohjalaismaataloihin ja vanhoihin latomaisemiin. Ratsastusterapiaa kuntoutusmuotona arvosti yli puolet vastaajista. On ehkä hieman yllättävääkin, että ratsastusterapia sai näin positiivisen kannatuksen. Ajattelimme, että sen potentiaalista hoitomuotona ei olla vielä niin tietoisia. Ratsastusterapialle on siis käyttöä ja sen avulla voitaisiin nostaa edelleen positiivista asennetta hevosia kohtaan.

Suuri osa ei-harrastajista pitää hevosalalla työskentelevien koulutusta tärkeänä. Tallityöntekijöiden arvostus ja luottamus ovat korkeampia, kun taustalla on koulutusta alalle. Työntekijä on siis koulutustaan vastaavassa työssä. Talliympäristön siisteys on vastaajien mielestä merkittävä tekijä. Siisteyden ja järjestyksen säilyttäminen hevostalleilla on siis omiaan luomaan hyvää imagoa ulkopuolisille ja samalla mahdollisille uusille asiakkaille (kuva 7.).



Kuva 7. Hevostallien siisti maisemakuva ehjine aitoineen luo positiivista imagoa koko hevosalalle (Pukkinen 2007).

## 8.2 Harrastajat

Oman hevosen omistajia oli noin 60 prosenttia vastaajista. Omistajien määrä on kasvussa, koska yhteiskuntamme tilanne antaa mahdollisuuden käyttää rahaa enemmän harrastuksiin. Keskimääräisesti hevosenomistajat olivat harrastaneet hevosia 7,5 vuotta ennen ensimmäisen oman hevosen hankintaa. Tulos on ilahduttava, sillä se kertoo, ettei hevosta ole hankittu hetken mielihjohteessa. Omistajilla on jo kokemusta hevosten hoitamisesta. Toisaalta kysymyksemme on voitu ymmärtää väärin. Ainakin osa vastaajista käsitti kysymyksen vain siten, kauanko on harrastanut hevosia. He olivat siis ilmoittaneet, montako vuotta olivat vastamishetkellä harrastaneet, vaikka hevonen olisikin hankittu jo vuosia aiemmin. Kysymyksen muotoilussa olisi siis ollut parantamisen varaa.

Harrastajien mielestä hevosalan imagoon vaikuttaa eniten hyvinvoivat hevoset. Mielestämme uutisissa pyörineet räjäköystapaukset ovat saaneet ihmiset enemmän huolehtimaan eläinten hyvinvoinnista. Vajaa kolmannes vastaajista piti yrittäjien ammattimaista toimintaa tärkeänä tekijänä imagon kannalta. Vastaajista suurella osalla oli oma hevonen, mikä voi vaikuttaa yrittäjien ammattitaidon arvostamiseen.

Harrastajien mukaan merkittävimmät tallipaikan valintaan vaikuttavat asiat olivat sijainti, hinta ja tallihenkilökunnan kokemus. Sijainnin merkitys on itsestään selvää, koska tallille kulkeminen lisää harrastajalle kertyviä kustannuksia. Hinnan suuri merkitys on mielestämme hieman valitettavaa, sillä usein yrittäjät jäävät liian heikolle palkalle, kun hinnat poljetaan mahdollisimman alas.

Sellaiset harrastajat, joilla ei ollut omaa hevosta, pitivät tärkeänä, että ratsastustalleilla olisi tasokkaita hevosia. Kysymyksistä tulee selvästi ilmi hevosten hoidon korkea vaatimustaso. Mielestämme on outoa, että vain muutama prosentti harrastajista pitää tarhojen kokoa merkityksellisenä asiana. Valitettavan monella tallilla on kuitenkin liian pienet tarhat eläinsuojelun näkökulmasta. Onko siis liian pienissä tiloissa hevosten hoito laadukasta? Onko myöskään oikein yrittäjiä kohtaan vaatia palveluilta ja tiloilta matalaa hintaa, mutta kuitenkin kaikilla mukavuuksilla?



Vastanneista yli puolet piti hevosten siisteyttä lenkillä imagon kannalta ajateltuna merkittävänä tekijänä. Asiaa kannattaa miettiä myös siten, kuinka vastuulliselta harrastajalta näytät, jos olet lenkillä likaisen hevosen kanssa. Hevosen siisteys tarhassa oli merkittävä tekijä imagon kannalta kolmanneksen vastaajista mielestä. Tarhassa hevonen sotkee helposti itse itseään piehtaroimalla. Kuitenkin tarhan hyvä kunto ja hevosen asianmukainen loimitus tarvittaessa vaikuttavat mielestämme hevosen siisteyteen tarhassa varsinkin ulkopuolisen silmin tarkasteltuna.

Tallin selkeät säännöt/ toimintaohjeet olivat merkittäviä lähes kaikkien vastaajien mielestä. Selkeät säännöt tallilla usein parantavat ilmapiiriä, jonka perään myös vastaajat kyselivät tallipaikkaa valittaessa.

### 8.3 Hevosalan yrittäjät

Vastaajat olivat toimineet hevosalan yrittäjinä keskimääräisesti 11 vuotta. Hevosalan tutkinnon suorittaneista vastaajista suurin osa oli raviurheiluyrittäjiä. Toiseksi eniten hevosalan koulutusta oli täyshoitotalliyrittäjillä. Valtaosa hevosalan tutkintoa suorittamattomista oli ratsastusyrittäjiä.

Vaikka kokemus erilaisista hevosista on tärkeä pohja hevosalan yrittäjälle, olisiko yrittäjiltä silti hyvä vaatia jonkinlainen hevosalan koulutus? Koulutuksen tärkeys korostuu etenkin silloin, kun ohjataan uusia harrastajia. Kaiken tulisi tapahtua mahdollisimman turvallisesti ja asiaankuuluvasti. Myös Kari Vepsä ihmettelee lehtikatsaus-kappaleessa esitellyssä Hevosurheilun lehtiartikkelissa, ettei hevosten käsittelyyn tai ostoon vaadita Suomessa mitään koulutustaustaa. (Ticklen 2011, 11). Vaikka pitkä kokemus on yritykselle perusta, saa koulunpenkiltä aina uusia ja ajankohtaisia neuvoja ja toimintatapoja. Samoin yrityksestä tulee asiakkaan silmissä uskottavampi ja luotettavampi.

Markkinoinnin kannalta mielenkiintoinen tulos oli, että suurimmalla osalla yrittäjistä on Internet-sivut, ja että toisaalta hevosharrastajista suurin osa hakee tietoa uusista talleista Internet-sivuilta. Näin ollen yrittäjien kotisivut ovat erittäin tärkeitä. Internet on nykyisin merkittävä tietolähde ja täten myös potentiaaliset uudet harrastajat voivat löytää yrittäjien kotisivuilta tarvittavat tiedot yhteydenottoa varten.

Yrittäjät saivat arvioida, mitkä asiat vaikuttivat heidän mielestään eniten asiakkaiden tallin valintaan. Ykköseksi nousivat hinta ja sijainti. Sijainti on ihan ymmärrettävää. Asiakkaat varmasti toivovat tallin sijaitsevan ainakin hyvien kulkuyhteyksien päässä. On mielenkiintoista, että tarhojen koolle annettiin hieman painoarvoa, mutta tarhausajalle ei yhtään. Hevonen tarvitsee vastausten mukaan ulkoillessaan siis tarhatilaa, mutta sillä ei ole merkitystä, kauanko hevonen saa tarhassaan olla. Ratsastusyrittäjien suuri määrä vastaajista vaikutti varmasti maneesin merkityksen korostumiseen esimerkiksi maastoihin verraten.

Tässä voidaan jälleen palata ajatukseen hevosyrittäjien koulutuksesta. Jokainen tietää, että koulutus on tärkeää, mutta kokemusta tunnutaan arvostavan enemmän. Yrittäjät arvioivat imagon kannalta yrittäjien ammattimaisen toiminnan korkeimmalle, mutta vastausten perusteella toiminta voi olla onnistunutta ilman hevosalan koulutusta. Vähentäisikö riittävä koulutus kuitenkin hevosten laiminlyöntiä yleisesti?

Kysyimme yrittäjiltä myös, onko hoitosopimuksen laatiminen kirjallisena tärkeää. Toisin sanoen onko hyvä tehdä kirjallinen sopimus siitä, kuinka hevonen hoidetaan eri tilanteissa ja kuka on vastuussa, jos jotain sattuu. Lähes kukaan yrittäjistä ei pitänyt hoitosopimusta tärkeänä. Kannattajia oli ainoastaan viisi prosenttia vastaajista. Tulos on yllättävä, sillä odotimme yrittäjien antavan hoitosopimukselle enemmän arvoa. Ajattelimme, että sopimus selkeyttäisi yritystoiminnan harjoittamista ja olisi joissain yrityksissä jopa pakollinen. Yrittäjillä lienee vahva luottamus asiakkaisiinsa ja suullisiin sopimuksiin. Toisaalta ehkä yrittäjät kokevat heidän päätösvaltansa olevan todella voimakas omassa yrityksessä.

Valtaosa hevosalan yrittäjistä ei pitänyt yhtenäisiä työasuja merkittävänä. Niiden merkitys korostuu mielestämme varsinkin uusien asiakkaiden kanssa. Ihmiset saattavat olla ensimmäistä kertaa tallilla epävarmoja, ja helposti tallin vastaava henkilö niin sanotusti katoaa massaan. Yhtenäisillä työasuilla varustetussa tallissa asiakkaat pääsevät oikeiden ihmisten puheille ja työtiimi erottuu muista asiakkaista. Raveissa työasut auttavat ainakin hevosenomistajia, jotka tulevat valjastuskatoille tervehtimään omaa hevostaan (kuva 8.). Työasuilla on myös markkinallinen merkitys. Ihmiset voivat poimia asuista yrityksen nimen ja puhelinnumeron ja ottaa yhteyttä sen perusteella. Onhan työntekijöillä työasut myös esimerkiksi kauppoissa, miksi ei siis hevosalleilla?



Kuva 8. Raviradoilla kuskin ja hevosen yhtenäinen ilme auttaa ihmisiä tunnistamaan heidät (Pukkinen 2008).

Tuloksissa esiintyy pieni ristiriita, kun ristiintaulukoimme kysymyksen hoitosopimuksen tärkeydestä ja arvion tallin sääntöjen tai toimintaohjeiden merkityksestä. Näitä kahta asiaa voidaan verrata toisiinsa. Silti kaikki hoitosopimusta merkityksettömänä pitäneet arvioivat tallin selkeiden sääntöjen olevan merkittäviä. Hoitosopimus voi kuitenkin sisältää tallin yleiset toimintaohjeet, kuten hevosten ruokintaajat. On muistettava, että kaikkiaan 95 % hevosityrittäjistä ei pitänyt hoitosopimusta tärkeänä.

#### 8.4 Opinnäytetyön eteneminen

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää hevosalan imagoa Etelä-Pohjanmaalla, mikä on aiheena melko laaja. Kyselyiden muokkaaminen lopulliseen muotoon kesti pari kuukautta, mutta tulosten analysoiminen sujui nopeasti. Mielestämme kyselyiden rakenne oli suuressa roolissa lopputuloksen kannalta. Haastattelukysymysten rakenne muodostui kyselylomakkeiden pohjalta. Niiden avulla saimme kyselyiden kysymyksiin enemmän perusteluja, mikä antoi syvyyttä opinnäytetyöhön.

Kyselyiden rakenne vaikutti paljon lopputuloksiin. Parantamisen varaa olisi ollut kysymysten muotoilussa ymmärrettävämpään muotoon. Tulosten analysoinnin kannalta vaikeinta oli monivalintakysymysten taulukointi. Vastaajien tuli valita ai-noastaan kaksi tai kolme tärkeintä vaihtoehtoa, mutta monet valitsivat useamman. Toisaalta vastaajien kannalta rajaus saattoi olla vaikeaa, mikäli vastaaja koki esimerkiksi kaikki vaihtoehdot yhtä tärkeiksi.

Työn tuloksissa on esitetty tutkimusongelman kannalta keskeisimmät kyselyjen pohjalta tehdyt taulukot. Suuren vastaajamäärän ansiosta voimme olettaa, että saamamme vastaukset ovat melko luotettavat. Uskomme työstämme olevan hyötyä hevosalan yrittäjille ja harrastajille, jotka luovat mielikuvaa muille ihmisille.

Työmme tulokset voivat hyödyntää hevosalan yrittäjiä asiakaskunnan kasvattamisessa. Aiheesta olisi mahdollisuus tehdä lisää opinnäytetöitä, joissa voisi tutkia esimerkiksi hevosalan imagoa muualla Suomessa, hevosten määrää ja sen kehittymistä Etelä-Pohjanmaalla tai syvemmin imagollisia eroja ravi- ja ratsupuolella.

## 9 POHDINTA

Kun hevosalan yrittäjiltä sekä harrastajilta kysyttiin kirjallisen hoitosopimuksen merkityksestä, pitivät lähes kaikki harrastajat sitä tärkeänä, kun taas yrittäjistä vain pieni osa. Olisiko yrittäjien siis mietittävä uudelleen asiakkaidensa tarpeita? Ajatus kirjallisesta hoitosopimuksesta on saattanut jäädä yrittäjien mieleen turhana hienosteluna ja ajatuksena siitä, ettei sitä ole aiemminkaan tarvittu. Kirjallisella hoitosopimuksella voisi niin yrittäjät kuin harrastajatkin puolustaa oikeuksiaan kiistatilanteissa tai kenties välttyä niiltä kokonaan.

Ei-harrastajien kyselyyn vastanneista osa mielsi hevosurheilun eläinrääkkäykseksi. Jotta tällaisista ajatuksista päästäisiin eroon, voi jokainen yksittäinenkin hevosharrastaja miettiä omaa käytöstään hevosen kanssa. Jokainen talliyrittäjä voi pohtia omien tilojensa eläinsuojelullisia seikkoja, kuten tarhojen koot sekä talliympäristöjen siisteys ja sitä kautta myös turvallisuus. Erilaiset avoimet hevostapahumat ovat omiaan luomaan positiivista imagoa hevosharrastukselle. Tällä tavoin kynnys hevosiin tutustumiseen madaltuu ja ei-harrastajat saavan todellisemman käsityksen talliympäristöstä.

Täytyy muistaa, että hevosalan imagoa luo jokainen lajin parissa toimiva. Kun hevosista puhutaan kunnioittavasti ja luodaan muutenkin positiivista asennetta, vaikuttaa se aina ihmisiin. Käytöstavat on syytä muistaa silloinkin, kun ollaan hevosen kanssa liikenteessä. Tervehtiminen ja kiittäminen hevosen huomioimisesta liikenteessä kuuluvat hyviin tapoihin maastossa.

Hinta nousee esille sekä harrastajien että yrittäjien keskuudessa, kun puhutaan tallipaikan valinnasta. Olisiko kuitenkin järkevämpää pohtia hevosten oloja? Puhuttaessa talliyrittämisestä, on turha uskotella itselleen, että halvalla voisi saada hyvän tallipaikan, jossa on hyvä hoito, hyvä sijainti, hyvät tarhat ja kaikki edut, kuten ulkokenttä, maneesi ja hyvät ajomaastot. On ymmärrettävää, että yrittäjiltä voi joskus puuttua asiakaspalvelutaito, jos karsinavuokrasta ei olla valmiita maksamaan sille kuuluvaa hintaa.

Epäsiisteys nousee esille kaikissa vastauksissa. Hevosalan yrittäjien kannattaa huolehtia siisteydestä, sillä epäsiisti tallin käytävä tai pihapiiri voi ajaa useita asiakkaita pois. Säännöllinen päivärytmi helpottaa kaikkien askareiden hoitoa. Turvallisuuskysymyksetkin nousevat pintaan, jos ympäristö on kovin epäsiisti. Yrittäjän kannattaa miettiä, kuinka alas on oman työn hintaa mahdollista polkea, ennen kuin se alkaa vaikuttaa jaksamiseen. Ihmisen väsyessä ensimmäisenä kärsii helposti siivoaminen. Siivouksen jäädessä huonolle hoidolle asiakkaatkin voivat kaikota, jolloin niitä voi olla vaikea saada enää takaisin. Ihmiset muodostavat helposti pitkäaikaisen mielikuvan yrityksestä ensisilmäyksellä. Julkisivun on siis oltava kunnossa ja tallilla vierailijat on otettava huomioon myös palvelun laadussa.

Huono aita kyselyssä esitetyssä kuvassa kiinnitti monen ei-harrastajan huomion. Hevosien turvallisuuden kannalta olisi syytä huolehtia, että aidat ovat kunnossa. Yksistään huonon aidan takaa hevosen on helpompi päästä karkuun ja aiheuttaa vaaratilanteita itselleen sekä sivullisille ihmisille. Edellä mainitut asiat ovat monen mielestä itsestään selvyyksiä, mutta miksi se tieto ei siirry teoriasta käytäntöön?

Kaikista kyselyistä tuli selväksi, ettei hevosalan imagoa pidetä erinomaisena, eli parantamisen varaa on. Valitettavan usein imagoon vaikuttavaksi tekijäksi vastauksista muodostuu ihmisten käytös. Liikennekäyttäytyminen, asiakkaiden kohtelu ja muut huonot kokemukset hevosihmisistä ovat merkki siitä, että vika ei ole vain katsojan silmässä. Hevosalalla toimivien ihmisten tulisi miettiä, minkälaisen kuvan he antavat lajista muille, sillä otsikoihin nousseet räähkäystapaukset ovat valitettavaa todellisuutta joillain tallilla. Hevosalan yrittäjien tulisi myös muistaa muiden ihmisten kohtelun taso. Ei riitä, että vain hevoset on hoidettu hyvin, tulee muistaa myös ihmissuhteet. Kun kaikki hevosalan toimijat muistavat asiallisen ja ystävällisen käytöksen, pystytään hevosalan imago säilyttämään hyvänä ja jopa nostamaan erinomaiselle tasolle.

## LÄHTEET

- Keski-Salmi, T. 2011. Jalostusvastaava. Etelä-Pohjanmaan Hevosjalostusliitto. Keskustelu 5.4.2011.
- Hevosala lukuina. [Verkkosivu]. Hippolis hevosalan osaamiskeskus. [Viitattu 23.3.2011]. Saatavana: <http://www.hippolis.fi/?pageid=33>
- Hevosala Suomessa. [Verkkosivu]. Hevosjalostusliitot. [Viitattu 23.3.2011]. Saatavana: [http://www.hevosjalostusliitot.fi/portaali/fi/hevosala\\_suomessa.php](http://www.hevosjalostusliitot.fi/portaali/fi/hevosala_suomessa.php)
- Kansallinen liikuntatutkimus. [Verkkosivusto]. Suomen liikunta ja urheilu. [Viitattu 23.3.2011]. Saatavana: <http://www.slu.fi/liikuntapolitiikka/liikuntatutkimus2/>
- Karlström, T, Kivinen, M. & Ropo, P. Hevosalan yrityksen asiakkuuden hallinta. [Verkkojulkaisu]. [Viitattu 24.3.2011]. Saatavana: <http://www.hevosyrittaja.fi/ep/tiedostot/asiakkuus.pdf>
- Lahtinen, J. & Isoviita, A. 1998. Markkinointitutkimus. Avaintulos Oy. Jyväskylä.
- Mäenpää, T. 2010. ”Raviurheilussa on paljon muitakin arvoja kuin rahapalkinnot”. Hevosurheilu 22.12.2010, 4-5.
- Raviurheilu ja hevoskasvatus lukuina. 2009. [Verkkojulkaisu]. Suomen Hippos Ry. [Viitattu 23.3.2011]. Saatavana: [http://www.hippos.fi/hippos/suomen\\_hippos/dokumentit/Kalvosarja\\_2009.pdf](http://www.hippos.fi/hippos/suomen_hippos/dokumentit/Kalvosarja_2009.pdf)
- Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Kauppakaari Oyj. Helsinki.
- Suomalaisen hevosalan katsaus 2010.[Verkkojulkaisu]. Hevosklusteri-hanke. [Viitattu 29.3.2011]. Saatavana: [http://hippolis.fi/UserFiles/hippolis/File/Hevosalankatsaus\\_uusin.pdf](http://hippolis.fi/UserFiles/hippolis/File/Hevosalankatsaus_uusin.pdf)
- Suomi ratsailla: tietoa ja tilastoja. [Verkkosivusto]. Suomen ratsastajainliitto Ry. [Viitattu 23.3.2011]. Saatavana: [http://www.ratsastus.fi/ratsastustietoa/tilastotietoa\\_ratsastuksesta](http://www.ratsastus.fi/ratsastustietoa/tilastotietoa_ratsastuksesta)
- Ticklen, M. 2010. Simo Leppänen huolissaan ratsastuksen imagosta urheilulajina: ”Ratsastus lisääntyy, mutta millä tavalla?”. Hevosurheilu 29.12.2010, 11.
- Ticklen, M. 2011. Vepsä vetää väkeä, hevostaito Vepsää. Hevosurheilu 8.4.2011, 11.



## LIITTEET

LIITE 1. Kysely hevosalan imagosta (ei-harrastajat).

### Kysely hevosalan imagosta

#### 1) Sukupuoli

- Nainen
- Mies

#### 2) Ikä

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-

#### 3) Ammatti

- yrittäjä
- työntekijä/ vieraan palveluksessa
- opiskelija
- muu, mikä?

#### 4) Onko Sinulla kokemusta hevosharrastuksesta?

- kyllä
- ei

#### 5) Olisiko Sinulla kiinnostusta aloittaa hevosharrastus?

- kyllä
- ehkä
- ei

**6) Mikä on mielestäsi hevosalan imago tällä hetkellä?**

- erinomainen
- hyvä
- kohtuullinen
- välttävä

huono, miksi?

**7) Mielikuvasi hevosista?**

- heppatyttöjen harrastus
- hevoset haisevat
- meetwursti
- en vain pidä hevosista
- vaarallinen eläin
- upea eläin

muu, mikä?

**8) Mikä mielestäsi kuvaa parhaiten raviurheilua?**

- eläinrääkkäystä
- rahapelit
- mielenkiintoinen urheilumuoto
- ammattimainen urheilulaji

**9) Mikä mielestäsi kuvaa parhaiten ratsastusta?**

- eläinrääkkäystä
- tyttöjen harrastus
- vakavasti otettava elinkeino
- ammattimainen urheilulaji

**10) Arvio seuraavat kysymykset asteikolla 1-5 (1 = ei merkittävä, 5 = erittäin merkittävä)**

	1	2	3	4	5
Hevostallien merkitys Etelä-Pohjanmaan maalaismaisemassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ratsastusterapian merkitys kuntoutusmuotona	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koulutus hevosalalla työskentelevälle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Talliympäristöjen siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**11) Mihin kiinnität kuvassa eniten huomiota? (klikkaa kuvaa ja vastaa tekstiruutuun)**



LIITE 1. Kysely hevosalan imagosta hevosharrastajille.

## Kysely hevosalan imagosta hevosharrastajille

### 1) Sukupuoli

- Nainen
- Mies

### 2) Ikä

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-

### 3) Omistatko hevosen?

- kyllä
- en

### 4) Jos vastasit kyllä, kauanko olit harrastanut ennen ensimmäisen hevosen hankintaa? (vuotta)

### 5) Mikä on mielestäsi hevosalan imago tällä hetkellä?

- erinomainen
- hyvä
- kohtuullinen
- välttävä
- huono, miksi?

**6) Mitkä asiat vaikuttavat hyvään imagoon? (valitse kaksi vaihtoehtoa)**

- kilpailujen rahapalkinnot
- hevosten näkyvyys mediassa
- hevosten näkyvyys maisemakuvassa
- hyvinvoivat hevoset
- yrittäjien ammattimainen toiminta
- yrittäjien sosiaaliset taidot
- muu, mikä?

**7) Mitkä asiat vaikuttavat mielestäsi eniten asiakkaiden tallin valintaan? (valitse 3 tärkeintä)**

- sijainti
- hinta
- yleissiisteys
- tallihenkilökunnan koulutus
- tallihenkilökunnan kokemus
- maastot
- tarhojen koko
- tarhaus aika
- maneesi
- ulkokentän laatu (valaistus, pohja)
- laidunmahdollisuus
- muu, mikä?

**8) Mistä hankit tietoa eri talleista?**

- nettisivut
- tuttujen kautta
- mainokset (esim. lehdessä)
- joku muu, mikä?

**9) Onko mielestäsi hevosen hoitosopimuksen laatiminen kirjallisena tärkeää?**

- kyllä
- ei

**10) Mieti seuraavia kysymyksiä hevosalan imagon kannalta. Arvioi asteikolla 1-5 (1 = ei merkitystä, 5 = erittäin merkittävä).**

	1	2	3	4	5
Hevosen siisteys lenkillä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hevosen siisteys tarhassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tallin ja tallipihan siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarhojen aitojen kunto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tallityöntekijöiden yhtenäiset työasut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ammattimainen hevosten pito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tallilla on selkeät säännöt/ toimintaohjeet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**11) Mihin kiinnität kuvassa eniten huomiota? (klikkaa kuvaa ja vastaa tekstiruutuun)**





LIITE 1. Kysely hevosalan imagosta hevosalan yrittäjille.

## Kysely hevosalan imagosta hevosalan yrittäjille

### 1) Sukupuoli

- Nainen  
 Mies

### 2) Ikä

- 18-25  
 26-35  
 36-45  
 46-55  
 56-

### 3) Kauanko olet ollut hevosalan yrittäjänä? (vuotta)

### 4) Minkä lajin yrittäjä olet?

- raviurheilu  ratsastus  täyshoitotalli  joku muu, mikä?

### 5) Oletko suorittanut hevosalan tutkintoa?

- en  kyllä, minkä?

### 6) Onko yritykselläsi nettisivuja?

- kyllä  
 ei

### 7) Mikä on mielestäsi hevosalan imago tällä hetkellä?

- erinomainen  
 hyvä  
 kohtuullinen  
 välttävä  
 huono, miksi?



**8) Mitkä asiat vaikuttavat hyvään imagoon? (valitse kaksi vaihtoehtoa)**

- kilpailujen rahapalkinnot
- hevosten näkyvyys mediassa
- hevosten näkyvyys maisemakuvassa
- hyvinvoivat hevoset
- yrittäjien ammattimainen toiminta
- yrittäjien sosiaaliset taidot
- muu, mikä?

**9) Mitkä asiat vaikuttavat mielestäsi eniten asiakkaiden tallin valintaan? (valitse 3 tärkeintä)**

- sijainti
- hinta
- yleissiisteys
- henkilökunnan koulutus
- henkilökunnan kokemus
- maastot
- tarhojen koko
- tarhaus aika
- maneesi
- ulkokentän laatu (valaistus, pohja)
- laidunmahdollisuus
- muu, mikä?

**10) Onko mielestäsi hoitosopimuksen laatiminen kirjallisena tärkeää?**

- kyllä
- ei

**11) Mieti seuraavia kysymyksiä hevosyrittäjän imagon kannalta. Arvioi asteikolla 1-5 (1 = ei merkitystä, 5 = erittäin merkittävä).**

	1	2	3	4	5
Säännöllinen päivärytmi tallitoissa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hevosen siisteys tarhassa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tallin ja tallipihan siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tarhojen aitojen kunto	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tallityöntekijöiden yhtenäiset työasut	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ammattimainen hevosten pito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tallilla on selkeät säännöt/ toimintaohjeet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**12) Mihin kiinnität kuvassa eniten huomiota? (klikkaa kuvaa ja vastaa tekstiruutuun)**

