

Juho-Eemeli Halttu

Asiakastyytyväisyystutkimus Suomen Laikajärjestö ry:lle

Opinnäytetyö  
Kajaanin ammattikorkeakoulu  
Tradenomi  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Syksy 2012



Koulutusala Yhteiskuntatieteide, liiketalouden ja hallinnon ala	Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma
Tekijä(t) Juho-Eemeli Halttu	
Työn nimi Asiakastytyväisyystutkimus Suomen Laikajärjestö ry:lle	
Vaihtoehtoiset ammattiopinnot Markkinointi ja mainonta	Ohjaaja(t) Arto Huuhtanen  Toimeksiantaja Suomen Laikajärjestö ry
Aika Syksy 2012	Sivumäärä ja liitteet 58 + 44
<p>Opinnäytetyön tehtävän oli selvittää Suomen Laikajärjestön jäsenten asiakastytyväisyyttä järjestön toimintaan liittyen. Tavoitteena oli kartoittaa jäsenten asiakastytyväisyys ja saada selville osa-alueet, jotka tarvitsivat parantamista ja ne osa-alueet jotka järjestön toiminnassa ovat toimivia. Opinnäytetyön yhteyshenkilönä toimi Suomen Laikajärjestö ry:n toimihenkilö Elisa Tuikka.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuus koostuu kolmesta pääluvusta, joissa määritellään ostokäyttäytymistä ja segmentointia asiakastytyväisyyden johtamista ja kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän ja markkinointitutkimuksen teoriaa. Teoriaosuuden tarkoitus on auttaa ymmärtämään mistä asiakastytyväisyys koostuu ja mitä asiakkaat haluavat palveluilta.</p> <p>Opinnäytetyössä käytettiin kvantitatiivista, eli määrällistä tutkimusmenetelmää, jonka avulla luotiin asiakastytyväisyyskysely. Tutkimusta varten käytettiin kokonaisotantaa, sillä perusjoukko oli niin pieni, että kokonaisotannan käyttö oli ainoa vaihtoehto.</p> <p>Tutkimuksesta kävi ilmi, että yleisesti suurin osa järjestön jäsenistä oli tyytyväisiä järjestön toimintaan ja vastanneiden keskuudessa vallitsi pieni yliodotustilanne, mutta kuitenkin muutamilla osa-alueilla löytyi pientä poikkeavuutta epätytyväisyyden muodossa. Pääasiassa tyytymättömyyttä herätti verkkosivujen ulkoasujen selkeys, Laika-lehden siirtyminen sähköiseen muotoon ja järjestön jalostuspalvelut. Epätytyväisyyttä ilmeni myös järjestön toimihenkilöitä kohtaan. Lopuksi tutkimuksesta kävi myös ilmi, että suurin osa saa parhaiten tietoa järjestön toiminnasta verkkosivujen ja Laika-lehden kautta. Lisäksi avoimista kysymyksistä saaduista vastauksista saatiin järjestölle käyttökelpoisia kehitysideoita.</p>	
Kieli	
Asiasanat Asiakastytyväisyys, ostokäyttäytyminen, segmentointi, kvantitatiivinen	
Säilytyspaikka	<input type="checkbox"/> Verkkokirjasto Theseus <input type="checkbox"/> Kajaanin ammattikorkeakoulun kirjasto



School Business	Degree Programme Business Administration
Author(s) Juho-Eemeli Halttu	
Title Customer satisfaction survey for Suomen Laikajärjestö ry	
Optional Professional Studies Marketing and advertising	Instructor(s) Arto Huuhtanen
	Commissioned by Suomen Laikajärjestö ry
Date Autumn 2012	Total Number of Pages and Appendices 58 + 44
<p>The purpose of this thesis was to evaluate the customer satisfaction related to the activities of Suomen Laikajärjestö ry. The goal was to evaluate the customer satisfaction as a whole and find out the areas that needed improving and the areas that are already functional. The contact for this thesis has been Elisa Tuikka as an official of Suomen Laikajärjestö ry.</p> <p>Theory of this thesis consists of three main chapters which define consumer behavior, segmentation, managing customer relation and quantitative research method. The purpose of the theory section was to help understand what customer satisfaction consists of and what customers want from services.</p> <p>Quantitative research method was used for the purpose of this thesis and a customer satisfaction survey was created based on that method. For the purpose of this survey full sample size was chosen due to the fact that the population was so small that it was the only option.</p> <p>The results showed that most of the members were satisfied to the most sections of the association's services and there were slight over expectations but in a few areas there were slight differences in the form of slight dislike. Dislike was mostly aroused by the clarity of association's website. Also questions related to the magazine published by the association transforming into an electronic newspaper caused dislike. Other areas that caused dislike were selective breeding services and the actions of association's officials. Finally the survey showed that members best receive information related to the association's activity from Laika magazine and their website. Also the open ended questions produced applicable development ideas.</p>	
Language of Thesis	
Keywords Customer satisfaction, consumer behavior, segmentation, quantitative	
Deposited at <input type="checkbox"/> Electronic library Theseus <input type="checkbox"/> Library of Kajaani University of Applied Sciences	

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO .....	2
2 OSTOKÄYTTÄYTYMINEN JA SEGMENTOINTI .....	3
2.1 Markkinoinnin kilpailukeinot .....	4
2.2 Ostoprosessi .....	5
2.3 Laadun vaikutukset ja määritelmät .....	6
2.4 Palvelun laadun tutkiminen .....	7
2.5 Segmentointi .....	8
3 ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN JOHTAMINEN .....	11
3.1 Asiakastyytyväisyysjohtamisen toiminnallinen sisältö .....	13
3.2 Asiakastyytyväisyystutkimus ja sen sisältö .....	14
3.3 Asiakastyytyväisyys ja ServQual-malli .....	15
4 TEORIAA KVANTITATIIVISESTÄ TUTKIMUSMENETELMÄSTÄ JA MARKKINOINTITUTKIMUKSEN LAATIMISESTA .....	17
4.1 Otostyyppin valintakriteerit .....	17
4.2 Kyselylomakkeen laatiminen .....	18
4.3 Kysymysten muotoilu ja valinta .....	19
4.4 Tulosten analysointi .....	20
4.5 Raportin luominen aineiston pohjalta .....	21
5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TUTKIMUSONGELMA .....	22
5.1 Tutkimusongelma .....	22
5.2 Tutkimustyyppin valinta .....	23
5.3 Kysely ja kyselymenetelmä .....	23
6 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSEN TULOKSET JA KEHITYSIDEAT .....	25
6.1 Taustatiedot .....	25
6.2 Tyytyväisyys Laika-lehden ominaisuuksiin .....	28
6.3 Tyytyväisyys verkkosivuihin ja odotuksia verkkosivuista .....	32
6.4 Tyytyväisyys ja odotukset astutuspalstaan ja jalostuspalveluihin liittyen .....	35
6.5 Vastaajien tyytyväisyys järjestön ja hallituksen toimintaan sekä odotukset järjestön ja hallituksen toiminnasta .....	39
6.6 Vastaajien tyytyväisyys tiedottamiseen ja odotukset tiedottamisesta .....	41

6.7 Vastaajien odotukset ja tyytyväisyys toimihenkilöihin liittyen.....	44
6.8 Mistä vastanneet saivat parhaiten tietoa ja toivovat saavansa tietoa järjestön toiminnasta.....	47
6.9 Ristiintaulukoinnit.....	48
6.10 Kyselyn yhteenveto ja avoimien vastausten tulkintaa.....	52
7 POHDINTA.....	56
LÄHTEET.....	57

## 1 JOHDANTO

Suomen Laikajärjestö ry on koko Suomen alueella toimiva rotukoirayhdistys, joka tarjoaa jäsenilleen muun muassa jalostustoiminnan palveluita, julkaisee omaa lehteään ja järjestää erilaisia tapahtumia jäsenilleen koirien harrastustoimintaan liittyen. Yhdistys halusi kehittää omaa toimintaansa asiakaslähtöisemmäksi ja kartoittaa yrityksen jäsenten tyytyväisyyttä järjestön toimintaa kohtaan. Yhtenä näkökulmana asiakastyytyväisyyteen oli järjestön harkitsema siirtyminen sähköiseen jäsenlehteen ja se, miten jäsenet reagoisivat siihen. Tämän opinnäytetyön toimeksiantajana toimi siis Suomen Laikajärjestö ry ja yhteyshenkilönä toimi järjestön toimihenkilö Elisa Tuikka.

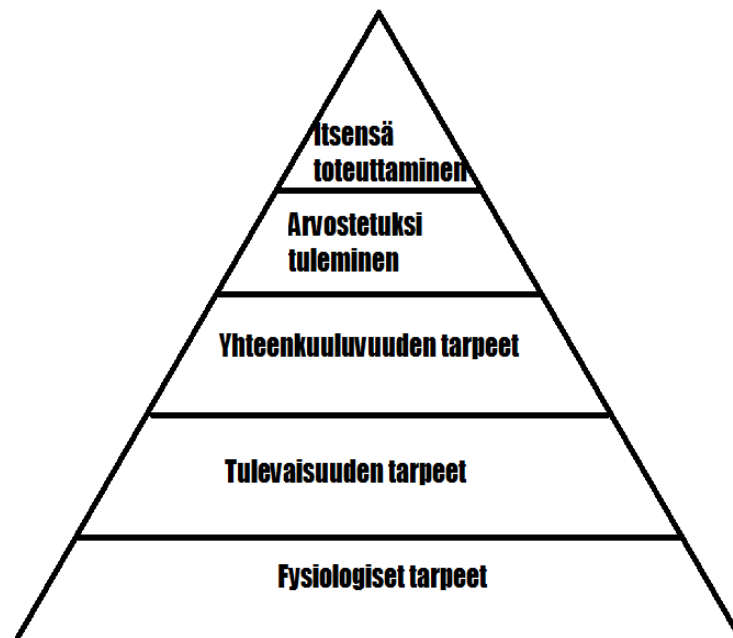
Tämä opinnäytetyö koostuu pääasiassa kahdesta osiosta, joista ensimmäinen on teoria osuus ja toisena on käytännön osuus. Teoriaosuudessa käsitellään asiakastyytyväisyyteen liittyviä teoriakokonaisuuksia ja teoriakokonaisuuksia jotka auttavat asiakastyytyväisyyden mittaamisessa. Käytännön osuudessa on tutkittu järjestön asiakastyytyväisyyttä asiakastyytyväisyyskyselyn avulla ja osiossa tarkastellaan tuloksia ja tehdään niistä johtopäätöksiä. Lopuksi opinnäytetyössä on pohdintaosio, jossa pohditaan tutkimuksen onnistumista.

Työssä tullaan tarvitsemaan teoriaa monelta eri osa-alueelta. Aluksi on syytä tarkastella asiakastyytyväisyyden tutkimuksen teoriaa, jonka jälkeen tarkastellaan kvantitatiivisen tutkimuksen teoriaa kyselyn toteuttamista varten sekä markkinoinnin ja kuluttajakäyttäytymisen teoriaa. Markkinointitutkimuksen ja kvantitatiivisen tutkimuksen teoriaosuudella pyrin mittaamaan työni onnistuneisuutta ja markkinointitutkimuksen tutkimuksen teorian avulla on mahdollista muodostaa selkeä ja johdonmukainen kyselylomake. Teorialla pyritään näyttämään, että tekemäni tutkimus täyttää kvantitatiivisen tutkimuksen normit, sekä markkinointitutkimuksen ja noudattaa toimivaksi todettuja kvantitatiivisiä tutkimusmenetelmiä. Kysymyksien laatimiseen tarvitsen myös markkinoinnin osaamista, jotta kysymyksillä pystytään hankkimaan tarvittavaa tietoa, jonka pohjalta pystytään kehittämään toimeksiantajayhdistyksen toimintaa ja pystytään vetoamaan paremmin yhdistyksen jäseniin. Vielä yhtenä teoriaosuutena on kuluttajakäyttäytyminen ja tämän teoreettisen osuuden perusteella pyritään tulkitsemaan vastauksia, sekä luomaan kehittämisideoita vastauksien perusteella. Kyselystä selvisi, että yhdistyksen jäsenet ovat pääasiassa tyytyväisiä yhdistyksen toimintaan, mutta muun muassa sähköiseen jäsenlehteen siirtyminen herätti epätyytyväisyyttä vastanneissa.

## 2 OSTOKÄYTTÄYTYMINEN JA SEGMENTOINTI

Yksityisten kuluttajien ostopäätöksiin vaikuttaa ostokäyttäytyminen. Se ohjaa sitä, millä perusteella asiakkaat tekevät valintoja ja mitä, mistä ja miten he ostavat. Ostokäyttäytyminen on perusta segmentoinnille, eli asiakasryhmittelylle. Yksilön ostohalun, eli ostokäyttäytymisen laukaisetvat tarpeet, joita taas ohjaavat motiivit. Näitä muovaavat ostajan erilaiset ominaisuudet ja markkinoivien yritysten toiminta. Kuluttajien ostokäyttäytyminen ja sitä seuraava ostopäätöksen tekeminen on monenlaisten tekijöiden aiheuttamaa toimintaa. Sitä ohjaavat yhteiskunta ja markkinoivien yritysten toimenpiteet. Sitä säätelevät myös ostajan henkilökohtaiset ominaisuudet seuraavanlaisesti: Ostajan demografiset tekijät, psykologiset tekijät ja sosiaaliset tekijät vaikuttavat hänen elämäntyyliinsä, joka taas vaikuttaa ostokäyttäytymiseen, joka vuorostaan vaikuttaa ostoprosessiin ja sitä kautta ostopäätökseen ja lopulta kokemuksiin ja tyytyväisyyteen tai tyytymättömyyteen.

Hasteena ostokäyttäytymisessä on löytää millaisia tarpeita markkinoilla on. Asiakkaat eivät



Kuvio 1. Mukaelma Maslow'n tarvehierarkiasta (Rope 2000, 81)

voi tyydyttää kaikkia tarpeitaan, joten he tyydyttävät ensin pakottavimmat tarpeensa, jotka voivat olla eri ihmisillä erilaisia. Ylläolevassa kuvassa (Kuvio 1.) esiintyvän Maslow'n tarve-

hierarkian mukaan tarpeita ovat itsensä kehittämisen tarpeet, arvostuksen tarpeet, sosiaaliset tarpeet, turvallisuuden tarpeet sekä fysiologiset tarpeet. (Bergstrom & Leppänen 2003, 98-102)

Kuluttajan yleisimmät ostopäätökset ovat ostaa suosituinta brändiä, mutta seuraavat kaksi tekijää voivat olla voimakkaampia päätöksenteossa. Ensimmäinen tekijä on muiden kuluttajien asenteet. Esimerkiksi jos ystävä tai läheinen haluaa ostaa eri tuotteen, se vaikuttaa myös kuluttajan omaan ostokäyttäytymiseen. Ostoaikeseen vaikuttavat myös odottamattomat tilanteelliset muuttujat. Kuluttaja tässä tapauksessa muodostaa ostoaikkeen perheen tulojen perusteella ja sillä perusteella miten paljon hyötyä tuotteesta saadaan hintaan nähden. Kuluttajan päätökseen siirtää ostotilannetta vaikuttaa havaittu riski. Monet ostopäätökset sisältävät eräänlaisia riskejä. Kuluttajat voivat kiusaantua, kun he eivät ole varmoja lopputuloksesta. (Armstrong 1999, 258)

## 2.1 Markkinoinnin kilpailukeinot

Asiakasmarkkinoinnin päätehtäviä ovat kysynnän selvittäminen, luominen, tyydyttäminen ja säätely. Näitä tehtäviä varten suunnitellaan markkinoinnin kilpailukeinot eli kokonaisuus, jolla yritys lähestyy asiakkaitaan ja muita sidosryhmiä. Yritys rakentaa mahdollisista kilpailukeinoista yhdistelmän jota kutsutaan markkinointimixiksi. Se koostuu kilpailukeinoista, jotka ovat tuote, hinta, saatavuus ja markkinointiviestintä. (Bergstrom & Leppänen 2003, 147)

Markkinointimixin eri osa-alueiden tulee toimia yhdessä toisten osa-alueiden kanssa. Esimerkiksi hinta on yksi markkinointimixin osa-alue ja se täytyy koordinoida tuotteen suunnittelun, jakelun ja promootion mukaan. Muiden markkinointimixin osa-alueilla tehdyt päätökset voivat vaikuttaa tuotteen hinnoitteluun ja tuotteen hinnoittelu voi vaikuttaa muihin osa-alueisiin. (Armstrong 1999, 684)



## 2.2 Ostoprosessi

Asiakkaan ostoprosessi käynnistyy, kun ostaja havaitse tyydyttämättömän tarpeen tai ongelman, johon hän tarvitsee ratkaisun. Kuluttaja tulee tietoiseksi uusintaoston tarpeesta viimeistään tavarankäytön loppuessa, tai palvelun päättyessä. Ärsyke on asia, joka saa ostajan havaitsemaan tarpeensa ja motivoitumaan toimintaan. Se voi olla fysiologinen tekijä, kuten nälkä tai jano tai vaihtehtoisesti sosiaalinen tai kaupallinen tekijä. Sosiaalisena tekijänä se tarkoittaa sitä, kun joku sosiaalisessa ympäristössä antaa herätettä hyödykkeen hankintaan. Kaupallisia ärsykeitä taas ovat markkinoijien lähettämät viestit. Ostajan koettuaan ongelman ratkaisemisen arvoiseksi, hän kerää tietoa mahdollisista vaihtoehdoista. Yksinkertaisissa ostoksissa kuluttaja miettii vain vähän eri vaihtoehtojen ominaisuuksia, mutta kalliimmissa tuotteissa tiedonkeruu voi olla pitkä prosessi. Kartoittamalla vaihtoehtoja, ostaja pyrkii eliminoimaan ostoon sisältyviä riskejä. Markkinoijan on tärkeää saada omat viestinsä sellaisiin kanaviin, joiden hän tietää tavoittavan haluamansa kohderyhmän. Tämän jälkeen ostajalla on riittävästi tietoa eri vaihtoehtoista päätöksen tekemistä varten. Vertailun tuloksena ostaja asettaa vaihtoehdot paremmuusjärjestykseen tai toteaa, ettei ratkaisua ongelmaan löydy. Vertailuvaiheen jälkeen tulee päätös ja osto vaihe. Löytäessään sopivan vaihtoehdon, päätöstä seuraa osto, mikäli tuotetta vain on saatavilla. Ostoprosessi voi katketa jos markkinoija ei kykene huolehtimaan tuotteen tai palvelun saatavuudesta. Ostoprosessi ei pääty ostamiseen, vaan sen jälkeen tulee oston jälkeinen käyttäytyminen. Siihen kuuluu tuotteen käyttö ja ratkaisun punninta, sekä palvelun kuluttaminen. Tyytyväinen ostaja voi tehdä uusintaoston ja antaa tuotteesta positiivista palautetta. Tyytymätön ostaja saattaa palauttaa ostoksen ja kertoo muille huonoista kokemuksistaan. (Bergstrom & Leppänen 2003, 121-125)

Ostoprosessi alkaa tarpeen tunnistamisvaiheella, kun ostaja tunnistaa ongelman tai tarpeen. Tämä tarkoittaa sitä, että ostajan nykyisellä tilalla ja toivotulla tilalla on eroa. Tarve voi syntyä, kun henkilön tavanomaiset tarpeet nousevat tarpeeksi korkealle tasolle. Myös ulkopuoliset tekijät voivat synnyttää tarpeen. Esimerkiksi kun asiakas näkee naapurin hienon uuden auton, tai leipomosta leijuva tuoksi herättelee ostotarvetta. Tarpeen tunnistettuaan kuluttaja voi hankkia lisää tietoa, jos tarve on tarpeeksi vahva ja tyydyttävä tuote on tarpeeksi lähellä. Tiedonhankinnan vaiheessa tietoa hankitaan yleensä seuraavista lähteistä: Henkilökohtaiset lähteet, kaupalliset lähteet, julkiset lähteet tai kokemukselliset lähteet. Tiedonhankintavaiheen jälkeen kuluttaja punnitsee vaihtoehtojaan. Kuluttaja hakee eri brändien tuotteista maksimaa-

lista hyötyä ja sitä tuotetta, jonka ominaisuudet parhaiten sopivat kuluttajalle. Kuluttaja asettaa eri ominaisuudet eri tärkeysjärjestykseen, jonka mukaan lopullinen päätös syntyy. Kuluttajan mielessä ominaisuudet voivat myös muodostua brändiuskuuksista, eli brändin imago voi vaikuttaa ostopäätökseen. Ostopäätökseen kuluttaja saapuu vaihtoehtojen punnitsemisen jälkeen ja valittu tuote on yleensä suosituin brändi. Tosin tähän voi vaikuttaa muiden mielipiteet. Esimerkiksi jos sukulaiset haluavat että kuluttaja ostaa halvimman mahdollisen kameran, tässä tapauksessa kalliin kameran ostomahdollisuus pienenee. Ostopäätöksen jälkeen kuluttaja on joko tyytyväinen tai epätyytyväinen tuotteeseen ja tämä liittyy ostopäätöksen jälkeiseen käyttäytymiseen. Se voi määrittää sen, ostaako asiakas tuotetta uudestaan vai ei. (Armstrong 1999, 254-259)

### 2.3 Laadun vaikutukset ja määritelmät

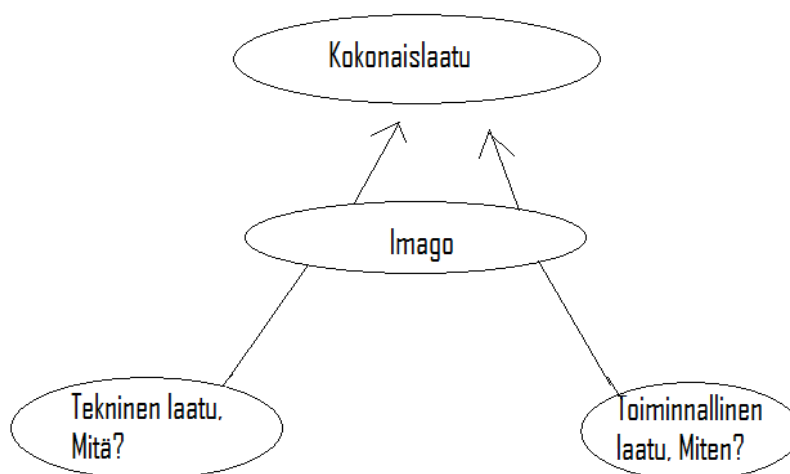
Tuotteen laatu tarkoittaa kaikkia niitä ominaisuuksia, joita asiakkaat arvostavat tuotteessa. Tämä pätee tuotantohyödykkeisiin, kulutushyödykkeisiin, tavaroihin ja palveluihin. Asiakkaalle laatu on subjektiivinen käsite ja se tarkoittaa eri asiakkaille eri asioita. Tuotteen hinta on tärkeä laadun mittaamisessa. Yrityksen tulee selvittää onko tuotteen hinta-laatusuhde kohdallaan. Tällöin puhumme asiakkaan kokemasta laadusta. Markkinoinnissa käytetään useita laatuksiteitä. Yleinen laatu tarkoittaa niitä ominaisuuksia, joita arvostetaan yleisesti. Tekninen laatu tarkoittaa tuotteen mitattavia ominaisuuksia, esimerkiksi tehokkuutta. Kaupallinen laatu kuvaa niitä ominaisuuksia joilla ei ole tuotteen käytön kannalta paljoakaan merkitystä, mutta toimivat mielikuvien muodostajina. Mielikuvalaatu on käsitys, jonka asiakas muodostaa tuotteen laadusta ja myyvä laatu taas on laatu johon pyritään kaikilla eri laadun osatekijöillä, niin että asiakkaalle syntyy positiivinen halu ostaa tuote. (Bergstrom & Leppänen 2003, 201-204)

Asiakastyytyväisyyslaatu on laatuksite, joka tuottaa asiakkaalle tyytyväisyydentunnetta niistä kokemuksista, joita hänelle on muodostunut organisaation toiminnasta. Se kattaa kaikki ne osat alueet, joista asiakkaan tyytyväisyys muodostuu. (Rope 1998, 162)

Asiakastyytyväisyys riippuu asiakkaan kokemasta palvelun laadusta ja siitä miten hän odotti palvelun laadun olevan. Jos palvelun laatu ei vastaa odotuksia, jää asiakas epätyytyväiseksi ja jos palvelun laatu vastasi odotuksia, asiakas on tyytyväinen. Jos taas tuotteen suorituskyyky ylittää asiakkaan odotukset, asiakas on positiivisesti yllättynyt. Avain asiakkaan kokemaan laatuun on viisailla organisaatioilla se, että tasataan asiakkaiden odotuksia organisaation palvelun todelliseen laatuun. Eli luvataan vain sitä, mitä voidaan asiakkaille antaa, eikä luvata liikoja. Asiakastyytyväisyys kulkee käsikädessä laadun kanssa. (Armstrong 1999, 11-12)

## 2.4 Palvelun laadun tutkiminen

Laatu on sitä mitä asiakkaat kokevat. Palvelun laatu on se miten asiakas kokee sen kahden ulottuvuuden näkökulmasta. Tekninen ulottuvuus ja toiminnallinen ulottuvuus. Se mitä asiakkaat saavat ollessaan tekemisissä organisaation kanssa on tärkeää heille laadun arvioimisen kannalta, mutta se on vain yksi laadun ulottuvuus nimeltään tekninen laatu. Sen määritelmä on sitä, mitä asiakkaalle jää palveluprosessin jälkeen. Toinen ulottuvuus eli miten asiakas saa palvelua ja miten hän kokee näiden kahden ulottuvuuden kokonaisuuden. Tämä on toiminnallista laatua. (Grönroos 2001, 63-64)



Kuvio 2. Mukaelma palvelun laadun kaksi ulottuvuutta-kuviosta (Grönroos 2001, 65)

Laadun käsitetään usein olevan menestyksen avain. Yrityksen kilpailullinen etu riippuu sen tarjoamien tuotteiden ja palveluiden laadusta ja tuottamasta arvosta. Hyvää koettua laatua saadaan kun asiakkaan kokema laatu vastasi hänen odotuksiaan. Täytyy ottaa huomioon, että jos odotukset olivat kohtuuttomat, on koettu laatu alhaista. (Grönroos 2001, 67-68)

Mitatakseen palvelun laatua käytännössä, palveluntarjoajan tulee ensinnäkin selvittää se, miten asiakkaat käsittävät laadun. Tätä tutkitaan vertaamalla asiakkaiden odotuksia ja kokemuksia. Mikä tahansa ero näiden välillä on laadun heitto. Laatua parantaakseen, markkinoijien tulee tunnistaa palvelun laadun pääpiirteet, eli miten asiakkaat kokevat palveluntarjoajan tuottaman palvelun laadun ja mitä he odottivat palvelulta. (Armstrong 1999, 658)

## 2.5 Segmentointi

Bergström ja Leppänen (2003, 131) määrittelevät nykyisen markkinointiajattelun segmentoinnin seuraavasti: "Segmentointi on epäyhtenäisten markkinoiden jakamista toisistaan erotuviin ostajaryhmiin, josta yritys valitsee omat kohderyhmänsä, jolle se suunnittelee ja toteuttaa ryhmän tarpeita ja toimintatapoja vastaavan markkinointiohjelman" Segmentointi on perustana kaikille kilpailukeinoille. Tuotteet ja asiakaspalvelut tulisi suunnitella segmenteittään ja hinta ja saatavuusratkaisut voivat olla erilaisia eri kohderyhmille ja markkinointiviestintää suunnitellaan eri kohderyhmille sopivaksi. (Bergstrom & Leppänen 2003, 130-131)

Segmentointi on prosessi, joka sisältää markkinoiden tutkimisen ja ostokäyttäytymisen selvittämisen, kohderyhmien valinnan. Se sisältää myös asiakasryhmien tarpeiden perusteella suunnitellun ja toteutetun markkinointiohjelman. Segmentointikriteerejä kuluttajamarkkinoilla ovat demografiset kriteerit, elämäntyylikriteerit ja asiakassuhdekriteerit. (Bergstrom & Leppänen 2003, 133-134)

Kuluttajan segmentoinnin voi luokitella kolmeen pääkategoriaan, jotka ovat profiili muuttajat, käyttäytymismuuttajat ja psykologiset muuttajat. Profiilimuuttajat kuvailevat kuluttajaa, käyttäytymismuuttajat liittyvät asiakkaan käyttäytymiseen ja psykologiset muuttajat tunnistaa yksilöllisiä asenteita, mielipiteitä ja mielenkiinnon kohteita. Segmentointi on luova prosessi ja

se voidaan tehdä käyttämällä useita eri muuttujia markkinoista riippuen. (Drummond, Ensor & Ashford 2008, 57)

Profiilimuuttujiin kuuluva demografinen segmentointi koostuu iästä, sukupuolesta ja perheen elinkaaresta. Tämä tarkoittaa sitä, että kuluttajan ostopäätökset muuttuvat iän myötä. Esimerkiksi vanhat ihmiset tarvitsevat eri asioita lomamatkalta, kuin nuoret. Sukupuoli vaikuttaa myös ostokäyttäytymiseen, sillä eri sukupuolen edustajilla on selvästi erilaiset ostotottumukset. Ongelma segmentoinnissa on, että sukupuoli rajaa segmenttiä vain viidelläkymmenellä prosentilla ja edelleen eri ikäiset naiset voivat ostaa eri palveluita. Ikää ja sukupuolta voidaan käyttää yhdessä määrittelemään segmenttiä. Ikä ja sukupuoli jättävät siltikin aika laajan segmentin, joten demografisessa segmentoinnissa voidaan tarkastella ihmisten elinkaarta. Se tarkoittaa sitä, että ihmiset menevät usein tiettyjen elämänvalintojen mukaan perheen elinkaareissa. Profiilimuuttujiin kuuluvat myös sosio-ekonomiset muuttujat. Näitä ovat esimerkiksi ammatti, koulutuksellinen tausta, asuinpaikka ja tulot. Ja viimeiseksi profiilimuuttujiin kuuluvat geografinen segmentointi ja sen muuttujat. Sen muuttujat ovat esimerkiksi selvästi havaittavissa olevat kulutus trendit tiettyjen markkina-alueiden sisällä. (Drummond, Ensor & Ashford 2008, 58-65)

Käyttäytymiseen liittyvät muuttujat tarkoittavat segmentoinnissa sitä, että tunnistetaan kuluttajakäyttäytymistä kuluttajien ominaisuuksien sijaan. Päämuuttujat tässä kategoriassa ovat hyöty, käyttö ja ostotiheys. Hyötysegmentoinnissa käsitellään syitä miksi asiakas ostaa tietyn tuotteen tai palvelun sen sijaan, että yritettäisiin tunnistaa henkilökohtaisia ominaisuuksia. Koko hyötysegmentointi ajatus perustuu siihen, että asiakas ostaa tuotteen sen tuottaman hyödyn takia. Käyttö segmentoinnissa keskeisintä on tunnistaa kuluttajan käytön piirteitä ja toistuvuutta. Kuluttajat usein voidaan luokitella koviksi käyttäjiksi, keskikoviksi käyttäjiksi, satunnaiskäyttäjiksi ja ihmisiksi jotka eivät käytä tuotetta. Ostotiheydessä taas otetaan huomioon millaisissa tilaisuuksissa kuluttaja ostaa tuotteen tai palvelun. Jotkin tuotteet voidaan ostaa jonkin tapahtuman tai tilaisuuden kunniaksi. Esimerkiksi uudenvuoden lahja tai häälahja. (Drummond, Ensor & Ashford 2008, 66-69)

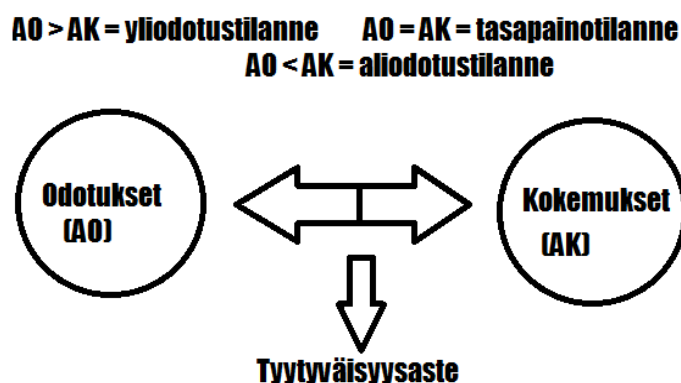
Psykologisilla muuttujilla segmentoinnissa usein tarkoitetaan kuluttajan elämäntyyliä, asenteita ja persoonallisuutta. VALs framework mallissa asiakkaat luokitellaan tarvehakuisiin, ulospäinsuuntautuneisiin, sisäänpäin suuntautuneisiin ja integroituihin henkilöihin. Tarvehakuisilla asiakkailla on yleensä melko pieni ostovoima ja ovat yleensä sen takia melko marginaalisia

asiakassegmenttejä organisaatioille. Ulospäinsuuntautuneissa ryhmittymissä ihmiset ovat kiinnostuneita henkilökohtaista asemaa kohottavista tuotteista, jotka aiheuttavat huomiota muissa yksilöissä. Tämän segmentin henkilöt ovat kiinnostuneita brändituotteista kuten Rolex tai Mercedes Benz. Sisäänpäinsuuntautuneet huolehtivat omista yksilöllisistä tarpeistaan. Tämä on tärkeä osa-alue sillä he ovat yleensä se ryhmittymä joka määrittää trendit. Integroidut henkilöt omaavat sisäänpäinsuuntautuneiden ja ulospäinsuuntautuneiden kuluttajien positiiviset ominaisuudet ja ovat erittäin pieni kuluttajaryhmä. (Drummond, Ensor & Ashford 2008, 69-71)

### 3 ASIAKASTYYTYVÄISYYDEN JOHTAMINEN

Asiakastyytyväisyysjohtamisen sisältö muodostuu erilaisista markkinoinnin alalajeista, jotka asiakastyytyväisyysjohtamisessa yhdistyvät kokonaisvaltaiseksi liiketoiminnan toimintamalliksi. Nämä markkinoinnin alalajit ovat palvelun laatu, laatu mittaukset, tietokanta markkinointi, mielikuvamarkkinointi, sisäinen markkinointi ja asiakassuhdemarkkinointi (Rope 1998, 23-24)

Asiakastyytyväisyysjohtamista ei voi tarkastella ilman kolmea merkityssisältöä, jotka ovat asiakas, tyytyväisyys ja johtaminen. Asiakastyytyväisyyden johtamisessa asiakas kokonaisuus kuvaa kaikki henkilöitä, joiden kanssa yritys on ollut kontaktissa, eikä pelkästään henkilöitä jotka ovat ostaneet jotain. Tyytyväisyys syntyy siitä, millaiseksi yrityksen kontaktiin joutunut henkilö kokee yrityksen. Sanalla tyytyväisyys viitataan tyytyväisyysasteeseen tyytyväinen-tyytymätön ulottuvuudella. Asiakkaan odotustaso muodostaa lähtökohdan ja vertailuperustan kokemuksille. Asiakkaan odotuksista puhuttaessa odotuksia on kolmenlaisia. On ihanne-odotukset, ennakko-odotukset ja minimiodotukset. Ihanneodotukset kuvaavat henkilön arvomaailman mukaisia toiveita siitä toiminnasta, jota hän odottaa yritykseltä tai sen tuotteelta. (Rope 1998, 30-31)



Kuvio 3. Mukaella odotusten ja kokemusten muodostama tyytyväisyys-kuviosta (Rope 1998, 29)

Ennakko-odotukset tarkoittavat asiakkaan odotustasoa, joka hänellä on yrityksestä tai sen tuotteesta ja sen ominaisuuksista. Nämä ovat sama asia kuin kohdehenkilön mielikuva yrityksestä. Ennakko-odotuksiin voi vaikuttaa mielikuvamarkkinoinnilla. Ennakko-odotuksiin vaikuttavat tekijät ovat suusta suuhun viestintä, kokemukset, julkisuus, markkinointiviestintä, markkinoinnilliset peruselementit, liikeidea ja toimiala. Nämä komponentit vaikuttavat siihen, ostetaanko tuote vai ei, miten yrityksen viestintään suhtaudutaan, miten korkean hinnan tuotteesta voi pyytää ja täytyykö asiakkaille myydä kovalla työllä vai tulevatko asiakkaat itse ostamaan. (Rope 1998, 31-34)

Minimiodotukset kuvaavat tasoa, jonka asiakas on antanut itselleen vähimmäistasoksi, eli ne asiat, joita hän edellyttää yrityksen tai tuotteen toiminnalta. Minimiodotuksiin vaikuttavat henkilökohtaiset syyt, eli joka henkilöllä on taustastaan johtuen erilaiset odotustasot. Tilannekohtaiset syyt, jolloin eri ostotilanteissa on erilaiset odotustasot ja ympäristötekijät. Niihin vaikuttavat myös toimialakohtaiset tekijät, jolloin toimialoilla on erilaiset odotustasot erilaisia tekijöitä kohtaan. Sitten on vielä yrityskohtaiset tekijät, jolloin yrityksen markkinoinnilliset ratkaisut vaikuttavat minimiodotustasoon. Minimiodotukset rakentuvat yrityksen toiminnallisten ulottuvuuksien mukaisesti, eli laadun, edullisuuden, palvelun kestävyys mukaan. Minimiodotukset muodostavat siis tason, jonka alle jäävää toimintaa ei yritykseltä tai tuotteelta hyväksytä. (Rope 1998, 35-38)

Odotuksiin suhteutetut kokemukset tuottavat asiakkaassa reaktion tyytyväisyys-tyytymättömyys akselilla. Tyytyväisyysasteet on jaettu kolmeen perusluokkaan: ali-odotustilanne = myönteinen kokemus, tasapainotilanne = odotusten vastaavuus, yli-odotustilanne = kielteinen kokemus. Myönteisten kokemusten seurauksena asiakkaan odotukset yrityksen toimintaa kohtaan nousevat ja vahvan myönteisen yllätyksen seurauksena asiakas kertoo aktiivisesti toisille kuinka yritys eroaa muista alan yrityksistä. Kielteiset kokemukset taas heikentävät ennakko-odotuksia ja lisäävät herkkyyttä asiakassuhteen katkeamiseen ja asiakkaat saattavat jopa levittää huonoa sanaa yrityksestä. (Rope 1998, 38-40)

Johtamista tarkastellaan yleensä kahteen jaettuna ihmisten johtamiseen ja liiketoiminnan johtamiseen, mutta asiakastytyväisyyttä ei voi käsitellä kummankaan kautta, koska asiakastytyväisyysjohtaminen liittyy molempiin. Asiakastytyväisyysjohtamisen keskeinen piirre on liiketoiminnan johtaminen asiakastytyväisyyden kautta. Asiakastytyväisyysjohtamisen perusta on se, että johtamisen tulee toimia liiketoiminnan kanssa asiakaskeskeisesti ja sen tulee kattaa



kaikki liiketoiminnan osa-alueet, sillä ne kaikki vaikuttavat asiakastyytyväisyyteen. Johtamisen tulisi myös olla tilannekeskeistä siten, että joka tilanteeseen tehdään oma toimintamalli, joka parantaa liiketoiminnallista menestystä. (Rope 1998, 46-50)

Asiakastyytyväisyyttä seurataan jatkuvasti, jotta asiakastyytyväisyyden kehitys nähdään pitemmällä tähtäimellä ja osataan ajoissa kehittää uusia tuotteita ja palveluja. Tyytyväisyystutkimukset kohdistetaan nykyiseen asiakaskuntaan ja niissä selvitetään yrityksen tuotteiden toimivuus suhteessa asiakkaan odotuksiin. Bergström & Leppäsen mukaan asiakastyytyväisyys on asiakkaan kokema laatu jaettuna asiakkaan tarpeilla ja odotuksilla. (Bergstrom & Leppänen 2003, 429)

### 3.1 Asiakastyytyväisyysjohtamisen toiminnallinen sisältö

Asiakastyytyväisyysjohtamisen tärkeimpiin asioihin kuuluu asiakastyytyväisyyden mittaussysteemiikka, jolla saadaan selville asiakastyytyväisyys, sekä tyytyväisyyden ja tyytymättömyyden kohteet ja tämän kautta yrityksen toimintaratkaisut pystytään suuntaamaan oikein. Siihen kuuluvat asiakastyytyväisyys selvitykset. Asiakastyytyväisyysjohtamisen yhtenä avaintekijänä asiakaslähtöinen näkökulma, joka merkitsee sitä että toiminnan näkökulmana on yksi asiakas. Tyytyväisyyspalaute tulee reksiteröidä asiakkaittain ja markkinointi toteutetaan yksilöön perustuen. (Rope 1998, 50-54)

Asiakastyytyväisyyden mittaamisessa on Ropen mukaan viisi vaihetta:

- Asiakastyytyväisyysmittauksen käyttökohteiden selvittäminen, johon kuuluu kohtien yksilöinti ja toimintamenetelmät asiakastyytyväisyysmittaustietojen hyödyntämisessä
- Mittaustavan suunnittelu, johon kuuluu mittaususeus, kohdehenkilöiden otanta, mittaustarkkuus ja mittaustekniikka.
- Mittareiden rakentaminen, eli kysymysten muotoilu, testaus ja mittarikokonaisuuden rakentaminen

- Mittaussystematiikan toteutus, joka on mittaamista, tulostusta, koulutusta ja mittarien hyödyntämistä.
- Kehitysseuranta, kehitystoimenpiteet ja markkinointitoimenpiteet

(Rope 1998, 60)

Mitä asiakastyytyväisyystutkimuksessa tutkitaan?

Asiakastyytyväisyystutkimuksessa tulee selvittää kaikki asiat, jotka vaikuttavat asiakastyytyväisyyden muodostumiseen. Näitä ovat ennakoitu odotustaso, kokemustaso ja toimintojen ja ominaisuuksien merkitys. Kaikki nämä tekijät tulisi selvittää yksinkertaisella, yksiselitteisellä, luotettavalla, vertailukelpoisella, yksilöitävällä, edullisella ja helpolla tavalla. Odotustasoa kannattaa selvittää jollain asteikkoon perustuvalla kysymyksellä. Kokemustason voidaan selvittää samalla tavalla kuin odotustaso, mutta kysymys viittaa kokemuksiin, ei odotuksiin. (Rope 1998, 88-92)

### 3.2 Asiakastyytyväisyystutkimus ja sen sisältö

Asiakastyytyväisyystutkimus on markkinointitutkimus ja täten markkinointitutkimuksen toteutusperiaatteet soveltuvat myös asiakastyytyväisyystutkimukseen. Tutkimuksen normaalien toteutusperiaatteiden tulee myös toteutua, jotka ovat:

1. Validiteetti, joka tarkoittaa sitä, että tutkimus mittaa juuri niitä tyytyväisyyteen kytkeytyviä asioita, mitä tutkimuksella halutaan mitata. Siihen vaikuttaa keskeisesti tutkimuskysymysten muotoilu, kysymyksiin valitut vaihtoehdot ja kysymysten sijoittaminen tutkimuslomakkeeseen.
2. Reliabiliteetti, eli tutkimustulosten pysyvyys ja luotettavuus. Tämä tarkoittaa sitä, että asiakastyytyväisyystutkimusta toistettaessa tulokset ovat yhtenevät aikaisemmin toteutetun tutkimuksen kanssa, ellei asiakastyytyväisyydessä ole tapahtunut muutosta.
3. Järjestelmällisyys, joka tarkoittaa asiakastyytyväisyystutkimuksissa sitä, että tutkimusta tulisi toteuttaa systemaattisesti niin, että pystytään seuraamaan asiakastyytyväisyyden kehittymistä ja vertailemaan eri toimenpiteiden välisiä tyytyväisyystuloksia keskenään.

4. Lisäarvon tuottaminen, joka toteutuu kun asiakastyytyväisyystutkimus on tehty niin, että sen avulla pystytään kehittämään sisäistä toimintaa ja markkinointia asiakassuhteen syventämiseksi.
5. Automaattinen toimintaan kytkeytyminen, joka tarkoittaa sitä, että tutkimuksen tulee olla sellainen, että saadut tulokset automaattisesti tuottavat vaikutuksia toimintaan ja kehittämispäätöksiin. (Rope 1998, 83-84)

Asiakastyytyväisyystutkimuksen tulee olla helppo toteuttaa ja sisältää kattavasti useita kysymyksiä eri tyytyväisyystekijöistä. Sen tulee myös olla taloudellinen toteuttaa ja tietojen tulee olla kvantifioitavissa. (Rope 1998, 85)

Asiakastyytyväisyysmittaus on osa laatujohtamista, joka auttaa ymmärtämään asiakkaan vaatimukset, paljastaa korjausta vaativat asiat ja osoittaa mistä tekijöistä asiakkaan ja organisaation välinen yhteistyö riippuu. (Lotti 1996, 184)

### 3.3 Asiakastyytyväisyys ja ServQual-malli

Servqual on 1980-luvulla kehitetty palvelun laadun mittari, joka perustuu viiteen osa-alueeseen joiden avulla verrataan asiakkaiden odotuksia ja kokemuksia. Nämä osa-alueet ovat:

- Konkreettinen ympäristö (asiakaspalvelijoiden ulkoinen olemus, laitteiden, toimitilojen ja materiaalien miellyttävyys).
- Empatia, eli asiakkaan etujen ajaminen ja heidän tarpeidensa ymmärtäminen ja se, että asiakkaille annetaan tarpeeksi huomiota ja hoivaa.
- Reagointialttius, eli työntekijöiden palvelualttius.
- Luotettavuus, eli yrityksen täsmällinen ja virheetön palvelu ja se, että palvelu täyttää yrityksen antamat lupaukset.
- Vakuuttavuus, eli työntekijöiden ammattitaito ja käyttäytyminen palvelutilanteessa. (itseluottamus, kohteliaisuus)

(Grönroos 2001, 74-75)

SERVQUAL mallia käytetään asiakkaiden kokeman laadun mittaamiseen ja se perustuu viiteen yllämainittuun kategoriaan. Mallia on kritisoitu, koska aina ei ole löydettävissä viittä näiden kategorioiden kysymystä. (Grönroos 2001, 76)

Kyselyn täyttyvän asiakkaan antamien vastausten perusteella SERVQUAL mallia käytetään odotuksien ja kokemusten välisten erojen mittaamisessa. Organisaation on helppo saada hyvä kuva palveluidensa laadusta laskemalla keskiarvon näiden viiden ulottuvuuden muodostamista kysymyksistä. (Nair 2009, 249)

### Vastaajien luokittelu

Kuluttajien käyttäytymistä analysoidaan luokittelemalla vastaajat homogeenisiin osaryhmiin, joiden kesken uskotaan olevan eroja. Luokittelukriteerit ovat usein fyysisiin ominaisuuksiin perustuvia, olosuhteisiin perustuvia, kulutusmahdollisuuksiin perustuvia, omistukseen tai tuotteiden käyttöön perustuvia, alueeseen perustuvia ja persoonallisuuteen perustuvia. (Lotti 1996, 154-155)

## 4 TEORIAA KVANTITATIIVISESTÄ TUTKIMUSMENETELMÄSTÄ JA MARKKINOINTITUTKIMUKSEN LAATIMISESTA

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä on tutkimustapa, jossa tietoa esitetään numeerisesti. Se tarkoittaa sitä, että tutkittavia asioita ja niiden ominaisuuksia käsitellään numeroiden avulla. Tutkimusmenetelmä vastaa kysymyksiin kuinka moni, kuinka paljon ja kuinka usein. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkimustieto saadaan numeroina tai siinä ryhmitellään laadullinen aineisto numeriseen muotoon. Tulokset esitetään numeroina, mutta tutkija tulkitsee ja selittää tiedon sanallisesti ja kuvaa asioiden riippuvuutta tai eroavaisuutta. (Vilkkä 2007, 14)

### 4.1 Otostyypin valintakriteerit

Määrällisen tutkimuksen aineistolle on luontevaa, että vastaajia on paljon. Suositeltava vähimmäismäärä havaintoyksiköille on 100, jos tutkimuksissa käytetään tilastollisia menetelmiä. (Vilkkä 2007, 17)

Kokonaistutkimuksessa tutkitaan jokainen perusjoukon jäsen. Se kannattaa tehdä, jos perusjoukko on pieni, aina jos kvantitatiivisessa tutkimuksessa yksiköiden lukumäärä on alle sata ja kyselytutkimuksissa 200-300 suuruisesta perusjoukosta. (Heikkilä 2005, 33)

Otos on tutkimuksen perusjoukon osa, jolla saadaan kokonaiskuva perusjoukosta. Sen tulisi edustaa kaikkia perusjoukon ominaisuuksia ja ilmenemistapoja. Siksi jokaisella perusjoukoon kuuluvalla havaintoyksiköllä tulee olla samanlaiset mahdollisuudet valikoitua otokseen. Kohderyhmän ollessa suppea ja kun tuloksia tarkastellaan kokonaistasolla, saatujen vastaus-  
ten määrän pitäisi olla sata havaintoyksikköä, jos tutkija käyttää tilasto-ohjelmaa. (Vilkkä 2007, 56-57)

Mittauksen kohteena eivät ole kaikki otokseen tulevat yksilöt vaan toteutunut otos ja siihen vaikuttaa kato, eli tietojen puuttuminen. Tutkijan on varauduttava siihen otosta suunniteltaessa. Usein kyselytutkimuksissa vastaajia voi olla vain 25 – 30 % otoksesta. (Vilkkä 2007, 59)

## 4.2 Kyselylomakkeen laatiminen

Kyselylomakkeen suunnitteluvaiheessa on selvitettävä, mitkä ovat selittävät muuttujat joilla voi olla vaikutusta tutkittaviin asioihin. Tällä tavoin varmistetaan, että tutkittava asia tulee selville tutkimuslomakkeen avulla. (Heikkilä 2005, 47)

Kysely- ja haastattelututkimuksissa on usein mukana joitakin avoimia kysymyksiä, mutta niissä tulee rajata vastaajan ajatusten suuntaa. Avoimet kysymykset ovat tarkoituksenmukaisia silloin, kuin kaikkia vaihtoehtoja ei tunneta täysin etukäteen. Niille on tyypillistä, että niistä voi saada vastauksia, joita ei etukäteen oltaisi huomattu ja ne kannattaa sijoittaa lomakkeen loppupuolelle. Avoimien kysymyksien vastauksille tulee jättää tarpeeksi tilaa. (Heikkilä 2005, 49)

Suljetut kysymykset ovat kysymyksiä, joilla on valmiit vastausvaihtoehdot, joista ympyröidään tai rastitetaan sopiva tai sopivat vaihtoehdot. Tällaisia kysymyksiä nimitetään myös strukturoiduiksi kysymyksiksi. Strukturoidut kysymykset ovat tarkoituksenmukaisia silloin, kun rajatut vastausvaihtoehdot tiedetään etukäteen. Suljetuissa kysymyksissä kaikille vastaajille täytyy löytyä sopiva vaihtoehto ja vastausvaihtoehtojen tulee olla toisensa poissulkevia. (Heikkilä 2005, 50-51)

Sekamuotoisia kysymyksiä ovat sellaiset kysymykset, joissa osa vastausvaihtoehdoista on annettu avoimina. Esimerkiksi vaihtoehtona voi olla "muu, mikä?" silloin kun on epävarmaa, että kaikki vaihtoehdot on esitetty vaihtoehdoissa. (Heikkilä 2005, 52)

Mielipidetiedusteluissa on usein suljettujen kysymysten muodossa esitettyjä väittämiä, joihin vastaaja ottaa kantaa asteikkotyyppisillä vastausvaihtoehdoilla. Tavallisimmin käytettyjä asenneasteikkoja ovat Likertin ja Osgoodin asteikko. Likertin asteikko on mielipideväittämissä käytetty 4- tai 5-portainen järjestysasteikon tasoinen asteikko, jossa toisena ääripäänä on täysin samaa mieltä ja toisena täysin eri mieltä. Tältä asteikolta vastaaja valitsee parhaiten omaa mielipidettään kuvaavan vastauksen. Osgoodin asteikossa taas vastaajille esitetään väitteitä, joiden vaihtoehdot ovat 5- tai 7-portaisena asteikkona. Osgoodin asteikossa ääripäinä ovat vastakkaiset adjektiivit. (Heikkilä 2005, 52-54)

### 4.3 Kysymysten muotoilu ja valinta

Kysymykset voidaan luokitella seuraavasti: täsmälliset tosiasiatiedot, arvionvaraiset tosiasiatiedot, käyttäytymisen syyt, asenteet, arvot ja mielipiteet sekä sosiaaliset suhteet. Täsmällisiin tosiasiakysymyksiin vastaaminen ei edellytä mielipiteitä vaan tarkkoja faktoja. Tällaisia tietoja kysyessä tulee varmistua kysymysten yksiselittisyydestä ja kysymykset tulee muotoilla niin että tulkinnanvaraa ei jäisi paljoa. Arvionvaraiset tosiasiakysymykset ovat määriä tai useutta mittaavat kysymykset, joita vastaajan on vaikea muistaa tai määrittää tarkasti. Asenteita, arvoja ja mielipiteitä mitatessa on tärkeää, että vastaajat vastaavat kysymyksiin oman sen mukaan mitä oikeasti ajattelevat. Usein tämäntyyppisissä kysymyksissä käytetään Likertin tai Osgoodin asteikkoja. (Heikkilä 2005, 55-56)

Operationalisointi on käsitteiden ja teorian muuttamista arkikielen tasolle ja mitattavaan muotoon. Määrällisen tutkimuksen muuttujat ovat usein käsitteellisiä, joten ne täytyy purkaa pienempiin osa-alueisiin ennen mittaamista. Ne puretaan esimerkiksi kysymyksiksi ja vastausvaihtoehdoiksi ja sitä kutsutaan operationalisoinniksi. Operationalisoinnissa tutkija rajaa ja hahmottaa sekä määrittelee tutkimusongelman kannalta tärkeät käsitteet ja miettii millaisista osa-alueista käsitteet muodostuvat. Tutkija pohtii muodostuvatko osa-alueet pienemmistä osa-alueista ja vertailee vastaako arkikielen taso teoreettisen kielen tasoa. (Vilkkä 2007, 36-38)

Kyselyn luomisen jälkeen tulee kirjoittaa kyselystä lyhyt saatekirje, jonka tulee olla lyhyt ja ytimekäs. Kyselyn saatekirjeen tulisi selittää kyselyn tarkoitus sekä antaa ohjeita kyselyn vastaamista varten. Saatekirjeessä voidaan myös kertoa miten kerättyä tietoa käytetään, mutta esittelytekstin täytyy olla yksinkertaista ja ymmärrettävää, joten teknistä kieltä kannattaa välttää. Jos saatekirjeessä annetaan neuvoja kyselyn täyttämistä varten, tulee neuvojen vastata kyselyn sisältöä ja olla samanmuotoisia. Esimerkiksi jos kyselyssä kysymykset ovat sellaista muotoa jossa kysytään onko vastaaja samaa vai eri mieltä, tulee tähän viitata ohjeissa. Jos kyselyssä on samantyyllisiä kysymyksiä, ne voivat usein turhauttaa vastaajaa, joten kannattaa selittää samantyyllisyyttä esimerkiksi sillä että halutaan tarkempi kuva asiakkaan mielipiteestä. (Hayes 1998, 73)

Eri asiakkaiden eri tarpeiden ymmärtäminen on kriittisessä roolissa asiakassuhteiden rakentamisen kannalta. Asiakkaiden tarpeet ovat dynaamisia ja ne voivat muuttua ajan myötä. Sy-

vimmät asiakastarpeet ovat psykologisia. Kun ollaan ihmisten kanssa tekemisissä on tärkeää että ihmiset voivat kohdella eri asiakkaita eri tavalla tilanteesta riippuen. On myös otettava huomioon, että asiakkaan tarpeet ovat tilannekohtaisia. Useampi asiakas voi ostaa saman tuotteen täysin eri syistä kuin toinen. (Peppers 2004, 145)

#### 4.4 Tulosten analysointi

Sen jälkeen kun aineisto on kerätty ja talletettu, sen käsittely alkaa. Tietoja tulee käsitellä niin, että saadaan vastaus tutkimuskysymyksiin ja tutkimusongelma tulee ratkaistua. Tutkija voi teoreettisen tiedon ja tutkimusongelman avulla muodostaa viitekehyksen, josta voidaan johdattaa erilaisia hypoteeseja tutkittavien tekijöiden vuorovaikutuksesta. (Heikkilä 2005, 142)

Aineiston käsittely aloitetaan yleensä kuvailemalla muuttujia kuvioiden tai taulukoiden avulla. Näitä ovat muunmuassa frekvenssijakaumat, jotka ilmoittavat esimerkiksi prosenttiluvut tutkimukseen osallistuneista. Ristiintaulukoinnin avulla voidaan selvittää kahden muuttujan välisestä yhteydestä ja tätä kautta voidaan tutkia riippuvuuksia taulukon vastauksien välillä. (Heikkilä 2005, 146-147)

Kyselytutkimukset auttavat markkinoijia tunnistamaan ja määrittelemään markkinoinnillisia ongelmia ja se auttaa myös löytämään uusia mahdollisuuksia. Markkinoinnilliset ratkaisut tutkimuksen jälkeen voi sisältää sen, miten järjestö segmentoi markkinansa ja miten järjestö tekee ratkaisuja markkinointi mixin perusteella. Markkinointi mix on suosittu markkinointitermi, joka tarkoittaa markkinointisuunnitelman peruskomponentteja: tuote, hinta saatavuus ja viestintä. (Noel 2009, 31)

#### Tulosten graafinen esittäminen

Tuloksia esitettäessä taulukolla ja kuviolla on erityisluontoiset tehtävänsä. Taulukossa on oleellista tarkkuus ja kuvio on nopean tiedonvälityksen väline, mutta niiden molempien tulee olla selkeitä ja yksiselitteisiä. Kuvioita voivat olla kuvio, kuva, kuvaaja, kaavio, graafi ja diagrammi. Hyvälle tilastokuvialle on ominaista se, että se välittää tiedon visuaalisesti ja omaa suuren määrän tietoa pienessä tilassa, eikä vääristä tietoja. Tarkoituksena kuvioilla on



yleensä saada katsoja kiinnostumaan asiasta ja muodostaa kiinteän kokonaisuuden muun aineiston kuvauksen kanssa. (Heikkilä 2005, 153-154)

#### 4.5 Raportin luominen aineiston pohjalta

Raportista tulee selvittää tutkimusongelman kannalta olennaiset tulokset. Raporttia tehtäessä, tutkijan tulee tehdä subjektiivisiä ratkaisuja ja karsia raportista informaatiota. Siihen tulee sisällyttää sellaisia asioita, jotka helpottavat lukijan ymmärrystä tutkimuksesta. Raporttia tehdessä tutkijalla on eettinen vastuu tutkimustuloksista. Tulokset on raportoitava kokonaistuloksina niin, ettei kenenkään vastaajan tiedot paljastu tutkimustuloksista. Raportissa tulee myös selvittää käytetyt tutkimusmenetelmät ja ne tulee perustella. (Heikkilä 2005, 177-178)

Raportissa oleellisinta on uusi tieto ja tutkijan tulee keskittyä nimenomaan uuden tiedon raportointiin. Raportti tulee kirjoittaa niin puolueettomasti kuin mahdollista. Tuloksia ei tule manipuloida esittämistavan avulla. Kaikista objektiivisimmillaan tutkimus on kun tieto pystytään ilmaisemaan pitkälti numerotietona. On tärkeää, että raporttia kirjoittaessa tutkijan persoonaa ei näy läpi, vaan tutkija kirjoittaa puolueettomasti. (Vilkkä 2007, 159-160)

## 5 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TUTKIMUSONGELMA

Opinnäytetyön tutkimusprosessi alkoi syksyllä 2012. Toimeksiantaja Suomen Laikajärjestö ry antoi toimeksiannoksi asiakastyytyväisyyskyselyn suorittamisen järjestön jäsenille.

### 5.1 Tutkimusongelma

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Suomen Laikajärjestö ry:n asiakastyytyväisyyttä yhdistyksen jäsenien näkökulmasta. Tutkimuksen tarkoituksena on saada selville juuri niitä kohtia, jotka auttavat Suomen Laikajärjestö ry:tä parantamaan toimintansa laatua ja asiakastyytyväisyyttä, sekä tuottaa kehittämisideoita yhdistyksen toimintaa varten.

Yhdistyksen yksi suurimmista kulueristä on Laika-lehden julkaiseminen ja jakelu. Tästä syystä Laikajärjestö on harkinnut verkkolehden siirtymisen mahdollisuutta, jotta varoja jäisi enemmän järjestön muulle toiminnalle. Tästä syystä tutkimuksessa selvitetään miten tyytyväisiä jäsenet olisivat verkkolehden siirryttäessä ja yleisesti kartoitetaan tyytyväisyyttä järjestön julkaisemaan lehteen. Yksi tavoitteista siis oli selvittää onko sähköiseen lehteen siirtyminen mahdollista Suomen Laikajärjestö ry:lle. Koska selvityksen kohteena oli myös verkkolehden siirtyminen, oli myös oleellista tutkia tyytyväisyyttä järjestön verkkosivuihin ja etsiä tätä kautta syitä tyytymättömyydelle tai tyytyväisyydelle lehden sähköiseen muotoon siirtymiseen. Tätä kautta myös kyselyssä tutkittiin järjestön tiedottamista yleisesti.

Koska tutkimuksen aiheena kuitenkin on pääasiassa tutkia yleistä asiakastyytyväisyyttä, opinnäytetyössä keskityttiin myös järjestön tarjoamiin palveluihin. Suomen Laikajärjestö ry on pääasiassa rotukoirajärjestö, joten on oleellista tutkia yrityksen jalostuspalveluita ja astutuspalveluita sekä jäsenten tyytyväisyyttä niihin ja niihin liittyviä odotuksia. Palveluita tutkittaessa oli myös oleellista tutkia palveluhenkilöiden ammattitaitoisuutta ja käyttäytymistä palvelutilanteissa, joten kyselyssä on myös osio joka käsittelee sitä. Tutkimuksen tavoitteena oli myös saada jäseniltä kommentteja ja parannusehdotuksia järjestön toimintaa varten.

## 5.2 Tutkimustyyppin valinta

Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä on tutkimustapa, jossa tietoa esitetään numeerisesti. Se tarkoittaa sitä, että tutkittavia asioita ja niiden ominaisuuksia käsitellään numeroiden avulla. Tutkimusmenetelmä vastaa kysymyksiin kuinka moni, kuinka paljon ja kuinka usein. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tutkimustieto saadaan numeroina tai siinä ryhmitellään laadullinen aineisto numeriseen muotoon. Tulokset esitetään numeroina, mutta tutkija tulkitsee ja selittää tiedon sanallisesti ja kuvaa asioiden riippuvuutta tai eroavaisuutta. (Vilkkä 2007, 14)

Opinnäytetyön tutkimustyyppiksi valittiin kvantitatiivinen tutkimus, eli määrällinen tutkimus, koska tutkimuksessa haluttiin tutkia suurta määrää Laikajärjestön jäseniä ja kartoittaa yleinen asiakastytyväisyys. Tutkimuksessa on myös pieniä kvalitatiivisiä piirteitä, koska tutkimuksessa on avoimia kysymyksiä, joiden kautta yhdisytys saa kehittämisedioita suoraan jäseniltä.

## 5.3 Kysely ja kyselymenetelmä

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa on useita tiedonkeruumenetelmiä, joista yleisimpiä ovat puhelinhaastattelu, postikysely, www-kysely ja paperilomake-kysely. On päätettävä tilannekohtaisesti, mitä menetelmää tulisi käyttää. Jokaisessa menetelmissä on omat vahvuudet ja heikoudet sekä niiden valintaan vaikuttaa tutkittavan asian luonne, aika-tila, budjetti ja tavoitteet. (Heikkilä 2008, 16-24.)

Tiedonhankintamenetelmäksi valittiin verkkokyselylomake, koska järjestöllä oli riittävän kattava rekisteri jäsenien sähköpostiosoitteista ja järjestön verkkosivut olivat aktiiviset. Vaikuttavana tekijänä oli myös se, että verkkokysely osoittautui huomattavasti halvemmaksi kuin paperikysely. Tutkimusta varten luotiin kysely digium-palveluun, josta lähetettiin kysely 390:lle Suomen Laikajärjestö ry:n jäsenelle sähköpostiin ja kysely laitettiin myös esille järjestön verkkosivulle, jotta henkilöt joiden sähköposti ei ole rekisterissä voivat vastata kyselyyn. Otantamuotona käytettiin kokonaisotantaa, koska perusjoukko oli liian pieni siihen, että sitä voitaisi rajata. Kyselyyn vastasi yhteensä 123 henkilöä.

Tutkimuksen jälkeen vastaukset syötettiin SPSS tilasto-ohjelmaan, jolla tutkittiin kyselystä saatujen vastausten frekvenssejä ja ristiintaulukointeja. Tulokset syötettiin myös Excelliin, jotta saataisiin tilastoista luotua kuvioita ja taulukoita.

#### Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti

Tutkimuksessa reliabiliteetti ja validiteetti on varmistettu tarpeeksi suurella otoksella ja hyvin suunnitellulla kysymyslomakkeella, jonka kysymykset kaikki luovat vastauksia tutkittavalle asialle. Reliabiliteetin ja validiteetin määritelmät ja teoriat löytyvät opinnäytetyön teoriaosudesta sivuilta 14 ja 15.

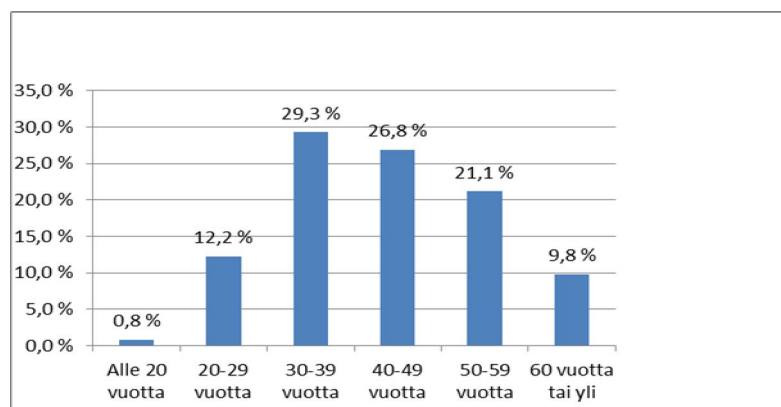
## 6 ASIAKASTYYTYVÄISYYSTUTKIMUKSEN TULOKSET JA KEHITYSIDEAT

Asiakastyytyväisyystutkimus suoritettiin Suomen Laikajärjestö ry:n jäsenille 8.10.2012-15.10.2012 välisenä aikana noin 1400:lle järjestön jäsenelle. Sähköpostikutsuja kyselyyn lähetettiin 390:lle jäsenelle ja kysely oli tällä aikavälillä kaikkien järjestön jäsenten saatavilla järjestön verkkosivuilla. Sähköpostikutsun saaneista vastasi 66 henkilöä, eli noin 17 %. Kyselyyn vastasi yhteensä 123 henkilöä.

Kysely on tässä opinnäytetyössä liitteenä (LIITE 1) ja avointen kysymysten vastaukset ovat tässä opinnäytetyössä myöskin liitteenä (LIITE 2). Lisäksi frekvenssitaulukot ovat opinnäytetyön liitteenä (LIITE 3) ja asiakastyytyväisyyden kannalta mielenkiintoisista kysymyksistä on tehty ristiintaulukoinnit (LIITE 4). Kyselylomake oli verkossa nelisivuinen, jossa ensimmäisellä sivulla kysyttiin taustatiedot ja monivalintakysymykset olivat sivuilla kaksi ja kolme. Neljännellä sivulla kysyttiin avoimet kysymykset.

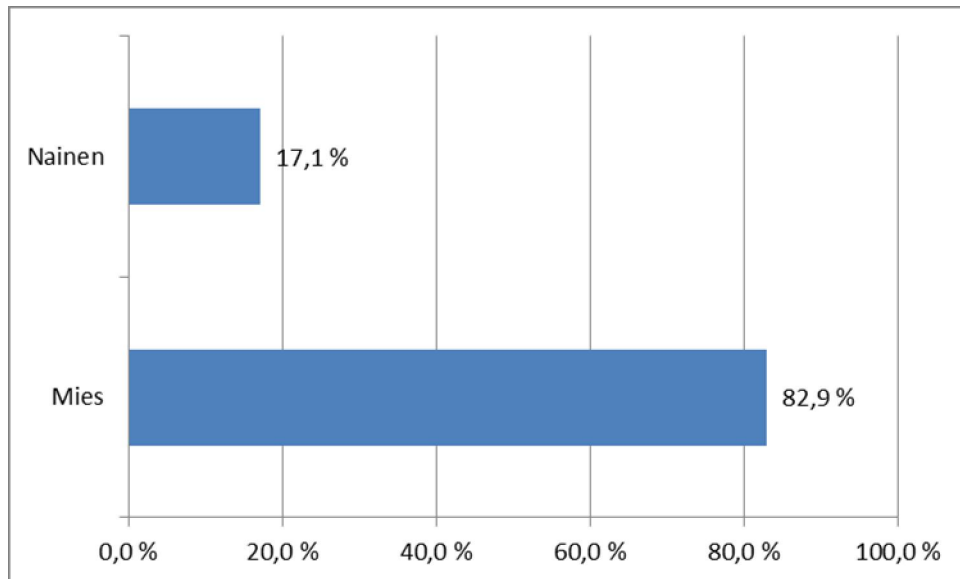
### 6.1 Taustatiedot

Kyselyn ensimmäisessä osiossa kartoitettiin vastaajien taustatiedot, jotka olivat kyselyssä sukupuoli, ikä, asuinalue, minkä laikarodun vastaaja omistaa ja minkälaisen jäsenyyden vastaaja omaa. Seuraavan kuvion mukaan suurin osa vastaajista kuului 30-39 vuotiaiden ikäluokkaan 29,3 %:n osuudella. Toiseksi eniten kuului 40-49 vuoden ikäluokkaan 26,8 %:n osuudella ja kolmanneksi eniten vastaajista kuului 50-59 vuoden ikäluokkaan 21,1 %:n osuudella. Vastanneista 60 vuotta tai yli oli 9,8 % vastanneista. Pienimmäksi luokaksi jäi alle 20 vuotta alle prosentin osuudella. (Kuvio 4).



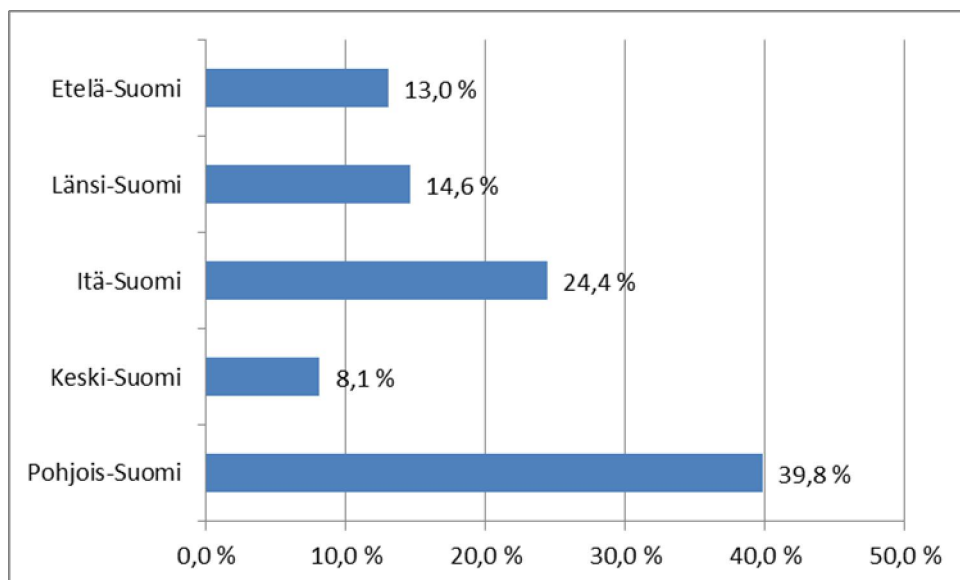
Kuvio 4. Vastanneiden ikäjakauma (n=123)

Kyselyyn vastanneista 82,9 % oli miehiä ja 17,1 % naisia. (Kuvio 5.).



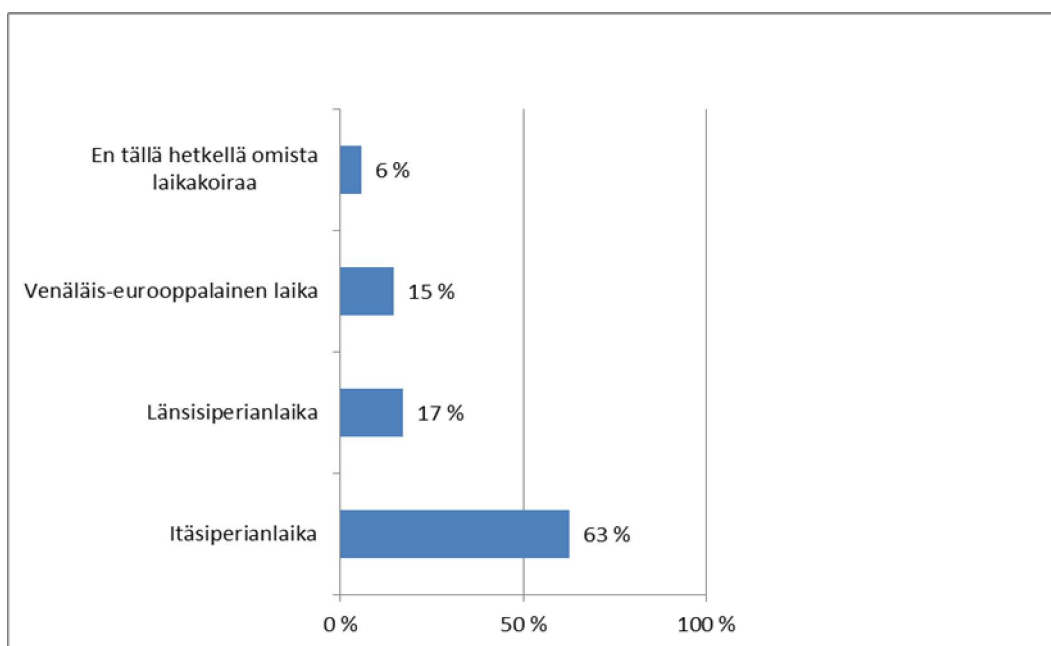
Kuvio 5. Vastanneiden Sukupuolijakauma (n=123)

Suurin osa vastanneista ilmoitti asuinalueekseen Pohjois-Suomen ja heitä oli 39,8 %. Toiseksi suurin keskittymä on Itä-Suomessa, jonka asuinalueekseen ilmoitti 24,4 % vastanneista. 14,6 % vastanneista asui Länsi-Suomessa ja 13,0 % Etelä-Suomessa. Pienimmäksi ryhmäksi jäi Keski-Suomi 8,1 %:lla (Kuvio 6).



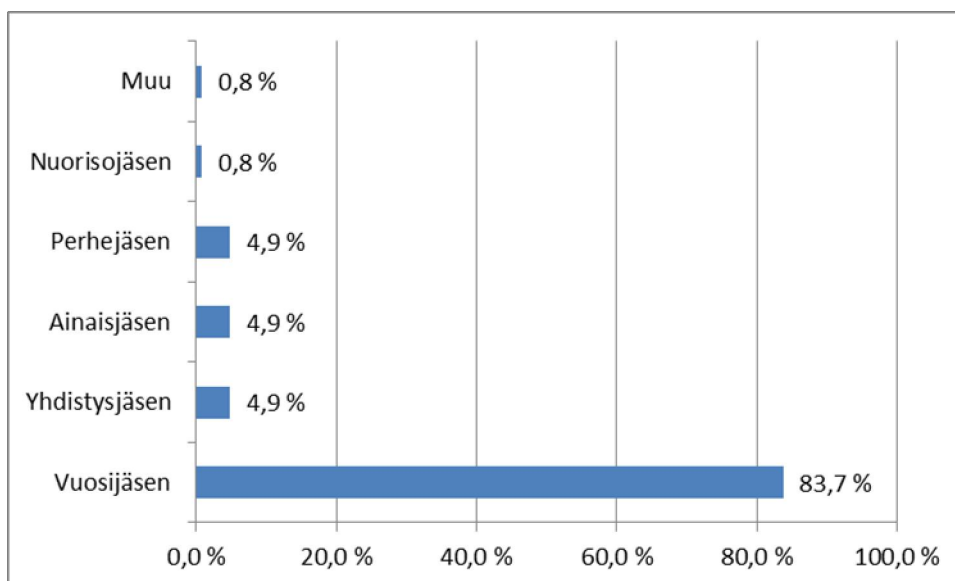
Kuvio 6. Asuinaluejakauma (n=123)

Seuraavasta kuviosta (Kuvio 7) voidaan päätellä, että 62,6 % vastanneista omistavat Itäsiperianlaikan ja se on ehdottomasti suurin ryhmä. Toiseksi suurin ryhmä on Länsisiperian laika 17,1 %:n osuudella, jonka jälkeen tulee Venäläis-eurooppalainen laika 14,6 %:n osuudella. Pienimpänä ryhmänä ovat vastaajat, jotka eivät tällä hetkellä omista laikakoiraa. Heitä on 5,7 % vastanneista.



Kuvio 7. Laikakoiran omistus jakauma (n=123)

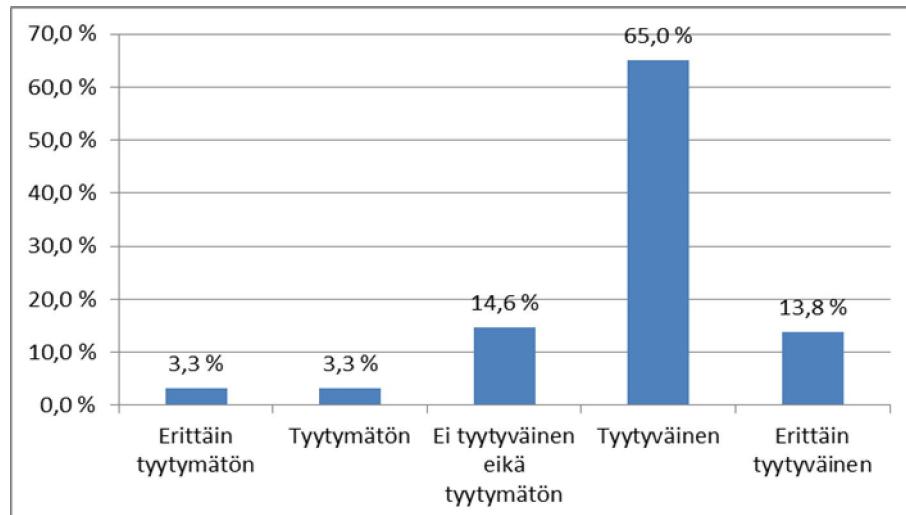
Suurin osa vastanneista oli Vuosijäseniä 83,7 %:n osuudella. Yhdistysjäseniä, ainaisjäseniä ja perhejäseniä oli kuitenkin 4,9 % vastanneista. Nuorisojäseniä oli vähiten 0,8 %:n osuudella ja 0,8 % vastanneista oli vastannut jokin muu (Kuvio 8).



Kuvio 8. Jäsenyytystyyppien jakauma (n=123)

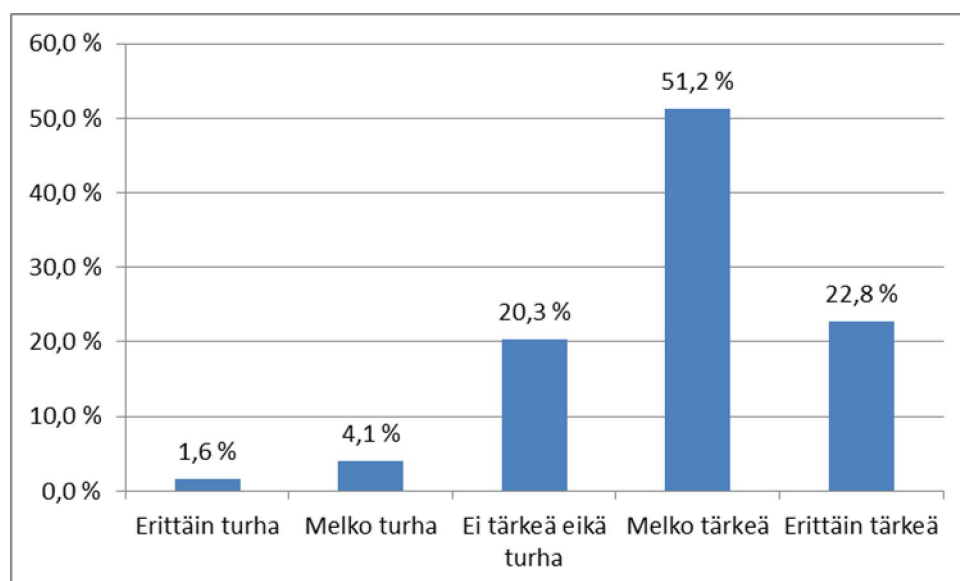
## 6.2 Tyytyväisyys Laika-lehden ominaisuuksiin

Suurin osa vastaajista oli joko tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä Laika-lehden ulkoasun siisteyteen. Tyytyväisiä oli 65 % vastanneista ja erittäin tyytyväisiä 13,8 %. 14,6 % vastanneista eivät olleet tyytyväisiä eikä tyytymättömiä lehden ulkoasun siisteyteen. Vain 3,3 % vastanneista olivat tyytymättömiä ja 3,3 % erittäin tyytymättömiä (Kuvio 9).



Kuvio 9. Vastaajien tyytyväisyys Laika-lehden ulkoasun siisteyteen (n=123)

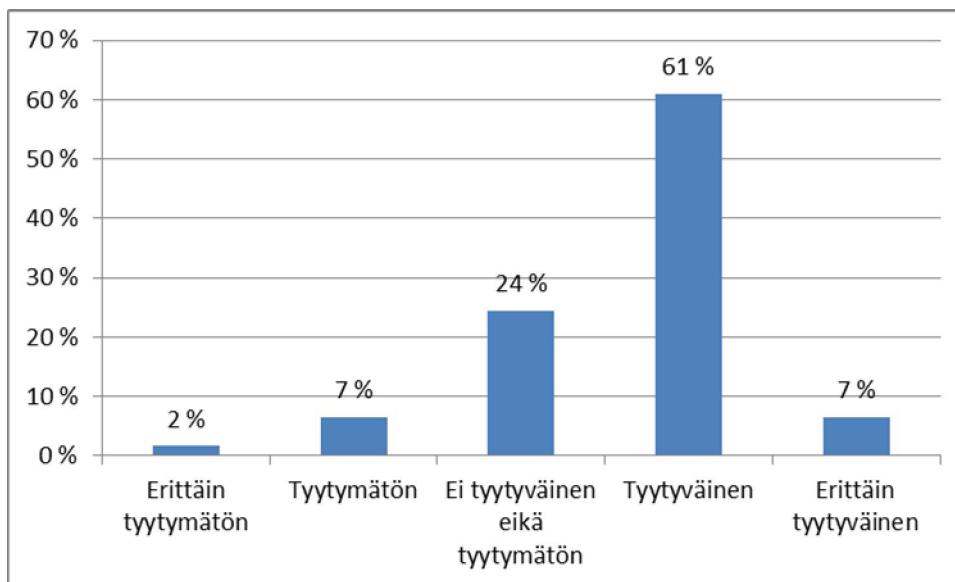
Suurin osa piti Laika-lehden ulkoasun siisteyttä melko tärkeänä 51,2 %:n osuudella vastaajista. Erittäin tärkeänä sitä pitivät 22,8 % vastaajista. 20,3 % vastaajista vastasi, että se ei ole tärkeä eikä turha. Vain 4,1 % piti ulkoasun siisteyttä melko turhana ja 1,6 % piti sitä erittäin turhana. (Kuvio 10).



Kuvio 10. Vastaajien mielipide Laika-lehden ulkoasun tärkeydestä (n=123)

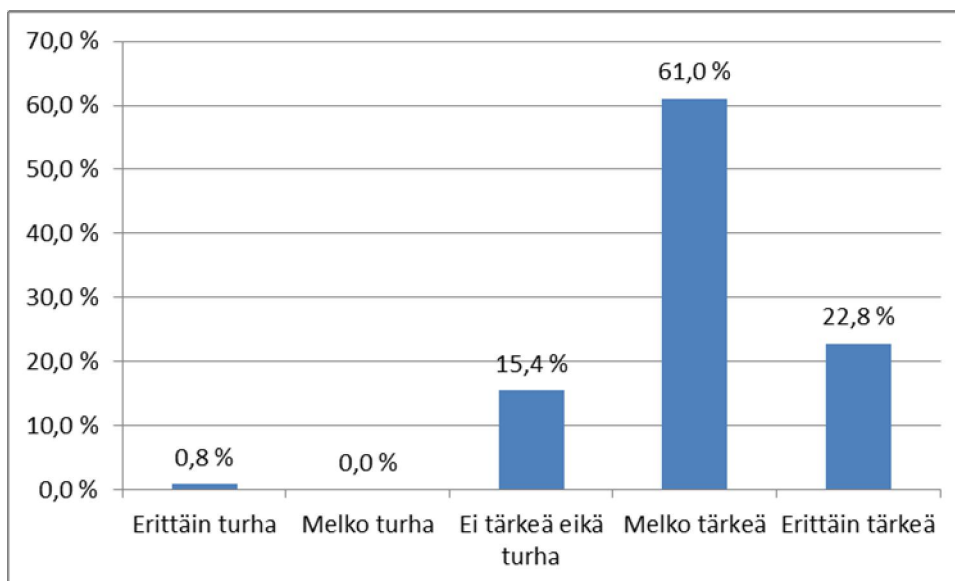


Suurin osa vastaajista oli tyytyväisiä Laika-lehden sisällön selkeyteen 61 %:n osuudella. Toiseksi suurin osuus vastaajista vastasi, että he eivät ole tyytyväisiä eikä tyytymättömiä sisällön selkeyteen 24,4 %:n osuudella. 6,5 % vastaajista oli erittäin tyytyväisiä sisällön selkeyteen ja 6,5 % vastaajista oli tyytymättömiä. Vain 1,6 % vastaajista oli erittäin tyytymättömiä (Kuvio 11).



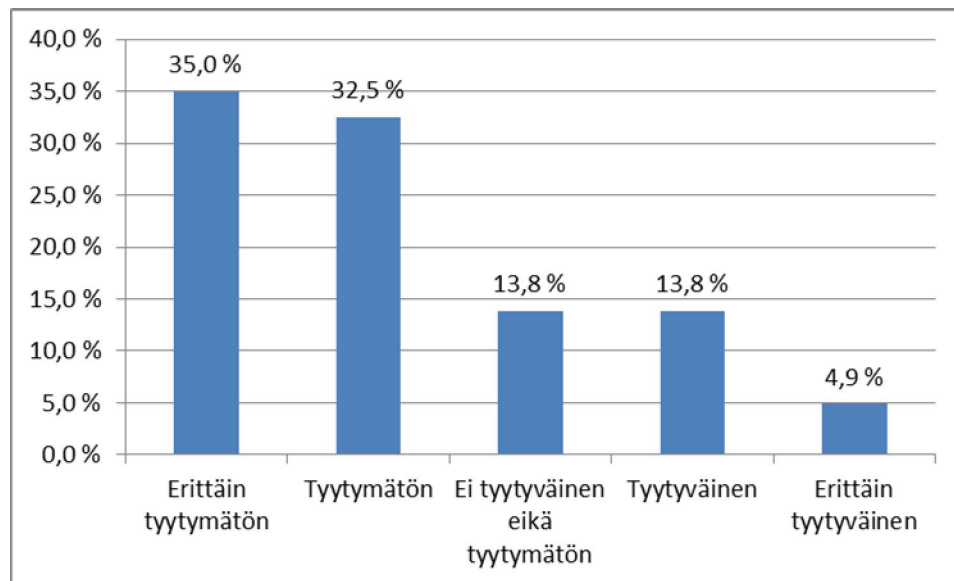
Kuvio 11. Vastaajien tyytyväisyys lehden sisällön selkeyteen (n=123)

Suurin osa vastanneista piti selkeyttä melko tärkeänä 61 %:n osuudella ja 22,8 % piti sitä erittäin tärkeänä. 15,4 % vastanneista vastasi ei tärkeä eikä turha ja 0,8 % vastanneista vastasi että se on erittäin turha. Nolla ihmistä vastasi melko turha (Kuvio 12).



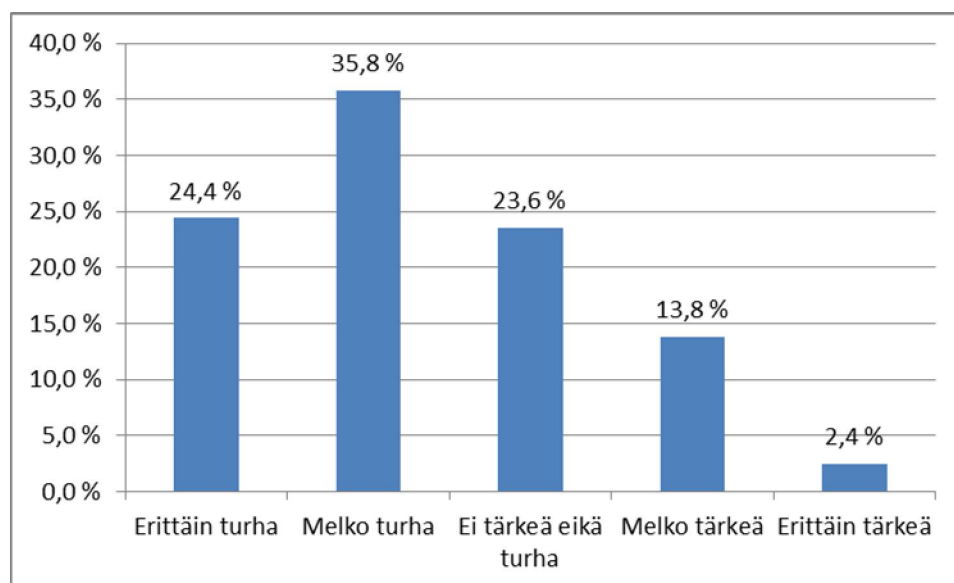
Kuvio 11. Vastaajien mielipide lehden selkeyden tärkeydestä (n=123)

Enemmistö vastaajista vastasi, että he olisivat erittäin tyytymättömiä 35 %:n osuudella, jos lehti siirtyisi täysin sähköiseen muotoon. Toiseksi suurimmaksi ryhmittymäksi muodostui tyytymätön 32,5 %:lla. 13,8 % vastasi että he eivät olisi tyytyväisiä eikä tyytymättömiä, jos lehti siirtyisi täysin sähköiseen muotoon ja 13,8 % myös vastasi, että he olisivat tyytyväisiä. Vain 4,9 % vastaajista olisi erittäin tyytyväisiä lehden siirtyessä täysin sähköiseen muotoon (Kuvio 13).



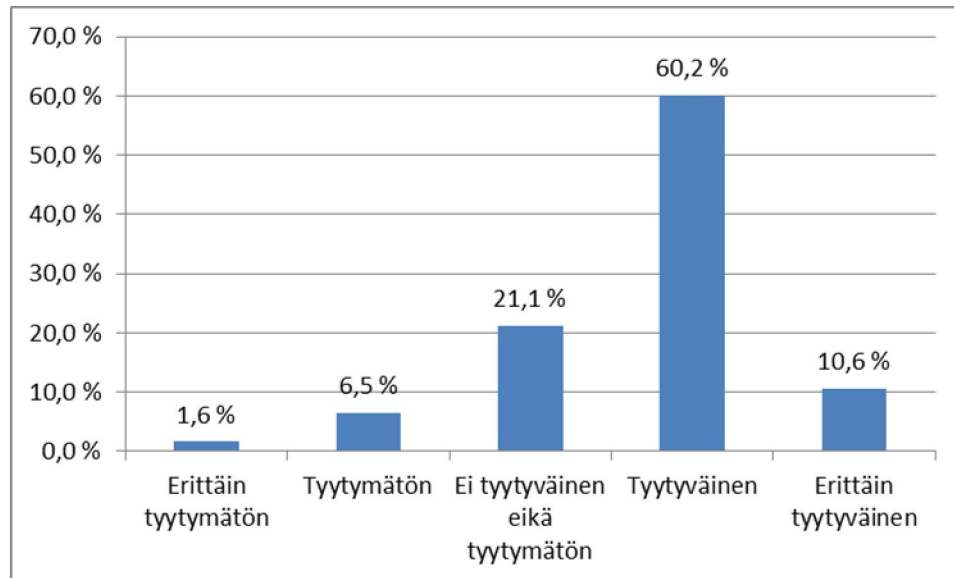
Kuvio 13. Vastaajien tyytyväisyys, jos lehti siirtyisi sähköiseen muotoon (n=123)

Suurin osa piti sähköiseen muotoon siirtymistä melko turhana 35,8 %:n osuudella ja toiseksi suurin osa piti sitä erittäin turhana 24,4 %:n osuudella. 23,6 % vastanneista vastasi ei tärkeä eikä turha ja 13,8 % piti sitä melko tärkeänä. Vain 2,4 % piti sitä erittäin tärkeänä (Kuvio 14).



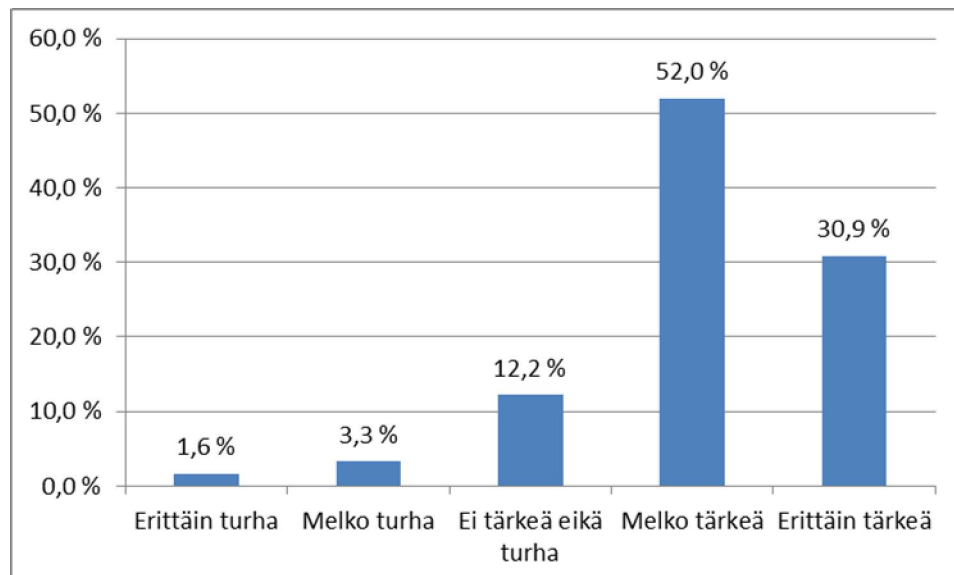
Kuvio 14. Vastaajien mielipide lehden sähköiseen muotoon siirtymisen tärkeydestä (n=123)

Suurin osa vastaajista olivat tyytyväisiä Laika-lehden kokonaisuuteen 60,2 %:n osuudella ja toiseksi suurin osa vastasi ei tyytyväinen eikä tyytymätön 21,1 %:n osuudella. Kolmanneksi suurin osa vastaajista vastasi erittäin tyytyväinen 10,6 %:n osuudella. Vain 6,5 % vastasi tyytymätön ja vain 1,6 % vastasi erittäin tyytymätön (Kuvio 15).



Kuvio 15. Tyytyväisyys Laika-lehden kokonaisuuteen (n=123)

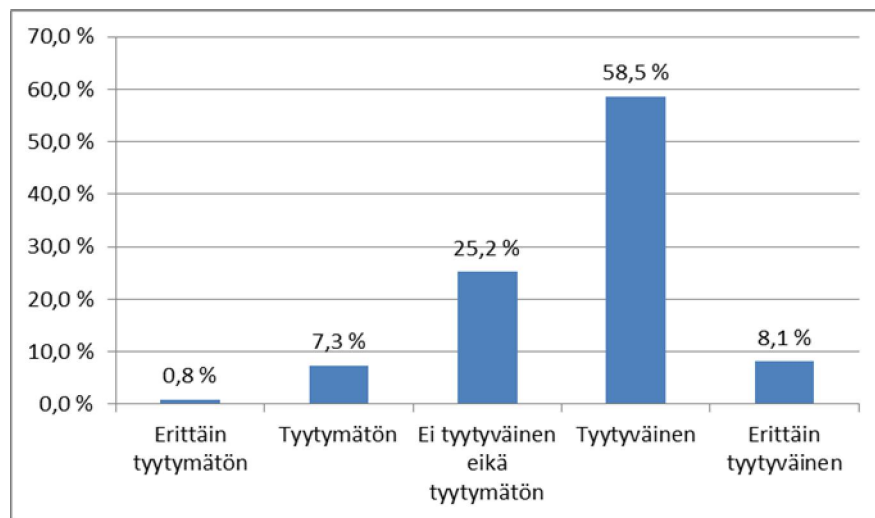
Suurin osa vastanneista piti Laika-lehteä Melko tärkeänä 52 %:n osuudella ja 30,9 % piti sitä erittäin tärkeänä. 12,2 % vastanneista vastasi ei tärkeä eikä turha ja 3,3 % piti sitä turhana. Vain 1,6 % vastasi erittäin turha (Kuvio 16).



Kuvio 16. Miten tärkeänä vastanneet pitivät lehteä (n=123)

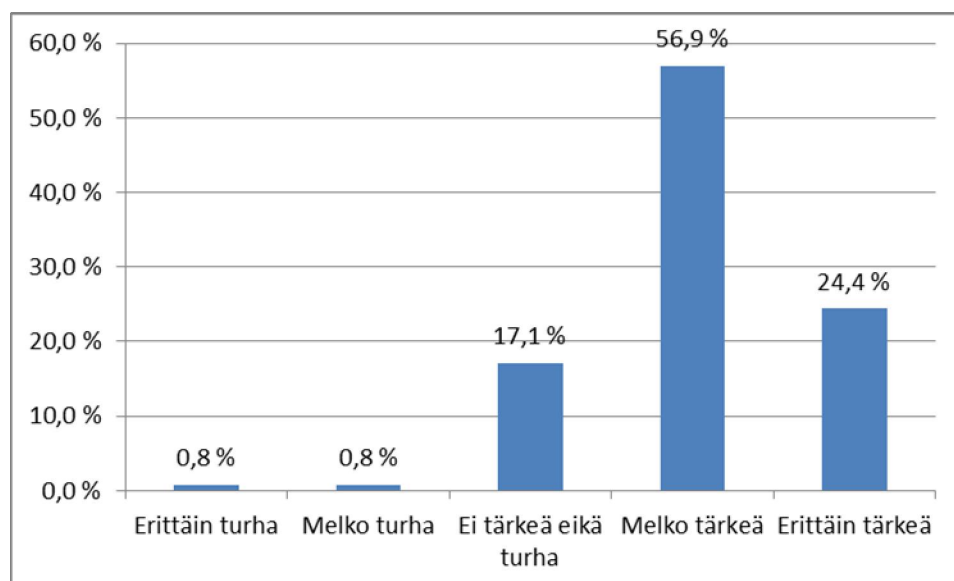
### 6.3 Tyytyväisyys verkkosivuihin ja odotuksia verkkosivuista

Suurin osa vastanneista olivat tyytyväisiä järjestön verkkosivujen ulkoasun siisteyteen 58,5 %:n osuudella. Vastanneista 25,2 % vastasi että he eivät ole tyytyväisiä eikä tyytymättömiä. Vastanneista vain 8,1 % oli erittäin tyytyväisiä verkkosivujen ulkoasun siisteyteen ja 7,3 % vastanneista oli tyytymättömiä. Vain 0,8 % vastanneista olivat erittäin tyytymättömiä (Kuvio 17).



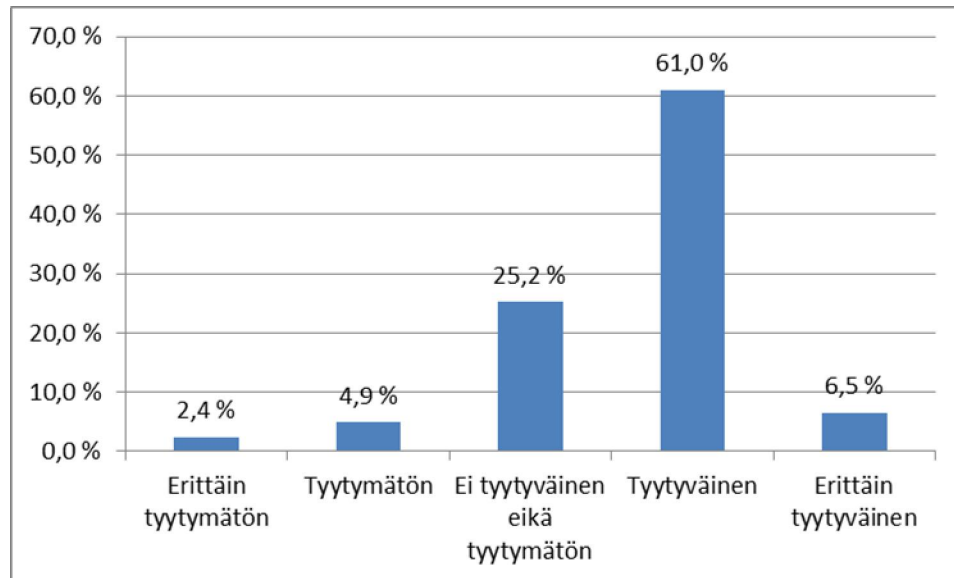
Kuvio 17. Vastanneiden tyytyväisyys järjestön verkkosivujen ulkoasun siisteyteen (n=123)

Suurin osa vastanneista piti verkkosivujen ulkoasun siisteyttä melko tärkeänä 56,9 %:n osuudella ja 24,4 % piti sitä erittäin tärkeänä. Vastanneista 17,1 % vastasi, että se ei ole tärkeä eikä turha. Erittäin turha ja melko turha vastaukset keräsivät kumpikin vain 0,8 % (Kuvio 18).



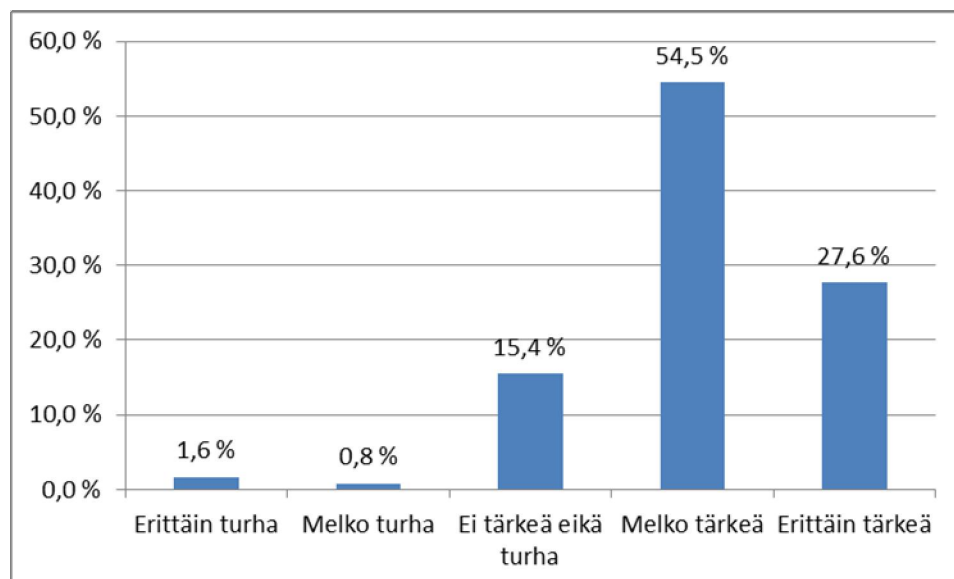
Kuvio 18. Miten tärkeinä vastanneet pitivät verkkosivujen ulkoasun siisteyttä (n=123)

Suurin osa vastanneista vastasi, että he ovat tyytyväisiä järjestön verkkosivujen selkeyteen 61 %:n osuudella. Toiseksi eniten vastauksia keräsi vastaus ei tyytyväinen eikä tyytymätön 25,2 %:n osuudella. Vain 6,5 % vastasi erittäin tyytyväinen ja 4,9 % vastasi tyytymätön. Vähiten vastauksia keräsi vastaus erittäin tyytymätön 2,4 %:n osuudella (Kuvio 19).



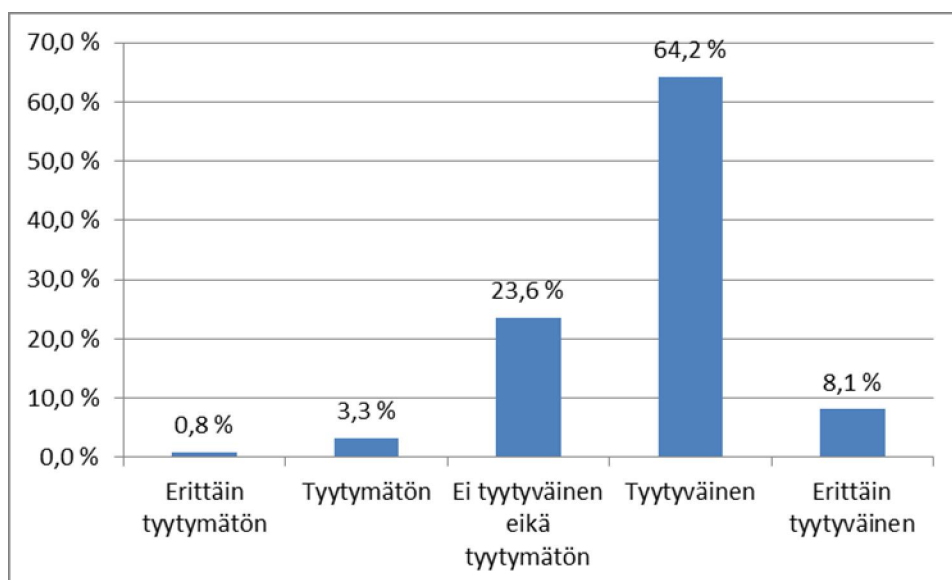
Kuvio 19. Miten tyytyväisiä vastanneet olivat verkkosivujen selkeyteen (n=123)

Enemmistö vastaajista piti verkkosivujen selkeyttä melko tärkeänä 54,5 %:n osuudella ja toiseksi suurin osa vastanneista piti sitä erittäin tärkeänä 27,6 %:n osuudella. Vastanneista 15,4 % vastasi ei tärkeä eikä turha, vain 1,6 % vastasi erittäin turha ja 0,8 % melko turha (Kuvio 20).



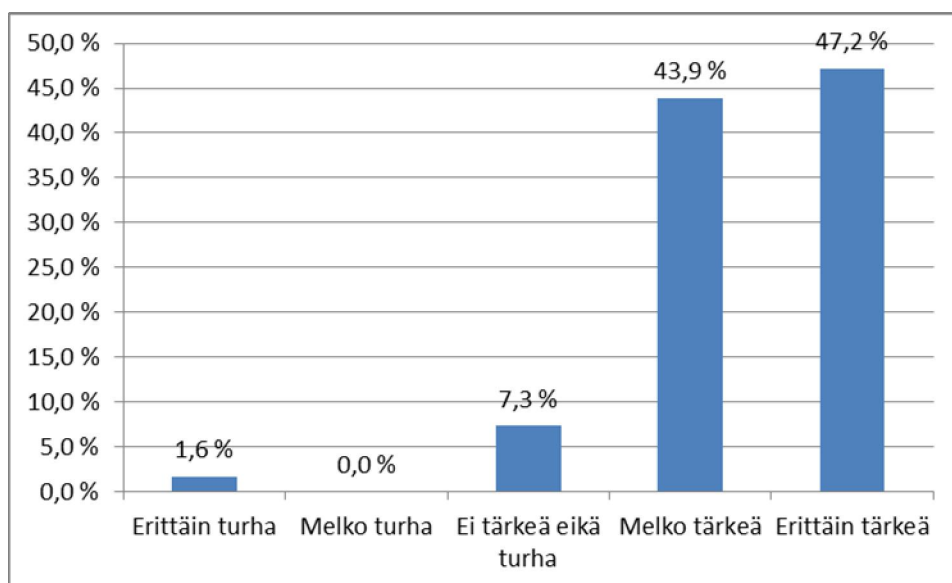
Kuvio 20. Miten tärkeinä vastanneet pitivät verkkosivujen selkeyttä (n=123)

Enemmistö vastanneista vastasi 64,2 %:n osuudella tyytyväinen ja toiseksi eniten vastauksia keräsi ei tyytyväinen eikä tyytymätön vastaus 23,6 %:n osuudella. Vastanneista 8,1 % olivat tyytyväisiä verkkosivujen kokonaisuuteen. Vain 3,3 % vastanneista olivat tyytymättömiä ja 0,8 % erittäin tyytymättömiä (Kuvio 21).



Kuvio 21. Miten tyytyväisiä vastanneet olivat verkkosivujen kokonaisuuteen (n=123)

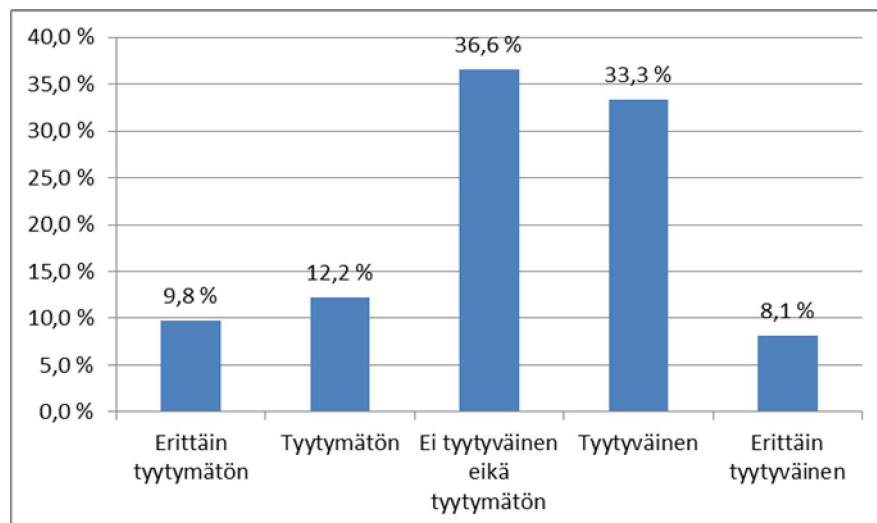
Suurin osa vastanneista piti verkkosivuja erittäin tärkeänä 47,2 %:n osuudella ja toiseksi suurin osa vastaajista piti verkkosivuja melko tärkeänä 43,9 %:n osuudella. Vastaajista 7,3 % vastasi ei tärkeä eikä turha ja 1,6 % vastasi erittäin turha. Vastaus melko turha ei saanut yhtään vastausta (Kuvio 22).



Kuvio 22. Miten tärkeinä vastanneet pitivät järjestön verkkosivuja (n=123)

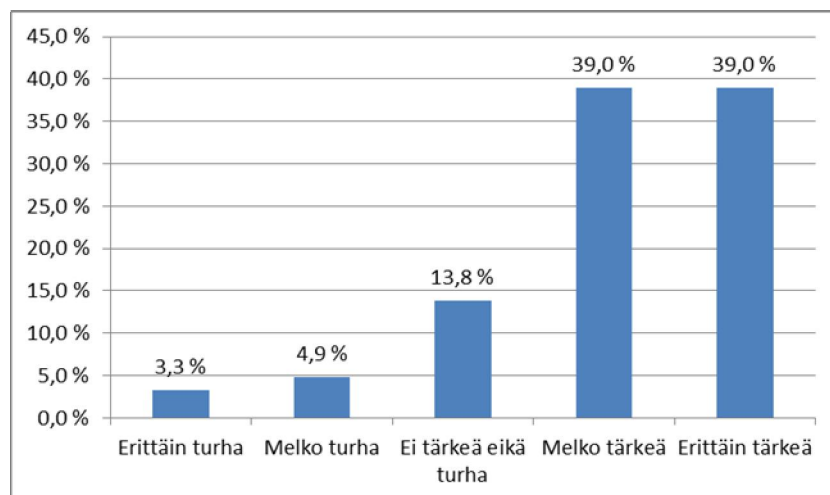
#### 6.4 Tyytyväisyys ja odotukset astutuspalstaan ja jalostuspalveluihin liittyen

Vastaajista suurin osa vastasi 36,6 %:n osuudella että he eivät ole tyytyväisiä eivätkä tyytymättömiä järjestön jalostuspalveluihin. Toiseksi suurin osuus vastasi olevansa tyytyväisiä 33,3 %:n osuudella ja kolmanneksi suurin osuus vastasi olevansa tyytymätön 12,2 %:n osuudella. Vastanneista 9,8 % vastasi olevansa erittäin tyytymättömiä ja 8,1 % vastasi olevansa erittäin tyytyväisiä (Kuvio 23).



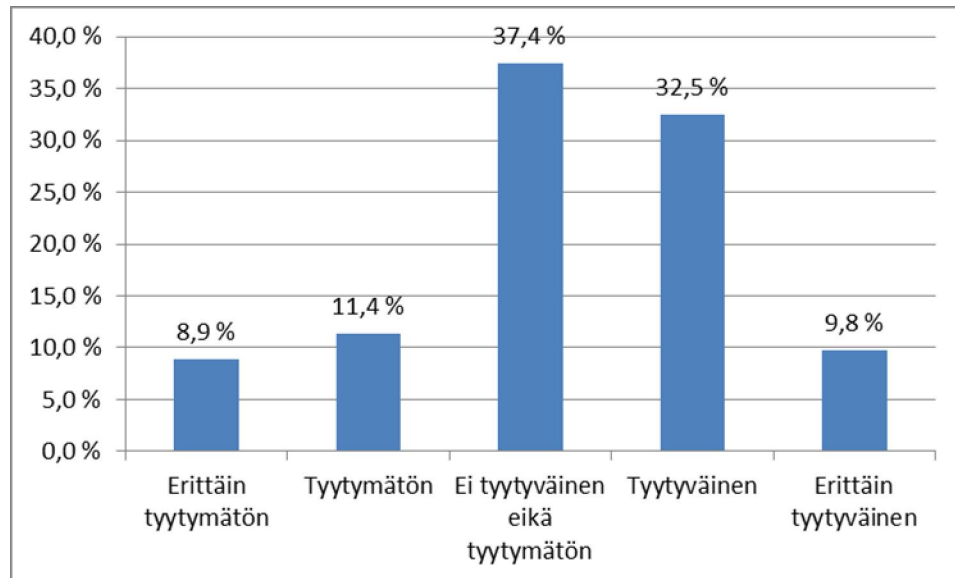
Kuvio 23. Miten tyytyväisiä vastanneet olivat järjestön jalostuspalveluihin (n=123)

Enemmistö vastaajista piti jalostuspalveluita joko melko tärkeinä tai erittäin tärkeinä. Vastaus melko tärkeä sai 39 % vastauksista ja erittäin tärkeä 39 % vastauksista. Vastanneista 13,58 % vastasivat ei tärkeä eikä turha ja 4,9 % vastasi melko turha. Vähiten vastauksia keräsi vastaus erittäin turha 3,3 %:lla (Kuvio 24).



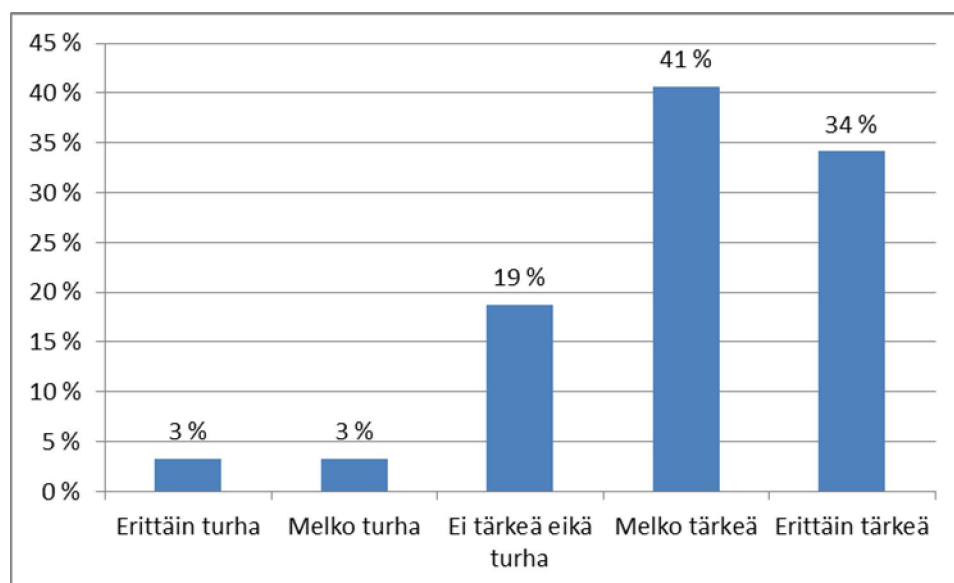
Kuvio 24. Miten tärkeinä vastanneet pitivät järjestön jalostuspalveluita (n=123)

Suurin osa vastanneista vastasi 37,4 %:n osuudella että he eivät ole tyytyväisiä eivätkä tyytymättömiä jalostustoiminnan määrään. Vastanneista 32,5 % vastasi olevansa tyytyväisiä ja 9,8 % vastasi olevansa erittäin tyytyväisiä. Vastanneista 11,4 % olivat tyytymättömiä jalostustoiminnan määrään ja 8,9 % vastasi olevansa erittäin tyytymättömiä (Kuvio 25).



Kuvio 25. Vastanneiden tyytyväisyys yhdistyksen jalostustoiminnan määrään (n=123)

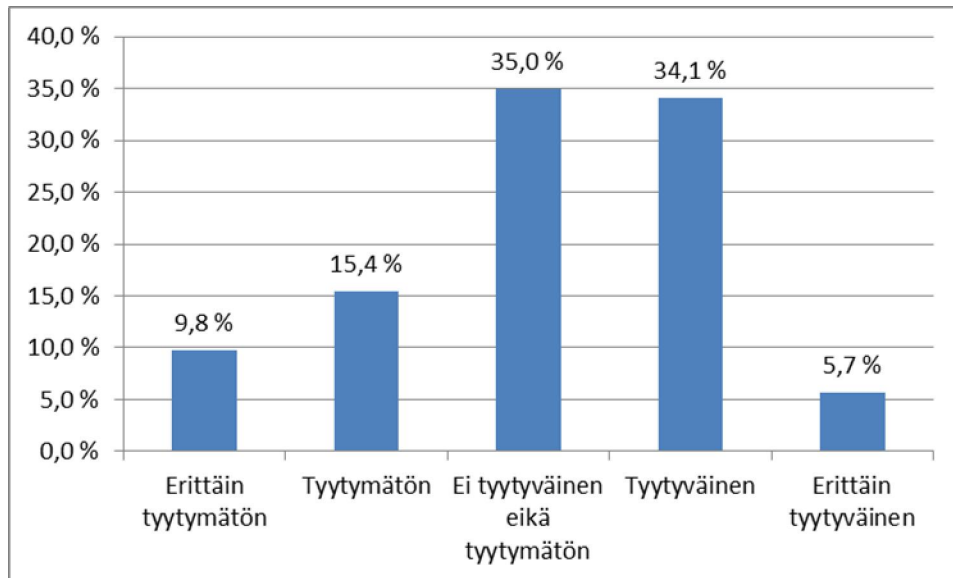
Selvästi suurin osa vastanneista 40,7 %:n osuudella olivat sitä mieltä, että yhdistyksen tarjoamat jalostuspalvelut ovat melko tärkeitä ja 34,1 % vastanneista pitivät niitä erittäin tärkeinä. Vastanneista 18,7 % vastasivat että yhdistyksen tarjoamat jalostuspalvelut eivät ole tärkeitä eivätkä turhia. Vain 3,3 % vastasi että ne ovat melko turhia ja 3,3 % vastasi että ne ovat erittäin turhia (Kuvio 26).



Kuvio 26. Miten tärkeänä vastanneet pitivät yhdistyksen jalostuspalveluja (n=123)

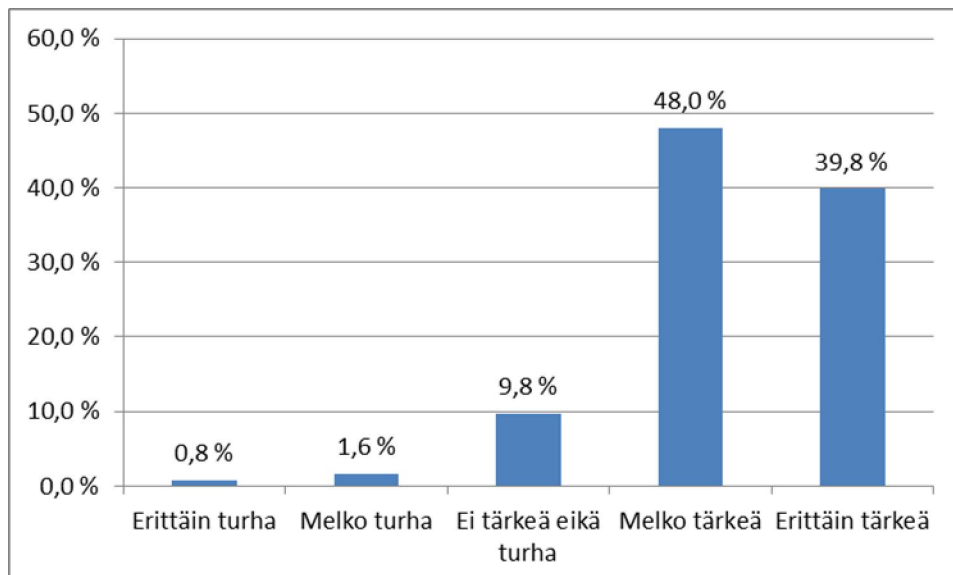


Suurin osa vastanneista vastasi 35 %:n osuudella etteivät he ole tyytyväisiä eivätkä tyytymättömiä yhdistyksen astutuspalstan toimintaan. Vastanneista 34,1 % ilmaisi olevansa tyytyväisiä ja 15,4 % vastasi olevansa tyytymättömiä. Vastanneista 9,8 % vastasi olevansa erittäin tyytymättömiä ja vain 5,7 % vastasi olevansa erittäin tyytyväisiä (Kuvio 27).



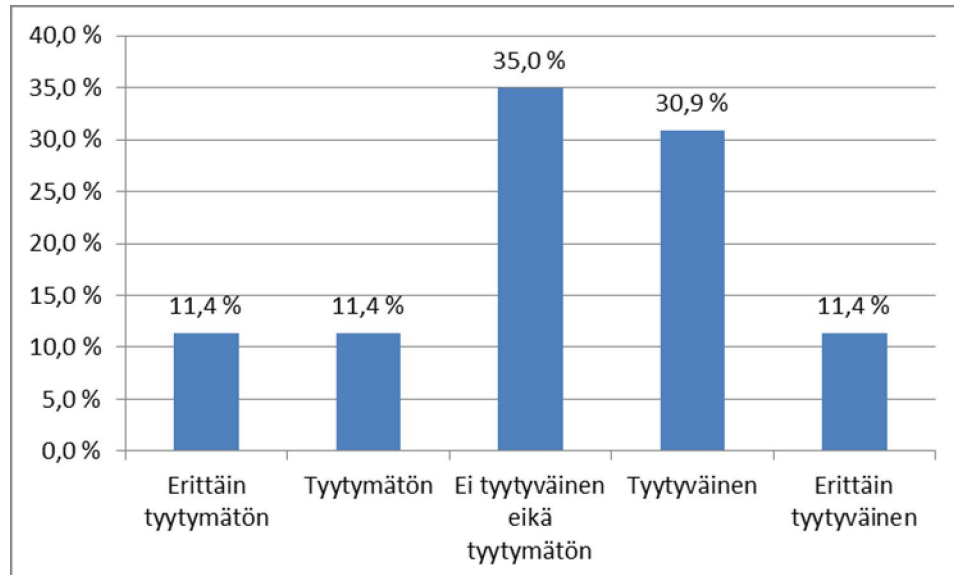
Kuvio 27. Vastanneiden tyytyväisyys yhdistyksen astutuspalstaan (n=123)

Selvästi suurin osa 48 %:n osuudella vastasi että astutuspalsta on melko tärkeä ja 39,8 % vastanneista vastasi sen olevan erittäin tärkeä. Vastanneista 9,8 % vastasi ettei palsta ole tärkeä eikä turha. Vain 1,6 % vastasi sen olevan melko turha ja 0,8 % erittäin turha (Kuvio 28).



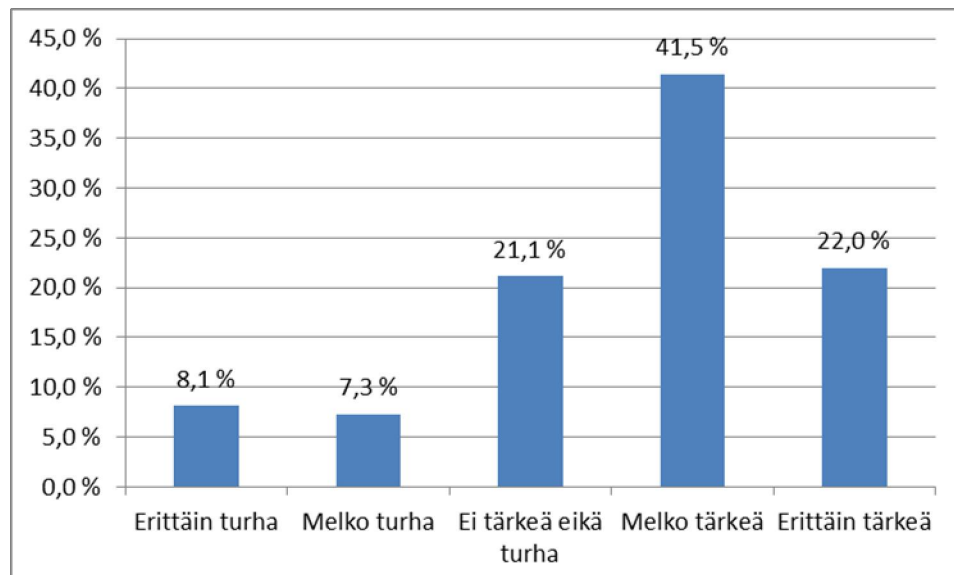
Kuvio 28. Vastanneiden mielipide yhdistyksen astutuspalstan tärkeydestä (n=123)

Suurin osa vastanneista vastasi olevansa ei tyytyväinen eikä tyytymätön. Vastanneista 30,9 % vastasi olevansa tyytyväinen ja 11,4 % erittäin tyytyväinen. Erittäin tyytymätön vastauksia oli 11,4 % ja tyytymätön vastauksia 11,4 % (Kuvio 19).



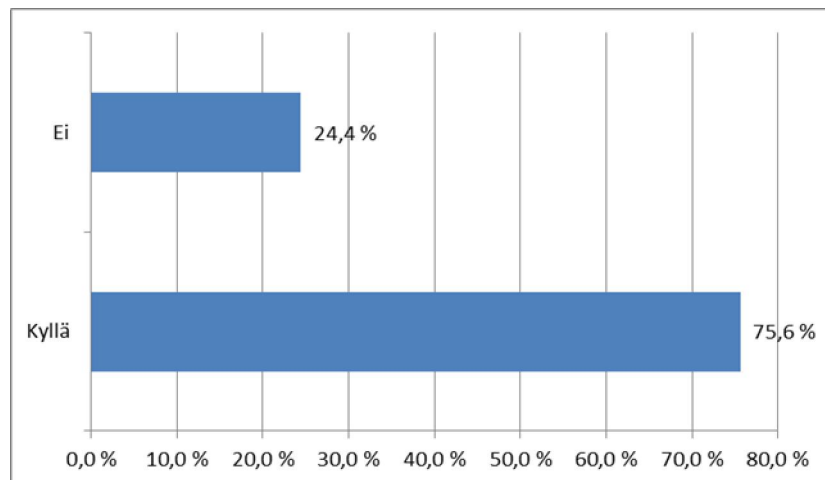
Kuvio 29. Vastaajien tyytyväisyys yhdistyksen astutuspalkan sääntöihin (n=123)

Suurin osa piti 41,5 %:n osuudella yhdistyksen astutuspalkan sääntöjä melko tärkeinä ja 22 % piti niitä erittäin tärkeinä. Vastanneista 21,1 % ei pitänyt sääntöjä tärkeinä eikä turhina ja 8,1 % piti niitä erittäin turhina sekä 7,3 % vastanneista piti niitä melko turhina (Kuvio 30).



Kuvio 30. Miten tärkeinä vastanneet pitivät astutuspalkan sääntöjä (n=123)

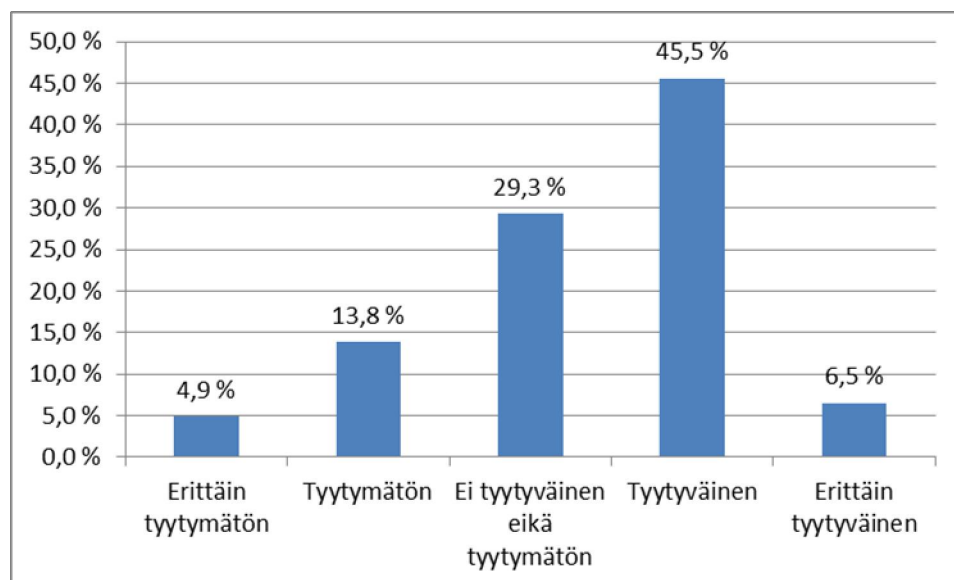
Vastanneista 75,6 % vastasi ottavansa yhteyttä järjestön jalostusneuvontaan suunnitellessaan astutusta ja 24,4 % vastasi ettei ota yhteyttä yhdistyksen jalostusneuvontaan (Kuvio 31).



Kuvio 31. Miten suuri osa vastanneista ottaa yhteyttä yhdistyksen jalostusneuvontaan astutusta suunniteltaessa (n=123)

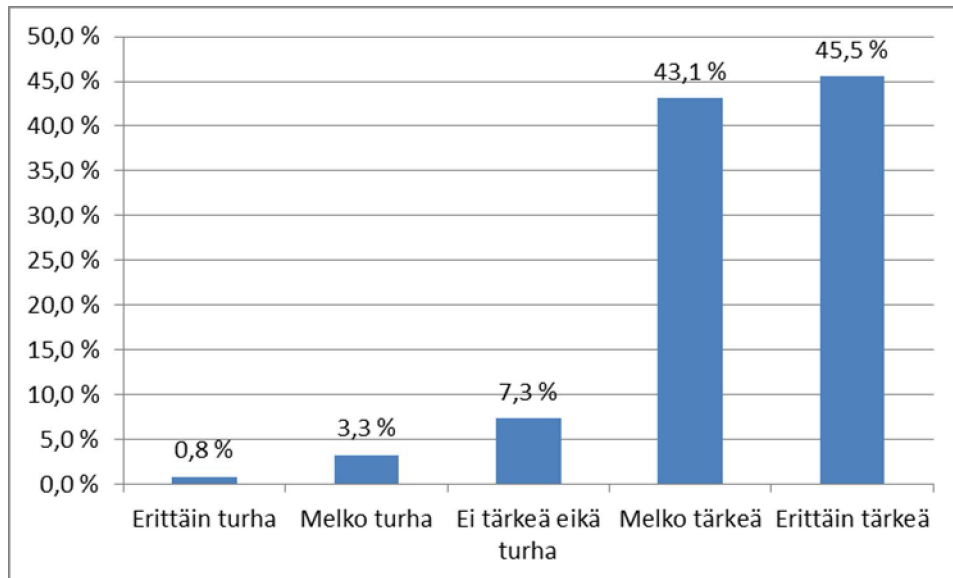
#### 6.5 Vastaajien tyytyväisyys järjestön ja hallituksen toimintaan sekä odotukset järjestön ja hallituksen toiminnasta

Suurin osa vastaajista vastasi olevansa tyytyväisiä järjestön toimintaan 45,5 %:n osuudella ja melkein kolmannes vastasi olevansa ei tyytyväinen eikä tyytymätön järjestön toimintaan 29,3 %:n osuudella. Vastanneista 13,8 % vastasi olevansa tyytymättömiä ja 6,5 % vastasi olevansa erittäin tyytyväinen. Vain 4,9 % vastanneista vastasi olevansa erittäin tyytymätön (Kuvio 32).



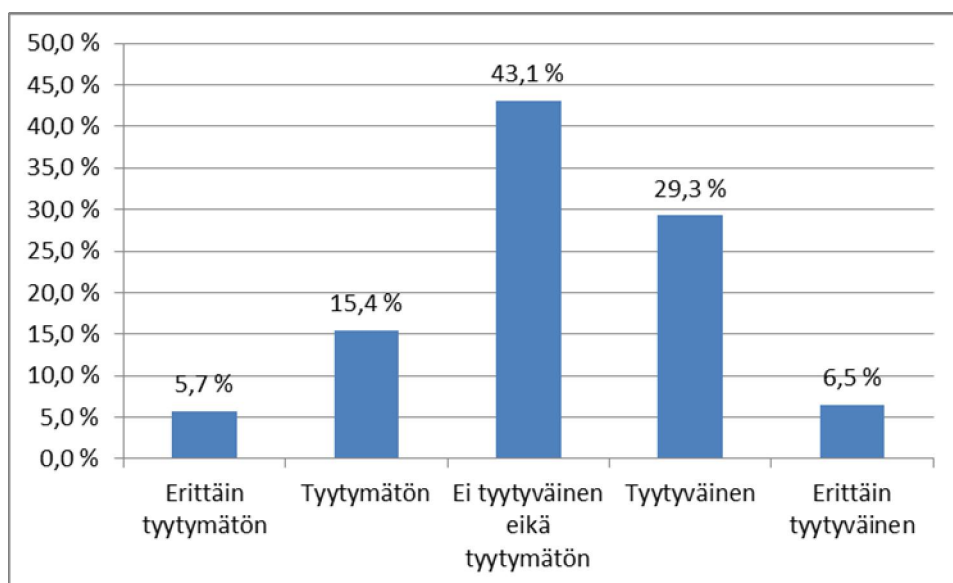
Kuvio 32. Vastanneiden tyytyväisyys järjestön toimintaan (n=123)

Ehdottomasti suurin osa piti järjestön toimintaa erittäin tärkeänä 45,5 %:n osuudella ja melko tärkeänä 43,1 %:n osuudella. Vastaaajista 7,3 % vastasi että se ei ole tärkeä eikä turha ja 3,3 % vastasi sen olevan melko turhaa. Vain 0,8 % sanoi sen olevan erittäin turhaa (Kuvio 33).



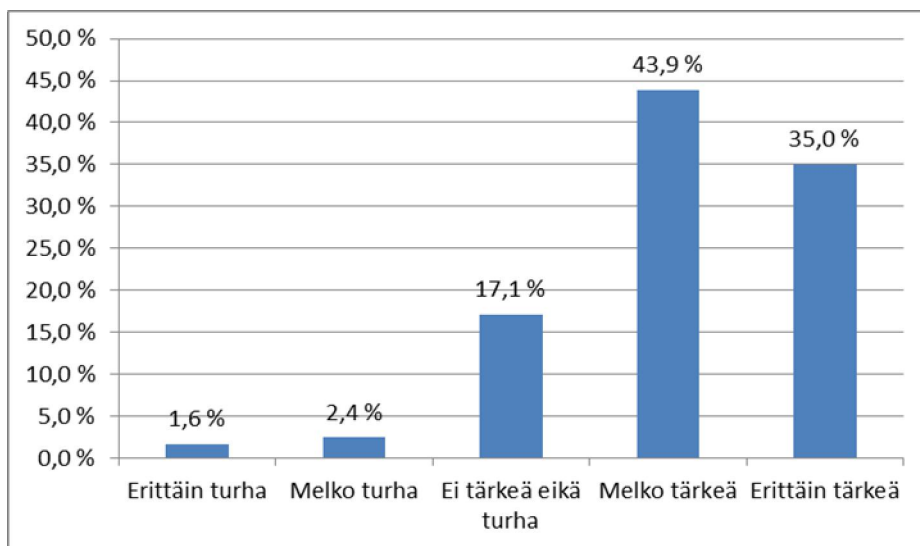
Kuvio 33. Miten tärkeänä vastanneet pitivät järjestön toimintaa (n=123)

Vastanneista suurin osa ilmoitti olevansa ei tyytyväinen eikä tyytymätön järjestön hallituksen toimintaan 43,1 %:n osuudella. Toiseksi suurin osa vastanneista vastasi 29,3 %:n osuudella olevansa tyytyväisiä hallituksen toimintaan ja 6,5 % vastasi olevansa erittäin tyytyväisiä hallituksen toimintaan. Tyytymättömiä vastanneista oli 15,4 % ja erittäin tyytymättömiä 5,7 % (Kuvio 34).



Kuvio 34. Vastanneiden tyytyväisyys järjestön hallituksen toimintaan (n=123)

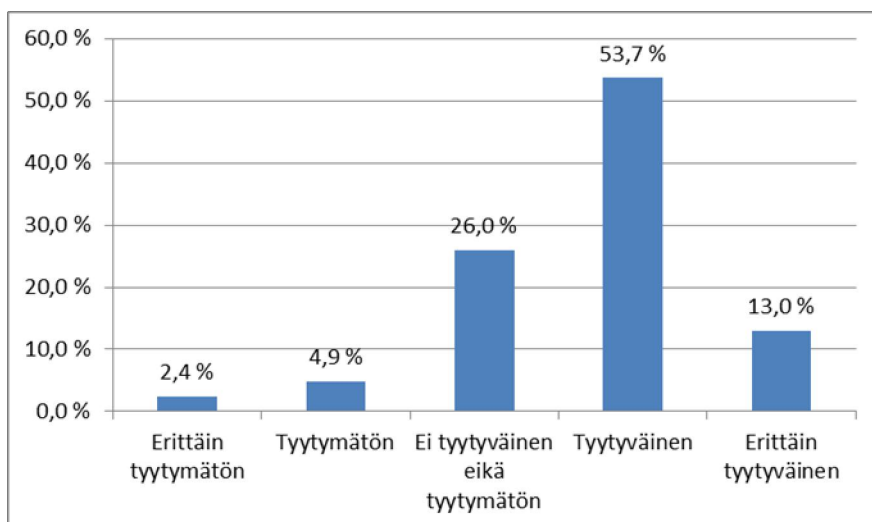
Suurin osa vastanneista piti hallituksen toimintaa melko tärkeänä 43,9 %:n osuudella ja erittäin tärkeänä 35 %:n osuudella. Ei tärkeä eikä turha vastauksia kertyi 17,1 %. Vain 2,4 % vastasi hallituksen toiminnan olevan melko turhaa ja 1,6 % vastasi sen olevan erittäin turhaa (Kuvio 35).



Kuvio 35. Miten tärkeänä vastanneet pitivät järjestön hallituksen toimintaa (n=123)

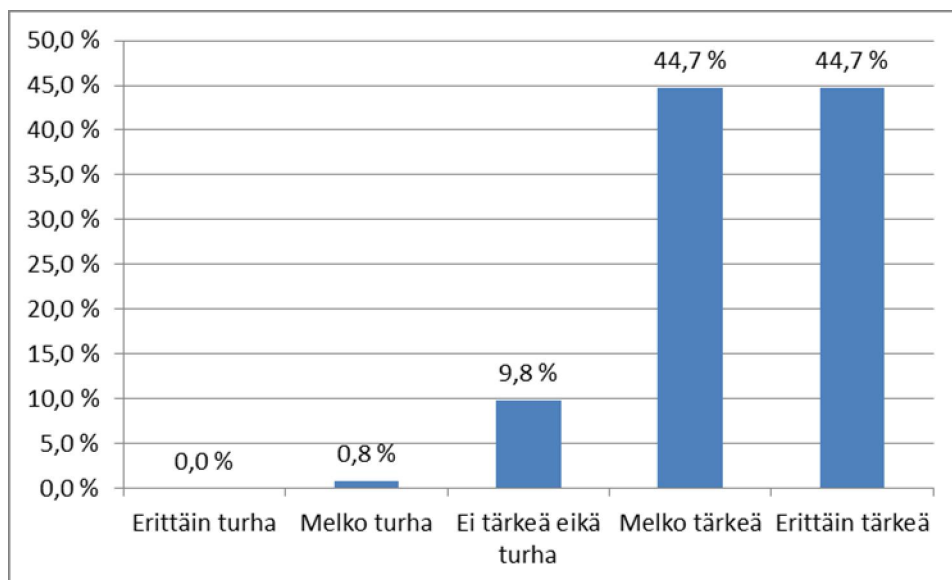
## 6.6 Vastaajien tyytyväisyys tiedottamiseen ja odotukset tiedottamisesta

Suurin osa vastanneista oli 53,7 %:n osuudella tyytyväisiä järjestön tiedottamiseen kilpailuista ja 13 % oli erittäin tyytyväisiä. Vastanneista 26 % vastasi olevansa ei tyytyväinen eikä tyytymätön. Vain 4,9 % vastanneista vastasi olevansa tyytymätön ja 2,4 % vastanneista vastasi olevansa erittäin tyytymätön (Kuvio 36).



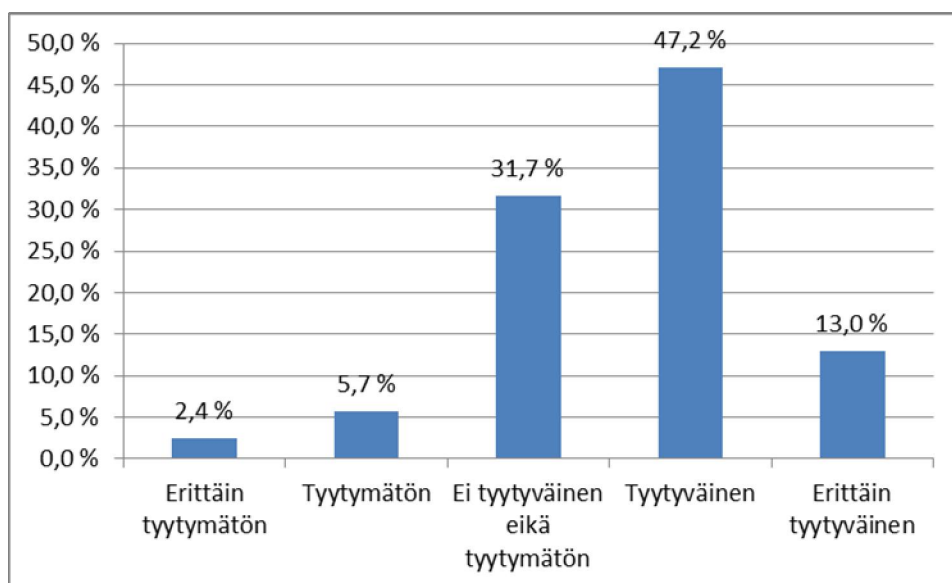
Kuvio 36. Vastaajien tyytyväisyys tiedottamiseen järjestön kilpailuista (n=123)

Vastanneista suurin osa piti kilpailuista tiedottamista erittäin tärkeänä 44,7 %:n osuudella ja melko tärkeänä myös 44,7 %:n osuudella. Vastaajista 9,8 % vastasi, ettei se ole tärkeää eikä turhaa ja 0,8 % vastasi sen olevan melko turhaa. Yksikään vastanneista ei vastannut sen olevan erittäin turhaa (Kuvio 37).



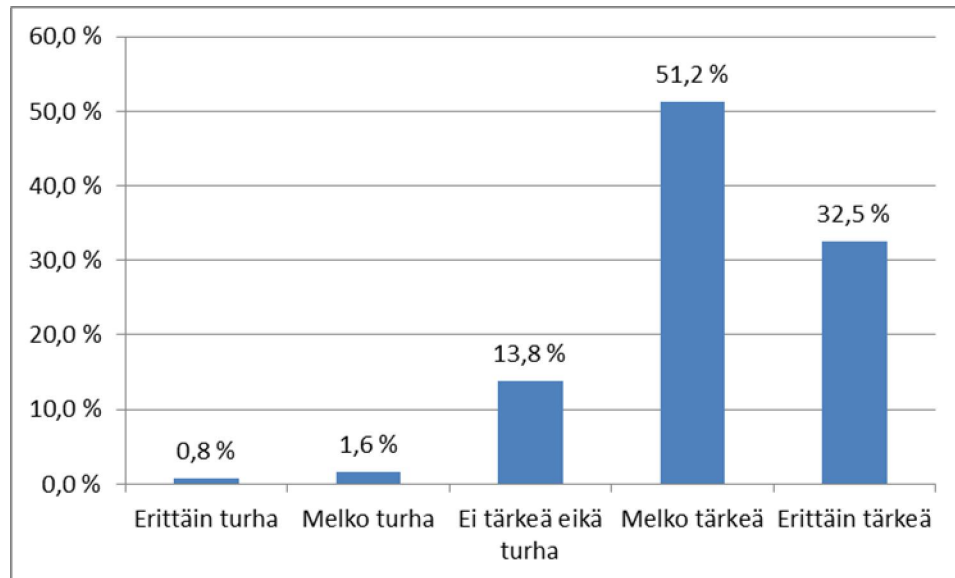
Kuvio 37. Miten tärkeänä vastanneet pitivät kilpailuista tiedottamista (n=123)

Suurin osa vastanneista oli tyytyväisiä 47,2 %:n osuudella ja 13 % oli erittäin tyytyväisiä kokouksista tiedottamiseen. 31,7 % vastanneista ei ollut tyytyväisiä eikä tyytymättömiä ja 5,7 % olivat tyytymättömiä. Vain 2,4 % vastanneista vastasi olevansa erittäin tyytymätön järjestön tiedottamiseen pidettävistä kokouksista (Kuvio 38).



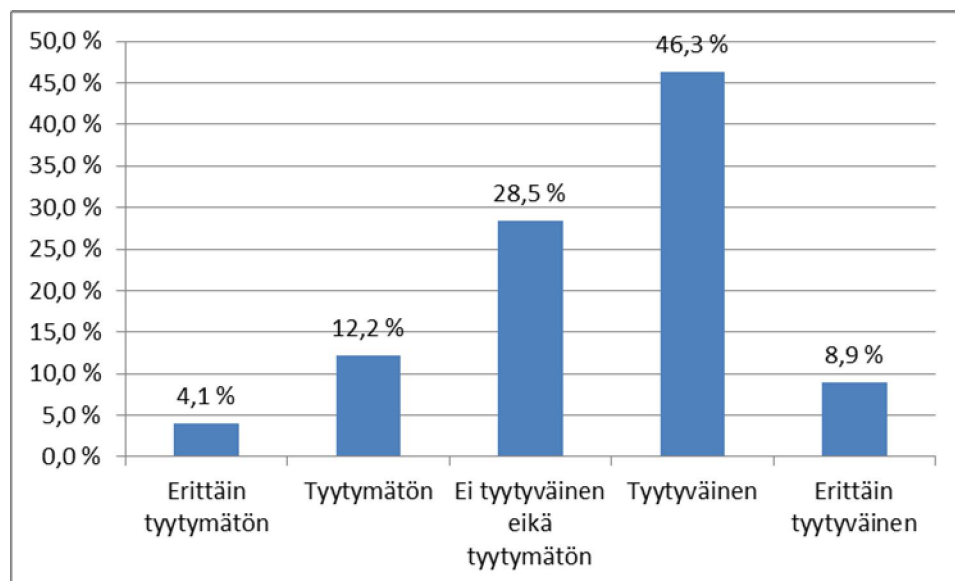
Kuvio 38. Vastanneiden tyytyväisyys järjestön tiedottamiseen kokouksista (n=123)

Suurin osa piti tiedottamista melko tärkeänä 51,2 %:n osuudella ja 32,5 % piti sitä erittäin tärkeänä. Ei tärkeä eikä turha vastauksen antoivat 13,8 % vastanneista ja 1,6 % sanoivat tiedottamisen kokouksista olevan turhaa. Vain 0,8 % vastanneista vastasi sen olevan erittäin turhaa (Kuvio 39).



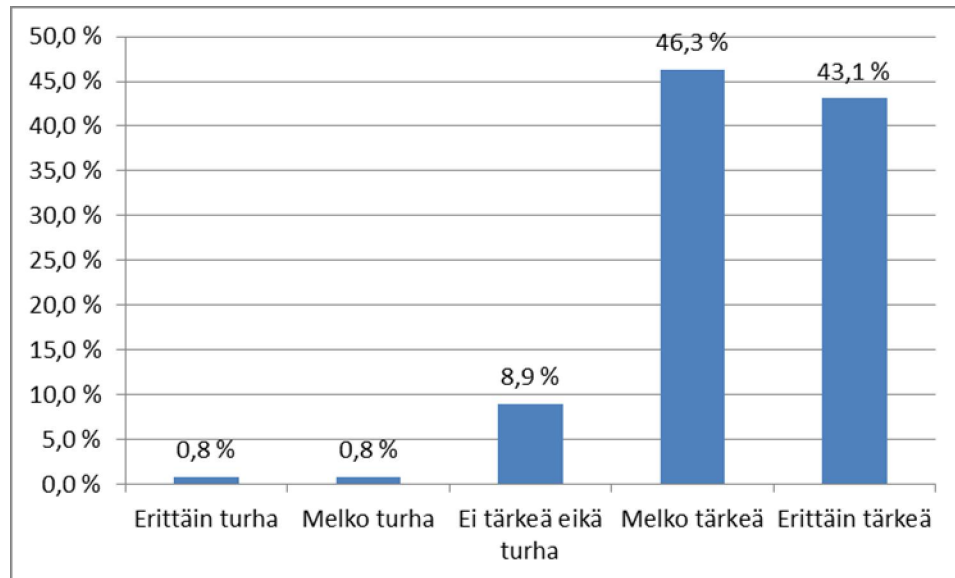
Kuvio 39. Miten tärkeänä vastanneet pitivät tiedottamista kokouksista (n=123)

Vastanneista melkein puolet vastasi 46,3 %:n osuudella olevansa tyytyväisiä ja hieman alle kolmannes vastasi olevansa ei tyytyväinen eikä tyytymätön järjestön tiedottamiseen. Vastanneista 12,2 % vastasi olevansa tyytymätön ja 8,9 % vastasi olevansa erittäin tyytyväinen. Vain 4,1 % vastanneista ilmaisi olevansa erittäin tyytymättömiä (Kuvio 40).



Kuvio 40. Vastanneiden tyytyväisyys järjestön tiedottamiseen (n=123)

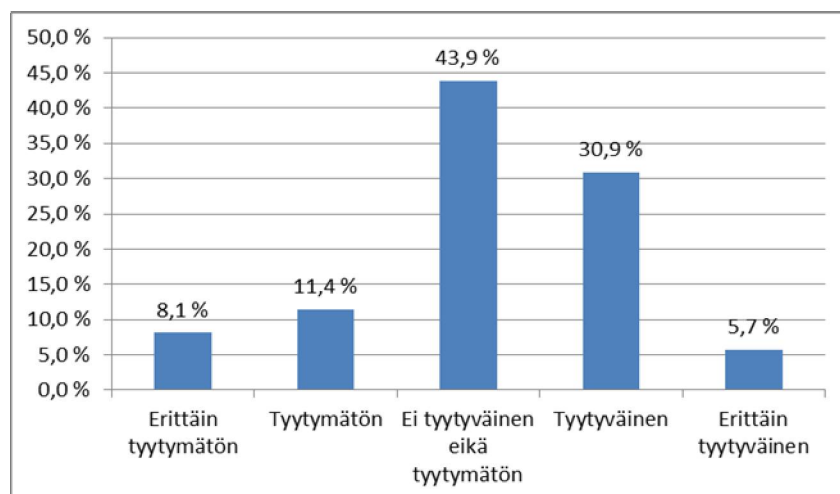
Melkein puolet vastaajista piti tiedottamistoimintaa melko tärkeänä 46,3 %:n osuudella ja lähes puolet piti järjestön tiedottamistoimintaa erittäin tärkeänä 43,1 %:n osuudella. Vastanneista 8,9 % vastasi että toiminta ei ole tärkeää eikä turhaa. Vain 0,8 % vastas, että se oli melko turhaa ja 0,8 % vastasi että se oli erittäin turhaa (Kuvio 41).



Kuvio 41. Miten tärkeinä vastanneet pitivät järjestön tiedottamistoimintaa (n=123)

#### 6.7 Vastaajien odotukset ja tyytyväisyys toimihenkilöihin liittyen

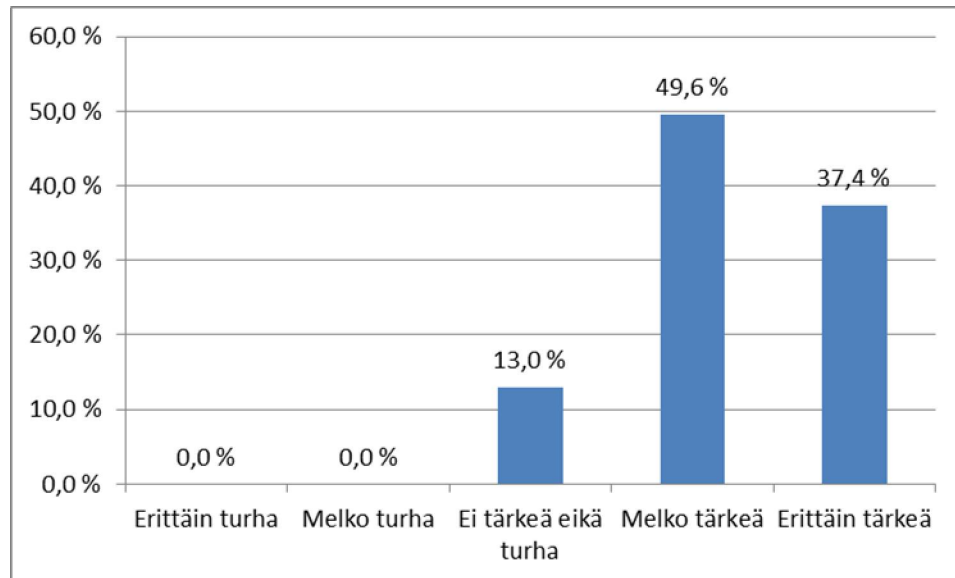
Hieman alle puolet vastasivat olevansa ei tyytyväisiä eikä tyytymättömiä järjestön toimihenkilöiden riipyyteen 43,9 %:n osuudella. Hieman alle kolmannes vastasi olevansa tyytyväisiä 30,9 %:n osuudella ja 5,7 % (Kuvio 42) vastasi olevansa erittäin tyytyväisiä. Melkein viidennes vastasi olevansa joko tyytymättömiä (11,4 %) tai erittäin tyytymättömiä (8,1 %).



Kuvio 42. Vastanneiden tyytyväisyys järjestön toimihenkilöiden riipyyteen (n=123)

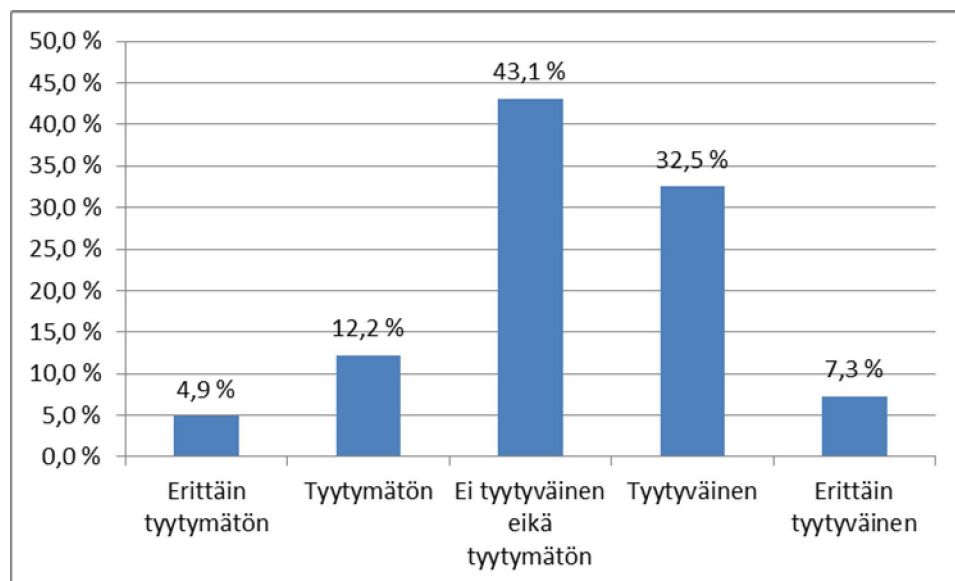


Yksikään vastanneista ei vastannut, että toimihenkilöiden riipeys olisi erittäin turha tai melko turha. Vastanneista 13 % vastasi että se ei ole tärkeää eikä turhaa. Noin puolet vastanneista 49,6 %:n osuudella oli sitä mieltä, että se on melko tärkeää ja hieman yli kolmannes 37,4 %:n osuudella piti sitä erittäin tärkeänä (Kuvio 44).



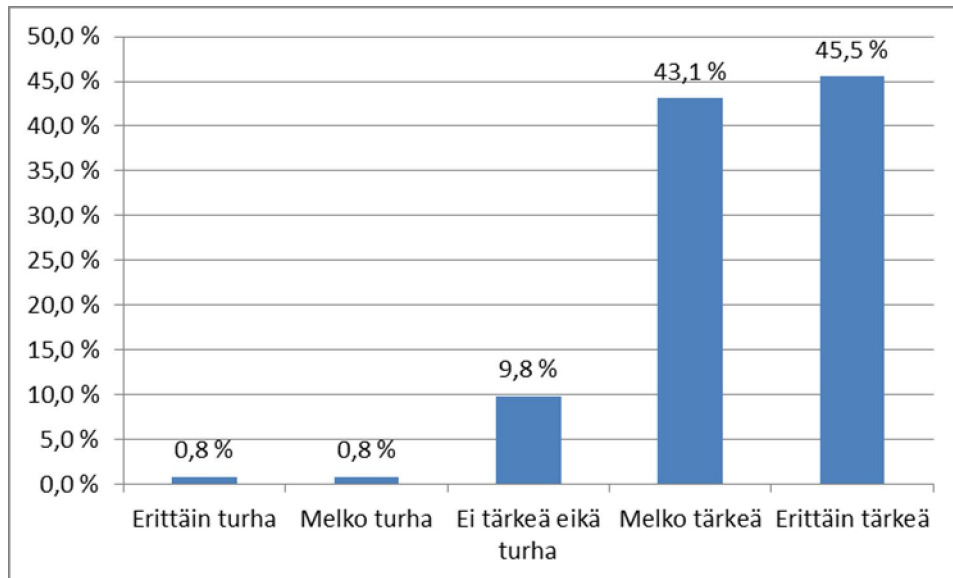
Kuvio 43. Miten tärkeänä vastanneet pitivät järjestön toimihenkilöiden riipeyttä (n=123)

Suurin osa vastanneista 43,1 %:n osuudella vastasi olevansa ei tyytyväinen eikä tyytymätön toimihenkilöiden ammattitaitoisuuteen. noin kolmannes vastasi 32,5 %:n osuudella olevansa tyytyväisiä ja 7,3 % vastasi olevansa erittäin tyytyväisiä. Vastanneista 12,2 % vastasi olevansa tyytymättömiä ja 4,9 % erittäin tyytymättömiä (Kuvio 44).



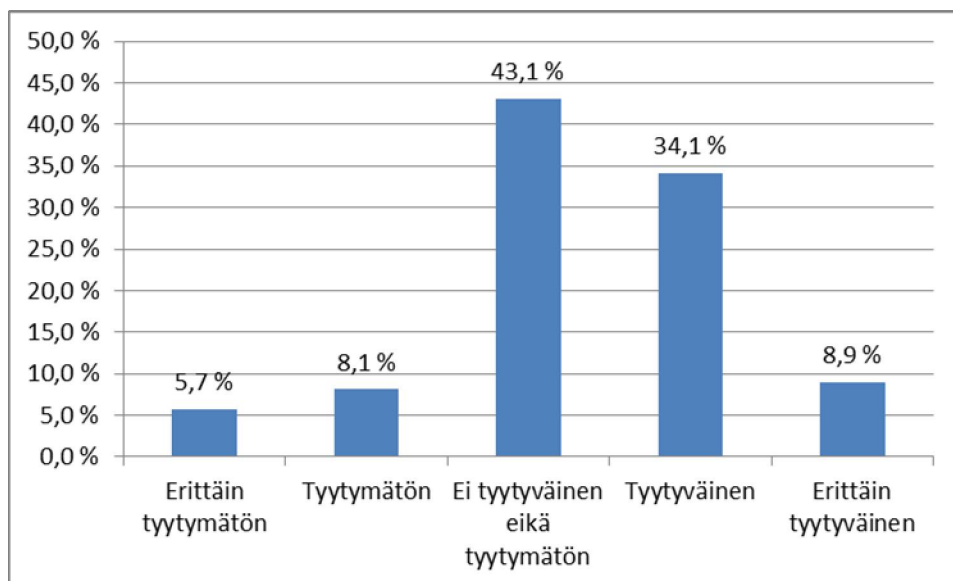
Kuvio 44. Vastanneiden tyytyväisyys toimihenkilöiden ammattitaitoisuuteen (n=123)

Melkein puolet vastanneista koki toimihenkilöiden ammattitaitoisuuden erittäin tärkeäksi 45,5 %:n osuudella ja 43,1 % vastanneista koki sen melko tärkeäksi. Vastanneista 9,8 % vastasi, ettei se ole tärkeää eikä turhaa. Vain 0,8 % vastanneista vastasi sen olevan melko turhaa ja 0,8 % erittäin turhaa (Kuvio 45).



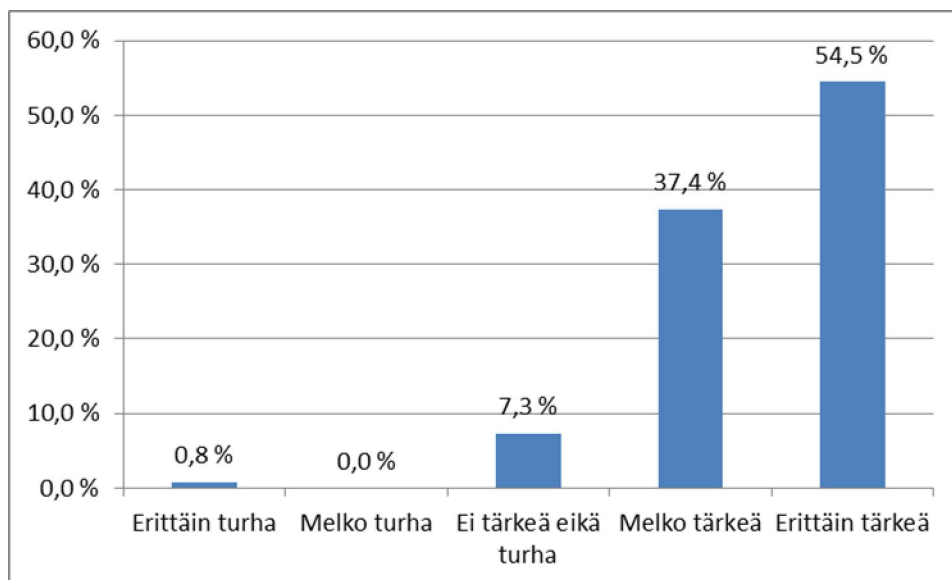
Kuvio 45. Miten tärkeinä vastanneet kokivat toimihenkilöiden ammattitaitoisuuden (n=123)

Vastanneista 43,1 % vastasi etteivät he ole tyytyväisiä eikä tyytymättömiä toimihenkilöiden käytökseen palvelutilanteissa. Noin kolmannes 34,1 %:n osuudella vastasi olevansa tyytyväinen ja 8,1 % vastasi olevansa erittäin tyytyväinen toimihenkilöiden käyttäytymiseen. Noin 8,1 % vastasi olevansa tyytymättömiä ja 5,7 % erittäin tyytymättömiä (Kuvio 46).



Kuvio 46. Vastanneiden tyytyväisyys toimihenkilöiden käyttäytymiseen (n=123)

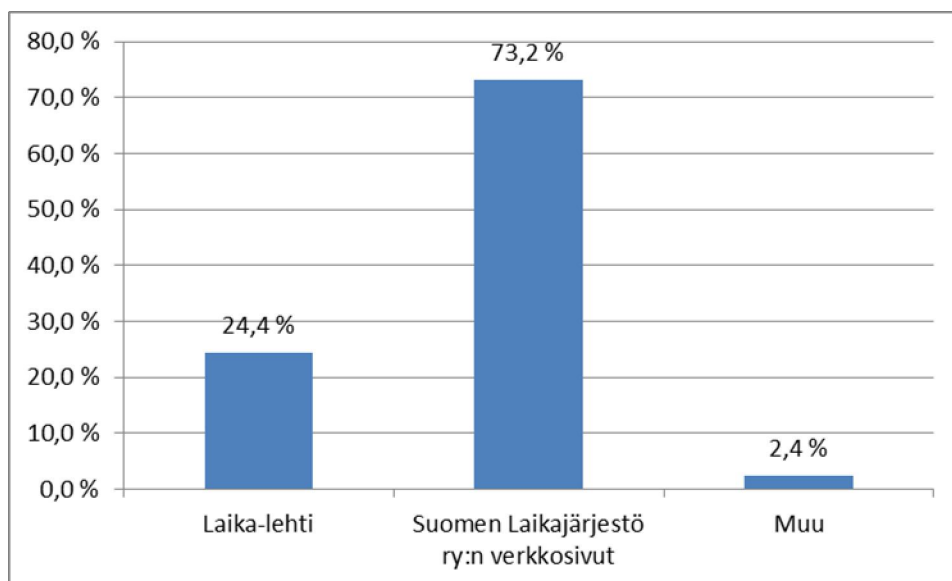
Yli puolet vastanneista piti järjestön toimihenkilöiden hyvää käytöstä erittäin tärkeänä 54,5 %:n osuudella ja hieman yli kolmannes piti sitä melko tärkeänä 37,4 %:n osuudella. Noin 7,3 % vastasi että se ei ole tärkeää eikä turhaa. Vain 0,8 % vastanneista vastasi sen olevan erittäin turhaa ja yksikään vastanneista ei vastannut sen olevan melko turhaa (Kuvio 47).



Kuvio 47. Miten tärkeinä vastanneet pitivät toimihenkilöiden hyvää käytöstä (n=123)

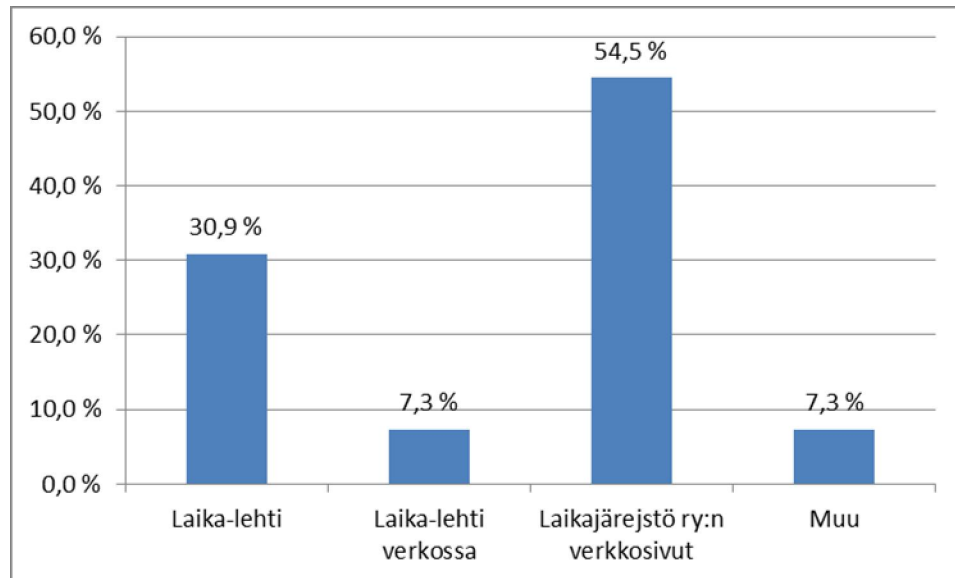
#### 6.8 Mistä vastanneet saivat parhaiten tietoa ja toivovat saavansa tietoa järjestön toiminnasta

Yli kaksi kolmasosaa vastanneista 73,2 %:n osuudella saa parhaiten tietoa järjestön toiminnasta järjestön verkkosivuilta. Noin neljännes vastasi saavansa 24,4 %:n osuudella parhaiten tietoa Laika-lehdestä. Vain 2,4 % vastasi saavansa parhaiten tietoa muualta (Kuvio 48).



Kuvio 48. Mistä vastanneet saavat parhaiten tietoa järjestön toiminnasta (n=123)

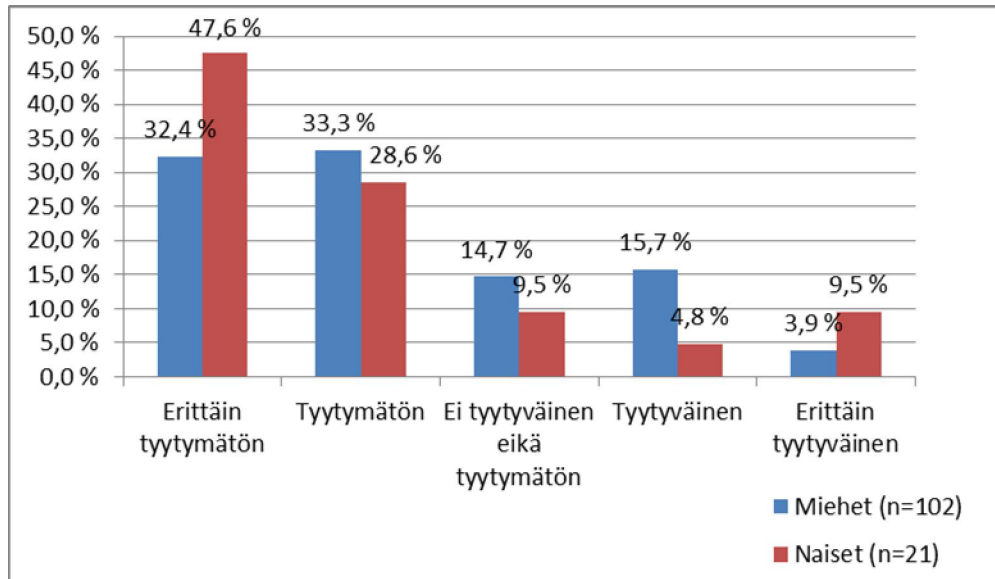
Hieman yli puolet vastanneista toivoi saavansa tietoa järjestön toiminnasta järjestön verkkosivuilta 54,5 %:n osuudella. Vastanneista noin kolmannes 30,9 %:n osuudella toivoi saavansa tietoa Laika-lehdestä ja 7,3 % halusi saada tietoa Laika-lehdestä verkossa. Vain 7,3 % vastasi haluavansa tietoa jotain muuta kanavaa pitkin (Kuvio 49).



Kuvio 49. Mistä vastanneet halusivat tietoa järjestön toiminnasta tulevaisuudessa (n=123)

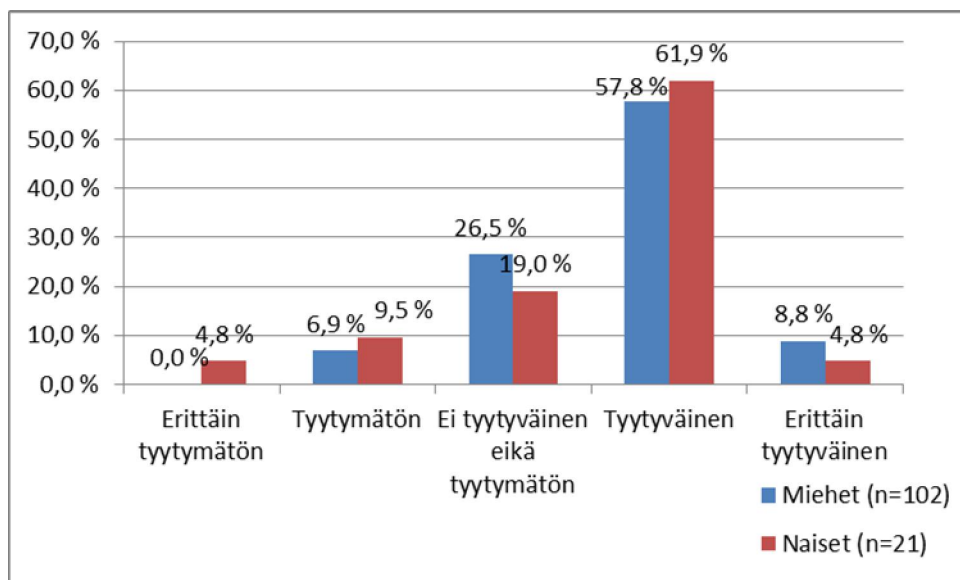
## 6.9 Ristiintaulukoinnit

Opinnäytetyön ristiintaulukointiosiossa käsiteltiin kysymyksien 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 13, 14, 17, 18, 19 ja 20 A-kohtia, koska kyseisten kysymysten vastaukset koettiin mielenkiintoiseksi siksi, että ne poikkesivat yleisestä tyytyväisyydestä tyytymättömyyden muodossa. Kysymyksen 3 ristiintaulukoinnissa (LIITE 4) tarkasteltiin vastanneiden tyytyväisyyttä siihen, jos Laika-lehti siirtyisi sähköiseen muotoon, sukupuolijakauman kautta. Ristiintaulukoinnista (Kuvio 50.) selvisi, että naiset vastasivat prosentuaalisesti enemmän olevansa erittäin tyytymättömiä, jos lehti siirtyy sähköiseen muotoon, mutta vastasivat myös olevansa erittäin tyytyväisiä enemmän kuin miehet. Erot eivät ole tarpeeksi suuria, jotta niistä voitaisiin vetää suurempia johtopäätöksiä.



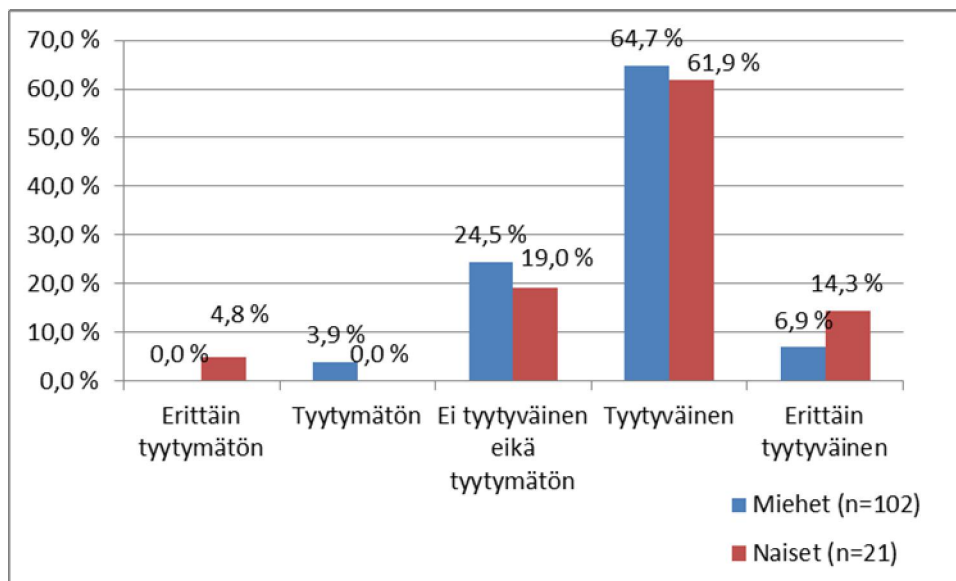
Kuvio 50. Tyytyväisyyden tarkastelua ristiintaulukoinnin avulla

Kysymyksessä viisi tarkasteltiin ristiintaulukoinnin avulla (Kuvio 51.) tyytyväisyyttä järjestön verkkosivujen ulkoasun siisteyteen sukupuolijakauman kautta. Naiset vastasivat olevansa enemmän olevansa erittäin tyytymättömiä, kuin miehet, mutta koska vastauksia on kohdassa vain yksi, siitä ei voi vetää sen suurempia johtopäätöksiä.



Kuvio 51. Tyytyväisyys verkkosivujen ulkoasun siisteyteen tarkasteltuna sukupuolijakauman kautta

Kohdassa seitsemän verrattiin tyytyväisyyttä järjestön verkkosivujen kokonaisuuteen sukupuolijakaumaan. Prosentuaalisesti naiset olivat vastanneet erittäin tyytymätön useammin, mutta toisaalta naiset olivat vastanneet olevansa erittäin tyytyväisiä useammin kuin miehet.



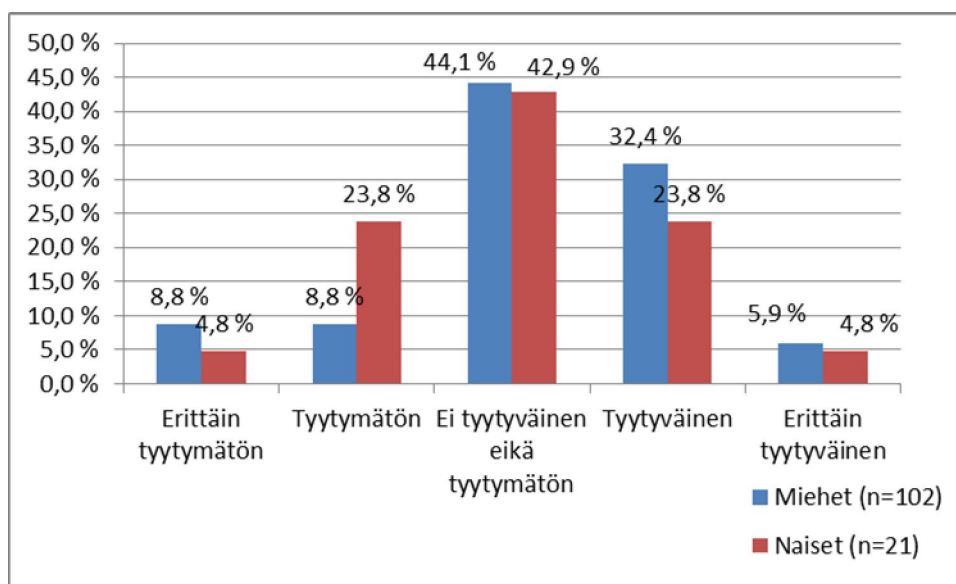
Kuvio 52. Tyytyväisyys verkkosivujen kokonaisuuteen tarkasteltuna sukupuolijakauman kautta

Kohdassa kahdeksan ristiintaulukoinnissa tarkasteltiin vastanneiden tyytyväisyyttä järjestön jalostuspalveluihin laikarodun omistustyyppin kautta. ristiintaulukoinnista voi havaita, että Itäsiperianlaika-rodun omistajat olivat tyytymättömpämpiä, kuin muut laikarotujen omistajat. Itäsiperianlaikan omistajat vastasivat enemmän erittäin tyytymätön, tyytymätön ja ei tyytyväinen eikä tyytymätön, kuin muut laikakoirien omistajat. Kohdan yhdeksän ristiintaulukoinnissa tarkasteltiin tyytyväisyyttä jalostustoiminnan määrään laikakoiran omistustyyppin kautta. Myös tässä kohdassa Itäsiperianlaikan omistajat olivat tyytymättömpämpiä, kuin muut laikarotujen omistajat. Myös kohdassa kymmenen tarkasteltiin tyytyväisyysjakaumaa astutuspalstan toimintaan laikarodun omistussuhteen kannalta. Jälleen Itäsiperianlaikan omistajat olivat tyytymättömpämpiä, kuin muut laikarotujen omistajat. Kohdassa yksitoista tarkasteltiin samalla tavalla koirarodun omistussuhteen kautta tyytyväisyyttä yhdistyksen astutuspalstan sääntöihin ja jälleen Itäsiperianlaikan omistajat ovat tyytymättömpämpiä kuin muut laikarotujen omistajat. Esimerkiksi ei tyytyväinen eikä tyytymätön kohtaan Itäsiperianlaikan omistajat vastasivat 45,5 %:n osuudella, kun taas muiden rotujen omistajat vastasivat siihen kohtaan vain 14,3 %:n ja 11,1 %:n osuudella.

Yleistä tyytyväisyyttä järjestön toimintaan tarkasteltiin myös laikarodun omistussuhteen kautta. Ristiintaulukoinnista voisi päätellä, että Venäläiseurooppalaisen laikan omistajat olisivat tyytymättömpämpiä, kuin muut laikarotujen omistajat, sillä he vastasivat yli neljänneksen 27,8 %:n osuudella olevansa tyytymättömiä järjestön toimintaan, kun taas muiden rotujen omistajat vastasivat kohtaan 13 %:n ja 4,8 %:n osuudella. Tarkastellessa laikakoiran omistuksen

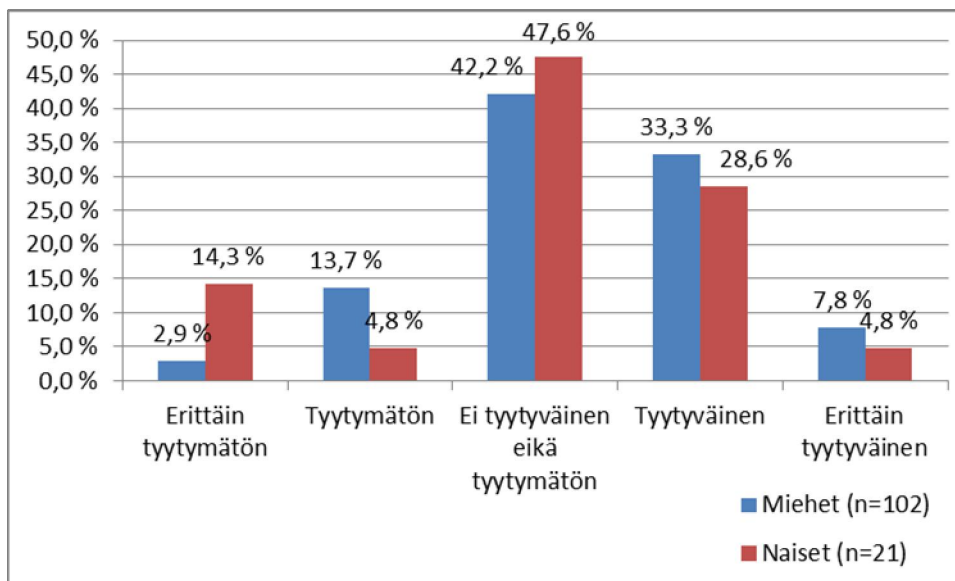
kautta tyytyväisyyttä järjestön hallituksen toimintaan, esille nousee jälleen, että Venäläiseurooppalaisen laikan omistajat olisivat tyytymättömämpiä, kuin muut lainakoirien omistajat. Tässä kohdassa Venäläiseurooppalaisen rodun omistajat vastasivat 44,4 %:n osuudella olevansa tyytymättömiä. Se on yli 30 prosenttiyksikköä enemmän kuin toisilla laikarodun omistajilla.

Tyytyväisyyttä järjestön tiedottamiseen tarkasteltiin sukupuolijakauman kautta ja ristiintaulukoinnista käy ilmi, että miehet vastasivat enemmän ei tyytyväinen eikä tyytymätön, kuin naiset. Kohdassa kahdeksantoista (Kuvio 53.) tarkasteltiin tyytyväisyyttä järjestön toimihenkilöiden riipeyteen jälleen sukupuolijakauman kautta ja siitä selvisi että naiset ovat hiukan tyytymättömämpiä kuin miehet. Naiset vastasivat 23,8 %:n osuudella olevansa tyytymättömiä, kun taas miehet vastasivat 8,8 %:n osuudella olevansa tyytymättömiä.



Kuvio 53. Tyytyväisyys järjestön toimihenkilöiden riipeyteen tarkasteltuna sukupuolijakauman kautta

Sukupuolijakauman avulla tarkasteltiin myös tyytyväisyyttä järjestön toimihenkilöiden ammattitaitoisuuteen. ristiintaulukoinnista (Kuvio 54.) selvisi, että naiset ovat hiukan tyytymättömämpiä järjestön toimihenkilöiden ammattitaitoisuuteen, kuin miehet. Naiset olivat myös hiukan tyytymättömämpiä tarkastellessa tyytyväisyyttä järjestön toimihenkilöiden käyttäytymiseen palvelutilanteissa.



Kuvio 54. Vastanneiden tyytyväisyys järjestön toimihenkilöiden ammattitaitoisuuteen tarkasteltuna sukupuolijakauman kautta

#### 6.10 Kyselyn yhteenveto ja avoimien vastausten tulkintaa

Pääosin vastanneet olivat tyytyväisiä Suomen Laikajärjestö ry:n toiminnan eri osa-alueisiin, vaikkakin muutamilla osa-alueilla ilmeni poikkeuksia. Yleisellä tasolla vastaajat olivat tyytyväisiä, mutta odotukset olivat yleensä hiukan korkeammalla, kuin koettu järjestön toiminnan taso. Tästä voidaan tulkita että jäsenien keskuudessa vallitsee mahdollisesti pieni yliodotustilanne.

Eniten tyytyväisyydestä poikkesivat Laika-lehden sähköiseen muotoon siirtymiseen liittyvät kysymykset. Vastanneet tuntuivat pitävän sähköiseen muotoon siirtymistä pääosin turhana ja yli kolmannes vastasi olevansa erittäin tyytyväinen, jos lehti siirtyisi täysin sähköiseen muotoon ja melkein kolmannes vastasi olevansa tyytymätön jos lehti siirtyisi täysin sähköiseen muotoon. Noin kaksi kolmasosaa siis pitää sähköiseen muotoon siirtymistä huonona asiana. Erityisesti naiset tuntuivat olevan ristiintaulukoinnin perusteella tyytymättömämpiä kuin miehet sähköiseen muotoon siirryttäessä. Koska 73,2 % vastanneista vastasi saavansa parhaiten tietoa järjestön toiminnasta ja 54,5 % toivoi saavansa tietoa järjestön toiminnasta järjestön verkkosivuilta, voidaan tehdä olettaus, että vastanneet osaavat käyttää internetiä tai omaavat internet yhteyden ja verkkolehti tuntuu epämiellyttävältä muista syistä. Avoimissa kysymyksissä tuli muutamia toiveita lehden sähköiseen muotoon siirtymisestä. Eniten avoi-



missa vastauksissa toivottiin kuitenkin sitä, että sisältöön ja sen monipuolisuuteen panostettaisiin enemmän.

Järjestön verkkosivujen ulkoasun siisteyteen oltiin yleisesti tyytyväisiä, mutta noin kolmannes vastaajista 31 %:n osuudella vastasi että he eivät ole tyytyväisiä eivätkä tyytymättömiä verkkosivujen siisteyteen. Tästä voidaan päätellä että hiukan parantamisen varaa voisi olla. Vain 21 % vastasi että ulkoasun siisteys ei ole tärkeää eikä turhaa, joten odotuksetkin ovat verkkosivujen osalta hiukan korkeammat kuin nykyinen verkkosivujen tila. Verkkosivujen selkeydessä pääsääntöisesti vallitsi sama tila, eli vastanneet olivat tyytyväisiä, mutta noin kolmannes 31 %:n osuudella vastasi olevansa ei tyytyväinen eikä tyytymätön. Verkkosivuihin kokonaisuutena vastanneet vastasivat jälleen noin kolmanneksen 29 %:n osuudella olevansa ei tyytyväisiä eikä tyytymättömiä. Ristiintaulukoinnin perusteella naiset olivat hiukan tyytymättömämpiä järjestön verkkosivujen siisteyteen, mutta mitään merkittävää eroa ei löytynyt. Avoimissa kysymyksissä nousi esille toivomuksia verkkosivujen selkeytyksestä ja ajankohtaisten asioiden korostamisesta verkkosivuilla. Avoimien kysymysten vastauksissa nousi myös esille toivomuksia siitä, että sivustolla voisi näkyä ajankohtaisempaa infoa ja enemmän infoa tapahtumista.

Osuudessa jossa käsiteltiin jalostuspalveluita ja astutuspalsta esiintyi yleisesti eniten tyytymättömyyttä. Esimerkiksi tyytyväisyys jalostuspalveluihin kysymyksessä 9,8 % vastanneista oli erittäin tyytymättömiä ja 12,2 % tyytymättömiä. 36,6 % vastasi olevansa ei tyytyväinen eikä tyytymätön. Melkein 80 % piti järjestön jalostuspalveluita erittäin tärkeänä tai melko tärkeänä ja 13,8 % piti sitä ei tärkeänä eikä turhana. Kohdassa on havaittavissa selvä jäsenen kokemusten ja odotusten välinen kuilu. Toisaalta 33,3 % vastanneista olivat aiheeseen tyytyväisiä ja 8,1 % erittäin tyytyväisiä. Tyytymättömyyttä esiintyi myös jalostustoiminnan määrään liittyen kysymyksessä 9 A). jossa vastanneista melkein 20 % vastasi olevansa tyytymätön tai erittäin tyytymätön jalostustoiminnan määrään. Jälleen hieman yli kolmannes vastasi olevansa ei tyytyväinen eikä tyytymätön ja jalostustoiminnan palveluita pidettiin tärkeänä. Yhdistyksen jäsenet olivat myös hiukan keskimääräistä tyytymättömämpiä yhdistyksen astutuspalstan toimintaan, jossa ilmeni samantasoista tyytymättömyyttä kuin jalostustoiminnan palveluissa. Yli neljännes vastaajista vastasi olevansa erittäin tyytymätön tai tyytymätön astutuspalstan toimintaan. Astutuspalstan sääntöihin oltiin myös hiukan tyytymättömämpiä, kuin muihin järjestön toiminnan osa-alueisiin. Vastanneista 11,4 % olivat erittäin tyytymättömiä astutuspalstan sääntöihin ja 11,4 % olivat tyytymättömiä. Toisaalta odotukset astutuspalstan

säännöistä olivat melko matalat, joten voidaan sanoa että ne vastasivat jotenkuten odotuksia. Ristiintaulukoinneista selvisi, että Itäsiperianlaikojen omistajat olivat tyytymättömämpiä jalostuspalveluihin, kun muut jäsenet. Avoimissa vastauksissa toivottiin jalostustoimintaan lisää avoimuutta ja toivottiin myös lisää huomiota terveysasioihin ja laajaan geenipohjaan. Vastanneet toivoivat myös lisää ripeyttä neuvontaan.

Järjestön toimintaan erittäin tyytymättömiä oli 4,9 % vastanneista ja tyytymättömiä 13,8 % vastanneista. Vastanneista 29,3 % vastasi olevansa ei tyytyväinen eikä tyytymätön, mutta suurin osa vastasi olevansa tyytyväinen 45,5 %:n osuudella. B-kohdan kysymyksessä ilmeni että melkein 90 % pitää Laikajärjestö ry:n toimintaa erittäin tärkeänä tai melko tärkeänä, joten palvelun koetun ja odotetun laadun välillä on kuitenkin jonkin verran eroa. Ristiintaulukoinnista selvisi, että Venäläiseurooppalaisen laikarodun omistajat olivat hiukan tyytymättömämpiä järjestön toimintaan kuin muut laikakoiran omistajat. Hallituksen toiminta poikkesi myös yleisestä tyytyväisyydestä ja noin viidennes vastanneista vastasi olevansa siihen erittäin tyytymättömiä tai tyytymättömiä. Vastanneista 43,1 % vastasi olevansa ei tyytyväinen eikä tyytymätön hallituksen toimintaan. Avoimissa kysymyksissä tuli usein esille, että hallituksen toimintaan haluttiin lisää avoimuutta. Esille nousi myös nuorisotoimintaan panostaminen ja monipuolisuuden panostaminen järjestön sisällä. Avoimissa kysymyksissä tuli esille myös toivomukset siitä, että hallituksen päätöksen teko näkyisi paremmin jäsenille ja tiedottamisen parantaminen.

Hiukan tyytymättömyyttä löytyi myös järjestön tiedottamisesta, sillä 4,1 % vastanneista oli erittäin tyytymättömiä ja 12,2 % tyytymättömiä. Vastanneista 28,5 % vastasi olevansa ei tyytyväinen eikä tyytymätön. Järjestön tiedottamista pidettiin melkein 90 %:sti melko tärkeänä tai erittäin tärkeänä, joten koetun ja odotetun laadun välillä on pientä heittoa.

Vastanneet olivat myös hiukan tyytymättömiä järjestön toimihenkilöiden toiminnan riipeyteen. Melkein 20 % oli erittäin tyytymättömiä tai tyytymättömiä aiheeseen. 43,9 % vastanneista oli ei tyytyväisiä eikä tyytymättömiä. Toimihenkilöiden pidettiin tärkeämpänä, kuin miksi se oli koettu. Samanlaista pientä tyytymättömyyttä ilmeni toimihenkilöiden ammattitaitoisuudessa ja toimihenkilöiden käyttäytymisessä. Kun vastaajilta kysyttiin toimihenkilöiden käyttäytymisestä, 43,1 % vastasi olevansa ei tyytyväinen eikä tyytymätön, vaikka asia oli koettu tärkeäksi, sillä noin 90 % piti sitä erittäin tärkeänä tai melko tärkeänä. Avoimissa kysymyk-

sissä tuli esille, että toivottiin toimihenkilöiltä ammattitaitoisempaa otetta, varsinkin jalostuspalveluihin liittyen.

## 7 POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa Suomen Laikajärjestö ry:n asiakastytytyvääisyyttä ja saada kehitysideoita järjestön toiminnan parantamiseksi asiakaslähtöisempään suuntaan. Tutkimusongelma muotoiltiin seuraavanlaisesti "Millä tasolla yhdistyksen asiakastytytyväisyys on?" ja "Mitkä yhdistyksen toiminnan osa-alueet tarvitsevat kehittämistä?"

Tutkimus suoritettiin verkkokyselynä ja siihen saatiin 123 vastausta. Tutkimus onnistui hyvin ja järjestön palvelun laadun tila saatiin kartoitettua ja tutkimuksessa tuli esille osa-alueita yhdistyksen toiminnassa, joita tulee kehittää. Lisäksi kehittämisideoita avoimista kysymyksistä saatiin runsain mitoin. Kysely lähetettiin järjestön jäsenille sähköpostitse ja se oli saatavilla myös järjestön verkkosivujen etusivulla. Tutkimuksella oli hyvä luotettavuus, sillä vastaajien määrä oli hyvä ja kaikki kysymykset palvelivat tutkimusongelmaa. Kysymykset olivat yksiselitteisiä ja kaikki tieto saatiin käyttöön.

Tutkimuksen aikataulu oli melko tiukka ja tästä syystä joitain osa-alueita saatettiin jättää liian vähälle huomiolle. Toisaalta kysely oli tässäkin muodossa jo erittäin laaja ja kattava. Kyselystä voisi tehdä jäsenille myös uusintakyselyn myöhemmässä vaiheessa selvittääkseen onko jäsenien asenteet muuttuneet järjestön toimintaa kohtaan.

## LÄHTEET

- Armstrong G., Kotler P., Saunders J. & Wong V. 1999. Principles of marketing. Prentice Hall Inc., New Jersey, USA
- Bergström S. & Leppänen A. 2003. Yrityksen asiakasmarkkinointi. EDITA, Helsinki
- Drummond G., Ensor J. & Ashford R 2008. Strategic marketing: planning and control. Elsevier Ltd., London
- Grönroos C. 2001. Service management and marketing. John Wiley & Sons, Ltd, England
- Hayes B. E. 1998. Measuring customer satisfaction: survey design, use, and statistical analysis methods. ASQ quality press, Milwaukee, Wisconsin
- Heikkilä T. 2005. Tilastollinen tutkimus. EDITA, Helsinki
- Heikkilä T. 2008. Tilastollinen tutkimus. EDITA, Helsinki
- Lotti L. 1996. Markkinointitutkimuksen käsikirja. WSOY:n graafiset laitokset, Porvoo
- Nair, Suja R. 2009. Consumer Behaviour and Marketing Research. Himalaya Publishing House, Mumbai
- Noel H. 2009. Basic marketing 01: consumer behavior. AVA Publishing SA London
- Peppers D. & Rogers M. 2004. Managing customer relationships: a strategic framework. John Wiley & Sons, Inc. Hoboken, New Jersey
- Rope T. 1998. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. WSOY, Juva
- Rope T. 2000 Suuri markkinointikirja Kauppakaari Oyj, Helsinki

Vilkka H. 2007. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Kustannusosakeyhtiö Tammi, Helsinki

## LIITTEET

### LIITE 1. Kysely

Taustakysymykset:

Valitse oikea vaihtoehto:

1.Sukupuoli:

1. Mies
2. Nainen

2.Ikä

1. Alle 20 vuotta
2. 20-29 vuotta
3. 30-39 vuotta
4. 40-49 vuotta
5. 50-59 vuotta
6. 60 vuotta tai yli

3.Asuinalue

- 1.Pohjois-Suomi
- 2.Keski-Suomi
- 3.Itä-Suomi
- 4.Länsi-Suomi
- 5.Etelä-Suomi

4. Minkä laikarodun omistat

1. Itä-Siperian Laika
2. Länsi-Siperian Laika
3. Venäläis-Eurooppalainen Laika
4. En Tällä hetkellä omista Laikakoira

5. Millainen Suomen Laikajärjestö ry:n jäsenyys sinulla on?

1. Vuosijäsen
2. Yhdistysjäsen
3. Ainaisjäsen
4. Perhejäsen
5. Nuorisojäsen
6. Muu, mikä? \_\_\_\_

Kysymyksien A-osiossa vastatkaa mielipiteenne mukaisesti numeroin 1-5, josta 1 on erittäin tyytyväinen, 2 tyytyväinen, 3 ei tyytyväinen eikä tyytymätön, 4 tyytymätön ja 5 erittäin tyytymätön. Kysymyksissä on kaksi kohtaa, joista A kohdassa vastaatte kysymykseen ja kohdassa B vastaatte siihen, miten tärkeänä pidätte kysymyksen käsittelemää aihetta. B-kohdan kysymyksissä asteikko tarkoittaa 1 erittäin tärkeä, 2 tärkeä, 3 ei tärkeä eikä turha, 4 melko turha, 5 turha

1. Miten tyytyväinen olette Suomen Laikajärjestö ry:n julkaisemaan Laika-Lehden ulkoasun siisteyteen?

A:     1        2        3        4        5

Miten tärkeänä pidätte Laika-Lehden ulkoasun siisteyttä Laikajärjestön toiminnan kannalta?

B:     1        2        3        4        5

2. Miten tyytyväinen olette Laika-lehden sisällön selkeyteen?

A:     1        2        3        4        5

Miten tärkeänä pidätte Laika-Lehden selkeyttä?



B:     1       2       3       4       5

3 .Miten tyytyväinen olisit, jos Laika-lehti siirtyisi täysin sähköiseen muotoon?

A:     1       2       3       4       5

Miten tärkeänä pidät Laika-lehden siirtymistä sähköiseen muotoon?

B:     1       2       3       4       5

4. Miten tyytyväinen olet Laika-lehteen kokonaisuutena?

A:     1       2       3       4       5

Miten tärkeänä pidätte Laika-lehteä?

B:     1       2       3       4       5

5. Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivujen ulkoasun siisteyteen?

A:     1       2       3       4       5

Miten tärkeänä pidät Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivujen ulkoasun siisteyttä?

B:     1       2       3       4       5

6. Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivujen selkeyteen?

A:     1       2       3       4       5

Miten tärkeänä pidät Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivujen selkeyttä?

B:     1       2       3       4       5

7. Miten tyytyväinen olette Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivuihin kokonaisuutena?

A:     1       2       3       4       5

Miten tärkeänä pidätte järjestön verkkosivuja?

B:     1       2       3       4       5

8. Miten tyytyväinen olet suomen Laikajärjestö ry:n tarjoamiin jalostuspalveluihin ja siihen miten ne vastaavat tarpeitasi?

A:     1       2       3       4       5

Miten tärkeänä pidätte järjestön tarjoamia jalostuspalveluita?

B:     1       2       3       4       5

9. Miten tyytyväinen olet yhdistyksen jalostustoiminnan määrään? (onko palveluja saatavilla tarpeeksi omiin tarpeisiisi nähden?)

A:     1        2        3        4        5

Miten tärkeänä pidätte yhdistyksen tarjoamia jalostustoiminnan palveluja?

B:     1        2        3        4        5

10. Miten tyytyväinen olet yhdistyksen astutuspalstan toimintaan?

A:     1        2        3        4        5

Miten tärkeänä pidätte yhdistyksen astutuspalstaa?

B:     1        2        3        4        5

11. Miten tyytyväinen olet yhdistyksen astutuspalstan sääntöihin?

A:     1        2        3        4        5

Miten tärkeinä pidätte yhdistyksen astutuspalstalle asettamia sääntöjä?

B:     1        2        3        4        5

12. Otatko yhteyttä järjestön jalostusneuvontaan astutusta suunniteltaessa?

1. Kyllä

2. Ei, miksi? \_

13. Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n toimintaan ja miten hyvin järjestön toiminta vastaa tarpeitasi?

A:     1        2        3        4        5

Miten tärkeänä pidätte Suomen Laikajärjestö ry:n toimintaa?

B:     1        2        3        4        5

14. Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestä ry:n hallituksen toimintaan ja miten hallituksen toiminta vastaa tarpeitasi?

A:     1        2        3        4        5

Miten tärkeänä pidätte järjestön hallituksen toimintaa?

B:     1        2        3        4        5

15. Miten tyytyväinen olet järjestön tiedottamiseen kilpailuista?

A: 1 2 3 4 5

Miten tärkeänä pidät järjestön kilpailuista tiedottamista?

B: 1 2 3 4 5

16. Miten tyytyväinen olet järjestön tiedottamiseen järjestyksen kokouksista ja niiden ajan-  
kohdista?

A: 1 2 3 4 5

Miten tärkeänä pidät järjestön kokouksista tiedottamista?

B: 1 2 3 4 5

17. Miten tyytyväinen olet järjestön tiedottamiseen? Tunnetko olevasi tietoinen järjestön jär-  
jestämistä palveluista?

A: 1 2 3 4 5

Miten tärkeänä pidät järjestön tiedottamistoimintaa?

B: 1 2 3 4 5

18. Miten tyytyväinen olet järjestön toimihenkilöiden toiminnan riipeyteen?

A: 1 2 3 4 5

Miten tärkeänä pidät järjestön toimihenkilöiden toiminnan riipeyttä?

B: 1 2 3 4 5

19. Miten tyytyväinen olet järjestön toimihenkilöiden ammattitaitoisuuteen?

A: 1 2 3 4 5

Miten tärkeänä pidät toimihenkilöiden ammattitaitoisuutta?

B: 1 2 3 4 5

20. Miten tyytyväinen olet järjestön toimihenkilöiden käyttäytymiseen palvelutilanteessa?

A: 1 2 3 4 5

Miten tärkeänä pidät järjestön toimihenkilöiden hyvää käytöstä palvelutilanteissa?

B: 1 2 3 4 5

21. Mistä saat parhaiten tietoa järjestön toiminnasta?

1. Laika-lehti
2. Laikajärjestö ry:n verkkosivut
3. Muu kanava, mikä? \_\_\_\_

22. Mistä toivoisit saavasi tietoa järjestön toiminnasta tulevaisuudessa?

1. Laika-lehti
2. Laika-lehti verkossa
3. Laikajärjestö ry:n verkkosivut
4. Muu, mikä? \_\_\_\_

23. Mitä jäsenpalveluja haluaisit Laikajärjestöltä tulevaisuudessa?

—

24. Miten haluaisit järjestön toiminnan kehittyvän?

—

25. Miten tahtoisit järjestön hallituksen toiminnan kehittyvän?

—

26. Miten haluaisit järjestön astutus ja/tai jalostustoiminnan kehittyvän?

—

27. Miten haluaisit yhdistyksen verkkosivujen kehittyvän?

—

28. Miten haluaisit laikalehden kehittyvän tulevina vuosina?

—

Avoimien kysymysten vastaukset:

Millainen Suomen Laikajärjestö ry:n jäsenyys sinulla on? Jokin muu, mikä

-

12. Otatko yhteyttä järjestön jalostusneuvontaan astutusta suunniteltaessa? Ei, miksi?

Ei käytä astutuspalveluita tai pitää palveluita turhana

-ei ole ollut ajankohtaista

-ei astutusta

-turhaa

-ei jalostuskoiria

-en harjoita astutustoimintaa

-ei tarvetta

-en kasvata

-Liian hidasta toimintaa

-Ei ole aikaa

-höpöä hommailua

Vastaukset, joissa ihmiset haluavat ottaa itse vastuun tai tietävät itse paremmin

-Koska minusta kriteerit on vedetty liian kireälle sukusiitostasteella 1,5 % on liian kireä, jolloin hyviä yhdistelmiä jäät toteutumatta.

-Itse tiedän paremmin

-Vastuun kannan itse

-Höpöä homailua

-Teen itse omat suunnitelmani

Tyytymättömyyden ilmauksia

-Yksilön vapautta ei kunnioiteta. Suositella voi mutta ei määrätä.

-Terveystyössä painotetaan osin mielestäni väärä alueita

-Itä-laika jaosto ei toimi enää millään tavalla se pitää vaihtaa koko porukka. Kun ovat omaan napaan tuijottajia!

21. Mistä saat parhaiten tietoa järjestön toiminnasta

-omat haut netistä

-Soittamalla

-Puskaradiosta

22. Mistä toivoisit saavasi tietoa järjestön toiminnasta tulevaisuudessa? Jokin muu, mikä?

Muut

-Email

-facebook

-en halua luopua lehdestä

Lehti ja verkkosivut

-lehti ja verkko

-kaikki em käy

-pidän sekä lehteä että verkkosivuja tärkeänä

-verkko ja lehti molemmista, eivät ole toisiaan pois sulkevia

-Laika-lehti/verkkosivut.

23. Mitä jäsenpalveluja haluaisit Suomen Laikajärjestö ry:ltä tulevaisuudessa?

Tyytyväiset kommentit ilman varsinaisia ehdotuksia

-Vastaa tarpeita

-Samat kuin ennenkin.

-Olen tyytyväinen olemassa oleviin

-Nykyiset riittävät

-Nykyiset palvelut, ennen kaikkea Laika-lehti joka tulee jäsenille netti taas tökkii jokaisella.

-Säilyttää entiset ennallaan niitä haluaville

-Samat kuin nykyisin

Astutus ja jalostustoimintaan sekä kasvatukseen liittyviä ehdotuksia

-Pennunvalintaan apua

-Astutuspalvelua/tietoa syntyneistä pentueista

-puolueetonta neuvontaa jalostus neuvonnassa ja pennun hankinnassa eikä rassistista syrjintää.

-Jalostuspalvelut, koulutuspalveluja mahdollisuuksien mukaan, yhteisiä seminaareja esim. muiden rotujärjestöjen kanssa esim terveyteen liittyen, kilpailut, päänäyttely ja kenties joku muu kesäinen tapahtuma

-monipuolisemman astutuspalstan

-Jalostusneuvontaa, pentuneuvontaa, koe- ja kilpailuneuvontaa, mahdollisesti ongelmatapauksissa yhteyshenkilö esim lainopilliseen neuvontaan

-jalostuspalvelu koulutuspalveluja seminaareja terveyteen liittyen kilpailuja

-Jalostusneuvonta ja pentuvälitys ja Laika-lehti

-Reppumiehille koiran välitys, niiden yksilöiden osalta joilla vain käyttöarvo eikä voida käyttää jalostukseen. Jokainen turhaan lopetettu laika on liikaa, reppumiehet kuitenkin mainostaa omia toimivia koiriaan ja näin rodun hyvä maine metsästys koirana kasvaa

Järjestön tapahtumiin ja toimintaan liittyvät ehdotukset

-tapahtumat, näyttelyt

-koulutus, tapahtumat

-Kesäpäiviä / talvipäiviä. Yhteisiä tapahtumia, koulutuksia ja luentoja

-Huomioikaa koko Suomi palveluissanne tasa-arvoisesti – elämä on myös oulun pohjoispuolella

-Seminaareja, koulutuksia jalostuksesta ympäri Suomen. Kasvattajien ja narttunsa pennuttajien tietotaitoa tulisi lisätä ihan kasvatuksen perusteista lähtien pentujen asianmukaiseen hoitoon ja muuhun liittyen.



#### 24. Miten haluaisit järjestön toiminnan kehittyvän?

Ei varsinaista ehdotusta tai tyytyväinen nykyiseen toimintaan

-Olen jo tyytyväinen

-Vastata uusiin haasteisiin.

-Olemassa olevia palveluja kehitettäisiin edelleen.

-Laikajärjestö on erittäin sisänpäin lämpeä ja koostuu lähinnä kateellisista ja kyräilevistä henkilöistä,

Hallituksen ja järjestön toimintaan liittyvät ehdotukset

-Hallituksen toiminnan pitäisi muuttua ammattitaitoisempaan suuntaan.

-Toivoisin järjestön olevan näkyvämmiin esillä.

-Talous kuntoon.Jäsenistö mukaan ME henki.

-Voisi ottaa osaa kesäpäiviin. koutusta tällaisiin tapahtumiin esim tuomari korttikoulutus-ta/päivitystä, jalostuksesta, luentoja esim karhun metsästäyksestä.

-Lisää jäseniä

Rotujen painotukseen liittyvät ehdotukset ja hyvinvointiin liittyvät ehdotukset

-Mahdollisimman paljon tietoa seuraavista 1. Asioista jotka liittyvän koiran hyvinvointiin 2. Metsästys

-nämä henkilöt ulos toiminnasta kokonaan jotka ajattelee vain omaa parastaan ja haukkuvat ja valehtelevat toisista kasvattajista.

-Metsästyksellisyyden suuntaan

-Ei oman edun tavoittelua eikä oman rodun edun tavoittelua vaan kaikkien rotujen tasapuo-lista kohtelua varsinkin hallituksen tekemisissä.

- Koetoiminta ja erilaisten koemuotojen kehittäminen eri riistaeläimille.
- Edustamien koirarotujen parhaaksi. Ei kasvattajien maineen vuoksi.
- lisää toimintaa
- tietoa koirista
- moniriistaisuuden vaalimiseen eikä painoteta suur-riistaa liiaksi
- kannustaa enempi moniriistaisuuden puolta itä-länsi & vellu jaostoissa. Muuttaa tai ottaa käytäntöön laikoille venäläistyyppinen koejärjestelmä , missä arvostellaan koiria sen mukaan mitä siellä metsässä sitten haukkuvatkaan, eikä pelkästään hirvi ole se tärkein koe muoto.
- Tämä nyt riippuu tietysti monesta muustakin tahosta kuin järjestöstä, mutta mielelläni näkisin julkisen terveystietokannan perustettavan Järjestön kotisivuille. Terveystiedot siis julkisiksi eikä vaan tiettyjen jalostustoimikunnan jäsenten käyttöön. Mallia Ruottin puolelta.
- Jalostusneuvonta kaikille roduille asiantuntijapohjalta (jalostustieteilijä, -agronomi, geneetikko yms, ei maallikkopohjalta ja ei subjektiivisesti tiettyjä kasvattajia suosivia), hallitukseen tekeviä henkilöitä, eikä vain tittelinkipeitä.

#### Tiedottamiseen liittyvät ehdotukset

- esim facebookin kautta tiedottaminen
- Lehti myös nettiin ja vuosikirja
- Saada laika yleistymään, ehkä markkinointi netissä on tärkein. Sillä ainoastaan netissä voi lukea infoa esimerkiksi laikasivuilla ne henkilöt jotka eivät ole jäseniä. Kuten suurin osa valtakunasta ei ole. Ne 5 miljoonaa lukijaa ovat ne tärkeimmät.

## Nuorisotyöhön liittyviä ehdotuksia

### -nuorisotyö

-Nuoret mukaan järjestön toimintaan! Tällä hetkellä tuntuu, että vain vanhat ukot ovat toiminnan keskipisteenä. Nuoret toisivat uutta verta ja uusia näkökantoja. On monta nuorta, jotka haluaisivat osallistua enemmän toimintaan. Nuoret ehdottomasti mukaan, koska heissä on kuitenkin tulevaisuus!

## Avoimuuteen ja järjestön hengen kohottamiseen liittyvät ehdotukset

### -Avoimuutta lisää!

-Pienehkönä järjestönä toivoisi sisäisen yhteistyön merkityksen korostuvan tulevaisuudessa

-Riitelyt heti pois päiväjärjestyksestä ja keskittyä kaikkiin rotuihin tasapuolisesti.

-Avoimuutta ja ripeää asioiden hoitoa.

-jotenkin avoimuutta lisää , kun useammaltakin kuullut kommentteja tyyliin. se on semmosta pienen piirin puuhastelua ja omien/kaverin (koirien/kasvattien)etujen ajamista.

-avoimemmaksi ja kokonaisuutta ajattelevaksi oman edun tavoittelu täytyy kasvattajien unohtaa

-Kansainvälistyvän, eli yhteistyötä muiden maiden kanssa enemmän

--avoimemmaksi - oman edun tavoittelu pois kasvatus- ja jalostustoiminnassa - järjestön tulevaisuuden kehittäminen ja toiminnan turvaaminen on yhteinen tehtävä - varaihankintaan on osallistuttava suuremmalla joukolla. Ei ole oikein, että vain ja ainoastaan hallituksen rooli on talouden turvaaminen. - hyvät käytöstavat kunniaan jokaisella osa-alueella. Aina pitää muistaa, että edustan Suomen laikajärjestöä, olinpa sitten jäsen tai toimihenkilö ym. - muistettava sekin seikka, että järjestö on jäseniä varten eikä että järjestö on hallitusta varten. Jäsentien näkemykset ja toiveet tulee ottaa huomioon kohtuudella. Olemme, niin pieni rotujärjestö, jolla ei ole ei ole minkään asian suhteen vara menettää olemassa olevia jäseniään. Jäsenmäärän tulisi olla nousujohteinen koko ajan, silloin se huokuu sitä seikkaa, että ollaan tehty asioita oikein ja on saatu laikoja oikealla tavalla tunnetuksi. Yleisesti on se mielikuva, että

olemme riitaisin rotujärjestö ja tämä seikka meidän pitäisi pystyä parantamaan. Meidän täytyy saada toimintaa yhtenäisemmäksi ja pyrkimyksemme samoihin päämääriin tapahtuisi yhteisesti sovittujen asioiden kautta. Yhteenhiileen puhaltaminen tulisi saada johtolangaksi läpi järjestön. Toki, että on vain pieni joukko jäseniä, jotka aiheuttavat koko ajan jollain toiminnalla selkkauksia järjestössä ja tämä sitten antaa julkisuuteen kuvan riitaisesta joukosta. Tuskinpa kaikki toimivat samoin.

-Vastaus yllä. Avoimempaa toimintaa.

-Jalostus palvelut joihin satsata ja pitää laatua yllä. Ei mennä huutajien mukaan vain huomioida ja toimia sen mukaan. Asioista tiedottaa ja toimihenkilö paikat "tuulisia" joskin monesti henkilöt itse aiheuttavat. Ei herkkä nahkaisten paikka. Joskin pitäisi toimia yhteisen edun mukaisesti eikä valtaa pitävien mieliksi. Historia järjestöllä jo turhan riitainen ja omaa etua ajaneita ollut (onko sama nytkin?) Itä-länsi ottelut, vaikka hyvinkin voisi yhteistä olla. Sitten räikeää omien etujen ajoa. Eli palveltaisiin rodun ja jäsenistön eikä oman/kasvattajien etuja.

#### Toiminnan sijaintiin liittyvät ehdotukset

- Toimintaa voisi enemmän olla myös läntisessä Suomessa
- Enemmän kokeita ja näyttelyitä Etelä-Pohjanmaan alueella.
- Näyttelyitä järjestön sisälle enemmän/pohjoisemmaksi

#### 25. Miten tahtoisit järjestön hallituksen toiminnan kehittyvän?

Hallituksen avoimuutta toivovat ja kantaa ottavat kommentit

- Vastaus yllä. avoimuutta
- lisää avoimuutta jäseniä kohtaan jotka yrittävät saada selville järjestön toiminnasta ja omistavat väärän kennelin koiran.
- Ottaisivat enemmän kantaa asioihin keskustelualueella
- Avoimuutena jäsenistöä kohtaan. Jäsenten ongelmien/kysymysten pikainen rekointi.
- Avointa toimintaa avoimessa ympäristössä.

## Hallituksen toimintaan liittyvät ehdotukset

- hallituksen tehtävänä on turvata järjestön elintoiminnot ja vastata niiden kehittymisestä, niin toiminnallisesti kuin taloudellisestikin - hallitukseen hakeutuvien henkiköiden täytyy olla aidosti kiinnostuneita asiastaan. Järjestö ei kaipaa riippakiviä eikä osallistumattomia henkilöitä, joista on vain "kiva" olla hallituksessa. Jos ei ole aikaa järjestötoimintaan, niin silloin se pitää miettiä ennekuin asettuu ehdolle toimihenkilöksi. -hallituksen on kokoonnuttava säännöllisemmin ja tiedotettava toiminnasta aika-ajoin jäsenistölle -puheenjohtajan rooli on merkittävä siinä asiassa, mihin suuntaan järjestö menee. Hänellä täytyy olla narut käsissään ja olla aktiivisen osallistuva ote asiaan kuin asiaan. Hallituksella täytyy olla oma toimintasuunnitelma itselleen, jonka mukaan se etenee normaalitilanteessa. Puheenjohtajan on valvottava päätösten täytäntöönpanoa. - hallituksen tulisi antaa yleisesti väliaikatietoja ym. jäsenistölleen esim keskustelupalstalla ja lehdessä - tiedottaminen yleisesti pitää saada avoimemmaksi - eri toimihenkilöiden toiminta myös tehokkaammaksi esim. sihteerin tehtävistä maksetaan korvausta, joten ne eivät voi hoitua vain sinnepäin ja melkoisella viiveellä tai ei ollenkaan. - virallinen hallituksen asioiden hoitopaikka on sisäinen keskustelupalsta. Jokainen hallitusjäsen on velvoitettava tiettyyn aikaraamiin, jonka sisällä on siellä esiin nousseihin asioihin reagoitava. Jos ei ole aikaa käydä hoitamassa siellä asioita, niin kannattanee tarkastella peiliä ja miettiä miksi olen toiminnassa mukana.

-Rakentavaan suuntaan

--yhteistyökykyisemmäksi ja ripeämmäksi

--Ks edellinen ja lisää innovatiivisuutta, rohkeutta.

--Kentän ääntä kuunnellen.

-Toiminta ja talous kunnossa.

-Ajetaan järjestön etua ei omaa!!

## Ehdotukset, joissa toivotaan hallituksen uudistamista

-Puheenjohtajan vaihto Tuikkaan ja muutama itäisen edustajan vaihto. Vanhan klaanin pois-pitäminen hallituksen toiminnasta (Paloheimo, Osmala, Pynnönen ja Viljas)

-Tarvitaan puheenjohtaja, joka johtaa toimintaa eikä vain katso sivusta.

-Enemmän arvostusta kaikenriistan metsästyksen ja kokeisiin. Ei pelkästään suurriista puoleen.

- Toivotan intoa hallituksessa työskenteleville että jaksavat säilyttää edes nykyiset toimintaraamit
- Puheenjohtajalle heti kenkää ja osalle hallitusjäsenille myös.
- Toiminnan tulisi olla suunnitelmallisempaa ja enemmän puheenjohtajavetoista.
- Oman navan tuijottelijat hallituksen täytyy karsia välittömästi ettei jäsenistön tarvitse itse tutkia esim itä-jaoston törkeitä maailman laajuisia kirjoituksia toisten kasvattajien musta maalaamiseksi mitä on tapahtunutkin jo.

#### Parempaa tiedottamista toivovat ehdotukset

- tiedotus parempi
- tonkivan koirista tietoa jotka toimii muttei käy kokeissa
- ehkä enempi tuollaista näkyvyyttä päätösten teossa jäsenille, et minkä perusteella päätöksiä hallitus tekee.
- Enemmän infoa hallituksen toiminnasta. Nettisivuilla en ainakaan ole sen kummemmin törmännyt toimintasuunnitelmiin? Tai sitten eivät ole tarpeeksi näkyvällä paikalla?

#### Muut kommentit

- Ennallaan.
- Ihme sählääminen pois ja reilua peliä. Ei ole uutena jäsenenä mukava tulla keskelle kiehuvaa keitosta :-(
- Että tulisi enemmän yhteen hiileen puhaltamista,eikä nykyisenkaltaista kuppikuntaisuutta
- Aktivoituvan ja suurimman osan henkilöiden vaihtuvan.
- hallituksella yhtenäinen linja asioiden hoitoon.

26. Miten tahtoisit järjestön astutus ja / tai jalostustoiminnan kehittyvän?

#### Tyytyväisyyttä ilmaisevat ehdotukset

- Ennallaan.
- Se menee nyt juuri oikeaan suuntaan, jatkakaa samaa rataa
- Nyt mennään oikeaan suuntaan!
- Hyvällä mallilla.
- Se on ok.

- Samaan suuntaan vaan
- parantunut aikaisempaan
- Mielestäni nyt voimassa olevat astutuspalsta säännöt ovat hyvät.

#### Itälaikaan tyytymättömät ehdotukset

- Itälaika puolen jalostustoiminta ei ole sillä tasolla, kuin sen kuuluisi olla. Jalostustoiminnan pitäisi muuttua avoimempaan suuntaan ja turhat rajoitteet astutuspalstalta pois.
- Uusi itä-laika jaosto mikä kasataan toivottavasti jo ennen vuosi kokousta. Ja jäsenistön täytyy saada kaikki yhdistelmät palstalle näkyviin ja myöskin ei jäsenten yhdistelmät 50 euron hinnalla.
- Missä on itälaikojen astutukset ja pennut?? Eikö enää pentuja oteta listoille vai mitä?

#### Jalostukseen ja terveyspuoleen liittyvät ehdotukset

- kiinnitetää huomiota koirien periytyviin sairauksiin. Uutta verta kehiin
- Pitää muistaa laaja geenipohja, ja penturaja / koira
- Esimerkiksi Suomessa tarjolla olevista uroksista, joita voisi käyttää jalostukseen ja kattavat kriteerit - tarkastettuja - urosrekisteri.
- jalostuksessa täytyy ottaa entistä enemmän huomioon terveys, jotta laikojen tulevaisuus olisi turvattu 15 vuoden päästäkin - jalostusentavoiteohjelmat olisi saatava viipymättä, niin turha paskankeitto lopuusi siihen. Kaikilla on samat säännöt ja ohjeet (pitäisi toki olla nytkin). Yhteiset jalostukselliset linjaukset ovat silloin yleisen kokouksen hyväksymät, eikä vain ja ai-noastaan jaostojen ja "enemmistö" hallituksen leimaamat. - oman edun tavoittelu pois, asial-lisuutta ja ammattimaisuutta toimintaan ja palveluun - jalostustoimikuntiin vain sellaisia jäse-niä, jotka oikeasti haluavat kehittää rotuja kokonaisvaltaisesti. - puolueettomuus on tärkein seikka, mikä jalostustoimikunnan täytyy muistaa kaikessa toiminnassaan - saataisiin mahdolli-simman monet astutukset jalostustoiminnan piiriin ja näkysälle astutuspalstalle. Sekään ei ole julkisuudelle kovinkaan miellyttävä seikka, että astutuksia tapahtuu, mutta astutuspalsta on tyhjiillään. Silloin mättää jossain kohtaa. Euro ei saisi olla konsultoimassa jalostustoimintaa eikä sen tavoitteellisia päämääriä.
- Jalostuskriteerejä tulisi vielä tarkastella uusiksi. 1,5 % sukusiitosaste on mielestäni liian kor-kea. Parempi olisi 2,0%, jolloin vielä hyviä yhdistelmiä tulisi, pilaamatta yhdistelmää suurella sukusiitosasteella. Tällä hetkellä on täysin mahdotonta saada suositusta etenkin sellaisille lai-

koille, jotka on jo pilattu aikaisemmin liian suurilla sukukertoimilla. Venäjältä eikä muualta-  
kaan taida tulla koiria, jotka sekottaisivat hieman verta. Lisäksi niitä uroksia tulisi saada käyt-  
tää, joita nartun omistaja haluaa ja jos halutaan populaation kehittyvän. Karhuverisiä ja kun-  
non hirviverisiä uroksia ei taida olla montakaan. Jos tällainen löytyy, yhdistelmä kaatuu joko  
liian suureen sukusiitosprosenttiin tai uroksen omistaja ei anna urosta jalostukseen.

### Jalostusneuvontaan liittyvät ehdotukset

-Jalostusneuvontaa ryhmältä, en yksittäisiltä henkilöiltä. Harkittuja ja jalostusneuvontalo-  
makkeen toivomukset huomioiden annettuja lausuntoja. Myös kunnon perustelut päätöksiin,  
sisältäen päätökseen johtavat yksityiskohtaiset tiedot. Toivoisin myös, että jalostusneuvonta-  
jaoston nimissä annettujen lausuntojen, vähintään koirien tiedot, olisivat oikein. Tämä toisi  
lisää uskottavuutta anettuihin lausuntoihin.

-Kaikki astutukset astutuspalstalle ilman rajoituksia. Jalostus toimikunta voi laittaa omia  
huomautuksia ilmoituksen yhteyteen.

-manipuloijat ulos!!! täysin puolueetonta neuvontaa tilastojen ja tiedossa olevien koirien ja  
sääntöjen puitteissa myös jalostusneuvontaa pyytäneen kuulemista ja kertomista mikä voi  
olla #vääriä# kuvitelmaa jalostuksessa että odotukset ovat ensi kertalaisellakin toteutettavis-  
sa. miten esimerkiksi pennutus tulisi käytännössä järjestää kohtuu kustannuksin kun koira  
talo puuttuu ja asunnossa on pieniä tai nuoria lapsia

Lisää tietoa yhdistelimestä. Sairaudet, ulkomaiset diblomit suvuissa

-Käyttöominaisuuksia suosivasti

-kaikille avoin astutuspalsta ilman ehtoja!

-Koska laika on kaiken riistan koira, niin pelkkien hirvitulosten perusteella tehtävä jalostus ei  
vie rotua eteenpäin.

-Neuvonnat ovat venyneet kohtuuttomasti. Ripeämpää toimintaa toivoisin.

-lähes kaikki astutukset jalostusneuvonnan piiriin

-Järjestön pentueiden hyväksynät kokonaan pois. Jokainen kasvattaja on itse pentueesta  
vastuussa ja jokaisella tulisi olla ihan suora oikeus käyttää valitsemaansa urosta nartulleen.

Jalostustoimikunta koostuu ihmisistä, joilla monilla saattaa olla vähemmän tietotaitoa kuin  
kasvattajalla itsellään. Vaikka toki yrittävät olla objektiivisia, näissäkin asioissa subjektiivinen  
näkemys on monesti esillä. Astutuslupan kysyminen tuntuu siis hieman ihmeelliseltä. Uros-  
suosituksia kasvattajan kysyessä on hyvä tietysti antaa. Se ei toki tarkoita, että unohdettaisiin  
terveyspuoli kokonaan. Astutuspalsta palvelisi mielestäni parhaiten ihan vaan niin, että sinne



olisi pääsy kaikilla pentueilla. Voisi olla kaksi A ja B listat kuten on nytkin. Toiseen listaan pääsee ne pentueet, jotka täyttävät jalostussuosituksia. Toiseen listaan ne, jotka ei täytä. Jokaisen pentueen kohdalle kirjattaisiin syy, miksei ko. pentue täytä jalostussuosituksia. Esim. jos on terveystietokanta kerrotaan, mikä se on ja jos puuttuu terveystutkimuksia, koetuloksia, sekin mainitaan erikseen. Lisäksi jokaisen pentueen kohdalla olisi jo valmiiksi eriteltynä vanhempien terveystutkimukset, koetulokset, näyttelytulokset (parhain tulos tai valionarvo) jne. Helppo pennunostajilla heti yhdesät paikasta katsoa ja löytää tarvittavat tiedot. Mallia tällaiseen löytyy muilta roduilta. Lisäsihän sitte oli kasvattajilla urosvalintojen, yhdistelmän suunnittelussa tukena se järjestön ylläpitämä, julkinen terveystietokanta (puhuin siitä yllä), jossa olisi koirien terveystiedot saatavilla ihan jokaisen nähtäväksi Ruotsin malliin. Lisäksi toivoin, että jo syntyneiden pentueiden lisäksi astutuspalstalle pääsisi mukaan suunnitellut pentueet. Esim. vaikka aikarajaksi voidaan laittaa vuosi taikka puoli vuotta ennen voi kasvattaja ilmoittaa tulevan pentueensa. Palvelee pennunostajaa paremmin, kun voi hyvissä ajoin olla yhteydessä siihen omimmalta vaikuttavaan pentueeseen ja yleensäkin pentueen valinta on helpompaa, kun on tiedossa mitä pentueita mahdollisesti on tuloillaan.

-järjestön pitäisi etsiä/tiedustella aktiivisesti pelaavia koiria, ja yrittää patistaa omistajia kokeisiin ja myöskin pennuttamaan vain pelaavia koiria. järjestö voisi tuoda myöskin ulkomailta jalostus koiria...

-Aktiivisesti etsittäisiin hyviä yhdistelmiä ja saatettaisiin nartun ja uroksen omistajat yhteen ja toivotaan, että pentuja tulisi.

-jäsenien astutukset ilmaiseksi palstalle

-Asiantuntijat asialle ja mutua miehet vaihtoon !

-Käyttövaliouron jalostuskäyttö sallittava myös kokeissa käymättömille nartuille.

-Jalostustoiminnan tulisi olla enemmän ohjaavaa, ei liian määräävää. Tämän hetken jalostuskunnuilla aivan liian hätäiset määräävät vaatimukset, hallituksen myötäeläessä.

-Ehdottomasti viemään rotua eteenpäin (terveys, riistavietti). avoimuus esim nettipalvelussa. Jalostusneuvonnan lausunto astutuksesta julkiseksi?

-säveltäjät pois

-saada mehtäkoiria panemaan

-takaisin vanhaan malliin

-Paperiton kauppa rehoittaa kun ei rodun omasta järjestöstä saa tietoa tulevista pentueista.

-Maalaisjärkee.

-Mahdollisimman moni astutus järjestön ja jaostojen kautta/neuvontaa apuna käyttäen

- länsilaika puolella toimii hyvin tällä-hetkellä. Jos saataisiin venäläistyyppinen koe käytäntö esimerkiksi tukemaan koirien jalostustoimintaa vaikka vain epävirallisesti nykyisten tietojen rinnalle.
- Järjestön rotupohja on suhteellisen pieni ja terävä huippu lähes olematon. Näkemykseni mukaan tarvitaan jalostuspohjaa laajemmaksi kunnon riistaverisistä koirista tuontipuolelta, jotta saataisiin jalostuksesta pois "vajaanerän" taapertajat
- jalostus ohjeet yhtenäisiksi kaikille kolmelle rodulle jalostus neuvojat voisivat kysyä neuvoja järjestön ulkopuolisilta jotka oikeasti tietävät koirien jalostamisesta.
- Järjestön jäsenille tieto laikasukujen terveydestä. Turhauttaa suunnitella pentuetta jos toinen vanhemmista onkin terveyden puolesta huono vaihtoehto! Pitäisi olla myös pienempi kynnys ottaa yhteyttä jalostusneuvontaan.
- Ajettaisiin rodun etua ei "bisneksen" Hyvään suuntaan oltiin menossa vain nyt taitaa "taantuma" olla.
- Avoimeen ja sallivampaan suuntaan, koska geenipooli on pieni.

## 27. Miten tahtoisit yhdistyksen verkkosivujen kehittyvän?

### Tyytyväisyyttä ilmaisevat ehdotukset

- Olen tyytyväinen
- Ennallaan.
- Ne on jo erinomaiset!
- ok
- Sivustoissa ei moitittavaa, mutta käyttäjät saisivat aktivoitua ja keskustella enemmän.
- Ne ovat erinomaiset
- Sivut mielestäni hyvä ja selkeät. Lähinnä uusille "laikalaisille" asiaa ja niitä varten pitääkin.

### Tiedottamiseen ja selkeyteen liittyvät ehdotukset

- ajankohtaiset asiat, valokuvia tapahtumista
- Selkeät verkkosivut
- Ajankohtaisten asioiden tiedottaminen hyvissä ajoin.
- Etusivu on jotenkin tylsä.

- yhdistyksen sivut ovat hieman epäselkeät ja tylsät. Niistä voisi tehdä hieman nykyaikaisemmat ja eloisammat...:)
- Selkeiksi
- Vähän selkeämmäksi. Esimerkiksi itse halusin pyytää jalostusneuvontaa järjestöltä. Missään nettisivuilla astutus-osiossa ei pistänyt silmään ohjeita miten tätä jalostusneuvontaa pyydetään. Laitoin järjestölle sähköpostia asiasta ja sain kyllä vastauksen että pitää täyttää jalostusneuvontalomake. Sitten menikin aikaa että löysin ko.lomakkeen nettisivuilta. Se ei ollut astutus-osiossa, ei lomakkeet-osiossa, kun aloin käymään kaikkia osioita läpi systemaattisesti löysin sen lopulta terveys yms, kyselyt- osiosta, josta en kyllä heti arvannut etsiä sitä. Eli vähän selkeyttä voisin näihin asioihin saada.
- ulkoasu selkeämmäksi ja ajankohtaiseksi tieto puolta lisätä verkkosivuille (terveyteen ja jalostamiseen liittyviä artikkeleita ym)
- Ajankohtaisia asioita ja tulevien "hehkutusta".
- ajantasalla pitämistä
- Enemmän infoa tapahtumista, kokeista ja näyttelyistä. Erityisesti jos laikoihin liittyvää! Valioesittelyihin voisi liittää omistajien puhelinnumerot jos ei aivan mahdottomuus? Helpottaisi yhteydenottoja suuntaan jos toiseenkin.
- Verkkosivujen päivitykset ajantasalle.

#### Keskustelupalstaan ja sen sääntöihin liittyvät ehdotukset

- Keskustelupalstalle kovemmat säännöt. Räkyttäjät heti pellolle eikä hyssytellä varoituksilla ja huomautuksilla! Sieltähän näkee järjestön kuvan ulkoapäin.
- Sensuroidaan turhat ja rakentamattomat jorinat.
- vapaa foorumi
- keskustelufoorumilla pitäisi olla mahdollista anonyyminä kirjoittelun. (työ, turvallisuus ja muiden vastaavien seikkojen takia.) Omalla nimellä kirjoittelu ei näytä edes nostavan keskustelujen tasoa.
- parantakaa turvallisuutta, ett hakkerit ei pääs kiusaa.

#### Muut kommentit

- Lisää markkinointia ja sitä kautta lisää laikoja markinoille ja sillä taataan tulevaisuudessa terveen rodun. Yhdistettynä tietenkin muihin kriteereihin kuten lonkka jne. tutkimukset.

- lisää myös nuorille sopivia linkkejä ja neuvontaa ei kaikki ole "miljonäärejä!" koiran pidosta,
- opettamisesta, -kasvattamisesta ja koiran kanssa harrastamisesta kuinka paljon se tarvitsee aikaa ja huolen pitoa. myös miten tietää milloin koira ei voi hyvin tai on sairas
- linkki astutuspalstalle keskustelualueelle
- Nopeutta lisää.
- Asiat sieltä löytyy, toki ainahan jotain asioita voi muuttaa ja toivottavasti suunta on parem-
- paan.
- Siihen suuntaan kun shhj ja spkj

28. Miten tahtoisit laikalehden kehittyvän tulevina vuosina?

Tyytyväisyyttä ilmaisevat kommentit

- Kuten nyt
- Ennallaan.
- Vastaa tarpeitani
- ok
- Minulle riittää lehti nykymuodossaan
- Samaan suuntaan kun shhj lehti mihinkä ollaan jo menossa.
- Lehden tulee ilmestyä kuten ennenkin. Vuosikirja numero voisi olla erikseen valittavissa lin-
- tu ja hirvi numerona.
- Hyvä lehti, sivut täyteen eikä sivujen täytettä jota joissakin numeroissa on. Jäsenistö aktiivis-
- ta ja joskus jopa ajoiks saapaa jos oteaan "hyöty irti" Yksille ihmisille tulee ja kannustaa jäse-
- nistöä oikeesti eikä liian toimitusneuvostoliittomaisesti toimia. Pieni piiri vaikka kuinkakin,
- kaikki saada mukaan. Kuppikuntaisuutta oli.

Lehden sisältöön ja verkkosivujen sisältöön parannusta toivovat kommentit

- Lehti toistaa välillä itseään...
- en osaa sanoa. ehkä lisä sivuja metsästys tilanteista joista nuoret alotteliat voisivat oppia ar-
- vostamaan ja kunnioittamaan tulevaa harrastusta
- Juttuja koirista ja niiden metsästyskokemuksista. Koulutus vinkkejä pennuille/aikuisille.
- Yleensäkin metsästyksessä laikoilla. Juttuja tuontikoirista ja niiden metsästys ominaisuuksista,
- sekä kerrotaisiin kenneleista ulkomailla mihin järjestöllä mahdollisesti suhteita.

- Ei ainakaan mitään metsästyskertomuksia tms, ne kuuluvat muualle. Asiaa, asiaa, asiaa!
- mielestäni se voisi olla myös verkossa
- Sisältöön tulisi panostaa enemmän. Nykyisin monet lehdet jääneet aika vaatimattomiksi sisällön osalta. Lisää monipuolisia juttuja, artikkeleja (koirien ruokintaa, jalostusta jne. jne.) kasvattajahaastatteluita. Mallia muiden rotujen lehdistä.
- Hyviä artikkeleita eri aloilta
- enemmän koiriin, kokeisiin yms. toimintaan liittyviä juttuja. mallia vois ottaa shhj:n lehdestä ja voishan sitä yrittää tehdä yhteistyötäkin jos omat resurssit ei tunnu riittävän
- Enemmän lukijoiden ja muiden metsästys ja muita kertomuksia
- Harrastusta alkaville oma ohje lehti toiminasta ja käytännöistä.
- Metsästystarinoita saisi olla mukana, sekä esimerkiksi järjestön jäsenten esittelyä koirineen.
- metsästys asiaa aina enemmän
- Enemmän asiaa koirista ja metsästyksestä laikoilla niin kotimaasta kuin ulkomailta. - Vähemmän tilastoja ja tuloksia.
- Vähemmän mainoksia.
- tuoreita juttuja
- Olisi hienoa jos lehdessä olisi myös tavallisten ihmisten kertomuksia rodusta ja sen käytöstä metsästyksessä. Voisi olla myös koiran koulutusvinkkejä, esimerkiksi kuinka pentua johdatellaan riistalle! Nykyään lehti tuntuu olevan jotenkin luettelomainen.
- Valistusta kasvattajille jalostuksesta

#### Ehdotukset joissa toivotaan sähköistä versiota

- Sähköinen versio käyttöön niin säästyy rahaa paljon.
- Sähköinen versio
- laikalehden teko on järjestölle hyvin kallis taakka, jos se vain on tulevaisuudessa mahdollista siirtää verkkoon, niin kannatan ajatusta. - toki siinä jää tietty määrä jäseniä ulkopuolelle ja tämäkin seikka täytyy huomioida, jos jäsenkatoa tulee juuri tämän seikan vuoksi.
- paperiversion lisäksi verkkosivuille
- www.. siis sähkönen muoto, jolloin jokainen voisi päättää miten lehtensä haluaa.. paperi versiot on jo historiaa nykypäivänä. silt ei kukaan jaksa lukea 1/2 lehteä esim. kaikenmailman näyttelytuloksia.. ne pitäis olla mahdollista ottaa tai jättää tulematta ( tarkoitan vuosikirjaa )
- Sähköinen versio käyttöön heti

Muut ehdotukset

- Olen jäsenenä kahdesta eri syystä 1. lehti - mieluiten sähköisenä 2. kannatusmielessä
- myös muuta kuin metsästysjuttuja joka lehdessä
- No huomioikaa myös edelleen pohjois-suomen jäsenistö myös.
- useampi numero

Vastausten frekvenssijakaumat:

**Ikä:**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Alle 20 vuotta	1	,8	,8	,8
	20-29 vuotta	15	12,2	12,2	13,0
	30-39 vuotta	36	29,3	29,3	42,3
	40-49 vuotta	33	26,8	26,8	69,1
	50-59 vuotta	26	21,1	21,1	90,2
	60 vuotta tai yli	12	9,8	9,8	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**Sukupuoli:**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mies	102	82,9	82,9	82,9
	Nainen	21	17,1	17,1	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**Asuinalue:**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pohjois-Suomi	49	39,8	39,8	39,8
	Keski-Suomi	10	8,1	8,1	48,0
	Itä-Suomi	30	24,4	24,4	72,4
	Länsi-Suomi	18	14,6	14,6	87,0
	Etelä-Suomi	16	13,0	13,0	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**Minkä laikarodun omistat?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Itäsiperianlaika	77	62,6	62,6	62,6
	Länsisiperianlaika	21	17,1	17,1	79,7
	Venäläis-eurooppalainen laika	18	14,6	14,6	94,3
	En tällä hetkellä omista lainakoiraa	7	5,7	5,7	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**Millainen Suomen Laikajärjestö ry:n jäsenyys sinulla on?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Vuosijäsen	103	83,7	83,7	83,7
	Yhdistysjäsen	6	4,9	4,9	88,6
	Ainaisjäsen	6	4,9	4,9	93,5
	Perhejäsen	6	4,9	4,9	98,4
	Nuorisojäsen	1	,8	,8	99,2
	Jokin muu, mikä	1	,8	,8	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**1 A). Miten tyytyväinen olette Suomen Laikajärjestö ry:n julkaiseman Laika-lehden ulkoasuun siisteyteen?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	4	3,3	3,3	3,3
	2. Tyytymätön	4	3,3	3,3	6,5
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	18	14,6	14,6	21,1
	4. Tyytyväinen	80	65,0	65,0	86,2
	5. Erittäin tyytyväinen	17	13,8	13,8	100,0
	Total	123	100,0	100,0	



**1 B). Miten tärkeänä pidätte Laika-lehden ulkoasun siisteyttä Laikajärjestön toiminnan kannalta?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	2	1,6	1,6	1,6
	2. Melko turha	5	4,1	4,1	5,7
	3. Ei tärkeä eikä turha	25	20,3	20,3	26,0
	4. Melko tärkeä	63	51,2	51,2	77,2
	5. Erittäin tärkeä	28	22,8	22,8	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**2 A). Miten tyytyväinen olette Laika-lehden sisällön selkeyteen?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	2	1,6	1,6	1,6
	2. Tyytymätön	8	6,5	6,5	8,1
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	30	24,4	24,4	32,5
	4. Tyytyväinen	75	61,0	61,0	93,5
	5. Erittäin tyytyväinen	8	6,5	6,5	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**2 B). Miten tärkeänä pidätte Laika-lehden selkeyttä?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	1	,8	,8	,8
	3. Ei tärkeä eikä turha	19	15,4	15,4	16,3
	4. Melko tärkeä	75	61,0	61,0	77,2
	5. Erittäin tärkeä	28	22,8	22,8	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**3 A). Miten tyytyväinen olisit, jos Laika-lehti siirtyisi täysin sähköiseen muotoon?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	43	35,0	35,0	35,0
	2. Tyytymätön	40	32,5	32,5	67,5
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	17	13,8	13,8	81,3
	4. Tyytyväinen	17	13,8	13,8	95,1
	5. Erittäin tyytyväinen	6	4,9	4,9	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**3 B). Miten tärkeänä pidät Laika-lehden siirtymistä sähköiseen muotoon?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	30	24,4	24,4	24,4
	2. Melko turha	44	35,8	35,8	60,2
	3. Ei tärkeä eikä turha	29	23,6	23,6	83,7
	4. Melko tärkeä	17	13,8	13,8	97,6
	5. Erittäin tärkeä	3	2,4	2,4	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**4 A). Miten tyytyväinen olet Laika-lehteen kokonaisuutena?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	2	1,6	1,6	1,6
	2. Tyytymätön	8	6,5	6,5	8,1
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	26	21,1	21,1	29,3
	4. Tyytyväinen	74	60,2	60,2	89,4
	5. Erittäin tyytyväinen	13	10,6	10,6	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**4 B). Miten tärkeänä pidätte Laika-lehteä?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	2	1,6	1,6	1,6
	2. Melko turha	4	3,3	3,3	4,9
	3. Ei tärkeä eikä turha	15	12,2	12,2	17,1
	4. Melko tärkeä	64	52,0	52,0	69,1
	5. Erittäin tärkeä	38	30,9	30,9	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**5 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivujen ulkoasun siisteyteen?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	1	,8	,8	,8
	2. Tyytymätön	9	7,3	7,3	8,1
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	31	25,2	25,2	33,3
	4. Tyytyväinen	72	58,5	58,5	91,9
	5. Erittäin tyytyväinen	10	8,1	8,1	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**5 B). Miten tärkeänä pidät Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivujen ulkoasun siisteyttä?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	1	,8	,8	,8
	2. Melko turha	1	,8	,8	1,6
	3. Ei tärkeä eikä turha	21	17,1	17,1	18,7
	4. Melko tärkeä	70	56,9	56,9	75,6
	5. Erittäin tärkeä	30	24,4	24,4	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**6 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivujen selkeyteen?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1. Erittäin tyytymätön	3	2,4	2,4	2,4
2. Tyytymätön	6	4,9	4,9	7,3
3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	31	25,2	25,2	32,5
4. Tyytyväinen	75	61,0	61,0	93,5
5. Erittäin tyytyväinen	8	6,5	6,5	100,0
Total	123	100,0	100,0	

**6 B). Miten tärkeänä pidät Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivujen selkeyttä?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1. Erittäin turha	2	1,6	1,6	1,6
2. Melko turha	1	,8	,8	2,4
3. Ei tärkeä eikä turha	19	15,4	15,4	17,9
4. Melko tärkeä	67	54,5	54,5	72,4
5. Erittäin tärkeä	34	27,6	27,6	100,0
Total	123	100,0	100,0	

**7 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivuihin kokonaisuutena?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1. Erittäin tyytymätön	1	,8	,8	,8
2. Tyytymätön	4	3,3	3,3	4,1
3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	29	23,6	23,6	27,6
4. Tyytyväinen	79	64,2	64,2	91,9
5. Erittäin tyytyväinen	10	8,1	8,1	100,0
Total	123	100,0	100,0	

**7 B). Miten tärkeänä pidätte järjestön verkkosivuja?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	2	1,6	1,6	1,6
	3. Ei tärkeä eikä turha	9	7,3	7,3	8,9
	4. Melko tärkeä	54	43,9	43,9	52,8
	5. Erittäin tärkeä	58	47,2	47,2	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**8 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n tarjoamiin jalostuspalveluihin ja siihen miten ne vastaavat tarpeitasi?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	12	9,8	9,8	9,8
	2. Tyytymätön	15	12,2	12,2	22,0
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	45	36,6	36,6	58,5
	4. Tyytyväinen	41	33,3	33,3	91,9
	5. Erittäin tyytyväinen	10	8,1	8,1	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**8 B). Miten tärkeänä pidätte järjestön tarjoamia jalostuspalveluita?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	4	3,3	3,3	3,3
	2. Melko turha	6	4,9	4,9	8,1
	3. Ei tärkeä eikä turha	17	13,8	13,8	22,0
	4. Melko tärkeä	48	39,0	39,0	61,0
	5. Erittäin tärkeä	48	39,0	39,0	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**9 A). Miten tyytyväinen olet yhdistyksen jalostustoiminnan määrään? (onko palveluja saatavilla tarpeeksi omiin tarpeisiin)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	11	8,9	8,9	8,9
	2. Tyytymätön	14	11,4	11,4	20,3
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	46	37,4	37,4	57,7
	4. Tyytyväinen	40	32,5	32,5	90,2
	5. Erittäin tyytyväinen	12	9,8	9,8	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**9 B). Miten tärkeänä pidätte yhdistyksen tarjoamia jalostustoiminnan palveluja?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	4	3,3	3,3	3,3
	2. Melko turha	4	3,3	3,3	6,5
	3. Ei tärkeä eikä turha	23	18,7	18,7	25,2
	4. Melko tärkeä	50	40,7	40,7	65,9
	5. Erittäin tärkeä	42	34,1	34,1	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**10 A). Miten tyytyväinen olet yhdistyksen astutuspalstan toimintaan?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	12	9,8	9,8	9,8
	2. Tyytymätön	19	15,4	15,4	25,2
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	43	35,0	35,0	60,2
	4. Tyytyväinen	42	34,1	34,1	94,3
	5. Erittäin tyytyväinen	7	5,7	5,7	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**10 B). Miten tärkeänä pidätte yhdistyksen astutuspalstaa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	1	,8	,8	,8
	2. Melko turha	2	1,6	1,6	2,4
	3. Ei tärkeä eikä turha	12	9,8	9,8	12,2
	4. Melko tärkeä	59	48,0	48,0	60,2
	5. Erittäin tärkeä	49	39,8	39,8	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**11 A). Miten tyytyväinen olette yhdistyksen astutuspalstan sääntöihin?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	14	11,4	11,4	11,4
	2. Tyytymätön	14	11,4	11,4	22,8
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	43	35,0	35,0	57,7
	4. Tyytyväinen	38	30,9	30,9	88,6
	5. Erittäin tyytyväinen	14	11,4	11,4	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**11 B). Miten tärkeinä pidätte yhdistyksen astutuspalstalle asettamia sääntöjä?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	10	8,1	8,1	8,1
	2. Melko turha	9	7,3	7,3	15,4
	3. Ei tärkeä eikä turha	26	21,1	21,1	36,6
	4. Melko tärkeä	51	41,5	41,5	78,0
	5. Erittäin tärkeä	27	22,0	22,0	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**12. Otatko yhteyttä järjestön jalostusneuvontaan astutusta suunniteltaessa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kyllä	93	75,6	75,6	75,6
	Ei, miksi?	30	24,4	24,4	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**13 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n toimintaan ja siihen miten hyvin järjestön toiminta vastaa tarpeitasi?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	6	4,9	4,9	4,9
	2. Tyytymätön	17	13,8	13,8	18,7
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	36	29,3	29,3	48,0
	4. Tyytyväinen	56	45,5	45,5	93,5
	5. Erittäin tyytyväinen	8	6,5	6,5	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**13 B). Miten tärkeänä pidätte Suomen Laikajärjestö ry:n toimintaa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	1	,8	,8	,8
	2. Melko turha	4	3,3	3,3	4,1
	3. Ei tärkeä eikä turha	9	7,3	7,3	11,4
	4. Melko tärkeä	53	43,1	43,1	54,5
	5. Erittäin tärkeä	56	45,5	45,5	100,0
	Total	123	100,0	100,0	



**14 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n hallituksen toimintaan ja siihen miten hallituksen toiminta vastaa tarpeitasi?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1. Erittäin tyytymätön	7	5,7	5,7	5,7
2. Tyytymätön	19	15,4	15,4	21,1
3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	53	43,1	43,1	64,2
4. Tyytyväinen	36	29,3	29,3	93,5
5. Erittäin tyytyväinen	8	6,5	6,5	100,0
Total	123	100,0	100,0	

**14 B). Miten tärkeänä pidätte järjestön hallituksen toimintaa?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1. Erittäin turha	2	1,6	1,7	1,7
2. Melko turha	3	2,4	2,5	4,1
3. Ei tärkeä eikä turha	21	17,1	17,4	21,5
4. Melko tärkeä	54	43,9	44,6	66,1
5. Erittäin tärkeä	41	33,3	33,9	100,0
Total	123	100,0	100,0	

**15 A). Miten tyytyväinen olet järjestön tiedottamiseen kilpailuista?**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1. Erittäin tyytymätön	3	2,4	2,4	2,4
2. Tyytymätön	6	4,9	4,9	7,3
3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	32	26,0	26,0	33,3
4. Tyytyväinen	66	53,7	53,7	87,0
5. Erittäin tyytyväinen	16	13,0	13,0	100,0
Total	123	100,0	100,0	

**15 B). Miten tärkeänä pidät järjestön kilpailuista tiedottamista?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2. Melko turha	1	,8	,8	,8
	3. Ei tärkeä eikä turha	12	9,8	9,8	10,6
	4. Melko tärkeä	55	44,7	44,7	55,3
	5. Erittäin tärkeä	55	44,7	44,7	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**16 A). Miten tyytyväinen olet järjestön tiedottamiseen järjestyksen kokouksista ja niiden ajan-**  
**kohdista?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	3	2,4	2,4	2,4
	2. Tyytymätön	7	5,7	5,7	8,1
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	39	31,7	31,7	39,8
	4. Tyytyväinen	58	47,2	47,2	87,0
	5. Erittäin tyytyväinen	16	13,0	13,0	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**16 B). Miten tärkeänä pidät järjestön kokouksista tiedottamista?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	1	,8	,8	,8
	2. Melko turha	2	1,6	1,6	2,4
	3. Ei tärkeä eikä turha	17	13,8	13,8	16,3
	4. Melko tärkeä	63	51,2	51,2	67,5
	5. Erittäin tärkeä	40	32,5	32,5	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**17 A). Miten tyytyväinen olet järjestön tiedottamiseen? Tunnetko olevasi tietoinen järjestön järjestämistä palveluista?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	5	4,1	4,1	4,1
	2. Tyytymätön	15	12,2	12,2	16,3
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	35	28,5	28,5	44,7
	4. Tyytyväinen	57	46,3	46,3	91,1
	5. Erittäin tyytyväinen	11	8,9	8,9	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**17 B). Miten tärkeänä pidät järjestön tiedottamistoimintaa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	1	,8	,8	,8
	2. Melko turha	1	,8	,8	1,6
	3. Ei tärkeä eikä turha	11	8,9	8,9	10,6
	4. Melko tärkeä	57	46,3	46,3	56,9
	5. Erittäin tärkeä	53	43,1	43,1	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**18 A). Miten tyytyväinen olet järjestön toimihenkilöiden toiminnan ripeyteen?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	10	8,1	8,1	8,1
	2. Tyytymätön	14	11,4	11,4	19,5
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	54	43,9	43,9	63,4
	4. Tyytyväinen	38	30,9	30,9	94,3
	5. Erittäin tyytyväinen	7	5,7	5,7	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**18 B). Miten tärkeänä pidät järjestön toimihenkilöiden toiminnan ripeyttä?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3. Ei tärkeä eikä turha	16	13,0	13,0	13,0
	4. Melko tärkeä	61	49,6	49,6	62,6
	5. Erittäin tärkeä	46	37,4	37,4	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**19 A). Miten tyytyväinen olet järjestön toimihenkilöiden ammattitaitoisuuteen?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	6	4,9	4,9	4,9
	2. Tyytymätön	15	12,2	12,2	17,1
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	53	43,1	43,1	60,2
	4. Tyytyväinen	40	32,5	32,5	92,7
	5. Erittäin tyytyväinen	9	7,3	7,3	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**19 B). Miten tärkeänä pidät järjestön toimihenkilöiden ammattitaitoisuutta?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	1	,8	,8	,8
	2. Melko turha	1	,8	,8	1,6
	3. Ei tärkeä eikä turha	12	9,8	9,8	11,4
	4. Melko tärkeä	53	43,1	43,1	54,5
	5. Erittäin tärkeä	56	45,5	45,5	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**20 A). Miten tyytyväinen olet järjestön toimihenkilöiden käyttäytymiseen palvelutilanteissa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin tyytymätön	7	5,7	5,7	5,7
	2. Tyytymätön	10	8,1	8,1	13,8
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	53	43,1	43,1	56,9
	4. Tyytyväinen	42	34,1	34,1	91,1
	5. Erittäin tyytyväinen	11	8,9	8,9	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**20 B). Miten tärkeänä pidät järjestön toimihenkilöiden hyvää käytöstä palvelutilanteissa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Erittäin turha	1	,8	,8	,8
	3. Ei tärkeä eikä turha	9	7,3	7,3	8,1
	4. Melko tärkeä	46	37,4	37,4	45,5
	5. Erittäin tärkeä	67	54,5	54,5	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**21. Mistä saat parhaiten tietoa järjestön toiminnasta?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Laika-lehti	30	24,4	24,4	24,4
	2. Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivut	90	73,2	73,2	97,6
	Muu kanava, mikä?	3	2,4	2,4	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

**22. Mistä toivoisit saavasi tietoa järjestön toiminnasta tulevaisuudessa?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1. Laika-lehti	38	30,9	30,9	30,9
	2. Laika-lehti verkossa	9	7,3	7,3	38,2
	3. Laikajärjestö ry:n verkkosivut	67	54,5	54,5	92,7
	Jokin muu, mikä	9	7,3	7,3	100,0
	Total	123	100,0	100,0	

Ristiintaulukoinnit:

3 A). Miten tyytyväinen olisit, jos Laika-lehti siirtyisi täysin sähköiseen muotoon? * Sukupuoli: Crosstabulation					
			Sukupuoli:		Total
			Mies	Nainen	
3 A). Miten tyytyväinen olisit, jos Laika-lehti siirtyisi täysin sähköiseen muotoon?	1. Erittäin tyytymätön	Count	33	10	43
		% within Sukupuoli:	32,4%	47,6%	35,0%
	2. Tyytymätön	Count	34	6	40
		% within Sukupuoli:	33,3%	28,6%	32,5%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count	15	2	17
		% within Sukupuoli:	14,7%	9,5%	13,8%
	4. Tyytyväinen	Count	16	1	17
		% within Sukupuoli:	15,7%	4,8%	13,8%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count	4	2	6
		% within Sukupuoli:	3,9%	9,5%	4,9%
Total	Count	102	21	123	
	% within Sukupuoli:	100,0%	100,0%	100,0%	

5 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivujen ulkoasun siisteyteen? * Sukupuoli: Crosstabulation					
			Sukupuoli:		Total
			Mies	Nainen	
5 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivujen ulkoasun siisteyteen?	1. Erittäin tyytymätön	Count	0	1	1
		% within Sukupuoli:	,0%	4,8%	,8%
	2. Tyytymätön	Count	7	2	9
		% within Sukupuoli:	6,9%	9,5%	7,3%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count	27	4	31
		% within Sukupuoli:	26,5%	19,0%	25,2%
	4. Tyytyväinen	Count	59	13	72
		% within Sukupuoli:	57,8%	61,9%	58,5%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count	9	1	10
		% within Sukupuoli:	8,8%	4,8%	8,1%
Total	Count	102	21	123	
	% within Sukupuoli:	100,0%	100,0%	100,0%	

**6 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivujen selkeyteen? \* Sukupuoli: Crosstabulation**

			Sukupuoli:		Total
			Mies	Nainen	
6 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivujen selkeyteen?	1. Erittäin tyytymätön	Count	2	1	3
		% within Sukupuoli:	2,0%	4,8%	2,4%
	2. Tyytymätön	Count	5	1	6
		% within Sukupuoli:	4,9%	4,8%	4,9%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count	26	5	31
		% within Sukupuoli:	25,5%	23,8%	25,2%
	4. Tyytyväinen	Count	62	13	75
		% within Sukupuoli:	60,8%	61,9%	61,0%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count	7	1	8
		% within Sukupuoli:	6,9%	4,8%	6,5%
Total	Count	102	21	123	
	% within Sukupuoli:	100,0%	100,0%	100,0%	

**7 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivuihin kokonaisuutena? \* Sukupuoli: Crosstabulation**

			Sukupuoli:		Total
			Mies	Nainen	
7 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n verkkosivuihin kokonaisuutena?	1. Erittäin tyytymätön	Count	0	1	1
		% within Sukupuoli:	,0%	4,8%	,8%
	2. Tyytymätön	Count	4	0	4
		% within Sukupuoli:	3,9%	,0%	3,3%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count	25	4	29
		% within Sukupuoli:	24,5%	19,0%	23,6%
	4. Tyytyväinen	Count	66	13	79
		% within Sukupuoli:	64,7%	61,9%	64,2%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count	7	3	10
		% within Sukupuoli:	6,9%	14,3%	8,1%
Total	Count	102	21	123	
	% within Sukupuoli:	100,0%	100,0%	100,0%	

**8 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n tarjoamiin jalostuspalveluihin ja siihen miten ne vastaavat tarpe \* Minkä laikarodun omistat? Crosstabulation**

			Minkä laikarodun omistat?				Total
			Itäsisiperianlaika	Länsisisiperian laika	Venäläis-eurooppalainen laika	En tällä hetkellä omista laikakoira	
8 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n tarjoamiin jalostuspalveluihin ja siihen miten ne vastaavat tarpe	1. Erittäin tyytymätön	Count	9	2	0	1	12
		% within Minkä laikarodun omistat?	11,7%	9,5%	,0%	14,3%	9,8%
	2. Tyytymätön	Count	13	0	2	0	15
		% within Minkä laikarodun omistat?	16,9%	,0%	11,1%	,0%	12,2%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count	30	6	6	3	45
		% within Minkä laikarodun omistat?	39,0%	28,6%	33,3%	42,9%	36,6%
	4. Tyytyväinen	Count	20	11	7	3	41
		% within Minkä laikarodun omistat?	26,0%	52,4%	38,9%	42,9%	33,3%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count	5	2	3	0	10
		% within Minkä laikarodun omistat?	6,5%	9,5%	16,7%	,0%	8,1%
Total		Count	77	21	18	7	123
		% within Minkä laikarodun omistat?	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%



# LIITE 4 (3)

**9 A). Miten tyytyväinen olet yhdistyksen jalostustoiminnan määrään? (onko palveluja saatavilla tarpeeksi omiin tarpeisiin \* Minkä laakarodun omistat? Crosstabulation**

			Minkä laakarodun omistat?				Total
			Itäisiperianlaika	Länsisiperianlaika	Venäläis-eurooppalainen laika	En tällä hetkellä omista laakokoiraa	
9 A). Miten tyytyväinen olet yhdistyksen jalostustoiminnan määrään? (onko palveluja saatavilla tarpeeksi omiin tarpeisiin	1. Erittäin tyytymätön	Count % within Minkä laakarodun omistat?	7 9,1%	2 9,5%	1 5,6%	1 14,3%	11 8,9%
	2. Tyytymätön	Count % within Minkä laakarodun omistat?	13 16,9%	0 0,0%	1 5,6%	0 0,0%	14 11,4%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count % within Minkä laakarodun omistat?	33 42,9%	3 14,3%	6 33,3%	4 57,1%	46 37,4%
	4. Tyytyväinen	Count % within Minkä laakarodun omistat?	22 28,6%	11 52,4%	5 27,8%	2 28,6%	40 32,5%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count % within Minkä laakarodun omistat?	2 2,6%	5 23,8%	5 27,8%	0 0,0%	12 9,8%
Total			Count % within Minkä laakarodun omistat?	77 100,0%	21 100,0%	18 100,0%	7 100,0%

**10 A). Miten tyytyväinen olet yhdistyksen astutuspalstan toimintaan? \* Minkä laakarodun omistat? Crosstabulation**

			Minkä laakarodun omistat?				Total
			Itäisiperianlaika	Länsisiperianlaika	Venäläis-eurooppalainen laika	En tällä hetkellä omista laakokoiraa	
10 A). Miten tyytyväinen olet yhdistyksen astutuspalstan toimintaan?	1. Erittäin tyytymätön	Count % within Minkä laakarodun omistat?	9 11,7%	2 9,5%	0 0,0%	1 14,3%	12 9,8%
	2. Tyytymätön	Count % within Minkä laakarodun omistat?	15 19,5%	3 14,3%	1 5,6%	0 0,0%	19 15,4%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count % within Minkä laakarodun omistat?	32 41,6%	2 9,5%	6 33,3%	3 42,9%	43 35,0%
	4. Tyytyväinen	Count % within Minkä laakarodun omistat?	19 24,7%	11 52,4%	9 50,0%	3 42,9%	42 34,1%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count % within Minkä laakarodun omistat?	2 2,6%	3 14,3%	2 11,1%	0 0,0%	7 5,7%
Total			Count % within Minkä laakarodun omistat?	77 100,0%	21 100,0%	18 100,0%	7 100,0%

**11 A). Miten tyytyväinen olette yhdistyksen astutuspalstan sääntöihin? \* Minkä laakarodun omistat? Crosstabulation**

			Minkä laakarodun omistat?				Total
			Itäisiperianlaika	Länsisiperianlaika	Venäläis-eurooppalainen laika	En tällä hetkellä omista laakokoiraa	
11 A). Miten tyytyväinen olette yhdistyksen astutuspalstan sääntöihin?	1. Erittäin tyytymätön	Count % within Minkä laakarodun omistat?	10 13,0%	3 14,3%	0 0,0%	1 14,3%	14 11,4%
	2. Tyytymätön	Count % within Minkä laakarodun omistat?	11 14,3%	1 4,8%	2 11,1%	0 0,0%	14 11,4%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count % within Minkä laakarodun omistat?	35 45,5%	3 14,3%	2 11,1%	3 42,9%	43 35,0%
	4. Tyytyväinen	Count % within Minkä laakarodun omistat?	13 16,9%	12 57,1%	10 55,6%	3 42,9%	38 30,9%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count % within Minkä laakarodun omistat?	8 10,4%	2 9,5%	4 22,2%	0 0,0%	14 11,4%
Total			Count % within Minkä laakarodun omistat?	77 100,0%	21 100,0%	18 100,0%	7 100,0%

# LIITE 4 (4)

**13 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n toimintaan ja siihen miten hyvin järjestön toiminta vastaa tarpe \* Minkä laikarodun omistat?**  
Crosstabulation

			Minkä laikarodun omistat?				Total
			Itäisiperianlaika	Länsisiperianlaika	Venäläis-eurooppalainen laika	En tällä hetkellä omista laikakoiraa	
13 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n toimintaan ja siihen miten hyvin järjestön toiminta vastaa tarpe	1. Erittäin tyytymätön	Count % within Minkä laikarodun omistat?	4 5,2%	1 4,8%	1 5,6%	0 ,0%	6 4,9%
	2. Tyytymätön	Count % within Minkä laikarodun omistat?	10 13,0%	1 4,8%	5 27,8%	1 14,3%	17 13,8%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count % within Minkä laikarodun omistat?	25 32,5%	7 33,3%	4 22,2%	0 ,0%	36 29,3%
	4. Tyytyväinen	Count % within Minkä laikarodun omistat?	36 46,8%	9 42,9%	6 33,3%	5 71,4%	56 45,5%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count % within Minkä laikarodun omistat?	2 2,6%	3 14,3%	2 11,1%	1 14,3%	8 6,5%
Total			Count % within Minkä laikarodun omistat?	77 100,0%	21 100,0%	18 100,0%	7 100,0%
							123 100,0%

**14 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n hallituksen toimintaan ja siihen miten hallituksen toiminta vast \* Minkä laikarodun omistat?**  
Crosstabulation

			Minkä laikarodun omistat?				Total
			Itäisiperianlaika	Länsisiperianlaika	Venäläis-eurooppalainen laika	En tällä hetkellä omista laikakoiraa	
14 A). Miten tyytyväinen olet Suomen Laikajärjestö ry:n hallituksen toimintaan ja siihen miten hallituksen toiminta vast	1. Erittäin tyytymätön	Count % within Minkä laikarodun omistat?	4 5,2%	1 4,8%	1 5,6%	1 14,3%	7 5,7%
	2. Tyytymätön	Count % within Minkä laikarodun omistat?	9 11,7%	2 9,5%	8 44,4%	0 ,0%	19 15,4%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count % within Minkä laikarodun omistat?	38 49,4%	9 42,9%	4 22,2%	2 28,6%	53 43,1%
	4. Tyytyväinen	Count % within Minkä laikarodun omistat?	23 29,9%	6 28,6%	3 16,7%	4 57,1%	36 29,3%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count % within Minkä laikarodun omistat?	3 3,9%	3 14,3%	2 11,1%	0 ,0%	8 6,5%
Total			Count % within Minkä laikarodun omistat?	77 100,0%	21 100,0%	18 100,0%	7 100,0%
							123 100,0%

**17 A). Miten tyytyväinen olet järjestön tiedottamiseen? Tunnetko olevasi tietoinen järjestön järjestämistä palveluista? \* Sukupuoli: Crosstabulation**

			Sukupuoli:		Total
			Mies	Nainen	
17 A). Miten tyytyväinen olet järjestön tiedottamiseen? Tunnetko olevasi tietoinen järjestön järjestämistä palveluista?	1. Erittäin tyytymätön	Count	4	1	5
		% within Sukupuoli:	3,9%	4,8%	4,1%
	2. Tyytymätön	Count	12	3	15
		% within Sukupuoli:	11,8%	14,3%	12,2%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count	31	4	35
		% within Sukupuoli:	30,4%	19,0%	28,5%
	4. Tyytyväinen	Count	46	11	57
		% within Sukupuoli:	45,1%	52,4%	46,3%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count	9	2	11
		% within Sukupuoli:	8,8%	9,5%	8,9%
Total		Count	102	21	123
		% within Sukupuoli:	100,0%	100,0%	100,0%

**18 A). Miten tyytyväinen olet järjestön toimihenkilöiden toiminnan riipeyteen? \* Sukupuoli: Crosstabulation**

			Sukupuoli:		Total
			Mies	Nainen	
18 A). Miten tyytyväinen olet järjestön toimihenkilöiden toiminnan riipeyteen?	1. Erittäin tyytymätön	Count	9	1	10
		% within Sukupuoli:	8,8%	4,8%	8,1%
	2. Tyytymätön	Count	9	5	14
		% within Sukupuoli:	8,8%	23,8%	11,4%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count	45	9	54
		% within Sukupuoli:	44,1%	42,9%	43,9%
	4. Tyytyväinen	Count	33	5	38
		% within Sukupuoli:	32,4%	23,8%	30,9%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count	6	1	7
		% within Sukupuoli:	5,9%	4,8%	5,7%
Total		Count	102	21	123
		% within Sukupuoli:	100,0%	100,0%	100,0%

**19 A). Miten tyytyväinen olet järjestön toimihenkilöiden ammattitaitoisuuteen? \* Sukupuoli: Crosstabulation**

			Sukupuoli:		Total
			Mies	Nainen	
19 A). Miten tyytyväinen olet järjestön toimihenkilöiden ammattitaitoisuuteen?	1. Erittäin tyytymätön	Count	3	3	6
		% within Sukupuoli:	2,9%	14,3%	4,9%
	2. Tyytymätön	Count	14	1	15
		% within Sukupuoli:	13,7%	4,8%	12,2%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count	43	10	53
		% within Sukupuoli:	42,2%	47,6%	43,1%
	4. Tyytyväinen	Count	34	6	40
		% within Sukupuoli:	33,3%	28,6%	32,5%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count	8	1	9
		% within Sukupuoli:	7,8%	4,8%	7,3%
Total	Count	102	21	123	
	% within Sukupuoli:	100,0%	100,0%	100,0%	

**20 A). Miten tyytyväinen olet järjestön toimihenkilöiden käyttäytymiseen palvelutilanteissa? \* Sukupuoli: Crosstabulation**

			Sukupuoli:		Total
			Mies	Nainen	
20 A). Miten tyytyväinen olet järjestön toimihenkilöiden käyttäytymiseen palvelutilanteissa?	1. Erittäin tyytymätön	Count	5	2	7
		% within Sukupuoli:	4,9%	9,5%	5,7%
	2. Tyytymätön	Count	8	2	10
		% within Sukupuoli:	7,8%	9,5%	8,1%
	3. Ei tyytyväinen eikä tyytymätön	Count	44	9	53
		% within Sukupuoli:	43,1%	42,9%	43,1%
	4. Tyytyväinen	Count	37	5	42
		% within Sukupuoli:	36,3%	23,8%	34,1%
	5. Erittäin tyytyväinen	Count	8	3	11
		% within Sukupuoli:	7,8%	14,3%	8,9%
Total	Count	102	21	123	
	% within Sukupuoli:	100,0%	100,0%	100,0%	