

Juho Mehtälä

**Toisen asteen opiskelijoiden mielikuvat matkailualasta**

Opinnäytetyö

Kajaanin ammattikorkeakoulu

Matkailu-, ravitsemis- ja talousala

Matkailun koulutusohjelma

Kevät 2015



Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	Koulutusohjelma Matkailun koulutusohjelma
Tekijä(t) Juho Mehtälä	
Työn nimi Toisen asteen opiskelijoiden mielikuvat matkailualasta	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot	Ohjaaja(t) Mika Pietarinen
	Toimeksiantaja Kajaanin Ammattikorkeakoulu
Aika Kevät 2015	Sivumäärä ja liitteet 36+17
<p>Opinnäytetyön aiheena oli mielikuvatutkimus toisen asteen opiskelijoiden käsityksistä, mikä on matkailuala. Tavoitteena oli kartoittaa, mitä he ajattelevat matkailusta, Kajaanin ammattikorkeakoulusta ja aktiviteettimatkailusta.</p> <p>Opinnäytteen teoriaosiossa käydään läpi mielikuvia ja imagoa käsitteinä läpi. Muita käsiteltäviä asioita teoriaosiossa on mielikuvan muodostumisen tasot ja imagon rakentaminen. Tutkimusmenetelmänä käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä sekä kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Kohderyhmältä kysyttiin heidän mielipiteitään ja kiinnostustaan matkailualan opiskelusta ja siinä tulevaisuudessa työskentelemistä. Tutkimus toteutettiin kyselylomakkeen muodossa, joka sisälsi avoimia ja valintakysymyksiä.</p> <p>Materiaalin keräys suoritettiin Kajaanin ammattikorkeakoulun avoimissa ovissa 8.10.2014. Kyselyyn vastasi 108 henkilöä. Vastaukset analysoitiin Spss-ohjelman avulla.</p> <p>Tutkimus onnistui hyvin, koska sillä pystyttiin kartoittamaan, minkälaisia mielikuvia toisen asteen opiskelijoilla on matkailualasta ja ovatko he kiinnostuneita opiskelemaan tai työskentelemään kyseisellä alalla tulevaisuudessa.</p>	
Kieli	suomi
Asiasanat imago, mielikuva, matkailu, ammattikorkeakoulu	
Säilytyspaikka	<input checked="" type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus
	<input type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto



School Tourism	Degree Programme Degree Programme in Tourism
Author(s) Juho Mehtälä	
Title Images of Tourism by Upper Secondary Students	
Optional Professional Studies	Instructor(s) Mika Pietarinen
	Commissioned by Kajaani University of Applied Sciences
Date Spring 2015	Total number of pages and appendices 36+17
<p>The subject of this Bachelor's thesis was image research on upper secondary students' images of tourism. The objective was to map out what they think about tourism, Kajaani University of Applied Sciences and activity tourism.</p> <p>In the theory part image as a term was opened and studied. Other things, which were included in the theory were image formation stages and building an image. Research methods, which were used were both quantitative and qualitative methods. The focus group's opinion on and interest in studying tourism and making a living out of it in future were asked. The research was executed in form of a questionnaire, which included both open-ended and multiple-choice questions.</p> <p>The collection of the study material was concluded at Kajaani University of Applied Sciences on Open House Day 8.10.2014. A hundred and eight (108) people responded to the questionnaire. The answers were analysed with help of SPSS-program.</p> <p>The research was successful, because it was able to map out images of upper secondary students in tourism and their interest in studying and working in that field in future.</p>	
Language of thesis      Finnish	
Keywords image, upper secondary education, tourism	
Deposited at	<input checked="" type="checkbox"/> Electronic library Theseus <input type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 KAMK JA MATKAILUALA	3
2.1 Kajaanin ammattikorkeakoulu	3
2.2 Matkailuala	4
2.3 Aktiviteettimatkailu	6
3 MIELIKUVA JA IMAGO	7
3.1 Mielikuva ja imago käsitteinä	7
3.2 Skeema	8
3.3 Mielikuvan muodostumisen pelkistetty malli	9
3.4 Mielikuvan muodostumisen tasot	10
3.5 Imagon rakentaminen	12
4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUMINEN	14
4.1 Kohderyhmä	14
4.2 Tutkimusongelma	14
4.3 Tutkimusmenetelmät	15
4.4 Kyselylomake	17
4.5 Reliabiliteetti ja validiteetti	20
5 TULOKSET	22
6 JOHTOPÄÄTÖKSET KYSELYN TULOKSISTA	31
7 POHDINTA	34
LÄHTEET	35
LIITTEET	

# 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on kartoittaa, minkälaisia mielikuvia toisen asteen opiskelijoilla on matkailualasta, Kajaanin ammattikorkeakoulusta ja siellä opetettavasta matkailualan tutkinnosta eli aktiviteettimatkailusta. Toimeksiantajana on Kajaanin ammattikorkeakoulu. Tutkimuksella on tarkoitus selvittää, mitä toisen asteen opiskelijat ajattelevat matkailualasta ja sen opinnoista. Siitä saatua tietoa voidaan sitten hyödyttää monin eri tavoin. Esimerkiksi sitä voidaan hyödyntää Kajaanin amk:ssa opetettavan matkailualan mainostamiseksi ja paremmin sen esiin tuomiseksi.

Millainen mielikuva matkailualasta toisen asteen opiskelijoiden mielessä on? Tutkimalla toisen asteen opiskelijoita saadaan selville arvokasta tietoa siitä mitä he ajattelevat matkailualasta ja mitkä tekijät ovat vaikuttaneet muodostuneisiin mielikuviiin esimerkiksi aktiviteettimatkailusta. Tutkimuksesta saatujen tulosten avulla voidaan sitten vetää johtopäätös siitä, mitkä asiat vaikuttavat jatkokoulutuksen valintaan ja pitävätkö he matkailualaa varten otettavana vaihtoehtona.

Teoriaosuudessa tutustutaan mielikuvien muodostumiseen ihmisen mielissä ja mitkä kaikki asiat siihen vaikuttavat, esimerkiksi kuinka paljon ihmisen mielikuviiin asioista vaikuttavat muut ihmiset. Siinä käydään läpi myös mielikuvat ja imagot käsitteinä. Mielikuvien muodostumisella on monia eri tasoja joihin syvennyttään tutkimuksessa. Muita asioita, joita käsitellään tutkimuksessa, on miten imagoa rakennetaan haluttuun suuntaan, eikä vaan oteta sitä suuntaa mikä automaattisesti syntyy. Teoriassa käydään läpi, mitä skeemat tarkoittavat ja miten ne vaikuttavat ihmisten mielikuviiin asioista ja niiden muodostumiseen. Kyselylomake laadittiin mahdollisimman suppeaksi eli A4 mahtuvaksi, mutta silti tarpeeksi kattavaksi, että siinä kysytään kaikki tutkimukseen tarpeellisen tiedon.

Tutkimusmenetelminä käytettiin sekä kvantitatiivista eli määrällistä että kvalitatiivista eli laadullista tutkimusta. Määrälliselle tutkimuksella saadaan kartoitettua tilanne, mutta ei pystytä selvittämään asioiden syitä riittävän tarkasti. Vastausten tulkinassa käytettiin apuna tilastotiedettä. Kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkitaan asioita syvemmin ja pyritään

ymmärtämään niitä paremmin kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Eli pureudutaan enemmän siihen, että miksi vastaaja on A mieltä eikä B mieltä.

Mielikuvatutkimus toisen asteen opiskelijoiden mielikuvista matkailualasta suoritettiin avointen ovien aikana 8.10.2014. Kyselyyn vastasi 108 opiskelijaa.

## 2 KAMK JA MATKAILUALA

Opinnäytetyöni toimeksiantaja toimii Kajaanin ammattikorkeakoulu, joten teen tämän tutkimukseni sitä varten. Opinnäytetyöni on tutkimus toisen asteen opiskelijoiden mielikuvista Kajaanin ammattikorkeakoulusta ja sen tarjoamasta aktiviteettimatkailu koulutuksesta ja matkailualasta yleensä.

### 2.1 Kajaanin ammattikorkeakoulu

Kajaanin amk:kin toimintaa ohjaavana visiona on olla Suomen tekevin korkeakoulu, joka on yhteistyökumppaneidensa kanssa toiminta-alueensa johtava TKI- ja yritystoiminnan edistäjä, väestön osaamistason kohottaja sekä dynaaminen työelämän yhteistyökumppani ja uudistaja. (Kamk 2015a.)

Kajaanin ammattikorkeakoulu aloitti toimintansa vuonna 1992 ja vakinaistettiin ensimmäisten ammattikorkeakoulujen joukossa vuonna 1996. Koulussa on tarjolla 5 koulutusala, 6 AMK-perustutkintoa ja 6 ylempää AMK-tutkintoa. Siellä on 11 erilaista koulutusta, joista 2 englanninkielistä ja tarjolla on myös 6 ylempään AMK-tutkintoon johtavaa koulutusta. Kamk:issa on noin 2 200 opiskelijaa, 220 työntekijää, joista opetushenkilöstöä on noin 120, ja sieltä on valmistunut yli 5 500 opiskelijaa. Koulu yhtiöitettiin Kajaanin ammattikorkeakoulu Oy:ksi 1.1.2014 alkaen ja sillä on toistaiseksi voimassa oleva toimilupa osakeyhtiömuotoisena 1.1.2015 lähtien. (Kamk 2015a.)

Kajaanin ammattikorkeakoulu tarjoaa monipuolisen opetuksen, hyvät yhteydet yritysmaailmaan sekä erilaiset käytännönläheiset projektit, jotka antavat valmiudet kohdata työelämän haasteet. Siellä voi opiskella viittä eri alaa, yhteiskuntatieteitä, liiketaloutta ja hallintoa, luonnontieteiden alaa, tekniikan ja liikenteen alaa, sosiaalialaa ja terveys ja liikunta-alaa sekä matkailu-, ravitsemis- ja talousalaa. Ylemmän AMK –tutkinnon pystyy suorittamaan insinööri-, restonomi-, tradenomi- tai sairaanhoitaja-alalta. (Kamk 2015a.)

## 2.2 Matkailuala

Matkailu on viimeisten vuosikymmenten aikana kehittynyt yhdeksi suurimmista ja monipuolisimmista elinkeinoista. Matkailualalla on erittäin monipuoliset työllistymismahdollisuudet. Tämä ala tulee aina olemaan palveluala, jossa asiakaspalvelutaidot ovat erittäin tärkeitä ja asiakkaan huomioiminen on aina tärkeintä (Ammatinetti 2015). Matkailupalvelujen osuus elinkeinorakenteesta on kasvussa myös Suomessa. Esimerkiksi vuonna 2012 Suomessa vieraili 7,6 miljoonaa ulkomaista matkailijaa. Matkailualalla työskentely avaa myös ovet lukuisiin erilaisiin työtehtäviin ulkomailla, esimerkiksi matkaoppaan työtehtävät. (Studentum 2015.)

Matkailualalla työskennellään monissa eri tehtävissä. Työssä korostuvat mm. asiakaspalveluosaaminen, viestintätaidot, kielitaidot ja vastuuntuntoisuus. Matkatoimistossa työskentelevät virkailijat myyvät matkoja ja oheispalveluita asiakkaille, ja ohjelmopalveluyrityksissä työntekijät suunnittelevat ja toteuttavat erilaisia aktiviteettejä asiakkaille. Majoituspalvelua tarjoavissa yrityksissä työntekijät myyvät majoitusta asiakkaille, myyvät oheistuotteita ja hoitavat yrityksen asiakaspalvelua. Työhön voi liittyä työpaikasta riippuen siivousta ja ruoan valmistamista. Ravitsemispalvelu yrityksissä työntekijät valmistavat ruokia ja tarjoilevat sitä erilaisin tavoin. Erilaisissa vetovoimakohteissa työntekijät voivat mm. myydä lippuja, tarjota neuvontaa tai käyttää erilaisia laitteita. Liikenne- ja kuljetuspalveluissa työntekijät hoitavat tavaroiden ja ihmisten kuljetuksia esimerkiksi bussilla tai ovat mukana suunnittelemassa kuljetuksien järjestämisessä. Kaikkiin aloihin sisältyy johtamis-, esimies-, suunnittelu-, myynti- ja markkinointitehtäviä. (Ammatinetti 2015.)

Matkailualalla palkat vaihtelevat työtehtävien, työkokemuksen ja koulutustason mukaan. Esimerkiksi hotellin vastaanottovirkailijana työskentelevän alkupalkka vuonna 2011 oli Palvelualojen ammattiliiton taulukon mukaan 1 703 euroa. Vuonna 2013 julkaistussa matkatoimistoalan työehtosopimuksen mukaan keskipalkat matkatoimisto alalla vaihtelevat 1 900 – 2 600 euron välillä riippuen työtehtävistä. (Studentum 2015.)

Matkailuala työllistää Suomessa yli 130 000 henkilöä. Alalla on myös paljon osa-aikaisia ja sesonkiluonteisia työpaikkoja esimerkiksi Lapin hiihtokeskuksissa. Alan työllisyys vaihtelee kunnittain niiden vetovoimakohteiden ja luonnonolosuhteiden mukaan. Laskusuhdanteen



aikana ihmiset säästävät matkailusta, joten työvoimantarve vähenee, mutta toisaalta kotimaan matkailu lisääntyy kaukomatkailun kustannuksella, mikä parantaa laskusuhdanteen aikaisia työpaikkoja. Ala on kasvava, jossa työskentelevien määrä kasvoi 30 prosenttia vuosina 1995 – 2010. Alalle on arvioitu syntyvän jopa 50 000 uutta työpaikkaa vuoteen 2020 mennessä. Alan uskotaan työllistävän hyvin myös tulevaisuudessa. (Ammatinetti 2015). Lomamatkailu on vahvasti kausiluonteista, joten osa-aikaiset työsuhteet ovat yleisiä elämysmatkailun, vesipuistojen ja laskettelukeskusten työntekijöiden keskuudessa. Työpaikkojen alueellinen keskittyminen pohjautuu vahvasti lomakohteiden sijainnille. (Studentum 2015.)

Matkailua on mahdollista opiskella kaikilla koulutustasoilla ammatillisista oppilaitoksista yliopistoihin ja ammattikorkeakouluihin. Ammatillisesta peruskoulutuksesta tyypillisin on matkailun perustutkinto, josta valmistutaan joko matkailuvirkailijaksi tai matkailupalvelujen tuottajan työtehtäviin. Ammattikorkeakoulussa suoritettava tutkinto on restonomin tutkinto. Matkailututkimusta voi opiskella yliopistotasolla Lapin yliopistossa. Matkailualalle voi myös päätyä hotelli- ja ravintola-alan koulutuksen kautta. (Studentum 2015.)

Kansainvälinen matkailu kasvaa lähes jatkuvasti. Matkailuala on herkkä talouden suhdannevaihteluille, joiden laskukausina matkailu keskittyy kotimaahan ja lähialueille, kun taas noususuhdanteen aikana ihmiset useimmiten matkustavat enemmän ulkomaille. Kansainväliset häiriöt vaikuttavat melkein välittömästi matkailukohteiden valintaan. Esimerkiksi terrorismi tai epidemia jollain alueella vähentävät sinne matkustavien ihmisten määrää, koska ihmiset haluavat mieluummin turvallisen ja riskittömän matkakohteen. Tulevaisuudessa alalla palvelun laadun merkitys korostuu entisestään ja ihmiset odottavat entistä enemmän erilaisia elämyksiä matkastaan. Useat matkailuyritykset tulevat keskittymään ja ketjuuntumaan tulevaisuudessa ja monet näistä yrityksistä tulevat luultavasti siirtymään kansainväliseen omistukseen. Kansainvälinen kiristynvä kilpailu tuo uusia haasteita tuotekehitykselle ja markkinoille. Tärkeimpiä asioita kehityksessä ovat mm. erikoistuminen, yhteistyö ja kansainvälistyminen. (Ammatinetti 2015.)

## 2.3 Aktiviteettimatkailu

Kajaanin ammattikorkeakoulussa opiskeltavan matkailualan ydin on aktiviteettimatkailun osaamisalue. Aktiviteettimatkailu on ainutlaatuinen koulutusmahdollisuus Suomessa. Se on uudenlainen, innovoiva ote tarttua matkailun palveluliiketoiminnan ja – johtamisen kehittämiseen ja suunniteluun sekä alan nopeatahtisen tuotekehityksen haasteisiin. Se on liikuntaa luonnossa sekä hyvinvointimatkailua yhdistettynä ravitsemisliiketoimintaan. Siinä painotetaan erilaisia aktiviteettejä luonnossa sekä kesällä että talvella, ja niihin aina sisältyy suuresti liikunnallisuus. Hyvinvointipalvelut ovat myös tärkeä osa tätä, jossa keskitytään ihmisten hyvinvoinnin edistämiseen. (Kamk 2015b.)

Aktiviteettimatkailun koulutusohjelmassa on neljä eri syventävää opintokokonaisuutta, joista opiskelija voi valita pari mieluisinta ja syventää tietämystään kyseisestä kokonaisuudesta. Ensimmäinen syventävistä opinnoista on elämysaktiviteetit, jossa keskitytään kesä- ja talviaktiviteettien toteutukseen ja opitaan tuottamaan asiakkaille yksilöllisiä ja aitoja elämyskokemuksia. Toinen on hyvinvointimatkailu, jossa opitaan soveltamaan eri liikuntalajeja ja hoitomuotoja eri lähtökohdista tulevien ihmisten kokonaisvaltaiseen hyvinvoinnin edistämiseen sekä tuottamaan niistä matkailuun soveltuvia tuotekokonaisuuksia. Kolmas syventävä opintokokonaisuus on majoitusliiketoimintaosaaminen, jossa opitaan ymmärtämään majoitusalan monimuotoisuus ja sen muuttuva toimintaympäristö. Viimeinen opintokokonaisuus on ruokapalveluosaaminen, jonka aikana opiskelija oppii ymmärtämään ruokapalvelujen merkityksen matkailussa ja samalla myös oppii toteuttamaan ruokapalveluita erilaisissa asiakastilanteissa. (Kamk 2015b.)

### 3 MIELIKUVA JA IMAGO

Yksinkertaisesti sanottuna mielikuva on kuva jostain asiasta ihmisen mielessä. Ihmisen muodostamiin mielikuviiin vaikuttavat ihmisen omat kokemukset, jolloin mielikuva on aina puolueellinen ja subjektiivinen. Asenteet ja arvot, jotka vaikuttavat mielikuvien muodostumiseen, eivät ole synnynnäisiä ominaisuuksia, vaan ne on saatu ympäristöstä saatujen vaikutteiden kautta eli ympäristön asenteet ja arvot jotain asiaa kohtaan voivat aiheuttaa sinulle täsmälleen samanlaisen mielikuvan kuin heillä, vaikka et ole koskaan kuullutkaan sen enempään kyseistä asiasta. (Rope & Methner 2001, 13 - 17; 63 - 64.)

Imago on ulospäin välittyvä kuva asiasta eli minkälaiselta se asia näyttää ihmisen silmin. Imagoon voi kehittää markkinoillisin keinoin ja siihen vaikuttavat visuaaliset tekijät erittäin paljon, esimerkiksi mainokset, kuvat ja erilaiset logot. Imagon rakentumiseen vaikuttavat asiat ovat mainonta ja markkinointiviestintä, eli miten asiaa tuodaan esiin erilaisin keinoin markkinoinnissa. Eli imagoa pystyy oikeaoppisilla keinoilla itse rakentamaan haluttuun suuntaan ihmisten mielessä. (Aula & Heinonen 2002, 46 - 52.)

#### 3.1 Mielikuva ja imago käsitteinä

Yleisesti imago ja mielikuva nähdään kahden eri tahon välisenä toimintana eli imagon lähettäjän ja mielikuvan vastaanottajan välisenä toimintana. Näin jäsennettynä imago olisi viestien lähettäjän puolen toimintaa, kun taas mielikuvat kuvaisivat viestien vastaanottajapuolen toimintaa. Imago viittaa aktiivisesti tuotettuun ja viestittyyn kuvaan tai käsitykseen jostain alueesta tai asiasta. Mielikuvalla taas viitataan psykologiseen merkitysten muodostumiseen asiasta saatujen faktatietojen tai ihan vaan kavereilta kuultujen kertomusten kautta. (Karvonen 1997, 32; Äikäs 1997, 14 - 15.)

## 3.2 Skeema

Kognitiivisen lähestymistavan tärkein käsite on skeema. Skeemat ovat kokemusten, havaintojen ja tulkintojen myötä muistiin syntyneitä rakenteita tai malleja. Monien kokemusten myötä mieleemme syntyy esimerkiksi käsitys siitä, mitä pallo on ja mitä siltä voidaan odottaa. Pallo pyöreeä, se vierii maata pitkin ja se on kolmiulotteinen. Esine tulee tunnistetuksi palloksi silloin, kun aistimista tuleva tieto sopii yhteen mielessämme ennestään olevan skeeman kanssa. Vaikka näemme juuri tuon kyseisen pallon ensimmäistä kertaa, meillä on jo sitä kohtaan monenlaisia odotuksia. Me tiedämme tai luulemme tietävämme, minkälaisia ominaisuuksia pallolla on ja miten sitä voi käyttää jne. Jos nämä odotukset eivät pidä paikkaansa niin, hämmästyimme suuresti kyseisestä asiasta. (Karvonen 1999, 53.)

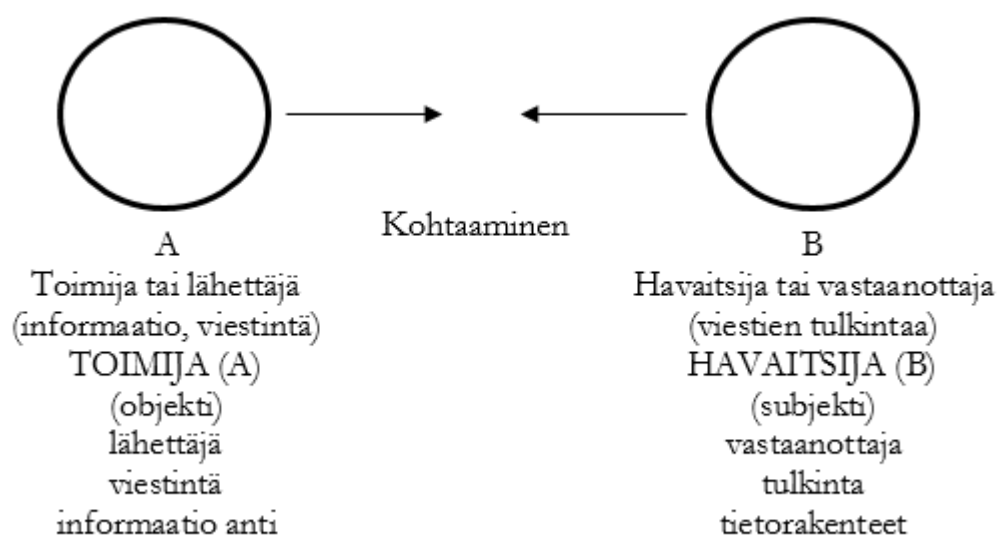
Skeemoja voidaan sanoa odotuksen struktuureiksi eli rakenteiksi, jotka määrittelevät sen mitä me odotamme asioilta. Nämä odotusrakenteet ovat myös lupauksia, joille oletetaan olevan katetta. Jos nämä odotukset eivät täyty, turhaudutaan ja ruvetaan soveltamaan tästä johtuvia odotuksia kohteeseen. Esimerkiksi oletamme maasta löytyvän valkoisen aineen olevan lunta, jos on talvi, mutta se voisi yhtä hyvin olla vaikka muovia, ja auton nähdessämme oletamme sen sisältävän moottorin ja polkimet, vaikka emme niitä pystykään näkemään. Lataamme muistimme varastoista suuria määriä uskomuksia, oletuksia ja arvostuksia kohteeseen, vaikka emme niitä empiirisesti havaitsekaan, eli monessa tapauksessa asian havaitseminen on teoreettista. (Karvonen 1999, 53 – 54.)

Eli skeemoja voidaan myös kutsua ennustukseksi asiasta ja ne monesti osuvatkin oikeaan, koska ne viittaavat aikaisempaan kokemukseen kyseisestä asiasta. Esimerkiksi kun tunnistamme mummon päiväkävelyllä, oletamme luultavasti, että hän varmaankin kutoo ja keinuu kiikkutuolissa, mutta ei aja nelivetoisella maastoautolla eikä istu iltoja ravintolassa. Nämä odotukset voivat olla myös tyystin väärä, mutta yleensä näistä oletuksista ainakin osa osuu oikeaan. (Karvonen 1999, 54.)

### 3.3 Mielikuvan muodostumisen pelkistetty malli

Yksinkertaistetussa perusasetelmassa läsnä on kaksi osapuolta, se, josta kuva tai käsitys muodostetaan, ja se, jolle kuva muodostuu. Nämä osapuolet kohtaavat toisensa tai ovat vuorovaikutuksessa toistensa kanssa jollakin tapaa, niin että henkilö saa informaatiota havainnointinsa pohjaksi ja mielikuvia muodostuu. (Karvonen 1999, 51 - 52.)

Kuviosta 1 tulee selväksi, että kohteesta A leviää tarkoituksella tai tahattomasti informaatiota havaitsijan B saataville ja tämän pohjalta B tuottaa mielikuvan A:sta itselleen. Tämä kuvio voidaan käsittää kognitiiviseksi skeemaksi, joka muodostuu kokemusten myötä ihmisten muistiin. Tämä rakenne toimii oletusarvona, jota tulevaisuudessa sovelletaan kyseiseen kohteeseen esimerkiksi lehtipuiden lehdet ovat vihreitä kesällä. Rakenne toimii myös suodattimen roolissa, joka ohjaa sitä, mihin kohteessa kiinnitetään huomiota ja mihin ei. Toimijan A viestinnästä voimme todeta, että pelkästään sen olemassaolo tai toiminta tuottaa informaatiota ympäristöönsä, vaikka se ei olisikaan tarkoituksella tuotettua viestintää. Ihminen ei voi paeta viestintää jokainen meistä viestii joka tapauksessa, halusimme taikka emme. Tämän pohjalta syntyy mielikuvia ihmisille. Vaikka viestintää ei voi välttää, voimme kuitenkin valita, viestimmekö sattumanvaraisesti vai tarkoituksellisesti jotakin painottaen. (Karvonen 1999, 52.)



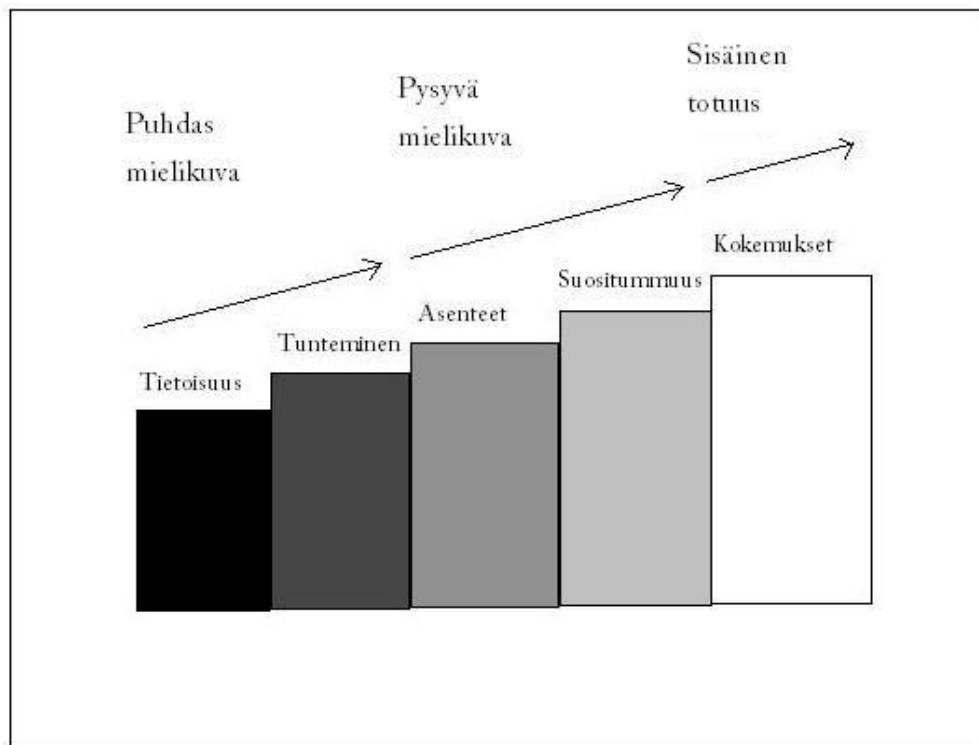
Kuvio 1. Mielikuvan muodostumisen perusasetelma (Karvonen 1999, 52).

Mielikuvissa on yleensä kyse siitä, miten asiakkaat tai muut sidosryhmät havaitsevat kohteen, eikä siitä, mikä on kohteen todellisuus. Nykyään yhä useammin media tulee A:n ja B:n väliin, joten B ei saakaan havaintoja suoraan A:sta, vaan esimerkiksi siitä, miten toimittajat katsovat asiakseen A:sta kirjoittaa. Havaitseminen ei ole kohteen mutkaton kuvautumista havaitsijan mieleen. Se on esiin tulevien vihjeiden pohjalta tapahtuvaa tulkintaa ja päättelyä. Tämä tapahtuu silloin, kun kohteesta tuleva informaatio suhteutetaan mielessä ennestään oleviin muistinvaraisiin rakenteeseen. (Karvonen 1999, 52 - 53.)

### 3.4 Mielikuvan muodostumisen tasot

Ihmisten mielikuvat eri asioista muodostuvat heidän mielissään. Mielikuvien muodostumiseen vaikuttavat erilaiset ihmisiin vaikuttavat ärsykkeet, esimerkiksi nähty mainos tai kaverin kertoma palaute jonkin yrityksen toiminnasta. Näiden muodostumiseen vaikuttavat myös henkilöiden henkilökohtaiset lähtökohdat eli minkälaiset tarpeet, arvot, asenteet ja ennakkoluulot kyseisillä henkilöillä on jotakin asiaa kohtaan. Esimerkiksi matkailualasta kiinnostuneet opiskelijan mielikuva alasta voi erota erittäin paljon heistä, jotka eivät ole kiinnostuneet ollenkaan matkailualasta. (Isohookana 2007, 20.)

Kuviosta 2 käy selväksi, miten mielikuva kulkee yhtä matkaa sisäisen mielikuvan syvenemisen kanssa. Ensimmäisessä eli tietoisuusvaiheessa tiedetään vain asiasta sen nimi ja ei oikeastaan mitään muuta. Esimerkiksi aktiviteettimatkailusta tiedetään nimi, mutta ei tiedetä, mitä se sisältää. Seuraava vaihe on tunteminen. Tässä vaiheessa henkilö saa tietoa asiasta mainoksen tai henkilön kautta, joka tietää asiasta jo jotain. Esimerkiksi luokkalaisten kesken voidaan keskustella asiasta, jolloin asiasta tietämätön henkilö oppii tuntemaan asiasta jotakin, vaikka ei ennestään tiennytkään asiasta kuin sen pelkän nimen. Näissä kahdessa vaiheessa ihminen ei ole vielä muodostanut hyvää tai huonoa mielikuvaa asiasta, jonka takia näitä kahta vaihetta kutsutaan puhtaaksi mielikuvaksi. (Rope & Vahvaselkä 1997, 69 - 70.)



Kuvio 2. Mielikuvan tason muodostuminen (Rope & Vahvaselkä 1997, 69).

Kolmas vaihe on asennevaihe. Tässä vaiheessa rupeavat ihmisen omat arvot vaikuttamaan, ovat ne sitten negatiivisia tai sitten positiivisia. Eli tässä vaiheessa ihminen muodostaa asenteen kyseistä asiaa kohtaan saatujen tietojen ja omien arvojen pohjalta. Asennevaiheessa mielikuvasta tulee pysyvä, ja sitä on enää tämän vaiheen vaikea ruveta enää muuttamaan, joten jos tässä vaiheessa asenne on negatiivinen, niin sitä on enää erittäin vaikea muuttaa positiiviseksi. (Rope & Vahvaselkä 1997, 70.)

Seuraava vaihe on suosittummuusvaihe, jossa pyritään positiivisista asenteista rakentamaan myönteisiä odotuksia asiaa kohtaan. Odotukset voivat esimerkiksi perustua mielikuvatekijöihin kuten monipuolisuus. Suosittummuusvaiheessa pyritään vaikuttamaan henkilöön siten, että hän valitsisi kyseisen asian yli muiden. Esimerkiksi opiskelupaikkaa hakeva opiskelija hakisi ennemmin aktiviteettimatkailua opiskelemaan kuin markkinointia. Näitä kahta vaihetta kutsutaan pysyvän mielikuvan vaiheeksi, koska tässä vaiheessa ihmiselle muodostunut mielikuva jostain asiasta on jo pysyvä. (Rope & Vahvaselkä 1997, 70.)

Viimeinen mielikuva muodostamisvaihe on kokemusvaihe. Tässä vaiheessa selviää, miten odotukset ovat vastanneet todellisuutta asiasta. Eli jos asia on vastannut henkilön mielikuvaa asiasta, niin silloin mielikuva syventyy entisestään ja pysyvästä mielikuvasta tulee sisäinen totuus. Esimerkiksi, jos aktiviteettimatkailun opiskeleminen on vastannut positiivista mielikuvaa siitä, niin se syvenee sitten entisestään. Tässä vaiheessa pettymys voi vielä muuttaa mielikuvan täysin päinvastaiseksi, eli jos koettu asia ei vastaakaan siitä saatua mielikuvaa, niin silloin asiasta koettu mielikuva voi ollakin aivan jotain muuta, mitä se ennen asian kokemista oli. (Rope & Vahvaselkä 1997, 70.)

Eli nämä viisi tasoa ovat ihmisen mielikuvan muodostumisen tasoa, joita pitkin ihminen muodostaa mielikuvia asioista. Tällöin voimme todeta, että erittäin monet tekijät vaikuttavat siihen miten ihminen muodostaa mielikuvia erilaisista asioista. (Rope & Vahvaselkä 1997, 69 - 70.)

### 3.5 Imagon rakentaminen

Imagon rakentamisessa ei pystytä suoraan vaikuttamaan kohderyhmän arvoihin, asenteiseen tai ennakkoluuloihin. Näihin asioihin ei vain voi vaikuttaa helposti, koska ne ovat ihmisten itse muodostamia asioita tai sitten ne on saatu ympäristön vaikutuksen kautta. Näitä asioita voi muuttaa vain kokemuksilla ja kovasti töitä asian eteen tekemällä. Imagon elementeistä voimme sen rakentamisessa vaikuttaa näihin asioihin informaatioon, tietoon, kokemuksiin ja havaintoihin. Näihin asioihin aktiivisesti puuttuminen estää sattumavaraisen imagon muodostumisen, ja sillä myös autetaan imagon haluttuun suuntaan vieminen. (Vuokko 2003, 111.)

Imagon muodostuminen ihmisten mieliin on vähintään riippuvainen kahdesta asiasta viestivästä tahosta ja vastaanottajasta, joka viestit omien lähtökohtien mukaan tulkitsee. Viestinnässä antaminen ja saaminen ei kuitenkaan ole niin yksinkertaista, että joku vaan antaa toiselle esineen ja toinen henkilö vastaanottaa sen. Pelkän esineen vastaanottamisen sijaan kannattaa ajatella, että lähettäjä tai monet eri lähettäjä tuovat tehtaalla lastaussillalle monenlaista raaka-ainetta, joista tehdas valmistaa mutkikkailta prosesseillaan valmiin tuotteen. Ihmisten mielikuvat ovat tällaisen prosessin tuotetta. Sen takia lopputuloksesta kiinnostuneen on



hyödyllistä ymmärtää esimerkiksi, minkälaiset arvot, asenteet ja tunteet ohjaavat näitä ihmisiä. (Karvonen 1999, 51.)

Imagon rakentamisessa tärkeimmäksi käsitteeksi voimme asettaa mielikuvamarkkinoinnin, joka tarkoittaa tietoisesti halutun mielikuvan rakentamista kohderyhmän mieleen. Merkkimarkkinointi on tärkeä mielikuvamarkkinoinnin osa, joka on osa imagon rakentamisen keinoja. Eli imago liitetään johonkin merkkiin eli brändiin. Merkin sisällön tavoitekuva on valmiiksi määritelty, ja yleisesti voimme sanoa, että tavoitteena on saada vahva ja positiivinen mielikuva merkistä, joka sitten suoraan vaikuttaa imagoon. Tämän takia ihmiset osaavat suoraan yhdistää merkin haluttuun asiaan esimerkiksi johonkin yritykseen kuten Niken kengät, joista tulee heti vahva mielikuva henkilölle. (Rope 2005, 177.)

## 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTUMINEN

### 4.1 Kohderyhmä

Kohderyhmäni tutkimuksessani on toiseen asteen opiskelijat eli ammattiopiston ja lukion opiskelijat. Vielä tarkemmin sanottuna Kajaanin ammattikorkeakoulun avoimiin oviin osallistuvat toiseen asteen opiskelijat, jotka enimmäkseen koostuvat kohta valmistuvista opiskelijoista, jotka suunnittelevat, mihin ehkä lähtevät opiskelemaan valmistumisen jälkeen.

### 4.2 Tutkimusongelma

Tutkimusongelma on opinnäytetyön lähtökohta. Se koostuu kysymyksistä, joihin opinnäytetyö pyrkii vastaamaan. Määrittämällä tutkimusongelman rajataan tutkittavaa asiaa ja myös saadaan paremmin selville, mitä tutkimusmenetelmiä tässä tutkimuksessa kannattaa käyttää. (Kamk 2014a.)

Tieteellisessä tutkimuksessa pitää aina olla ongelma, jotta pystytään tekemään tieteellistä tutkimusta. Opinnäytetyö myös edustaa tieteellistä työtä, joten tutkimusongelma on tärkeä osa opinnäytteen tekemistä. Ongelman määrittely ja rajaaminen on tärkeää, sillä se on koko tutkimusprosessi perusta ja ohjaava asia. Jos ongelma on aseteltu väärin, silloin myös kysymykset ovat väärinä, joten tällaisesta tutkimuksesta saadut tulokset ovat kyseenalaisia, koska silloin ei ole saatu oikeanlaista tietoa, jota alun perin tutkimusta aloittaessa ruvettiin etsimään. (Kananen 2014, 32.)

Tutkimusongelman määrittelyssä kiteytyy koko tutkimuksen tarkoitus ja tavoitteet. Tutkimuksen aluksi ongelman määrittely voi olla hankalaa ja joskus ongelma määritellään vasta tutkimuksen johdantoa kirjoittaessa. Tämä ei ole suositeltava ratkaisu, koska ongelma on tutkimuksen ohjaava ”missio”, jonka avulla pyritään pääsemään tutkimuksessa haluttuun suuntaan. Tutkimusongelman joutuu usein rajaamaan tutkimusaiheen suuruuden vuoksi, jotta saataisiin ongelmasta helpommin käsiteltävää ja pystytään paremmin asettamaan tavoitteet.

Rajaukset ovat tieteellisessä tutkimuksessa tärkeitä, koska liian laajoja asioita ei pystytä hallitsemaan normaalin menetelmin tai niistä tutkimuksista tulisi vain pinnallisia. Rajaamisen vaikutukset tulevat esille, kun päätetään, mitkä tekijät otetaan tarkastelussa huomioon ja mitkä jätetään sen ulkopuolelle. Rajaaminen tapahtuu yleensä tutkimuksen edetessä ja tutkittavan ilmiön hahmottuessa tarkemmaksi. (Kananen 2014, 32 - 33.)

Tutkimusongelmani tässä opinnäytetyössäni on toisen asteen opiskelijoiden mielikuvat matkailualasta ja Kajaanin ammattikorkeakoulun aktiviteettimatkailun koulutusohjelmasta. Eli tässä tutkimuksessa pyrin kartoittamaan, minkälaisia eri mielikuvia toisen asteen opiskelijoilla on näistä asioista ja kuinka paljon matkustaminen vaikuttaa näihin mielikuviiin. Samalla myös otan selvää onko toisen asteen opiskelijoilla kiinnostusta ruveta opiskelemaan matkailualaa ammattikorkeakoulussa ja onko heillä minkälainen ennakkokäsitys aktiviteettimatkailun koulutusohjelmasta, jota opetetaan Kajaanin ammattikorkeakoulussa. Tutkimuksessa myös kartoitetaan minkälainen tietämys toisen asteen opiskelijoilla on yleisesti matkailualasta ja ovatko he yleensäkin kiinnostuneita matkailusta.

Kartoitin toisen asteen opiskelijoiden mielikuvia matkailusta kyselylomakkeella, joka sisälsi myös avoimia kysymyksiä. Tutkimusmenetelmäni kuuluvan kyselykaavakkeen opiskelijat palauttivat nimettöminä. Kysely toteutettiin Kajaanin ammattikorkeakoulun avoimissa ovissa 8.10.2014 ja siihen vastasi 108 opiskelijaa, joten saavutin tavoitteeni n. 100 vastauksesta ja sain myös hyvän otannon kohderyhmästäni. Kyselyä kerätessä käytin tikkareita palkintona vastaamisesta, jotta saisin mahdollisimman paljon vastaajia toisen asteen opiskelijoista eli tarpeeksi ison otoksen. Tutkimus olisi näin luotettava ja sen tuloksia voisi yleistää.

### 4.3 Tutkimusmenetelmät

Yleisesti katsoen on olemassa kaksi eri tutkimusmenetelmää, kvantitatiivinen ja kvalitatiivinen. Käytän omassa tutkimuksessani kumpaakin menetelmää jossain määrin. Päädyin tähän ratkaisuun sen takia, että tällä tavoin saan parempia tuloksia tutkittavasta asiasta kuin ainoastaan pelkkään tilastolliseen dataan tukeutumisella.

Kvantitatiivinen tutkimus eli määrällinen tutkimus perustuu tilastolliseen dataan. Tätä menetelmää käytetään silloin, kun tuloksia pystytään tilastoimaan numeraalisesti. Tämän avulla voidaan esimerkiksi vertailla eri muuttujien arvoja, laskea keskiarvoja ja mitata muuttujien vaihtelevuutta. Tämä tutkimusmenetelmä usein vastaa kysymyksiin missä, mistä, mitä, kuinka paljon ja kuinka usein. Tämän tutkimuksen tulokset ovat usein mahdollista yleistää otannasta riippuen koko väestöön tai väestön osaan. Eli tämän tutkimuksen tulokset perustuvat tilastolliseen yleistettävyyteen. (Mäntyneva, Heinonen & Wrangé 2008, 31; Rope 2005, 423.)

Tilastollisen tutkimuksen aineiston keruussa käytetään yleensä standardoituja lomakkeita valmiina vastausvaihtoehtoinen. Näiden kysymysten avulla selvitetään lukumääriä ja prosenttiosuuksia, jonka takia pätevä tutkimus edellyttää riittävän suurta ja edustavaa otantaa. Tuloksia kuvataan numeeristen arvojen avulla ja niitä voidaan havainnoistaan erilaisilla taulukoilla tai kuvioilla. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla yleensä pystytään kartoittamaan olemassa olevaa tilannetta, mutta sillä ei pystytä riittävästi selvittämään asioiden syitä. (Heikkilä 2014, 15.)

Kvalitatiivinen tutkimus eli toisin sanoen laadullinen tutkimus tutkii asioita syvemmin ja siinä pyritään ymmärtämään niitä paremmin kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Tällä menetelmällä yleensä etsitään vastauksia kysymyksiin miten ja miksi. Kvalitatiivisella tutkimuksella vastaajilta saatu aineiston määrä on suuri ja siinä ei tuoteta tilastollista dataa, vaan pyritään selvittämään mielipidettä, asennetta tai motiivia. Tässä menetelmässä yleensä käytetään vapaamuotoista haastattelurunkoa, mutta minun tutkimuksessani kvantitatiiviset kysymykset on sisälletty kysymyslomakkeeseen, mikä on poikkeavaa yleisestä laadullisen tutkimuksen keräysmenetelmistä. Kvalitatiivisen tutkimuksen tulokset eivät ole kvantitatiivisen tutkimuksen lailla tilastollisesti yleistettävissä. (Mäntyneva 2008, 69 - 70, 73; Rope 2005, 426.)

Laadullinen tutkimus on mikä tahansa tutkimus, josta saadut tulokset ovat saatu ilman tilastollisia tai määrällisiä keinoja käyttäen. Kvalitatiivinen tutkimus käyttää sanoja tai lauseita eli se ei perustu numeeriseen dataan. Tavoitteena tutkimuksessa on tutkittavan ilmiön kuvaaminen, ymmärtäminen ja tulkinnan antaminen. Analyysi ei ole laadullisen tutkimuksen viimeinen vaihe vaan koko tutkimusta ohjaavaa toimintaa ja se kulkee mukana koko

tutkimusprosessin ajan. Aineistoa on tutkimuksessa vasta sitten kerätty tarpeeksi, kun tutkimusongelma ratkeaa ja tutkija ymmärtää tutkittavan ilmiön. (Kananen 2014, 18 - 19.)

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa hyödynnetään psykologian ja muiden käyttäytymistieteiden oppeja. Selvittämällä kohderyhmän arvot ja asenteet tai tarpeet voidaan ymmärtää paremmin, miksi kuluttaja valitsee kyseisen tuotteen tai miksi hän reagoi mainokseen jollain kyseisellä tavalla. Laadullisessa tutkimuksessa aineisto kerätään vähemmän strukturoidusti ja siitä saatu aineisto on usein tekstimuotoista. (Heikkilä 2014, 15.)

#### 4.4 Kyselylomake

Kyselomake on tiedon keruumenetelmänä usein käytetty ja suosittu. Sen avulla pystytään keräämään runsaasti tietoa, ja usein ihmiset voivat vastata siihen anonyymisti. Kyselylomake voi olla perinteisesti paperilla oleva lomake tai sitten verkossa oleva kysely, johon pystyy vastaamaan netin välityksellä. Lomakkeella voidaan kerätä sekä määrällistä että laadullista tietoa. Mitä enemmän vastaajia on, sitä paremmin heidän numeerisista vastauksista voi tehdä johtopäätöksiä. (Ok-opintokeskus 2015.)

Kysymyksiä ja niiden vastausvaihtoehtoja suunniteltaessa on selvitettävä, kuinka tarkkoja vastauksia halutaan ja kuinka tarkkoja niistä on edes mahdollista saada. Kysymykset kannattaa suunnitella huolellisesti, koska kysymysten muoto on yksi suurimmista virheiden aiheuttajista tutkimuksissa. Eli huonosti tehty tutkimuslomake voi pilata kalliinkin tutkimuksen kokonaan. Tutkimuksen tavoite pitää olla täysin selvillä kun ruvetaan laatimaan kyselylomaketta, jotta tutkija tietää mihin kysymyksiin hän etsii vastauksia. Tällä varmistetaan se, että tutkittavaa asiaa saadaan selvitettyä lomakkeen kysymysten avulla. (Heikkilä 2014, 45 - 46.)

Kyselyt ovat hyvä menetelmä kerätä tietoa, jos sitä halutaan suhteellisen lyhyessä ajassa. Ne ovat objektiivinen tiedonhankintamenetelmä, koska lomakkeet ovat strukturoituja ja kaikki vastaajat vastaavat samaan lomakkeeseen. Lisäksi numeerinen tieto helpottaa raportointia, koska sitä on helpompi ymmärtää kuin laadullista tietoa, mutta kummatkin tietotyypit tukevat toisiaan. Kyselylomakkeen muodon ja sisällön taustalla on kulloinenkin tiedon tarve. Lomakkeen tulisi olla ulkonäöltään sellainen, että se houkuttelee vastaamaan. Vastausohjeiden

tulee olla selkeät, eikä lomake saa olla liian pitkä, mutta sillä tulee pystyä keräämään tarpeeksi hyödyllistä tietoa. Kysymykset täytyy muotoilla selkeästi ja ymmärrettävästi, eikä ne saa olla johdattelevia ja niiden tulisi olla eritteleviä. (Ok-opintokeskus 2015.)

Laadullisissa tutkimuksissa käytetään yleensä avoimia kysymyksiä. Myös kyselytutkimuksissa on usein mukana joitakin avoimia kysymyksiä, mutta niissä yleensä rajataan jollain tavalla vastaajaan ajatusten suuntaan. Avoimet kysymykset ovat helppo laatia, mutta niiden luokittelu on hankalaa ja ne monesti houkuttelevat vastaamatta jättämiseen. (Heikkilä 2014, 47). Suljetuissa eli vaihtoehdot antavissa kysymyksissä vaihtoehdoissa rastitetaan tai ympyröidään sopiva tai sopivat vastaukset. Näitä kysymyksiä sanotaan myös strukturoiduiksi kysymyksiksi. Näiden kysymysten tarkoituksena on vastausten käsittelyn yksinkertaistaminen ja myös tiettyjen virheiden torjuminen. Vastausvaihtoehtojen tulee olla toisensa poissulkevia ja niiden tulee olla mielekkäitä ja järkeviä. Näihin kysymyksiin vastaaminen on nopeaa ja niitä on helppo tilastollisesti käsitellä, mutta ne voivat johtaa harkitsemattomaan vastaamiseen ja ”en osaa sanoa” vaihtoehto usein houkuttelee vastaajia näissä kysymyksissä. (Heikkilä 2014, 49.)

Lomakkeessa on tilaa rajallisesti, joten jokainen kysymys pitää olla tarkkaan harkittu. Tarkemmat kysymykset tuottavat yleensä parempaa tietoa kuin yleisellä tasolla liikkuvat kysymykset, kuten pidätkö matkailusta. Kysymykset yleensä alkavat yleensä taustatiedoista ja sen jälkeen lomakkeessa edetään teemoittain. Yleisen tason kysymykset tulisi olla ennen tarkempia kysymyksiä eri teemojen kohdilla. Lomake tulisi alkaa helpoilla kysymyksillä, että vastaajan on helppo päästä alkuun. Vaikeimmat kysymykset tulisi sijoittaa lomakkeen keskivaiheille ja henkilökohtaisia asioita kysyvät kysymykset lomakkeeseen sen jälkeen. Lomakkeen loppuun kannattaa laittaa kiinnostavia ja vastaamiseen kannustavia kysymyksiä. Kysymysten kannattaa olla lyhyitä ja ymmärrettäviä ja kahden asian yhtäaikaista kysymiseen samassa kysymyksessä kannattaa välttää. Kysymyksiä muotoillessa kannattaa välttää samanlaisten kysymystyyppien käyttämistä koko ajan tylsistymisen välttämiseksi. Kysymyksiä, joihin on vastaukset ilmeisiä, kannattaa välttää. (Ok-opintokeskus 2015.)

Vaikka lomake tehdään kuinka huolellisesti, se tulisi aina koehaastatella tai antaa kohdejoukon edustajille vastattavaksi. 5 - 10 henkeä riittää lomaketta testaamaan, kunhan he pyrkivät selvittämään kysymysten ja ohjeiden selkeyden ja yksiselitteisyyden, vastausvaihtoehtojen sisällöllisen toimivuuden ja lomakkeen vastaamisen raskauden ja siihen vastaamisen kuluvan

ajan. Heidän on myös tarpeellista miettiä, onko jotain tarpeellista jäänyt kysymättä. Testaamisen jälkeen tehdään tarpeelliset muutokset lomakkeeseen. (Heikkilä 2014, 58.)

Oman kyselyni päätin tehdä yhteen A4 mahtuvaksi kaksipuoleiseksi kyselyksi, koska arvelin että kohderyhmäni toisen asteen opiskelijat eivät muuten jaksaisi vastata siihen. Kyselyssäni on vain 14 kysymystä, jotka kartoittavat vastaajien mielikuvia matkailualasta, Kajaanin amk:sta ja aktiviteettimatkailusta. Kysely alkaa kahdella vastaajan taustoja kartoittavilla kysymyksellä eli vastaajan sukupuolta ja tulevaa koulutusta kartoittavilla valintakysymyksillä. Seuraavaksi on avoin kysymys, mitä tulee ensimmäiseksi mieleen Kajaanin amk:sta, ja sitä seuraa neljän vaihtoehdon valintakysymys siitä, kiinnostaaako vastaajaa opiskella Kajaanin ammattikorkeakoulussa. Viidennes kysymys on monivalintakysymys, jossa pitää valita kolme kiinnostavinta koulutusala numeroimalla ne 1 – 3, ja sitä seuraa kolmen vaihtoehdon valintakysymys, jossa kartoitetaan vastaajien kiinnostusta matkustamiseen. Sitä seuraa viiden vaihtoehdon valintakysymys, joka kartoittaa, paljonko vastaajat matkustavat ulkomailla ja kotimaassa.

Seuraava kysymys on monivalintakysymys, jossa vastaajan pitää ympyröidä kaikki matkailuun liittyvät ammatit 18 vaihtoehdosta, ja sen jälkeen on neljän vaihtoehdon valintakysymys, joka kartoittaa vastaajien kiinnostusta työskennellä matkailualalla tulevaisuudessa. Siitä seuraava kysymys on avoin kysymys, jossa selvitetään, mitkä kolme adjektiivia tulee vastaajille mieleen matkailualasta, ja sen jälkeen on viiden vaihtoehdon valintakysymys, jossa on myös mahdollista valita useampi vaihtoehto vastaukseksi, jossa kartoitetaan vastaajien tietämystä ammattikorkeakoulun matkailualan koulutuksesta saatavan tutkintonimikkeen tietämystä. Kolmanneksi viimeinen kysymys on avoin kysymys, jossa pyydetään kuvailemaan muutamalla sanalla, mitä tulee mieleen sanasta aktiviteettimatkailu, ja sen jälkeen on taas kolmen vaihtoehdon valintakysymys, jossa on avoin perustelut-kohta, johon voi vastaaja perustella, miksi valitsi kyseisen vaihtoehdon. Viimeinen kysymys on oikeastaan karttaan sijoittamis tehtävä, jossa kartoitetaan vastaajien maantietoa ja yleistietämystä missä kaupungit ja matkailukeskittymät sijaitsevat. En testannut kyselyäni ennakkoon olleenkaan, koska ei ollut oikein aikaa siihen. Liitteessä 1 löytyy kyselylomake kokonaisuudessaan.

## 4.5 Reliabiliteetti ja validiteetti

Kvantitatiivisen tutkimuksen onnistumista, luotettavuutta ja pätevyyttä arvioidaan sen reliabiliteetin mukaan, ovatko saadut tulokset toistettavia vai olivatko ne täysin sattumanvaraisia. Tutkimuksella täytyy myös olla tarpeeksi suuri otos eli tarpeeksi tuloksia, että sitä voidaan yleistää. Kun otos on liian pieni, siitä saadut tulokset eivät ole kovin luotettavia. Tulosten täytyy myös olla tarkkoja, johdonmukaisia ja täsmällisiä. Mittausvirheet vaikuttavat tulosten reliabiliteettiin eli mitä enemmän satunnaisia virheitä mittauksessa, sitä pienempi reliabiliteetti tuloksilla on. (Kamk 2014a.)

Reliabiliteetti tarkoittaa pysyvyyttä ja pysyvyydellä tarkoitetaan sitä, että jos tutkimus uusitaan, saadaan samat tutkimustulokset eli uusinta vahvistaa tutkimuksesta aikaisemmin saadut tulokset (Kananen 2014, 147). Tutkimuksen tulokset eivät saa olla sattumanvaraisia ja niistä saatujen tulosten pitää olla tarkkoja. Tutkimuksesta saatuja tuloksia ei voida kaikissa tilanteissa yleistää esimerkiksi silloin jos otanta on liian pieni tai sitten tutkimus keskittyy sellaiseen asiaan, jota on vaikea yleistää muulle yhteiskunnalle. Kohderyhmän täytyy edustaa koko perusjoukkoa, että saadut tulokset olisivat luotettavia. (Heikkilä 2014, 28.)

Toinen asia, joka vaikuttaa kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden ja pätevyyden arviontiin on validiteetti eli tutkimustulosten tarkkuus eli missä määrin tulokset vastaavat todellisuutta. Tutkimuksen kykyä mitata juuri sitä ominaisuutta, mitä sillä onkin tarkoitus mitata. (Kamk 2014a). Validius karkeasti sanottuna tarkoittaa systemaattisen virheen puuttumista. Systemaattinen virhe on satunnaisvirheitä vaarallisempi ja sen vaikutus pysyy samana otoskoon kasvaessa ja sen suuruutta on vaikea arvioida. Tämä syntyy aineiston keräämisen liittyvästä tekijästä, joka pyrkii vaikuttamaan kaikkiin tuloksiin samansuuntaisesti, esimerkiksi mahdollinen virhelähde voi olla survey-tutkimuksessa valehteleminen. Jos mitattavia käsitteitä ja muuttujia ei ole etukäteen tarkoin määritelty, silloin eivät tuloksetkaan voi olla valideja. Tutkimuksen kysymysten täytyy mitata oikeita asioita yksiselitteisesti ja niiden täytyy kattaa koko tutkimusongelma eikä vain osaa siitä. Perusjoukon tarkka määrittely, hyvän otoksen saaminen ja suuri vastausprosentti lisäävät validin tutkimuksen toteutumista. (Heikkilä 2014, 27, 177.)



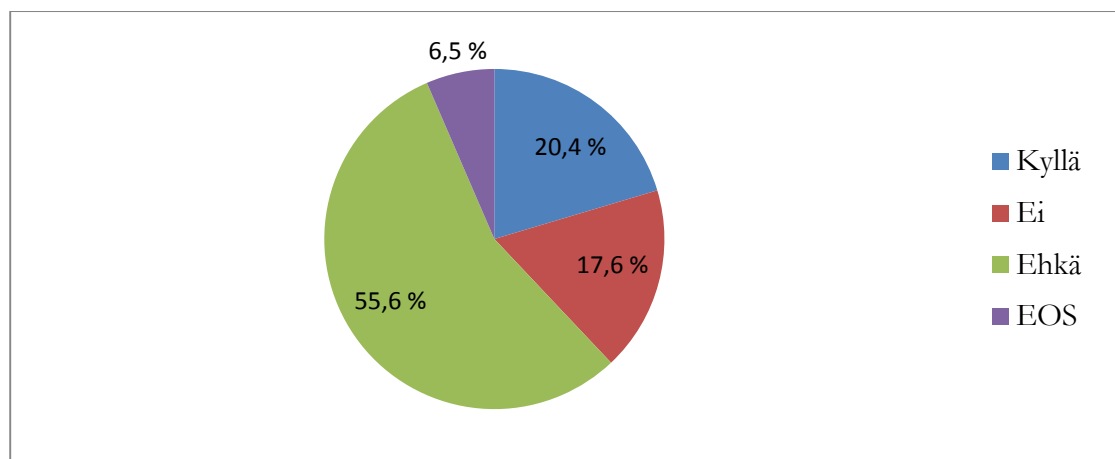
Reliabiliteetti tutkimuksessani on hyvä, koska otos (108 vastausta) on tarpeeksi suuri, joten näitä vastauksia voi yleistää. Mittausvirheitä ei tapahtunut vastauksia kerätessä ja tulokset ovat tarkkoja ja johdonmukaisia. Tulokset myös edustavat koko perusjoukkoa eli niiden voidaan katsoa olevan luotettavia. Voimme todeta, että tutkimus on pysyvä, ja jos tämä tutkimus uusittaisiin samanlaisena, se tuottaisi luultavasti samanlaisia tuloksia. Tutkimukseni validiteetti on myös kohdillaan, koska tutkimukseni mittaa juuri sitä, mitä olen sillä tarkoittanutkin mitata. Itselläni oli jo alusta lähtien tieto juuri siitä, mitä käsitteitä ja muuttujia mitataan tutkimuksessani ja kysymykseni kattavat koko tutkimusongelman hyvin ja niistä saa hyvin selville asioita, joita halusinkin selvittää tätä tutkimusta tehdessä. Perusjoukonkin määrittelin hyvin ja sain siitä hyvän otoksen ja vastausmäärän.

## 5 TULOKSET

Kyselyyn vastasi 8.10.2014 Kajaanin ammattikorkeakoulun avoimissa ovissa 108 henkilöä. Vastaajista 29,6 % oli miehiä ja 70,4 % oli naisia. Heistä 47,2 % oli lukiolaisia ja 52,8 % opiskeli ammattitutkintoa. Näistä tuloksista huomaa, että vaikka suurin osa vastaajista olivat naisia niin koulutusvaihtoehtojen kesken jakauma oli aika tasainen. Miespuolisista vastaajista 43,7 % kävi lukiota ja 56,3 % kävi ammatillista tutkintoa, kun taas naisten vastaava oli 48,7 % kävi lukiota ja 51,3 % ammatillista tutkintoa.

Kyselyssä vastaajilta kysyttiin mitä heille tulee ensimmäisenä mieleen Kajaanin ammattikorkeakoulusta (liite 2). Muutaman asia nousi useammin esille kuin muut. Yksi yleisemmistä asioista, joka tuli vastaajien mieleen oli se, että Kajaanin amk on monipuolinen, mutta pieni koulu. Esimerkiksi näin vastasi yksi vastaajista ”käytännön opinnot, monipuolinen ja työelämä”. Toinen asia, joka nousi usein esille oli se, että Kajaanin amk on lähellä ja lähin jatko-opiskelupaikka. Esimerkiksi tämä vastaus kuvaa hyvin tätä asiaa ”hieno paikallinen jatko-opiskelupaikka”. Useat vastaajat myös kuvasivat Kajaanin amk:ta mukavaksi ja viihtyisäksi paikaksi, esimerkki tällaisesta vastuksesta on ”mukava paikka ja paljon eri aloja”. Eli voimme sanoa, että yleinen mielikuva Kajaanin amk:sta on positiivinen. Liitteessä 2 näkyvät kaikki vastaajien vastaukset.

Kuviossa 3 tulee esille miten kiinnostuneita kyselyyn vastanneet ovat opiskelusta.



Kuvio 3. Vastaajien kiinnostus opiskella Kajaanin ammattikorkeakoulussa (n=108).

Kyselyn vastaajien suoranainen kiinnostus opiskella Kajaanin ammattikorkeakoulussa ei ollut kovin suurta, mutta suurin osa ei ollut varmoja, haluaisivatko he opiskella siellä. Vastaajista 20,4 % oli kiinnostuneita opiskelemaan Kajaaniin ammattikorkeakoulussa ja 17,6 % ei ollut kiinnostuneita opiskelusta siellä. Suurin osa vastaajista eli 55,6 % oli sitä mieltä, että he ehkä olisivat kiinnostuneet opiskelusta Kajaanin amk:ssa ja 6,5 % eiv osannut sanoa, että ovatko he kiinnostuneita vai ei. Vastauksista voi vetää semmoisen johtopäätöksen, että päälle puolet vastaajista ei ole vielä päättänyt minne he haluavat jatko-opiskelemaan vai haluavatko opiskella enää ollenkaan.

Kuviossa 4 on pisteytetty vastaajien kolme suosituinta opiskelu vaihtoehtoa. Suosituin vaihtoehto sai kolme pistettä, toiseksi suosituin vaihtoehto sai kaksi pistettä ja kolmanneksi suosituin kohde sai yhden pisteen.

	1		2		3		Yhteensä
<b>Tradenomi</b>	75	23,40 %	32	18,40 %	12	15,60 %	119
<b>Liikunnanohjaaja</b>	57	17,80 %	48	27,60 %	9	11,70 %	114
<b>Restonomi</b>	60	18,70 %	36	20,70 %	13	16,90 %	109
<b>Sairaanhoidtaja / terveydenhoitaja</b>	63	19,60 %	12	6,90 %	9	11,70 %	84
<b>Insinööri</b>	45	14,00 %	10	5,70 %	6	7,80 %	61
<b>Tradenomi englanninkielinen</b>	12	3,70 %	18	10,30 %	11	14,30 %	41
<b>Liikunnanohjaaja englanninkielinen</b>	3	0,90 %	6	3,40 %	13	16,90 %	22
<b>Tradenomi, tietojenkäsittely</b>	6	1,90 %	12	6,90 %	4	5,20 %	22
<b>Vastaajista vastasi</b>	107		87		77		

Kuvio 4. Vastaajien kolme eniten kiinnostanutta opiskelu vaihtoehtoa.

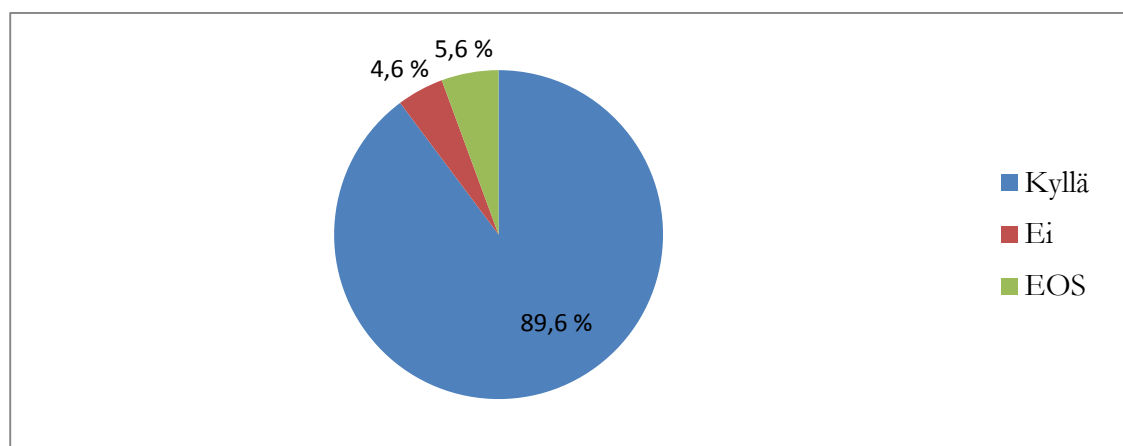
Kyselyyn vastanneiden eniten kiinnostavan ensimmäisen paikan vei tradenomitutkinto, jonka 23,4 % vastaajista valitsi kaikista eniten kiinnostavaksi tutkinnoksi. Sen jälkeen tulivat tasaisesti sairaanhoidajan tutkinto 19,6 %, restonomin tutkinto 18,7 % ja liikunnanohjaajan tutkinto 17,8 %. Vastaajat laittoivat vähiten ykkösvaihtoehdoksi englannin kieliset koulutusohjelmat ja tradenomin tietojenkäsittelylinjan. Esimerkiksi tradenomin englanninkielisen tutkinnon valitsivat vain 3,7 % vastaajista ja liikunnanohjaajien englannin kielisen tutkinnon valitsi vain 0,9 % vastaajista.

Vastaajia toiseksi eniten kiinnostava tutkinto on selkeästi liikunnanohjaajan tutkinto 27,6 % vastaajista valitsivat sen toiseksi vaihtoehdoksi. Sen jälkeen tulivat restonomin tutkinto 20,7 % ja tradenomin tutkinto 18,4 %. Loput vaihtoehdoista eivät olleet niin kiinnostavia vastaajille

toiseksi eniten kiinnostavaksi tutkinnoksi. Esimerkiksi insinöörin tutkinto jäi 5,7 %:iin ja sairaanhoitajan tutkinto jäi 6,9 %:iin. Englanninkieliset tutkinnon saivat paljon enemmän kiinnostusta toisena vaihtoehtona. Esimerkiksi tradenomin englanninkielisen tutkinnon valitsivat 10,3 % vastaajista. Vastaajia kolmanneksi eniten kiinnostava tutkinto olikin sitten aika tasaista ja ainoat tutkinnot, jotka jäivät alle 10 %:n olivat insinöörin tutkinto 7,8 % ja tradenomin tietojenkäsittely tutkinto 5,2 %. Kaikki muut tutkinnon ylsivät päälle 10 %:n ja esimerkiksi liikunnanohjaajan englanninkielinen tutkinto ylsi jopa 16,9 %:iin vastaajista. Restonomin tutkinto oli suomenkielistä tutkinnoista kaikista suosituin valinta kolmanneksi vaihtoehdoksi, sen valitsivat 16,9 % vastaajista.

Kuvion 4 pisteytyksien mukaan kaikista suosituin koulutusvaihtoehto on tradenomi 119 pisteellä, toisena perässä tulee liikunnanohjaajan koulutus 114 pisteellä ja kolmanneksi sijoittui restonomin koulutus 109 pisteellä. Sairaanhoitajan koulutus sijoittui keskivaiheille 84 pisteellä ja sen perässä seurasi insinöörin koulutus 61 pisteellä. Huonoiten sijoittuivat kiinnostavuudessa tradenomin englanninkielinen linja 41 pisteellä, tradenomin tietojenkäsittely koulutus 22 pisteellä ja liikunnanohjaajan englanninkielinen koulutusvaihtoehto 22 pisteellä. Eli voimme sanoa, että näistä koulutusvaihtoehdoista selvästi ihmiset olivat eniten kiinnostuneita liikunnanohjaajan, tradenomin ja restonomin koulutuksesta.

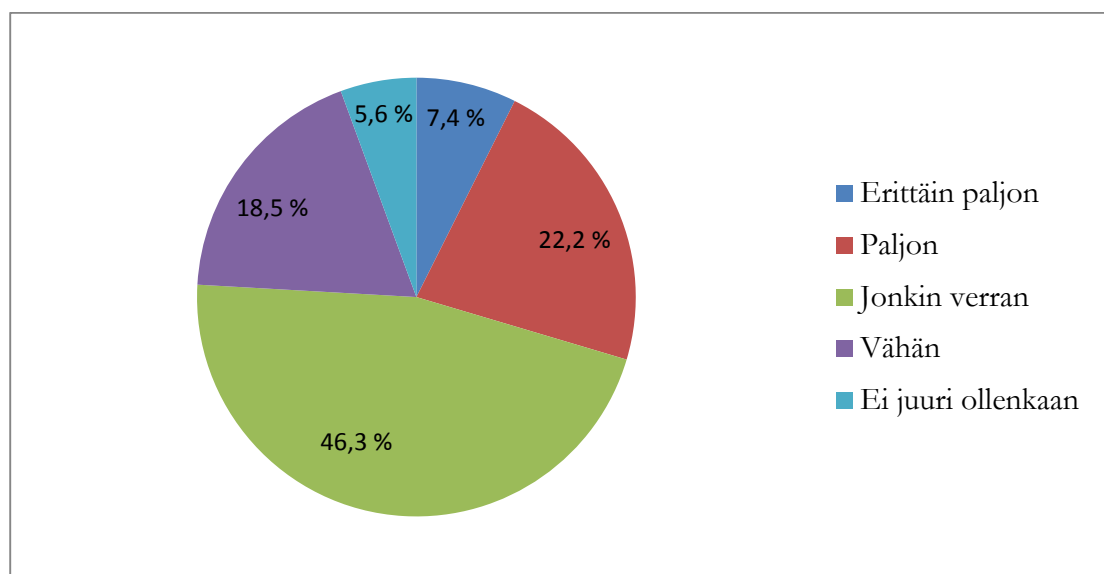
Kuviossa 5 tulee esille miten kiinnostuneita kyselyyn vastanneet toisen asteen opiskelijat olivat matkustamisesta.



Kuvio 5. Vastaajien kiinnostus matkustamiseen (n=108).

Kuviosta 5 huomaa, että selkeästi suurin osa vastaajista oli kiinnostunut matkustamisesta. Vastaajista 89,8 % oli kiinnostunut matkustamisesta, 4,6 % vastaajista ei ollut kiinnostunut matkustamisesta ollenkaan ja 5,6 % ei osannut sanoa, kiinnostaako heitä matkustaa vai ei. Näistä kyselyn tuloksista huomaa, että melkein kaikki toisen asteen opiskelijat ovat kiinnostuneet matkustamisesta, jossain sen muodossa.

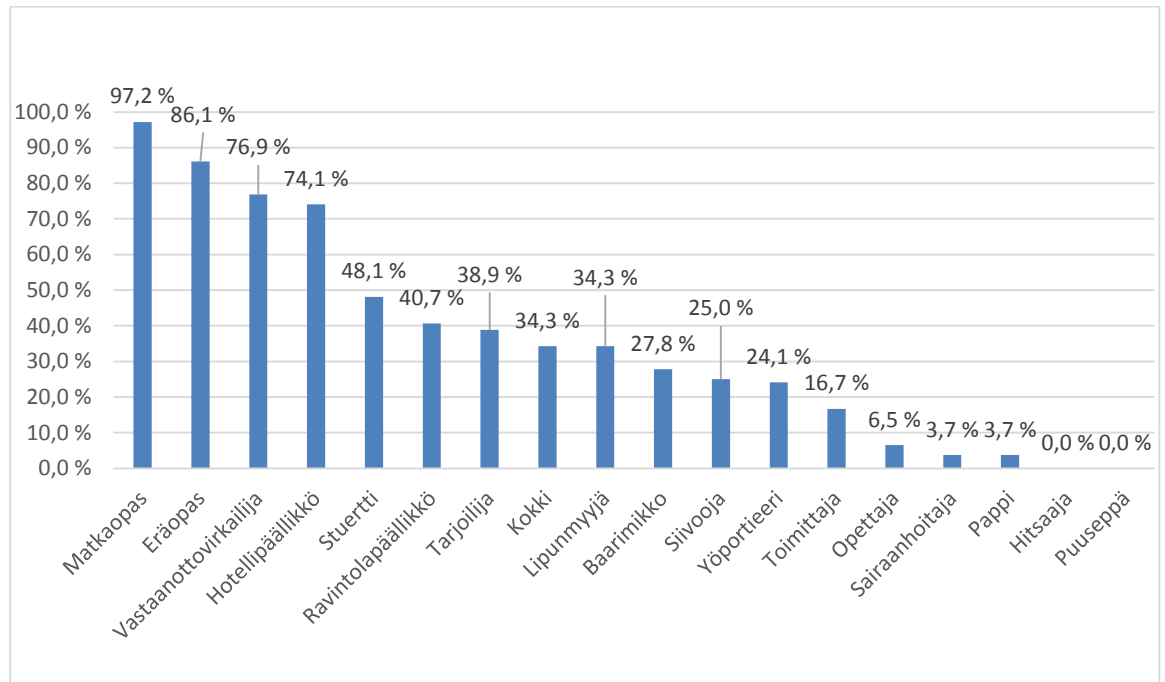
Kuviossa 6 tulee esille kuinka usein vastaajat matkustavat ulkomailla tai kotimaassa.



Kuvio 6. Kuinka usein vastaajat matkustavat (n=108).

Vastaajista reilu enemmistö matkustaa vain jonkin verran 46,3 %, kun taas kahta ääripäätä ei ole juuri ollenkaan eli erittäin paljon matkustavia on 7,4 % ja ei juuri ollenkaan matkustavia 5,6 %. Vähän matkustavia henkilöitä oli 18,5 % ja paljon matkustavia henkilöitä oli 22,2 %. Näistä tuloksista näkee, että toisen asteen opiskelijat matkustavat aika paljon. Tuloksista myös tulee se esille, että erittäin vähän matkustavia on erittäin vähän vastaajista eli suurin osa vastaajista matkustaa edes jonkin verran vuoden aikana.

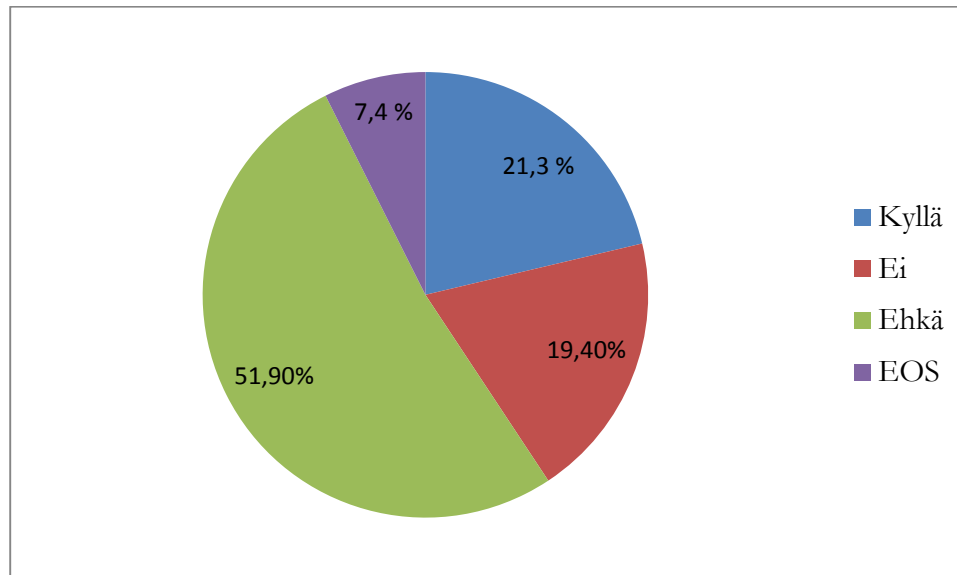
Kuviossa 7 tulee esille, kuinka hyvin vastaajat tuntevat matkailualan liittyvät ammatit ja kuinka monta prosenttia vastaajista olivat valinneet väärin vaihtoehtoja



Kuvio 7. Miten hyvin vastaajat osasivat valita matkailualaan liittyvät ammatit (n=108).

Vastauksista tuli selvästi esille, että parhaiten vastaajat osasivat sijoittaa matkaoppaan matkailualaan liittyväksi ammatiksi, 97,2 % valitsi tämän vaihtoehdon (kuvio 7). Muita hyvin tiedettyjä ammatteja olivat eräopas 86,1 %, vastaanottovirkailija 76,9 % ja hotellipäällikkö 74,1 %. Ammatit, jotka vastaajat osasivat huonosti sijoittaa matkailualaan liittyväksi olivat baarimikko 27,8 %, siivooja 25 % ja yöportieeri 24,1 %, joka on vastaanottovirkailijan työnimeke yövuorossa. Kohtalaisen hyvin vastaajat tiesivät stuertin 48,1 %, ravintolapäällikön 40,7 % ja tarjoilijan 38,9 %. Melkein puolet vastaajista osasi sijoittaa nämä ammatit matkailualaan. Yllättävän huonosti ihmiset osasivat sijoittaa lipunmyyjän matkailualaan liittyväksi ammatiksi 34,3 %, vaikka omasta mielestäni tämä vaihtoehto oli aika itsestään selvä. Eli voimme aika hyvin sanoa, että toisen asteen opiskelijoille ensimmäisenä matkailualan ammattina tulee mieleen matkaopas. Vääristä vastauksista toimittajan olivat vastaajat valinneet eniten 16,7 %. Muita valittuja vääriä vastauksia olivat opettaja 6,5 %, sairaanhoitaja 3,7 % ja pappi 3,7 %. Vastaukset, jotka ihmiset olivat osanneet kokonaan ajatella vääräksi vastaukseksi, olivat hitsaajan ja puuseppän ammatit. Eli voimme sanoa, että toimittajan ammatti oli eniten johtanut vastaajia väärään vastaukseen, kun taas suurin osa vääristä vastauksista ei ollut saanut monta vastaajaa. Tästä johtuen voimme sanoa, että vastaajilla oli aika hyvä käsitys siitä, mitkä eivät ollenkaan kuuluneet matkailualaan liittyviksi ammateiksi.

Kuvio 8 kuvaa vastaajien kiinnostusta työskennellä matkailualan töissä tulevaisuudessa.



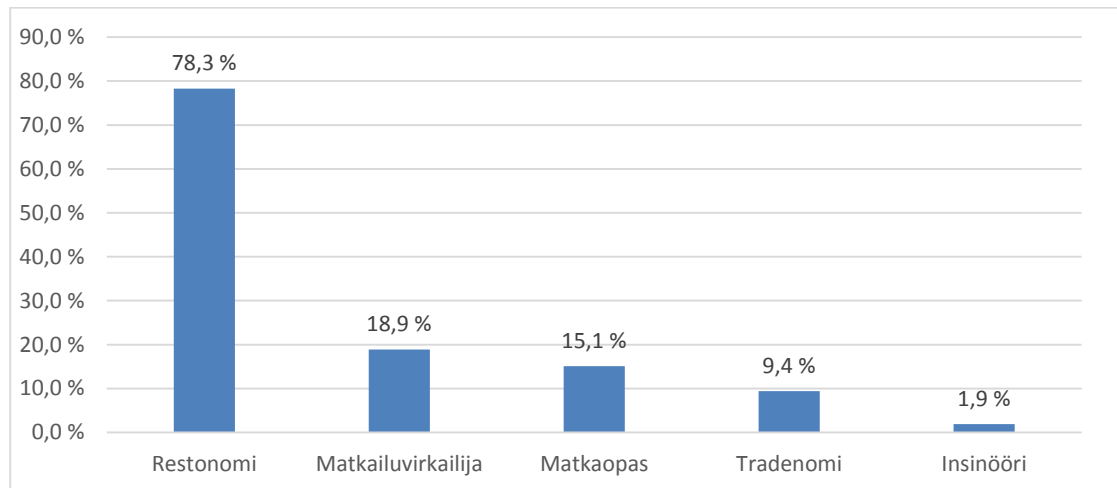
Kuvio 8. Vastaajien kiinnostus työskennellä matkailualalla tulevaisuudessa (n=108).

Vastaajista 51,9 % olisivat ehkä valmiita työskentelemään matkailualalla tulevaisuudessa (kuvio 8). 19,4 % oli sitä mieltä, ettei missään nimessä halua työskennellä matkailualalla tulevaisuudessa ja 21,3 % vastaajista oli oikeasti kiinnostuneet työskentelystä matkailualalla tulevaisuudessa ja vähemmistö 7,4 % ei osannut sanoa, kiinnostaako heitä työskennellä matkailualla vai ei. Eli voidaan sanoa, että suurin osa vastaajista olisi ehkä halukkaita työskentelemään matkailualalla tulevaisuudessa.

Kyselyssä pyydettiin kuvailemaan matkailualaa kolmella adjektiivilla (liite 3). Usein toistuva adjektiivi oli mielenkiintoinen tai kiinnostava eli iso osa vastaajista piti matkailualaa mielenkiintoisena, tähän sopiva esimerkkivastaus ”mielenkiintoinen, hauska ja vaihteleva”. Toinen adjektiivi, joka tuli usein esille oli monipuolinen eli vastaajat osasivat ajatella matkailualan monipuolisena asiana, esimerkiksi yksi vastaajista oli vastannut näin ”kiinnostava, monipuolinen ja haasteellinen”. Hauska oli myös adjektiivi, joka tuli usein esille eli toisen asteen opiskelijat pitivät matkailualaa hauskana alana, esimerkiksi adjektiivi tuli esiin näin ”kiva, mukava ja hauska”. Nämä kolme asiaa tulivat eniten vastaan vastaajien vastauksissa. Muita adjektiiveja joita esiintyi, olivat esimerkiksi ”elämyksellinen, kansainvälinen ja erilainen”.

Näistä kaksi tulee, jopa yhdessä vastauksessa yhtä aikaa esille ” elämyksellinen, liikunnallinen ja kansainvälinen”. Liitteessä 3 näkyvät kaikki vastaajien vastaukset.

Kuviosta 9 tulee esille, kuinka moni osasi vastata oikein mikä on ammattikorkeakoulusta matkailualalta valmistuvan tutkintonimike.



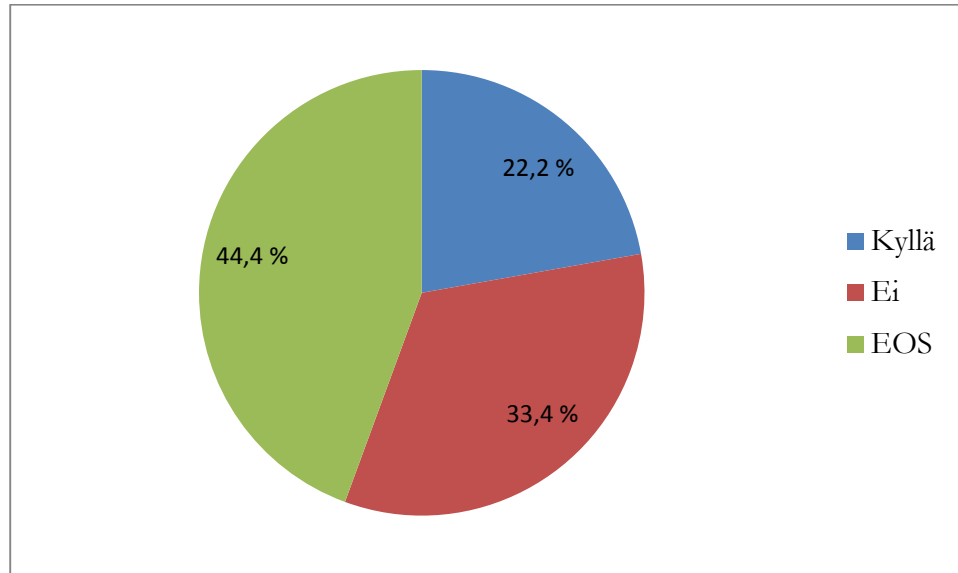
Kuvio 9. Vastaajien valitsema matkailualan tutkintonimike (n=108).

Suurin osa vastaajista valitsi oikean tutkintonimikkeen matkailualalle eli restonomi. 78,3 % vastaajista valitsi tämän vaihtoehdon ainakin yhdeksi heidän valitsemistaan kohteistaan. Matkailuvirkailijan valitsivat 18,9 % vastaajista ja matkaoppaan 15,1 %, se oli arvattavissa, että jotkut lankeavat näihin väärin vaihtoehtoihin. Tradenomi johti 9,4 % vastaajista väärään vastaukseen, kun taas insinööri hämäsi vain 1,9 % vastaajista. Tradenomin jotkut vastaajat valitsevat luultavasti sen takia, kun eivät tiede, mitä se tai restonomi tarkoittaa. Eli tästä tuloksista huomaa, että suurin osa tiesi, mikä on ammattikorkeakoulun matkailualan tutkintonimike.

Pyydettyäessä kuvailemaan, mitä ensimmäiseksi tulee mieleen sanasta aktiviteettimatkailu, niin enimmäkseen esille nousi paljon tekemistä, liikunnallisuus ja erilaisia aktiviteettejä. Esimerkiksi yksi vastaajista vastasi näin. ”Paljon erilaista toimintaa ja aktiviteettejä” (liite 4). Eli ihmiset sisällyttävät aktiviteettimatkailuun toiminnallisen matkailun, jossa liikutaan paljon ja tehdään erilaisia aktiviteettejä. Eli vastaajilla on aika suppea käsitys, mitä aktiviteettimatkailu pitää sisällään. Liitteessä 4 löytyvät loput vastaajien vastaukset.



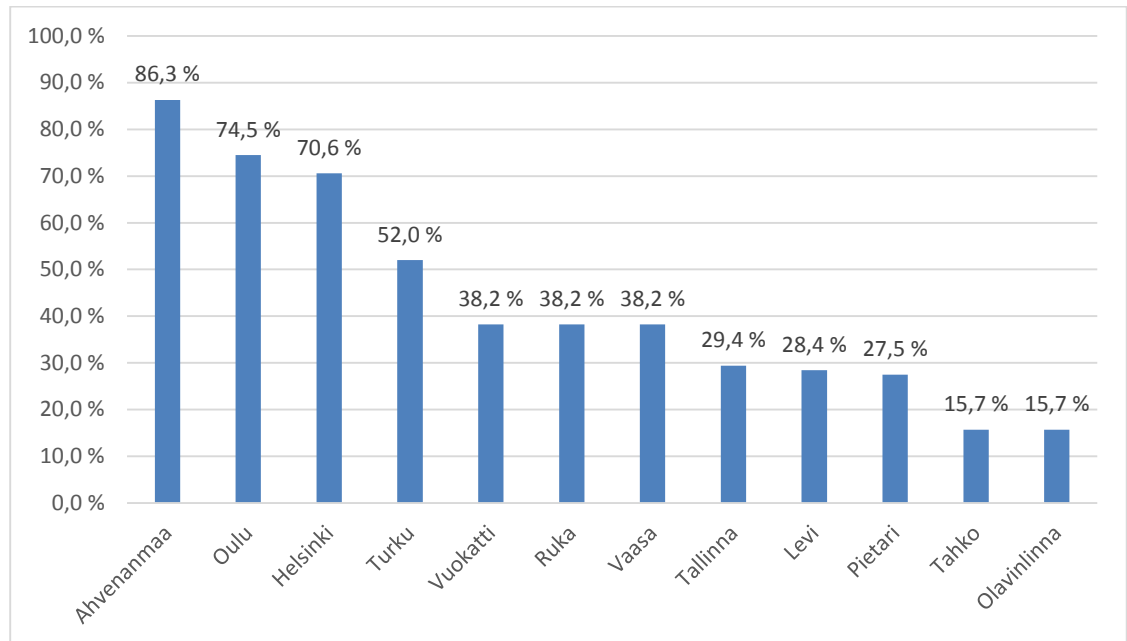
Kuviosta 10 tulee esille vastaajien kiinnostus opiskella aktiviteettimatkailua



Kuvio 10. Vastaajien kiinnostus opiskella aktiviteettimatkailua (n=108).

Vastanneista selvä enemmistö 44,4 % ei osannut sanoa, haluavatko he opiskella aktiviteettimatkailua vai ei (kuvio 10). Tämä useimmissa tapauksissa johtui siitä, että joko ei tiennyt alasta tarpeeksi paljon tai sitten tulevaisuuden suunnitelmat olivat vielä auki, esimerkkiperustelu tähän kohtaan oli ”en ole ennen kuullut” (liite 5). 33,4 % vastasivat suoraan ettei heitä kiinnostaisi opiskella aktiviteettimatkailua. Tämä yleensä johtui siitä, että ala ei kiinnostanut tai ei itse ollut liikunnallinen ihminen. Perustelu esimerkiksi tähän oli ”en ole kiinnostunut matkailualasta”. Loput 22,2 % vastaajista olivat valmiita ruveta opiskelemaan aktiviteettimatkailua. Heidän motiiveinaan toimivat mielenkiintoisuus, aktiivisuus ja monipuolisuus kyseisessä alassa, esimerkki he perustelivat valintaansa näin ”monipuolista ja luultavasti mielenkiintoista”. Liitteessä 5 löytyvät kaikki vastauksien perustelut.

Kuviosta 11 tulee esille, miten hyvin vastaajat ovat osanneet sijoittaa kaupunkeja ja matkailukeskittymiä kartalle.



Kuvio 11. Kaupunkien ja matkailukeskittymien sijoittaminen kartalle (n=108).

Vastaajat osasivat kartalle sijoittaa parhaiten Ahvenanmaan. 86,3 % vastaajista osasi sijoittaa sen oikealle paikalle (kuvio 11). Muita hyvin sijoitettuja paikkoja oli Oulu 74,5 % ja Helsinki 70,6 %. Kohtalaisen hyvin osattiin sijoittaa Turku, 52 % osasi sijoittaa sen, ja Vuokatin, Rukan ja Vaasan osasi sijoittaa 38,2 %. Ulkomaiset kohteet Tallinnan 29,4 % ja Pietarin 27,5 % osasi sijoittaa kartalle. Huonoiten vastaajat osasivat sijoittaa Tahkon ja Olavinlinnan kartalle. Vain 15,7 % vastaajista osasi sijoittaa nämä oikealla paikalle. Eli näistä tuloksista huomaa, että kohteiden sijoittelu kartalle ei ollut suurimmalla osalla hallussa kuin vaan muutamaan kohteeseen.

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET KYSELYN TULOKSISTA

Kysely kerättiin Kajaanin amk avoimissa ovissa 8.10.2014 ja siihen vastasi 108 henkilöä. Naiset olivat miehiä ahkerampia vastaajia. Sukupuolijakauma oli 29,6 % miehiä ja 70,4 % naisia eli nämä tulokset ovat enemmän painottuneet naisten puolelle kuin miesten. Heistä 47,2 % oli lukiolaisia ja 52,8 % opiskeli ammattitutkintoa. Näistä tuloksista huomaa, että koulutusvaihtoehtojen kesken jakauma oli aika tasainen eli sain riittävästi vastaajien kummastakin toisen asteen koulutusvaihtoehdosta. Tämä vastaajamäärä on riittävä, jotta siitä saadut tulokset ovat luotettavia ja että niitä voidaan yleistää. Kyselylomakkeiden vastausten myötä selvisi tutkimusongelma. Kyselyn toteuttamisajankohta oli hyvä, koska Kajaanin ammattikorkeakoulussa on vasta aloitettu opettamaan aktiviteettimatkailua ja oli hyvä kartoittaa, mitä ihmiset ajattelevat siitä ja mitä he tietävät siitä etukäteen.

Avointen kysymysten vastauksia tuli enemmän kuin odotin, ja niistä saatu tieto oli erittäin informatiivista muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Avoimista kysymyksistä kävi ilmi, että monikaan vastaajista ei edes oikein tiennyt, mitä aktiviteettimatkailu tarkoittaa. Monille tuli aktiviteettimatkailusta vain mieleen aktiiviseen tekemiseen pohjautuva matkailu mitä aktiviteettimatkailu ei tosiaankaan pelkästään ole, esimerkiksi yksi vastaajista vastasi näin ”Matkailu, jossa harrastetaan erilaisia aktiviteettejä”. Se on esimerkiksi elämyksien luomista asiakkaille ja heidän hyvinvoinnistaan huolehtimista eli voimme sanoa, että suurin osa vastaajista ajatteli näin, koska sen nimessä on aktiviteetti niin se tarkoittaa toimintaa ja aktiviteettien tekemistä. Eli suurimman osasta vastaajista ei ollut oikeanlaista mielikuvaa asiasta, vaan he ajattelivat pelkkää aktiviteetti sanaa ja siihen liittyviä skeemoja eli ennakkoodotuksia asiasta.

Kajaanin ammattikorkeakoulua vastaajat kuvasivat mielenkiintoiseksi, monipuoliseksi ja pieneksi jatko-opiskelupaikaksi, esimerkiksi yksi vastauksista meni näin ”Ihan siisti koulu, monipuolinen ja hyvät mahdollisuudet”. Monien mielestä se oli myös varteenotettava jatko-opiskelupaikka eli voidaan sanoa, että ihmiset ajattelevat Kajaanin amk:ta pieneksi, mutta monipuoliseksi ja kiinnostavaksi jatko-opiskelu paikaksi. voidaan olettaa, että monille vastaajista oli jo muodostunut mielikuva ammattikorkeakoulusta tasolta viisi mielikuvien

muodostumisesta eli kokemustason mukaan. Tämän takia kun he osallistuivat avoimiin oviin, he pääsivät itse kokemaan, pitäävätkö heidän ennakko-odotuksensa siitä paikkansa.

Matkailualaa vastaajat kuvasivat mielenkiintoiseksi, hauskaksi, aktiiviseksi, erikoiseksi, kivaksi, kansainväliseksi, vaihtelevaksi ja monipuoliseksi, esimerkiksi yksi vastaajista vastasi tähän ” Kiinnostava, hauska ja toiminnantäyteinen”. Eli suurimmalle osalle vastaajista matkailualasta tuli mieleen positiivinen mielikuva, mutta se että heillä oli positiivinen kuva matkailualasta, ei heijastunut siihen, miten kiinnostuneita he olivat sillä alalla työskentelystä tai opiskelusta. Matkailunalasta yleensä ottaen vastaajille oli jo ennakolta muodostunut hyvä mielikuva luultavasti eri medialähteiden ja omien kokemusten myötä, jotka olivat muokanneet sen jo positiiviseksi.

Vastaajien kiinnostus matkustamiseen ja kuinka usein he matkustavat eivät vaikuttaneet siihen, miten kiinnostuneita he olivat matkailualasta opiskelu- tai työpaikkana. Suurin osa 89,6 % oli kiinnostunut matkustamisesta, mutta vain 21,3 % oli täysin kiinnostuneita matkailualalla työskentelystä tulevaisuudessa. Eli voidaan sanoa, että vaikka henkilöt olivat kiinnostuneita matkustamisesta, se ei suoraan tarkoittanut sitä, että he olisivat halunneet tehdä siitä tulevaisuuden ammatin, vaikka he matkustaisivat paljon ulkomailla tai kotimaassa.

Aktiviteettimatkailun opiskelusta suoraan kiinnostuneita oli 22,2 %. Ehkä kiinnostuneita oli 51,9 % matkailualalle työllistymisestä ja 44,4 % aktiviteettimatkailun opiskelusta. Eli vaikka suurin osa vastaajista kiinnosti matkustaminen, he eivät olleet suoraan kiinnostuneita opiskelemaan aktiviteettimatkailua tulevaisuudessa. Monille vastaajista aktiviteettimatkailu käsite oli ihan outo, eivätkä he tieneet, mitä se oikeastaan on ja pitää sisällään. Eli monelle vastaajista tilanne oli sellainen, että matkustaminen kiinnosti, mutta he eivät halunneet erilaisista syistä työskennellä tai opiskella matkailualaa, esimerkiksi yhtä vastaajista ei kiinnostanut vaan matkailualan opiskelut ja työt sen takia, että sillä alalla on liian pienet tulot. Vastaajien matkustamisen määräkään ei vaikuttanut tähän millään lailla.

Monet vastaajista eivät osanneet valita kaikkia matkailualaan liittyviä ammatteja, mikä luultavasti johtui siitä, että he eivät osanneet yhdistää niitä matkailualaan liittyväksi, esimerkiksi siivoojan valitsi 25 %, tai sitten he eivät tieneet, mitä ammatti tarkoittaa, esimerkiksi yöportieerin (vastaanottovirkailija yövuorossa) oli valinnut 24,1 % vastaajista. Esimerkiksi

matkaoppaan tiesivät 97,2 %, eräoppaan 86,1 % ja vastaanottovirkailijan 76,9 %. Tämä johtuu luultavasti siitä, että näitä ammatteja toisen asteen opiskelijat kuulevat eniten liitettävän matkailualaan, joten he osaavat parhaiten nämä kyseiset ammatit liittää matkailualaan liittyviksi. Kun taas esimerkiksi siivoajan ammatin osasi vastaajat valita huonosti juuri sen takia, että heillä on esimerkiksi sellainen mielikuva siitä asiasta, että se on vain yleisten paikkojen siivoamista.

Suurin osa vastaajista tiesi, että amk:sta valmistuvan matkailualan ammattilaisen tutkintonimeke on restonomi. Tähän luultavasti vaikutti se, että kysely kerättiin avoimissa omissa, jossa kaikki amk tutkinnot oli esillä ja siellä oli helppo saada vastaus tähän kysymykseen. Jos tämä kysymys olisi kysytty jossain toisessa tilanteessa, se olisi luultavasti pudottanut oikein vastanneiden määrää huomattavasti

Vastauksista tuli myös esille se, että monella vastaajista ei ollut maantieto oikein hallussa, kun he eivät osanneet edes sijoittaa tunnettuja Suomen kaupunkeja kartalle esimerkiksi Turun osasi kartalle sijoittaa vähän reilu puolet vastaajista. Eli voidaan todeta, että toisen asteen opiskelijoille pitäisi opettaa perusmaantietoa, että he osaisivat edes sijoittaa Suomen kaupungit oikeille paikoilleen.

## 7 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli kartoittaa, minkälaisia mielikuvia toisen asteen opiskelijoilla on matkailualasta, Kajaanin ammattikorkeakoulusta ja aktiviteettimatkailusta. Tutkimuksen tavoite saavutettiin ja saatiin kartoitettua toisen asteen opiskelijoiden mielikuvia tutkittavista asioista. Tutkimuksessa myös selvitettiin vastaajien kiinnostusta opiskella ja työskennellä matkailualalla tulevaisuudessa. Tämä myös selvisi tutkimuksen tuloksista.

Tein tutkimukseni kyselylomakkeen yhteistyössä ohjaavan opettajani kanssa ja mielestäni se oli selkeä, loogisesti etenevä ja sopivan mittainen paperilla kerättäväksi kyselyksi. Jälkikäteen ajateltuna olisi mielelläni tehnyt muutoksia muutamiin kysymyksiin ja niiden vastausvaihtoehtoihin, mutta muuten itse olin tyytyväinen kyselyrakenteesta. Kyselylomake oli onnistunut, koska saavutin tavoitevastaajamääräni eli se oli tarpeeksi lyhyt ja selkeä, että toisen asteen opiskelijat jaksoivat vastata siihen. Eli seuraavan kerran, jos tekisin kyselyn, testaisin sitä ennen kuin ottaisin sen käyttöön. Tärkeää on selvittää, saadaanko sillä sellaista tietoa, jota halutaan tutkimuksessa kerätä, ja että sitä pystyy vielä muokkaamaan ennen tiedon keräämistä, jos tarve vaatii.

Opinnäytetyö prosessi oli mielestäni vaativa, mutta siitä oppi paljon. Spss:stä oli paljon hyötyä tuloksia tulkinnassa, vaikka olikin aika työlästä syöttää kaikki tulokset sinne. Ilman Spss:ssä olisi ollut erittäin työlästä käsitellä ja tulkita tuloksia. Paremmalla tutkimussuunnitelman tekemisellä ja sen aikataulussa pysymisellä olisi opinnäytetyöni ollut jo valmis kuukausia sitten. Eli opin ainakin sen, että hyvin suunniteltu on puoliksi tehty. Omasta mielestäni mielikuvatutkimukseni onnistui hyvin. Se kartoitti hyvin toisen asteen opiskelijoiden mielikuvia matkailualasta, Kajaanin amk:sta ja aktiviteettimatkailusta ja saatiin myös selville heidän kiinnostustaan matkailualalla työskentelyä ja opiskelua kohtaan. Tämä prosessi on ollut erittäin opettavainen minulle ja olen oppinut etsimään tietoa asioista paljon paremmin mitä aikaisemmin olin osannut etsiä. Opin myös suunnittelun tärkeyden, että se on yksi tutkimusten kulmakivistä, jonka avulla helpottuu suunnattomasti sen tekeminen. Seuraavalla kerralla, jos tekisin samanlaista tutkimusta varaisin enemmän aikaa suunnitteluun, mutta kaiken kaikkiaan olen tyytyväinen tutkimukseni tuloksiin ja uskon, että tästä saatuja tuloksia pystytään hyödyntämään jossain muodossa.

## LÄHTEET

Aula, Pekka & Heinonen, Jouni 2002. Maine – menestystekijä. Helsinki: WSOY.

Ammattinetti 2015a. matkailualan esittely.

[http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/23/11\\_ammattiala](http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/23/11_ammattiala) (luettu 21.3.2015).

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Porvoo: Bookwell Oy.

Isohaakana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Juva: WS Bookwell Oy.

Kamk 2015a. Kajaanin ammattikorkeakoulun koulutuksen esittely.

<http://kamk.fi/fi/Esittely/Koulutus> (luettu 1.2.2015).

Kamk 2015a. Kajaanin ammattikorkeakoulun toiminnan esittely.

<http://kamk.fi/fi/Esittely/Toiminta> (luettu 22.3.2015).

Kamk 2015b. Kajaanin ammattikorkeakoulun restonomi koulutuksen esittely hakijalle.

<http://kamk.fi/fi/Hakijalle/AMK-tutkinto-nuoret/Restonomi> (luettu 1.2.2015).

Kamk 2014a. opinnäytetyöpakki.

<http://www.kamk.fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Luotettavuus> (luettu 24.9.2014).

Kamk 2014a. opinnäytetyöpakki.

<http://www.kamk.fi/opari/Opinnaytetyopakki/Teoreettinen-materiaali/Tukimateriaali/Tutkimusongelmat> (luettu 10.11.2014).

Kananen, J. 2014. Laadullinen tutkimus opinnäytetyönä. Miten kirjoitan kvalitatiivisen opinnäytetyön vaihe vaiheelta. Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Karvonen, E. 1997. Imagologia. Imagon teorioiden esittelyä, analyysiä, kritiikkiä. Tampereen yliopisto.

Karvonen, E. 1999. Elämää mielikuvayhteiskunnassa. Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Tammer-Paino.

Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrangle, K. 2008. Markkinointitutkimus: Helsinki WSOY.

Ok-opintokeskus. kyselylomake

<http://ok-opintokeskus.fi/kyselylomake> (luettu 22.3.2015).

Rope, T. & Vahvaselkä, I. 1997. Nykyaikainen markkinointi. Porvoo: Weilin+Göös.

Rope, Timo – Mether, Jari 2001. Tavoitteena menestysbrändi. Onnistu mielikuvamarkkinoinnilla. Helsinki: WSOY.

Rope, T. 2005. Suuri Markkinointikirja. Jyväskylä: Gummerus.

Studentum. Matkailuala.

[http://www.studentum.fi/Matkailuala\\_Tyoeelaemae\\_d6194.html](http://www.studentum.fi/Matkailuala_Tyoeelaemae_d6194.html) (luettu 31.3.2015).

Vuokko, P. 2003. Markkinointiviestintä merkitys, vaikutus ja keinot. Porvoo: WSOY.

Äikäs, T. A. 1997. Imagodiskurssit ja kaupunki- käsitekriittikkä ja kaupunkisuunnittelun uudet työkalut. Yhteiskuntasuunnittelu 35:4, 4 – 16.



**Liite 1 Kyselylomake**

Hei. Olen Juho Mehtälä ja opiskelen restonomiksi (matkailualaa) neljättä vuotta Kajaanin ammattikorkeakoulussa. Teen opinnäytetyökseni tutkimusta toisen asteen opiskelijoiden mielikuvista matkailualasta. Pyydän vastaamaan huolellisesti seuraaviin kysymyksiin. Vastaukset käsitellään nimettöminä.

1. Sukupuoli                      Mies           Nainen
2. Tuleva koulutus      Lukio           Ammatillinen       Muu,mikä? \_\_\_\_\_
3. Kerro lyhyesti mitä sinulle tulee ensimmäiseksi mieleen Kajaanin ammattikorkeakoulusta.  
  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_
4. Kiinnostaisiko sinua opiskella Kajaanin ammattikorkeakoulussa?  
  
Kyllä           Ei           Ehkä           EOS
5. Mitkä Kajaanin amk:ssa suoritettavista tutkinnoista kiinnostavat sinua eniten? Numeroi kolme sinua eniten kiinnostavaa vaihtoehtoa (1, 2 ja 3).  
  
 Insinööri     Tradenomi  
 Sairaanhoitaja / terveydenhoitaja  Tradenomi, tietojenkäsittely  
 Liikunnanohjaaja     Tradenomi englanninkielinen  
 Restonomi     Liikunnanohjaaja englanninkielinen
6. Oletko kiinnostunut matkustamisesta?      Kyllä           Ei           EOS
7. Matkustatko paljon kotimaassa tai ulkomailla?  
  
Erittäin paljon       Paljon       Jonkin verran       Vähän       En juuri ollenkaan

8. Ympyröi kaikki ammatit, jotka liittyvät jollakin tavalla matkailuun.

kokki            hitsaaja        vastaanottovirkailija   yöportieeri   tarjoilija        siivooja  
 opettaja        matkaopas    eräopas                    toimittaja    baarimikko    hotellipäällikkö  
 sairaanhoitaja   puuseppä    ravintolapäällikkö    pappi            lipunmyyjä    stuertti

9. Kiinnostaisiko sinua työskennellä matkailualalla tulevaisuudessa?

Kyllä [ ]      Ei [ ]      Ehkä [ ]      EOS [ ]

10.            Kuvaile            kolmella            adjektiivilla            matkailualaa.

---

11. Minkä tutkintonimikkeen saavat ammattikorkeakoulusta valmistuvat matkailualan ammattilaiset?

restonomi [ ]    tradenomi [ ]    insinööri [ ]    matkailuvirkailija [ ]    matkaopas [ ]

12. Kuvaile muutamalla sanalla mitä sinulle tulee mieleen sanasta ”aktiviteettimatkailu”.

---



---

13. Kiinnostaisiko sinua opiskella aktiviteettimatkailua? Kyllä [ ]      Ei [ ]      EOS [ ]

Perustelut:

---



---

14. Sijoita seuraavat kaupungit ja matkailukeskittymät kartalle. Merkitse paikat karttaa numeroilla.

1. Helsinki

2. Turku

3. Vuokatti

4. Ruka

5. Levi

6. Ahvenanmaa

7. Pietari

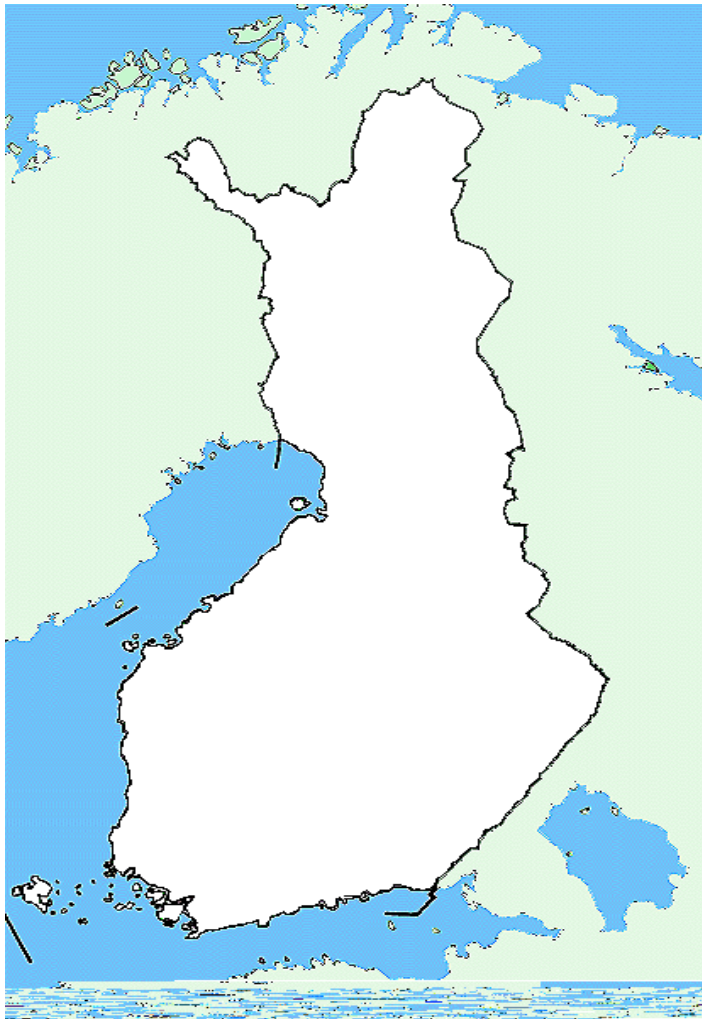
8. Tallinna

9. Tahko

10. Oulu

11. Vaasa

12. Olavinlinna



Kiitos vastauksista ja hyvää päivän jatkoa!

## Liite 2. Vastaukset kysymykseen 3

- Ei tule.
- Peliala!
- Kaverit, jotka opiskellut täällä.
- Kajaani on niin läheinen paikka ja linjoja on niin vähän, ettei mielikuvia juuri ole
- Mukavan oloinen koulu, jossa hyvä ryhmähenki Sairaanhoidoala ja restonomiala.
- Hieno paikallinen jatko-opiskelupaikka.
- Joku koulu korkealla.
- Monet alat.
- Erilaiset alat ja opintorakennukset.
- Hyviä aloja, matkailuala on varmaan Kainuussa hyvä.
- Lähellä
- Lähellä
- Opiskelu, harjoittelu, valmistuminen
- Kiva koulu
- Jatkokoulu
- Insinööri koulutus
- Paljon eri aloja.
- Opiskelu
- Monipuolinen koulutustarjonta
- Hyvä koulu
- Hyvä koulu
- Hyvä koulu
- Iso koulu ja hieno mesta
- Peliala
- Työharjoittelut
- Yhteisöllisyys, hyvä meininki, bileet
- Kotikaupungin koulutusmahdollisuudet
- Monipuolinen opiskelu, hyvä ilmapiiri
- Mukavan oloinen alue, lähellä
- Kotikaupungin ainut koulutuspaikka 2. asteen opintojen jälkeen.
- Mukava, kompakti opiskelupaikka, joka ei ole liian suuri muttei pienikään
- Metsää
- Pieni rakennus
- Jatko opinnot
- 100% läsnäolo jossain
- Että siellä on mielenkiintoisia
- Opiskelu
- Mukava paikka
- Kiva pleissi
- Ruoka, ulkomaille menon mahdollisuus
- Ruoka, ulkomaille menon mahdollisuus
- Monipuolinen
- Monipuolinen

- Monipuolinen
- Että se on viihtyisä
- Viihtyisä, pidetty
- Tulevaisuuden mahdollisuus.
- Paikka jossa on 80 - 100% läsnäolopakko
- Paljon alavaihtoehtoja
- Mukava paikka, paljon eri aloja
- Mukava paikka ja hyvä paikka opiskella
- Rento meininki, mutta tiukka opiskelu
- Haalarit
- Ylempiasteinen koulutus kuin ammattikoulu
- Se on hyvä koulu
- opiskelu
- Ihan ok
- opiskelu
- Mukava ilmapiiri ja kompaktit tilat.
- Opiskelu
- Työharjoittelu
- Ei mitään
- Ihan siisti koulu, monipuolinen, hyvät mahdollisuudet
- Lähin amk
- Käytännön opinnot, monipuolinen, työelämä
- Kompakti ja rauhallinen.
- Paljon ihmisiä
- Pieni kampus
- Pikkanen mesta
- Koulu Kajaanissa
- Mukavan kokoinen, tilava
- Koulu
- Pieni, mutta hyvä opiskelupaikka.
- Perus amk
- Tavallinen amk
- Kasarmi
- Siellä on mahdollisuus käydä luonnossa ja urheilla.
- Opiskelu
- Kajaani
- Sirkkelilogo ja peliala
- Peliala
- Mukavan kokoinen, vaikuttaa sellaiselta jossa on hyvä yhteishenki ja mukava opiskella!  
ja ihanat haalarit! hyvät urheilumahdollisuudet.
- Ruoka oli hyvää
- Kainuulaiset ihmiset on mukavia
- Yhteisöllinen ja viihtyisä, monipuolisesti eri koulutusaloja.
- Pienehkö koulu, ei paljon opiskelijoita, hyvä yhteishenki.
- Pieni ja yhteisöllinen koulu

- Kaikki sanoo pieneksi, vaikka tää on valtava paikka.
- Pieni mukava koulu
- Intiimi pienempi yhteisö, jossa hyvät koulutusmahdollisuudet. Hyvä kansainvälinen toiminta ja koulutus.
- Pieni kampusalue
- Mahtava paikka jee!!!

### Liite 3. Vastaukset kysymykseen 10

- EOS
- Vaihteleva, vaatii luovuutta ja ideoita
- Mielenkiintoinen, matkustava
- Elämyksellinen, seikkailullinen, jännittävä
- Laaja, kansainvälinen, tunnettu
- Hauska, työntäyteinen, kiva
- Hauskan oloinen, mielenkiintoinen, vieras
- Iloista, avartavaa, hauskaa
- Matkailullinen, liikunnallinen, toiminnallinen
- Mielenkiintoinen, hauska, vaihteleva
- Mielenkiintoinen, vauhdikas, iloinen
- Kiinnostava, hauska, toiminnantäyteinen
- Kiinnostava, aktiivinen, erikoinen
- Kiinnostava, aktiivinen, erilainen
- Vuokatti
- Hauska, mukavankuuloinen ja mielenkiintoinen
- Sosiaalinen, rento
- Kiva, monipuolinen ja hauska
- Hieno, kaunis, hyvä
- Kiva, mukava, hauska
- Hyvä, kiva
- En osaa sanoa
- Mukava, vaihteleva, värikäs
- Kiinnostava, erikoinen
- Erilainen, monipuolinen, mielenkiintoinen
- Monipuolinen, hauska, mielenkiintoinen
- Mielenkiintoinen, aktiivinen, konkreettinen
- Matkaileva, uutta tuova, mielenkiintoinen
- Jännittävä, mielenkiintoinen, kansainvälinen
- Mukava, kiinnostava, monipuolinen
- Kiinnostava, mielenkiintoinen, kiva
- Kiinnostava, laaja, jännittävä
- Kiinnostava, kiva, laaja
- Mielenkiintoinen, mukava, jännittävä
- Mukava, rento
- Hauska, monipuolinen, pihalla olo
- Mielenkiintoinen
- Kiinnostava, mukava
- Monipuolinen, mukava ja kiinnostavan oloinen ala
- Kiva, monipuolinen, kiinnostava
- Mielenkiintoinen, elämyksellinen
- Muuttuva, mielenkiintoinen, laaja
- Liikkuva, muuttuva ja kansainvälinen
- Laaja, pitkä, liikkuva

- Elämyksellinen, liikunnallinen, kansainvälinen
- Asiakaspalvelu, aktiviteettejä, retkeily
- Retkeilyä, asiakaspalvelua ja aktiviteettejä
- Mielenkiintoinen, hauska, värikäs
- Täynnä yllätyksiä, urheilullinen, maailmankuvaa avartava
- Mielenkiintoinen, jännittävä, hauska
- Monipuolinen, laaja, kiinnostava
- Hauska, kiva, iloinen
- Rentoa
- Monipuolinen, energinen, mielenkiintoinen
- Kiinnostava, monipuolinen ja haasteellinen
- Monipuolinen, kiinnostava
- Paska, vitutus, perseestä
- Kiinnostava, helppo ja taas kiinnostava
- Monipuolinen, hauska, haastava
- Vaihteleva, mielenkiintoinen, opettava
- Mielenkiintoinen, hauska, vaihteleva
- Sosiaalinen, kevyt, iloinen
- Hupaisa, hauska, rento
- Hauskaa, kansainvälinen, mukava
- Hektinen, vilkas, kokemuksellinen
- En tiiä
- Kiva, mielenkiintoinen, haastava
- Pitkä, mukava, vapauttava
- Kiinnostava, hyvä, tärkeä
- Mielenkiintoinen, monipuolinen, siisti
- Mielenkiintoinen, siisti
- Hyvä, avartava
- Liikunnallinen, ihmisläheinen, mukava
- Kiinnostava, elämyksellinen, rento
- Retki, luonto, metsä
- Erilainen, rento, vaihtoehtoinen
- Erilainen, ihmisläheinen ja uusi
- Mielenkiintoinen, monipuolinen
- Elämyksellinen, kiehtova, reissaava
- Eksoottinen, hauska ja luonnonläheinen
- Hauskaa, kivaa, ihanaa
- Kiinnostava, mielenkiintoinen
- Se on vasta elämää se
- Hauska, mielenkiintoista, jännää
- Liikkuva, monipuolinen, kattava
- Mielenkiintoinen, jännittävä, lennokas
- Monipuolista, erilaista, mielenkiintoista
- Rento, mukava, sosiaalinen
- Ruskeaa, kova, iso



#### Liite 4. Vastaukset kysymykseen 12

- Paljon aktiviteettejä
- Matka jossa on eri retkiä yms.
- Paljon toimintaa
- Matkailun kohteena esim. laskettelu, kelkkailu yms.
- Surffaus
- Kauheasti liikkumista
- Matkailua, jossa ei laiskotella vaan pidetään hauskaa matkailunparissa
- Matkailua, jossa on paljon aktiviteettejä
- Erilaista toimintaa luonnossa
- Liikunnallista
- Paljon erilaista toimintaa ja aktiviteettejä
- Siellä tehdään jotakin
- Lumilautailua lapin tuntureilla
- Harrastukset
- Tarjotaan mahdollisuuksia mukavaan tekemiseen matkailussa
- Siellä on liikuntaakin, ei pelkästään rannalla löhöilyä eli ohjattua tekemistä
- Liikunnallista
- Paljon tekemistä mm. vaellusta yms.
- Matkailua, joka sisältää erilaista/erilaisia ohjattua tekemistä
- Matkailu, jossa harrastetaan erilaisia aktiviteettejä
- Matka, jossa paljon tapahtumia
- Erämatkailu, eksotiikka
- Matkailu, työ
- Elämysten hakeminen
- Koskenlaskua ja muuta riehumista
- Siellä on paljon tekemistä
- Geokätköily
- Aktiviteettien järjestäminen turisteille
- Matkoilla tehdään paljon erilaisia aktiviteettejä
- Matkoilla tehdään paljon erilaista toimintaa, mm. retkeillään, ulkoillaan
- Matkailun parissa tehtyjä aktiviteettejä
- Vaellus, tapahtumat
- Jotain aktiviteettejä järjestetään
- Liikutaan ja tehdään paljon
- Elämys, seikkailu, viihde
- Liikkumista
- Jee
- Matkustellaan paljon
- Matkustaminen
- Seikkailuja
- Matkataan harrastuksen takia
- Matkustelu
- Ulkomaan matkailua
- EOS

- Liikunnallisuus, toiminta, jännyys
- Huskyajelu
- Ei mitään
- Urheilua/pelejä, toimintaa/nähtävyyksiä
- Toimintatäyteinen
- Liikkumista, elämyksiä
- Tapahtumarikas, yksilöllinen
- Paljon tekemistä ja toimintaa
- Aktiivista matkailua
- Paljon tekemistä, monipuolista liikkumista
- Paljon tekemistä
- Erilaisia paikkoja
- Erilaisia paikkoja
- Siellä on paljon aktiviteettejä
- En tiedä
- Maailman ympäri matka
- Matka, jolla on paljon eri tekemistä
- Maailman ympäri
- Matkailu. jossa paljon ohjelmaa
- Matkailu, jota lähestytään jonkin aktiviteetin esim. lasketteluun avulla
- Erilaisia aktiviteettejä, monipuolista
- Monipuoliset reissut, joissa kokeillaan uusia lajeja
- Liikkumista urheilua, elämyksiä
- Metsässä aktiviteetteja
- Toiminta, seikkailu
- Matkustele aktiivisesti eli paljon
- Riemu loma
- Matkailee paljon
- Paljon tekemistä
- Emt.
- Matkalla jotain aktiviteettiä
- Aktiivista matkustelua
- Paljon liikkumista ja aktiivista toimintaa koskee enemmän liikuntaan tarkoitettua matkustusta
- Matkailu missä on paljon toimintaa
- Hä
- Vaellus, kiipeily, koskenlasku
- Loma, jossa on paljon tekemistä
- Paljon tekemistä, valmiiksi suunnitellut matkat, aktiviteetit
- Metsässä rymyämistä
- Matkailu, johon liittyy aktiviteettejä
- Aktiviteettejä matkalla
- Erämatkailu
- Vuokatti, elämyksellinen retkeily
- Liikunnallista matkailua

- Tekemistä kohteessa
- Kuulostaa hauskalta
- Erikoisurheilua
- Extreme urheilu
- Emt.

## Liite 5. Perustelut kysymykseen 13

### Kyllä perustelut

- Monipuolista ja luultavasti mielenkiintoista
- Olen liikkuva persoona, joka tykkää tehdä kaikkea
- Tykkään järjestää tapahtumia ja tykkään asiakaspalvelusta
- Tykkään luonnosta sun muusta
- Emt vaikuttaa mielenkiintoiselta ja vois olla mulle sopiva ala!
- Se olisi mielenkiintoista ym.
- Mielenkiintoinen, monipuolinen
- Hauskaa
- Kuulostaa mielenkiintoiselta
- Miksipä ei!
- Tykkään matkustella
- Ei olisi tylsää
- Varmaan kivaa
- Koska oppisin uusia asioita matkailusta
- Koska matkailen itse
- Huvikseen
- Se olisi mielenkiintoista
- Se voisi olla mukavaa
- Olen partiossa! (ollut 12 vuotta)
- Aktiviteetti jee!!!

### Ei perustelut

- En oikein tiedä mikä se on
- En ole liikunnallinen
- Ei tarpeeksi hyvä tulotaso
- Ei kiinnosta
- Ei kiinnosta
- Ei kiinnosta
- En tiedä
- Liian pieni palkka työssä
- Ei vaan kiinnosta sellainen opiskelu
- Ei minun jatko
- Matkailuala oli virhe
- Olen kiinnostunut matkailusta vain lomien osalta
- Jee
- Ei hajua mikä on
- Oma alani on aivan muualla
- En tiää
- Olen huono kielissä
- Ei kiinnosta
- Olen kiinnostunut toisesta alasta
- Ei kiinnosta metsässä räpiköinti
- Ei ihan minun alaani

- Ei ehkä ole ihan minun juttuni
- En ole kiinnostunut matkailualasta

**EOS perustelut**

- En ole ennen kuullut
- Jaa
- Emt
- Tulevaisuuden suunnitelmat avoinna
- En ole harkinnut
- En oikein tiedä asiasta paljon
- En tiedä mitä se on
- Noo en tiä
- Haluaisin mieluummin itse sellaiselle
- En tiedä vielä
- En hirveästi tiedä siitä
- Toisaalta ihan mielenkiintoinen, mutta en oikein tiedä

## Liite 6. Spss taulukot.

## Sukupuoli?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mies	32	29,6	29,6	29,6
	Nainen	76	70,4	70,4	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

## Tuleva Koulutus?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Lukio	51	47,2	47,2	47,2
	Ammatillinen	57	52,8	52,8	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

## Mitkä Kajaanin ammattikorkeakoulututkinnoista kiinnosta eniten?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Insinööri	15	13,9	14,0	14,0
	Sairaanhoidaja / terveydenhoitaja	21	19,4	19,6	33,6
	Liikunnanohjaaja	19	17,6	17,8	51,4
	Restonomi	20	18,5	18,7	70,1
	Tradenomi	25	23,1	23,4	93,5
	Tradenomi, tietojenkäsittely	2	1,9	1,9	95,3
	Tradenomi englanninkielinen	4	3,7	3,7	99,1
	Liikunnanohjaaja englanninkielinen	1	,9	,9	100,0
	Total	107	99,1	100,0	
Missing	System	1	,9		
Total		108	100,0		

**Mitkä Kajaanin ammattikorkeakoulututkinnoista kiinnosta toiseksi eniten?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Insinööri	5	4,6	5,7	5,7
	Sairaanhoidaja / terveydenhoitaja	6	5,6	6,9	12,6
	Liikunnanohjaaja	24	22,2	27,6	40,2
	Restonomi	18	16,7	20,7	60,9
	Tradenomi	16	14,8	18,4	79,3
	Tradenomi, tietojenkäsittely	6	5,6	6,9	86,2
	Tradenomi englanninkielinen	9	8,3	10,3	96,6
	Liikunnanohjaaja englanninkielinen	3	2,8	3,4	100,0
	Total	87	80,6	100,0	
Missing	System	21	19,4		
Total		108	100,0		

**Mitkä Kajaanin ammattikorkeakoulututkinnoista kiinnosta kolmanneksi eniten?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Insinööri	6	5,6	7,8	7,8
	Sairaanhoidaja / terveydenhoitaja	9	8,3	11,7	19,5
	Liikunnanohjaaja	9	8,3	11,7	31,2
	Restonomi	13	12,0	16,9	48,1
	Tradenomi	12	11,1	15,6	63,6
	Tradenomi, tietojenkäsittely	4	3,7	5,2	68,8
	Tradenomi englanninkielinen	11	10,2	14,3	83,1
	Liikunnanohjaaja englanninkielinen	13	12,0	16,9	100,0
	Total	77	71,3	100,0	
Missing	System	31	28,7		
Total		108	100,0		

## Kiinnostaako matkustaminen?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	97	89,8	89,8	89,8
	Ei	5	4,6	4,6	94,4
	EOS	6	5,6	5,6	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

## Matkustatko kotimaassa tai ulkomailla?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Erittäin paljon	8	7,4	7,4	7,4
	Paljon	24	22,2	22,2	29,6
	Jonkin verran	50	46,3	46,3	75,9
	Vähän	20	18,5	18,5	94,4
	Ei juuri ollenkaan	6	5,6	5,6	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

## Ympyröi matkailuun liittyvät ammatit

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
	Kokki	37	5,4%	34,3%
	Vastaanottovirkailija	83	12,0%	76,9%
	Yöportieeri	26	3,8%	24,1%
	Tarjoilija	42	6,1%	38,9%
	Siivooja	27	3,9%	25,0%
	Matkaopas	105	15,2%	97,2%
	Eräopas	93	13,5%	86,1%
	Baarimikko	30	4,4%	27,8%
	Hotellipäällikkö	80	11,6%	74,1%
	Ravintolapäällikkö	44	6,4%	40,7%
	Lipunmyyjä	37	5,4%	34,3%
	Stuertti	52	7,5%	48,1%
	Opettaja	7	1,0%	6,5%
	Toimittaja	18	2,6%	16,7%
	Sairaanhoitaja	4	,6%	3,7%
	Pappi	4	,6%	3,7%
	Total	689	100,0%	638,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.



**Kiinnostus opiskella matkailualaa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	24	22,2	22,2	22,2
	Ei	36	33,3	33,3	55,6
	EOS	48	44,4	44,4	100,0
	Total	108	100,0	100,0	

**Sijoita kartalle kaupungit ja matkailukeskittymät**

		Responses		Percent of Cases
		N	Percent	
	Helsinki	72	13,7%	70,6%
	Turku	53	10,1%	52,0%
	Vuokatti	39	7,4%	38,2%
	Ruka	39	7,4%	38,2%
	Levi	29	5,5%	28,4%
	Ahvenanmaa	88	16,8%	86,3%
	Pietari	28	5,3%	27,5%
	Tallinna	30	5,7%	29,4%
	Tahko	16	3,0%	15,7%
	Oulu	76	14,5%	74,5%
	Vaasa	39	7,4%	38,2%
	Olavinlinna	16	3,0%	15,7%
Total		525	100,0%	514,7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.