

Annika Sirkka

IIN SEUDUN KOIRAPALVELUT

IIN SEUDUN KOIRAPALVELUT

Annika Sirkka
Opinnäytetyö
Syksy 2023
Liiketalouden tutkinto-ohjelma
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden tutkinto-ohjelma, Esimiestyö ja henkilöstöosaaminen

Tekijä: Annika Sirkka

Opinnäytetyön nimi: Iin seudun koirapalvelut

Työn ohjaajat: Topi Haapasalo

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Syksy 2023

Sivumäärä: 46 + 3 liitettä

Opinnäytetyö on tehty toimeksiantona Iin kunnalle. Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö, joka koostuu opinnäytetyöraportin lisäksi oppaasta, johon on koottu suuri osa Iin alueen koirapalveluista, koirapalveluja tarjoavista yrityksistä sekä harrastuspaikoista. Oppaaseen on koottu myös muita koiranomistajalle hyödyllisiä tietoja, kuten esimerkiksi koirille sallitut hiihtoladut ja lenkkipolut sekä Iin alueen koirakennelit. Tiedot on kerätty Google-hakukoneesta, sosiaalisen median kanavista sekä tutkimuksen aikana tehdyn kyselyn avulla. Oppaan tavoitteena on helpottaa iiläisten koiraharrastajien tiedonetsintää, yritysten löytämistä sekä tuoda esille, mitä palveluja koirille on Iin alueella saatavilla. Samalla opas palvelee myös yrityksiä, sillä asiakkaat löytävät sen avulla paremmin yritysten luo. Työn tietoperustana on käytetty aikaisempia löydöksiä aiheeseen liittyen sekä teoriakirjallisuutta aiheen tueksi. Käsiteltäviä aiheita ovat muun muassa yritysten löydettävyyden ja digitaalisen markkinoinnin merkitys liike-elämässä.

Osana opinnäytetyötä on tehty oppaan lisäksi myös tarvekartoitus Iin alueen koirapalveluista, joka suunnattiin iiläisille koiraharrastajille. Tarvekartoitus tehtiin kyselyn ja haastattelun avulla, joissa kartoitettiin koirapalvelujen tarpeellisuutta ja kysyntää Iin alueella. Samalla kartoitettiin myös palveluja, jotka Iin seudulta mahdollisesti vielä puuttuvat. Kysely antoi sitä kautta yrittäjyydestä kiinnostuneille ideoita siitä, minkälaisia yrityksiä Iin seudulle vielä kaivataan. Kysely laadittiin Google Forms -kyselytyökalulla, ja se julkaistiin Iin kunnan Facebook-sivulla. Haastattelun avulla opinnäytetyöhön saatiin iiläisen koiraharrastajan laajempaa näkökulmaa Iin alueen koirapalveluista. Toimeksiantaja Iin kunta voi käyttää valmiin opinnäytetyön aineistoa hyödykseen ja halutessaan lisätä oppaan tietoja verkkosivuilleen helpottamaan iiläisten koiraharrastajien tiedonhakua Iin seudun koirapalveluista.

Asiasanat: koira, koiraopas, koirapalvelut, Iin kunta, löydettävyyden, digitaalinen markkinointi, tarvekartoitus

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Economics, Leadership and Human Resources

Author: Annika Sirkka
Title of thesis: li region dog services
Supervisor: Topi Haapasalo
Term and year when the thesis was submitted: Autumn 2023
Number of pages: 46 + 3 appendices

The thesis has been commissioned for the municipality of li. It includes a research report and a guide of dog services. In the guide is included information about most of dog services, companies, and places for hobbies in the li area. The data has been collected from the Google search engine, social media and through a survey. The goal is to make it easier for dog owners to find information and companies. The guide is also useful for companies, as it makes it easier for customers to find them. The theory of the thesis includes information about findability and digital marketing for example.

In addition to the guide, a needs assessment of the services was carried out. The needs survey was aimed at dog owners living in li and it includes a questionnaire and an interview. The survey examined the need for dog services in the li area. At the same time, services that are still missing in the li region were also investigated. In that way, the needs survey gave those interested in entrepreneurship, ideas on what kind of companies could be established in li. The municipality of li is allowed to use the material of the thesis and, if desired, to add information from the guide to its website, so that dog owners living in li can find information on dog services more easily.

Keywords: dog, dog guide, dog services, municipality of li, findability, digital marketing, needs assessment

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
1.1	Toimeksiantaja lin kunta.....	7
1.2	Tavoitteet	8
1.3	Tutkimuskysymykset.....	9
1.4	Tutkimuksen merkitys sidosryhmille	9
1.5	Tutkimusraportin sisältö	10
2	TIETOPERUSTA.....	11
2.1	Löydettävyys.....	12
2.2	Hakukoneoptimointi	13
2.3	Digitaalinen markkinointi	13
2.4	Puskaradio	17
3	TUTKIMUSMENETELMÄ.....	18
3.1	Aineisto.....	18
3.2	Analyysimenetelmät	19
4	TARVEKARTOITUS	22
4.1	Haastattelun tulokset	23
4.2	Kyselyn tulokset.....	29
4.3	Yhteenvedo tuloksista.....	40
5	KOIRAOPPAAN LAATIMINEN.....	42
6	JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	43
6.1	Tutkimuksen onnistuminen.....	43
6.2	Projektin hallinta.....	44
	LÄHTEET.....	46
	LIITTEET	23

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön aiheena on lin seudun koirapalvelut. Opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantona lin kunnalle. Kyseessä on toiminnallinen opinnäytetyö, joka koostuu itse opinnäytetyöraportin lisäksi oppaasta, johon on koottuna suuri osa lin alueen yrityksistä, palveluista ja harrastusmahdollisuuksista, jotka liittyvät koiriin. Opas toteutettiin sen vuoksi, että lin kunnalla, tai milläkään muulla taholla ei ole olemassa vastaavanlaista opasta, johon on listattu kyseiset palvelut. Opinnäytetyö sisältää oppaan lisäksi tarvekartoituksen, joka on toteutettu kyselyn ja haastattelun avulla. Tarvekartoituksen avulla analysoidaan, mitä asiakas todella tarvitsee (Lime 2023). Kysely on suunnattu iiläisille koiraharrastajille, ja siinä kartoitetaan lin alueen koirapalvelujen tarvetta ja kysyntää.

lin kunnassa asuu runsaasti koiraharrastajia, jonka vuoksi aihe on hyvin tärkeä sekä ajankohtainen. Perusteena ovat yrityksiä ja palveluiden huonohko löydettävyyden hakukoneella, jonka takia lin seudun asukkaat ovat joutuneet useimmiten turvautumaan niin sanottuun ”puskaradioon”, eli lin seudun asukkaille kohdistettuun Facebook-ryhmään ”Iiläisten puskaradio”. Facebook on sosiaalinen verkostoitumisen sivusto, jonka avulla voi helposti pitää yhteyttä ja jakaa asioita perheen ja ystävien kanssa verkossa (GCF Global 2023a.) Facebook-ryhmä on toiminut ikään kuin hakukoneena niille, jotka etsivät jotain tiettyä palvelua, asiantuntijaa tai esimerkiksi harrastuspaikkaa oman koiransa kanssa toimimiseen.

Aihe on tärkeä myös sillä perusteella, että alueen yritysten ja palveluiden koonti yhteen paikkaan auttaa yrityksiä suoraan myös markkinoinnin näkökulmasta. Hakukonemarkkinoinnilla edistetään verkkosivuston löydettävyyttä internetin hakukoneissa. Mitä paremmalla paikalla yrityksen verkkosivu näkyy hakukoneen hakutulossivulla, sitä enemmän sivustolle tulee kävijöitä. (Myynninmaailma 2023.) Kävijöiden määrä yrityksen verkkosivuilla on taas suoraan sidoksissa myyntiin. Tehokas markkinointi auttaa houkuttelemaan uusia asiakkaita ja lisäämään asiakasvirtaa. Tämä puolestaan voi johtaa myynnin kasvuun ja liikevaihdon lisääntymiseen. (Abdullah 2023.)

Oppaan avulla asiakkaat löytävät paremmin yritykset, joiden palveluja he kaipaavat. Ajatus toimii myös toisinpäin: se auttaa yhtä lailla yrityksiäkin saamaan lisää asiakkaita. Yritykset saavat näkyvyyttä, sillä koonti lisää lin asukkaiden ja muiden palvelua kaipaavien tietoisuutta lin seudun yrityksistä. Oppaan sekä tarvekartoituksen avulla voidaan tehdä havaintoja siitä, puuttuuko listä joitakin

palveluja vielä kokonaan. Erityisesti lin kunta ja yrittäjyydestä kiinnostuneet voisivat saada uusia ideoita siitä, minkälaisia palveluita lihin vielä kaivataan.

Koirapalveluiden kokoaminen oppaaksi auttaa hahmottamaan koirien omistajia, ja muitakin siitä, minkä tyyppisiä palveluita koirille on saatavilla. Ihmisten tietoisuus koirien hyvinvoinnista ja sen edistämisestä on vielä melko vähäistä. Koirien hyvinvointipalveluiden kysyntä lisääntyy, kun yhä useammat huomaavat lemmikin hyötyvän esimerkiksi hieronnasta. Koirahieronnassa ei sinänsä ole mitään uutta, mutta hieronnat ovat kasvattaneet suosiotaan vasta viime vuosina. Ihmiset ovat tajunneet, että siitä on oikeasti apua myös kotikoirille. (Ringel 2022.)

Aiheen ajankohtaisuutta tukee myös se, että Suomen Kennelliiton vuoden 2023 teemana on ”Koira kansalaisena”. Koira kansalaisena -teemavuonna tuodaan esille koiran muuttunutta roolia ja merkitystä yhteiskunnassa sekä sitä, millaisia hyötyjä koirat tuovat kansalaisina. Teemavuonna nostetaan esille myös sitä, millaisia palveluita koirat tarvitsevat, ja miten Kennelliitto voi edistää niiden saavutettavuutta. (Kennelliitto 2023.) Pohjois-Pohjanmaan Kennelpiiri Ry:n puheenjohtaja Heidi Pöykiö on nostanut myös esille Kennelliiton vuoden teeman 24.8.2023 julkaisemassaan ”Puheenjohtajan terveiset” -tekstissä Pohjois-Pohjanmaan Kennelpiirin verkkosivustolla. Kennelliitto haastoi kaikki Suomen kunnat mukaan kilpailuun osana teemavuotta Suomen koiraystävällisimmän kunnan tittelistä. Pöykiö toivookin, että kaikki Pohjois-Pohjanmaan kunnat ovat aktiivisesti osallistuneet kilpailuun. (Pöykiö 2023).

1.1 Toimeksiantaja lin kunta

li on Suomen kunta, joka sijaitsee Pohjois-Pohjanmaan maakunnassa noin 35 kilometriä Oulusta pohjoiseen. lin naapurikuntia ovat Oulu, Pudasjärvi, Ranua ja Simo. Kunnan väkiluku on noin 10 000 asukasta. lin kunnan sanoin: ”li on viihtyisä ja elinvoimainen, luovasti uudistuva kunta – lissä on ideaa.” (lin kunta 2023a.) lin ja Kuivaniemen kunnat perustivat uuden lin kunnan 1.1.2007 alkaen. 1.1.2018 Jakkukylä liittyi osaksi lin kuntaa. Valtakunnallisesti li on nykyään tunnustettu uusiutuvan energian edelläkävijä. lissä toimii noin 400 yritystä. (sama)

Opinnäytetyön aiheen varmistuttua täytyi pohtia, mikä yritys sopisi toimeksiantajaksi aiheelle. lin kunta tuntui luontevalta valinnalta, sillä kunnan perustehtävänä on edistää kuntalaisten hyvinvointia, yhteisöllisyyttä ja alueen elinvoimaa. (Kuntaliitto 2023.) Opinnäytetyön tavoitteena on luoda

kuntaan enemmän yhteisöllisyyden tunnetta. Se onnistuu palveluoppaan avulla, sillä jatkossa iiläiset koiraharrastajat löytävät palvelujen äärelle huomattavasti helpommin. Oppaan myötä sosiaalisia tilanteita voi syntyä entistäkin herkemmin, sillä esimerkiksi yksinäiset ihmiset löytävät itselleen matalalla kynnyksellä juttuseuraa palveluntarjoajista sekä muista koiraharrastajista silloin, kun he vain ”käyttävät koiraansa jossakin”. Opasta apuna käyttäen on mahdollista löytää uusia ystäväpiirejä koiraharrastusten kautta, tai itse innostua kokonaan uudesta harrastuksesta. Iin kunnan verkkosivut mahdollistaisivat näiden palvelujen esille tuomisen aiempaa helpommin, jonka vuoksi Iin kunta saa käyttää valmiin opinnäytetyön aineistoa halutessaan hyödyksi esimerkiksi lisäämällä työn tulokset omille verkkosivuilleen. Kunnan verkkosivustolla opas olisi kaikille helposti löydettävissä.

1.2 Tavoitteet

Tutkimuksen tavoitteena on tuoda esille iiläisiä koiriin liittyviä yrityksiä ja palveluita ja parantaa niiden löydettävyyttä. Keskeisiä avainsanoja ovat asiakkaiden tietoisuuden lisääminen ja yritysten näkyvyyden parantaminen. Tutkimuksen on määrä ratkaista ongelma, eli palveluiden kehnon löydettävyyden parantaminen oppaan avulla. Koiraopasta ei ole Iin alueelle vielä luotu, joten opas on ainutlaatuinen. Opas palvelee niin yrityksiä kuin asiakkaitakin. Käytännössä tehtävänä on ollut luoda konkreettinen lista kaikista koiriin liittyvistä yrityksistä, palveluista, toimijoista ja paikoista Iin alueella, joita koiraharrastajien on mahdollista käyttää hyödyksi hakiessaan tietoa palveluista.

Tarvekartoituksen tavoitteena on kartoittaa Iin kunnan asukkaiden kiinnostusta koirapalveluihin yleensä sekä selvittää, puuttuuko listä vielä jotakin palveluja. Tavoitteena on siis saada mahdollisesti vinkkejä myös uusista liikeideoista. Tarvekartoitus eli kysely antaa tilaisuuden Iin kunnan asukkaille vaikuttaa kunnan asioihin kehitysideoiden kautta. Kyselyn avulla saadaan ikään kuin iiläisten ääni kuuluviin, sillä aikaisemmin vastaavaa tutkimusta ei ole ilmeisimmin tehty. Koonnin tarkoituksena on luoda toimiva kokonaisuus, joka palvelee suurta määrää ihmisiä. On asiakkaan kannalta vaivattomampaa, kun palvelut löytyvät samasta paikasta yhden linkin takaa, eikä niiden löytymiseen vaadita sen suurempaa etsimistä. Suomen Kennelliiton vuoden teema ”Koira kansalaisena” motivoi myös päästä tutkimuksen tavoitteisiin tuomalla Iin koiranäkökulmaa enemmän esille, ja sitä kautta auttaa Iitä olemaan yksi Suomen koiraystävällisimmistä kunnista.

1.3 Tutkimuskysymykset

Tutkimusaihetta ”lin seudun koirapalvelut” käsitellään monestakin eri näkökulmasta. Sen vuoksi mitään yksittäistä selkeää tutkimuskysymystä oli hankala määrittää. Tutkimuksen edetessä tutkimuskysymykset alkoivat kuitenkin lopulta muotoutumaan, ja loppujen lopuksi tutkimuskysymyksiksi valikoituivat seuraavat kysymykset:

1. Mitä koirapalveluja lin seudulla on?
2. Miten palvelut löytyvät ja miten löydettävyyttä voisi parantaa?
3. Onko koirapalveluille kysyntää lin seudulla?
4. Puuttuuko lin seudulta vielä joitakin palveluja?

Tutkimusongelmana on, miten asiakkaat löytävät palvelut. Asiakkaat eivät löydä kaipaamiensa palveluja kovinkaan helposti, joten on syytä lähteä selvittämään, millä tavoin palvelut löytyisivät jatkossa helpommin. Koiraharrastajat eivät tällä hetkellä löydä kovinkaan pienellä vaivalla koirien harrastuspaikkoja, hyvinvointipalveluja, kenneleitä tai muita vastaavia palveluja, sillä vain hyvin pieni osa iiläisistä palveluista ja yrityksistä löytyy Google-hakukonetta käyttämällä. Google on hakukone internetissä. Se käyttää patentoitua algoritmia, joka on suunniteltu hakemaan ja järjestämään hakutuloksia ja siten tarjoamaan osuvimmat ja luotettavimmat tietolähteet. (Rouse 2023.)

Palveluiden huonohkon löydettävyyden vuoksi ongelmana voitaisiin pitää yritysten puutteellista markkinointia. Lisäksi iiläisten koiraharrastajien näkökulma puuttuu suurelta osin lin kunnan verkkosivuilta. Lin kunnan verkkosivuille on koottu monenlaista tietoa erilaisista palveluista, kuten esimerkiksi kansalaisopiston kursseista sekä harraste- ja liikuntapaikoista. Koiranäkökulmaa lin kunnan verkkosivustolla ei juurikaan ole, sillä sivustolta löytää tietoa ainoastaan lin kunnan eläinlääkintä- ja löytöeläinpalveluista. Sen vuoksi eläinnäkemyksestä voisi tuoda sivustolle enemmänkin esille.

1.4 Tutkimuksen merkitys sidosryhmille

Tutkimuksen voidaan katsoa olevan merkityksellinen toimeksiantajalle eli lin kunnalle, lin kunnan asukkaille sekä lin alueen yrityksille. Myös muut, kuin lin kunnan asukkaat hyötyvät tutkimuksesta, jos he etsivät tietoa lin alueen koirapalveluista. Lin kunnan näkökulma otetaan huomioon siten, että opas lisäisi kävijävirtaa lin kunnan verkkosivustolla. Tutkiessaan koirapalveluja kävijät saattavat

kiinnostua lukemaan vielä tarkemmin myös muita kunnan sivuilla olevia palveluita ja mainoksia ja saavat sitä kautta tietoa kunnan tarjoamista palveluista.

Tutkimuksen päätavoitteena on kuitenkin ollut iiläisten koirapalveluiden löydettävyyden parantaminen, jotta lin kunnan asukkaat löytäisivät palvelut jatkossa pienemmällä vaivalla. Sen vuoksi tutkimuksen päätarkastelun kohteena ovat iiläiset koiraharrastajat, sillä he etsivät kyseisiä palveluja eniten. Tutkimus on kuitenkin merkityksellinen myös iiläisille yrityksille, sillä tutkimus on auttanut heitä markkinoimaan yrityksiään jo tutkimusvaiheessa. Varsinaisesti markkinointi kuitenkin tapahtuu valmiissa oppaassa ja mahdollisesti myös kunnan verkkosivuilla.

1.5 Tutkimusraportin sisältö

Tutkimus on tehty haastattelun, kyselyn sekä markkinointiin liittyvän kirjallisuuden ja verkkolähteen avulla. Havaintoja on tehty myös kohderyhmän eli lin kunnan asukkaiden ajatuksista liittyen koirapalveluihin sosiaalisen median kommenttien perusteella. Haastattelun kohteeksi valikoitui iiläinen koiraharrastaja, joka harrastuksiensa ohessa toimii myös sivutoimisena yrittäjänä. Yritys sijaitsee lissä ja se tarjoaa hyvinvointipalveluita koirille. Tarvekartoituksen eli kyselyn kohderyhmänä ovat lin kunnan asukkaat. Teoriapohjaista tietoa työhön saatiin markkinointiin liittyvästä kirjallisuudesta sekä verkkolähteistä, kuten esimerkiksi blogeista ja artikkeleista.

Tutkimusraportti sisältää teoretietoa liittyen löydettävyyteen, hakukoneoptimointiin, digitaaliseen markkinointiin ja ”puskaradioon”. Raportissa kerrotaan tutkimusmenetelmistä, aineistoista ja siitä, miten aineistot ovat tarkalleen ottaen hankittu. Raportti sisältää tietoa myös haastattelun ja kyselyn rakenteesta, niiden tuloksista ja tulosten analyysimenetelmästä sekä toimeksiantajasta eli lin kunnasta. Lisäksi raportissa kerrotaan siitä, millä tavoin itse koiraopas on käytännössä laadittu. Lopuksi on luvassa opinnäytetyön laatijan omaa pohdintaa, lähteet sekä liitteet. Liitteet -osiosta löytyy itse varsinainen työn tuotos eli koiraopas, haastattelun kysymykset sekä kyselyn kysymykset suoraan Google Forms -kyselytyökalusta tuotuna.

2 TIETOPERUSTA

Tutkimuksen alkuvaiheessa yritin selvittää, olisiko olemassa jo aikaisemmin tehtyjä vastaavanlaisia oppaita tutkimusaiheeseen liittyen. Iin kunnalla ei ollut olemassa opasta koirapalveluista, joten Google-hakukonetta käyttämällä yritin etsiä, olisiko mahdollisesti jollakin toisella kunnalla tai kaupungilla olemassa koirapalveluihin liittyvää opasta. Etsiessäni tietoa, löysinkin vähän vastaavanlaisen koonnin Oulun kaupungista. Opas on nimeltään ”Koirana Oulussa”, joka löytyy Oulun kaupungin verkkosivuilta. Oulun koiraopas antaa koiranomistajille vinkkejä esimerkiksi puistoista ja ulkoilupaikoista, koirankakkaroskisautomaateista sekä eläinlääkäripalveluista. Lisäksi oppaaseen on koottu hyödyllistä tietoa esimerkiksi koiraverosta, kirjaston palveluista sekä koiran kanssa kulkemisesta joukkoliikenteessä. Myös esimerkiksi lakiasioita ja käyttäytymissääntöjä on tuotu esille oppaassa.

Oulun koiraoppaan alussa lukijaa johdatellaan aiheeseen seuraavalla saatetekstillä: ”Oulussa on mahtavaa olla koira! Kaupungissa on paljon mukavia puistoja ja ulkoilupaikkoja, joissa on mukava kävellä koirakaverin kanssa. Jotta elämä kaupungissa olisi karvakaverin kanssa mahdollisimman mutkatonta, on hyvä muistaa muutamia asioita yhteiselämästä.” (Oulun kaupunki 2023.) Oulun koiraopas auttoi minua hahmottamaan omaa työskentelyäni ja näkemystäni siitä, mihin asioihin täytyy kiinnittää huomiota tutkimusta tehdessä. Tämän tutkimuksen myötä luotu opas kuitenkin eroaa Oulun kaupungin oppaasta siten, että Iin koiraoppaassa on keskitytty enemmän yritysten ja koirapalvelujen näkökulmaan, jonka vuoksi esimerkiksi järjestyssääntöihin ja yleiseen oikeaoppiseen toimimiseen koiran kanssa on keskitytty vähemmän.

Tutkimuksen aikana etsin tietoa iiläisistä yrityksistä, jolloin huomasin Pohjois-Iin kyläyhdistys ry:n verkkosivustolla olevan listauksen Pohjois-iiläisistä yrityksistä sekä yhteystiedoista. Tutkimuksen kannalta oli huojentavaa huomata, että tämän tyyppinen yritysopas iiläisistä yrityksistä on jo olemassa, sillä oppaan löytyminen toi varmuutta omaan työskentelyyni. Koin tämän listauksen viestivän siitä, että vastaavanlaisia oppaita kaivataan, niistä on hyötyä ja niitä on ylipäänsä olemassa. Kyseinen opas eroaa omastani niin, että se keskittyi monen eri toimialan yrityksiin ja sisälsi myös yritysten yhteystiedot.

Toimeksiantajan eli lin kunnan verkkosivustolla olleet erilaiset koonnit koskien muita aiheita auttoivat myös hahmottamaan työskentelyäni ja sain niistä hyödyllisiä vinkkejä oppaan laatimiseen. Toimeksiantajan on mahdollista käyttää tutkimusta hyödyksi täydentämällä esimerkiksi verkkosivustoaan tutkimuksen tuloksilla. Oulun kaupungin koiraopas toimii hyvänä esimerkkinä, ja antaa hyödyllisiä vinkkejä sivustoja kehitettäessä. Seuraavassa teoriaosuudessa tutkimusaihetta on pyritty ymmärtämään syvemmin keskittymällä aihetta tukeviin käsitteisiin, joita ovat muun muassa markkinointi ja yrityksen löydettävyys. Lisäksi pohditaan näiden asioiden merkitystä liike-elämässä. Tiedot ja käsitteet on poimittu tekstiin markkinointiin keskittyvän kirjallisuuden avulla.

2.1 Löydettävyys

Antti Leinon teokseen ”Sosiaalinen netti ja menestyvän pk-yrityksen mahdollisuudet” on tuotu pk-yritysten eli pienten ja keskikokoisten yritysten näkökulmaa esiin sosiaalisen median osalta. Pienet ja keskisuuret yritykset määritellään yrityksiksi, joiden palveluksessa on vähemmän kuin 250 työntekijää (Tilastokeskus 2023). Teos oli erinomainen valinta tiedon etsimiseen, sillä tutkimuksessa keskitytään nimenomaan pk-yrityksiin. Yrityksen löydettävyys on keskeinen käsite tätä tutkimusta tehdessä, ja teoksessa painotettiin sitä, että pienten ja keskisuurten yritysten palveluja ei löydy läheskään riittävän usein verkosta. Hakukoneet eivät löydä suoraan pk-yrityksen palveluiden esittelyihin. Se on huolettavaa, sillä tarvetta on kuitenkin ensisijaisesti palvelulle, ei yritykselle. (Leino 2012, 72.)

Mitä konkreettisia asioita pk-yritykset sitten voisivat tehdä parantaakseen yrityksensä löydettävyyttä verkossa? Ensinnäkin verkkosivut ovat löydettävyyden perusedellytys. Hakukone on vahva potentiaalisten asiakkaiden ohjaaja. Jokaisella yrittäjällä tulisi olla hyvät verkkosivut, oma blogi, muuta digitaalista sisältöä tai jopa verkkokauppa, ja näiden kaikkien tulisi näkyä hakukoneissa. (sama, 80.) Suomessa on yli kolme miljoonaa netinkäyttäjää, jotka etsivät viikoittain netistä asioita käyttäen hakukoneita. Voitaisiin ajatella, että jollet ole hakukoneessa läsnä, et ole olemassa. (sama, 85.) Se pitää kyllä paikkansa, sillä sain ”puskaradion” kautta tietooni monia sellaisia yrityksiä, joita ei Google-hakukoneesta löytynyt.

Kun mietitään miten löydettävyyden voisi varmistaa, hyvä vinkki on yrittää ymmärtää, millä hakusanoilla käyttäjät voisivat päätyä yrityksen verkkosivuille. Listan tekemisen voi aloittaa käyttämällä

niin sanottua maalaisjärkeä. Yritysnimi, tuotteet, toimiala, ratkaisut ja palvelut ovat luontevia hakusanoja. Täytyy miettiä, millä sanoilla itse etsii toisten yritysten palveluja. Googlen tapauksessa voi hyödyntää Google Analytics -kävijäseurantapalvelua. (sama, 86.) Google Analytics on hakukonejätti Googlen omistama ilmainen verkkosivustojen analytiikkatyökalu, jonka avulla kerätään ja analysoidaan dataa verkkosivuston käyttäjistä ja toiminnasta (ISE 2023a). Palvelun tilastoista voi muun muassa tutkia, millä hakusanoilla sivuille on tultu (sama).

2.2 Hakukoneoptimointi

Hakukoneoptimoinnilla tarkoitetaan verkkosivujen, sisällön ja muun verkkoläsnäolon muovaamista siten, että sivut löytyvät hakukoneiden tuloksista halutuilla hakusanoilla mahdollisimman ylhäältä vastaussivulla. Tavoitteena on saada oman yrityksen sivut listan ensimmäiseksi. Optimoinnista on tullut entistä tärkeämpää asiakkaiden opittua käyttämään erityisesti Googlen hakua etsiessään tuotteita ja palveluja. Jos yrittäjää ja yritystä ei löydy hakukoneesta, ei käytännössä ole olemassa ja menettää lukuisia potentiaalisia asiakkaita. Löydettävyyden varmistaminen optimoimalla tarkoittaa jatkuvaa sivujen sisällön ylläpitämistä ja kehittämistä. Löydettävyydestä huolehtiminen on kustannustehokkainta markkinointia, mitä pienikin yritys voi verkossa tehdä. (Leino 2012, 86-88.) Jokaisen yrittäjän kannattaisi ottaa nämä vinkit haltuun, jos löydettävyyden kanssa on vähänkin haasteita.

2.3 Digitaalinen markkinointi

Digitaalinen markkinointi eli lyhyesti digimarkkinointi on noussut 2010-luvulta alkaen käytetyksi termiksi, jolla tyypillisimmin viitataan aikakautemme tärkeimpiä digitaalisia alustoja hyödyntävään markkinointiin. Näitä alustoja ovat verkkosivut, sähköposti, hakukoneet, sosiaalinen media ja mobiilisovellukset. Digimarkkinoinnin voi siis määritellä markkinoinniksi, jossa hyödynnetään digitaalisia teknologioita. Markkinoinnin vastuualue voi sisältää myynnin tekemistä tai tukemista, asiakasviestintää ja brändin rakentamista, asiakassuhteiden johtamista, asiakasymmärryksen hankintaa ja sen jalkauttamista yritykseen, arvon luomista asiakkaille tai minkä tahansa sekoituksen näitä kaikkia. (Lahtinen, Pulkka, Karjaluoto & Mero 2022, 17-18.)

Mitä toimenpiteitä digimarkkinointi sitten käytännössä on? Digimarkkinoinnin voi jakaa ainakin kolmeen eri osa-alueeseen, joita ovat jo yllä mainittu hakukoneoptimointi sekä verkkosivustot ja hakusanamainonta. Verkkosivusto tarkoittaa internetissä tietyssä osoitteessa olevaa sivua tai sivujen joukkoa, joka pitää sisällään tietoa erilaisista aiheista (ISE 2023c). Hakusanamainonta taas tarkoittaa kohdistettua tekstimainontaa Googlen hakutuloksissa, jossa mainokset kohdistetaan käyttäjän hakemien avainsanojen perusteella (Levelup 2023). Konkreettisia digimarkkinoinnin keinoja ovat näiden alle sijoittuvat toimet (Taulukko 1), eli sosiaalisen median markkinointi ja -mainonta, jolla tarkoitetaan maksuttomia tai maksullisia markkinoinnin toimenpiteitä, joita yritykset, yhteisöt ja yksityishenkilöt suorittavat sosiaalisissa medioissa (MarkkinointiMaestro 2023.) ja verkkokauppa, joka on internetissä toimiva ostopaikka, ja jonka merkitys yrityksille ja niiden liiketoiminnalle on kasvanut digitalisaation myötä (Rantakoski 2023).

Mainittujen asioiden lisäksi digimarkkinoinnin käytännön toimiin lukeutuvat myös intranet eli lähiverkko, joka on eristetty tietyn ryhmän käyttöön. Tavallisesti intranetillä tarkoitetaan organisaation lähiverkkoa, jota käytetään yrityksen tai yhteisön sisäiseen viestintään ja tietojenkäsittelytoimiin. (WebOpas 2023.) Extranet, joka on intranettiä laajempi verkkopalvelu ja jonka tarkoituksena on auttaa toteuttamaan intranettiä tarkempi palvelu organisaation ulkopuolelle, kuten asiakkaille tai toimiston ulkopuolisille yhteistyökumppaneille (Bittitaivas 2023.) ja mobiilisovellus eli esimerkiksi matkapuhelimelle suunniteltu ohjelmisto, joka on kehitetty nimenomaan kyseistä laitetta varten (ISE 2023b). Sähköpostimarkkinointi eli käytännössä markkinointi sähköpostiviestien välityksellä (Nieminen 2022.), markkinoinnin automaatio eli markkinoinnin prosessien automatisointi niin, että ihmistyötä ei tarvita rutiinimaisissa ja säännöllisesti toistuvissa prosesseissa (Pulka 2023.) ja uudelleenmarkkinointi, joka antaa mahdollisuuden kohdentaa mainontaa henkilöille, jotka ovat jo vierailleet yrityksen verkkosivustolla. Uudelleenmarkkinoinnin hyödyntäminen tarkoittaa käytännössä sitä, että henkilö, joka poistuu yrityksen verkkosivustolta, näkee kohdennettua mainontaa muualla verkossa selaillessaan. (Venermo 2022.)

Käytännön toimia ovat myös sisältömarkkinointi, joka tarkoittaa strategista markkinointitapaa, joka keskittyy luomaan ja jakamaan arvokasta ja merkityksellistä sisältöä johdonmukaisesti ja näin houkuttelemaan sekä sitouttamaan tarkasti määritellyn kohderyhmän tähdäten kannattavaan asiakashankintaan ja asiakkuuksien säilyttämiseen. Sisältömarkkinointi on siis käytännössä yksi tapa tehdä markkinointia. Nimensä mukaisesti se keskittyy sisältöihin, eli kaikkeen mitä voi lukea ja nähdä verkossa, printissä ja televisiossa, kuten verkkosivuston tekstit, blogit, e-kirjat, videot, webinaarit, podcastit, kuvat, infograafit, testit ja kyselyt. (Aaltonen 2019.) E-kirja tarkoittaa tiedostoa,

joka sisältää kirjan sisällön digitaalisessa muodossa (Sähköinenkirja 2023.) ja webinaari verkkoseminaaria, joka on internetissä toteutettava tapahtuma, johon sekä esiintyjät että osallistujat liittyvät omilta tietokoneiltaan paikasta riippumatta (Visma 2023). Podcast taas tarkoittaa digitaalisesti jaettavaa sarjaa, jonka kuuntelija voi tilata ja ladata esimerkiksi puhelimeen tai tietokoneelle. Yleensä podcastit ovat äänitiedostoja, mutta podcast voi olla myös video-podcast. (Aalho 2017.) Infograafi tarkoittaa on visuaalista esitystä tiedosta tai datasta. Infograafi on kokoelma kuvia, sarakkeita ja pieniä määriä tekstiä, joka antaa lukijalleen helposti ymmärrettävän yhteenvedon käsiteltävästä aiheesta. (Venngage 2019.)

Käytännön toimia ovat myös sisällöntuotanto verkkosivustolle, joka tarkoittaa siis kaikkea yrityksen tuottamaa sisältöä (Trustmary 2023). Sisältöä voivat olla esimerkiksi blogit, joka tarkoittaa nettisivua, jonne kirjataan kaikki, mitä ajatellaan tai tehdään. Blogiin voidaan tallettaa esimerkiksi ajatuksia, ideoita, kokemuksia, arvosteluja, kuvia ja videoita (One 2023.), tuotekuvaukset, jotka nimensä mukaisesti kuvaavat tuotetta (Aalho 2023.) ja videot. Muita käytännön toimia ovat sisällöntuotanto muihin kanaviin, kuten esimerkiksi YouTube-videot. YouTube on ilmainen videonjakosivusto, jossa voi katsoa online-videoita tai luoda ja ladata omia videoita katsottavaksi muille (GCF Global 2023b). Digimarkkinoinnin toimia voivat olla myös Instagram-, Facebook- ja Snapchat-tarinat, eli sovelluksen sisällä oleva ominaisuus, jossa tarinat -osioon voi lisätä kuvia sekä videoita, jotka katoavat 24 tunnin kuluessa (Kuvaja 2023).

Myös Facebook-mainonta, bannerimainonta eli mainonta erilaisissa verkostoissa ja verkkosivuilla (Meks 2023.) ja natiivimainonta eli artikkelimuotoinen mainonta, joka sijoitellaan toimituksellisen materiaalin yhteyteen digijulkaisuissa. Se on siis digiaikakauden vastine aikakauslehdistä tutulle lehtijutun muotoon kirjoitetulle mainokselle. (Grapevine 2021.) Myös web-analytiikka on hyödyllinen käytännön toimi, joka tarkoittaa verkkosivuston kävijäseurantaa ja analysointia. Web-analytiikan avulla saa tarkkaa tietoa markkinoinnin kannattavuudesta sekä asiakkaiden käyttäytymisestä yrityksen verkkosivuilla. (Suomen Digimarkkinointi 2023.)

Taulukko 1 Digimarkkinointi käytännössä. (Talentree 2022.)

Hakukoneoptimointi	Verkkosivusto	Hakusanamainonta
<ul style="list-style-type: none"> • Sosiaalisen median markkinointi • Sosiaalisen median mainonta 	<ul style="list-style-type: none"> • Verkkokauppa • Intranet • Extranet • Mobiilisovellus • Sähköpostimarkkinointi • Markkinoinnin automaatio • Uudelleenmarkkinointi • Sisältömarkkinointi • Sisällöntuotanto verkkosivustolle: blogit, tuotekuvaukset ja videot • Sisällöntuotanto muihin kanaviin: YouTube-videot, Instagram-, Facebook- ja Snapchat-tarinat 	<ul style="list-style-type: none"> • Facebook-mainonta • Bannerimainonta • Natiivimainonta ja • Web-analytiikka

Digimarkkinoinnin toimenpiteitä pohtiessa kannattaa muistaa, että kaikkien ei kannata tehdä kaikkea. Kanavia digimarkkinointiin on lukuisia ja rahaa voi käyttää varmasti joka kanavaan loputtomasti joko työn tai mediabudjettien muodossa. Digitaalisen markkinoinnin järkevä strategia varmistaa, että keskitytään oikeisiin asioihin ja oikeaan kohderyhmään. Hyvässä strategiassa määritellään ensin potentiaaliset asiakkaat, ja sen jälkeen keinot, miten ja missä heidät tavoittaa. (sama)

2.4 Puskaradio

Puskaradio on kaikille tuttu markkinoinnin keino. Ilmiö on ikivanha, mutta edelleen hyvin merkityksellinen myynnin edistämisen kanava. Netin aikakaudella puskaradio on siirtynyt sosiaalisiin verkostoihin. Ihminen kertoo positiivisesta kokemuksesta keskimäärin noin kuudelle tuttavalle ja negatiivisesta noin 19 läheiselle ihmiselle. Luvut voivat vaihdella, mutta periaate säilyy: hyvästä kokemuksesta kerrotaan kavereille, huonosta kaikille. Sosiaalisen verkoston suosituksia arvostetaan ja ne koetaan luotettavina tiedonlähteinä. Yritys, jonka tuotteita suositellaan, menestyy markkinoilla paremmin. Suosittelemalla on ratkaiseva rooli kuluttajien valinnoissa, sillä ystävän tai tuttavien hyvä kokemus yrityksestä kannustaa usein kokeilemaan samaa. Puskaradio on ilmiönä vanha, mutta verkon aikakaudella se on saanut uusia muotoja ja uutta vaikuttavuutta. (Leino 2012, 73-74.)

3 TUTKIMUSMENETELMÄ

Tämä opinnäytetyö on laadullinen toimintatutkimus. Laadullinen tutkimus on aina empiiristä eli erilaisiin aineistoihin ja niiden analyysiin perustuvaa. Empiirisyys ei kuitenkaan sulje pois teoreettisuutta, sillä empiiristä laadullista tutkimusta ei ole mahdollista tehdä ilman jonkinlaisia teoreettisia kiinnekohtia. (Juhila 2023.) Toimintatutkimuksessa sekä tutkitaan että yritetään muuttaa vallitsevia käytäntöjä. Toimintatutkimus on käytäntöön suuntautunutta ja ongelmakeskeistä. (Koski & Kelo 2019.) Tämän opinnäytetyön tutkimusaihe keskittyy nimenomaan muuttamaan vallitsevia käytäntöjä koiranäkökulman puuttuessa lähes kokonaan lin kunnan verkkosivustolta. Tehtävänä on ollut luoda jotain uutta, eli opas lin alueen koirapalveluista. Lin kunnan on halutessaan mahdollista liittää valmis tuotos osaksi lin kunnan verkkosivuja, joka taas auttaisi suoraan parantamaan palveluiden löydettävyyttä.

Toimintatutkimuksen periaatteiden hahmottamisessa auttaa sen vertailu perinteiseen tutkimukseen. Keskeisimmät erot ovat siinä, että toimintatutkimus perustuu käytännön ongelmiin, joita ratkotaan käytännössä, tutkittavien ollessa aktiivisia toimijoita kaikissa tutkimuksen vaiheissa (sama). Käytännön ongelmat näkyvät tutkimuksessa siten, että yritysten ja palveluiden löytäminen hakukoneella on haastavaa. Sen vuoksi ongelmat ovat nimenomaan käytännön toimissa. Lisäksi yritykset, joita tutkimus koskettaa, ovat aktiivisia toimijoita koko tutkimuksen ajan.

3.1 Aineisto

Yritysten ja palvelujen kokoaminen oppaaksi vaati laajan perehtymisen aiheeseen ja paljon selvitystyötä. Empiirinen aineisto kerättiin tutkimukseen muun muassa haastattelun ja kyselyn avulla. Haastattelutyypinä käytettiin puolistrukturoitua haastattelua, jota kutsutaan myös teemahaastatteluksi. Tällöin kysymyksiä ei ole määritelty ennalta, mutta käsiteltävät teemat ovat. (Pöyhönen, Santavuori & Mustonen 2023, 221.) Haastattelun kohteeksi valikoitui iiläinen koiraharrastaja ja yrittäjä, jolla on vahva tietämys ja kokemus koirista, listä asuinpaikkana sekä näkemystä myös liike-toiminnasta. Haastattelun kysymykset liittyivät koirapalveluihin, markkinointiin sekä lin kuntaan. Tarkat haastattelukysymykset ovat nähtävillä Liitteet-välilehdellä. Haastattelu toteutettiin marraskuun 2023 aikana, ja se kesti noin 45 minuuttia.

Haastattelun lisäksi toteutettiin myös laajempialainen kysely koskien tutkimusaihetta. Kyselyn tarkoituksena oli kartoittaa iläisten koiraharrastajien tarvetta koirapalveluille. Kysely toteutettiin Google Forms-kyselytyökalun avulla. Tarvekartoitus kohdistettiin lin kunnan asukkaille, jonka vuoksi se julkaistiin toimeksiantaja lin kunnan Facebook-sivulla, sekä jaettiin ”Iläisten puskaradio” Facebook-ryhmään. Kyselyllä saadaan tietoa menneestä, miten asiat ovat olleet ja ovat ehkä nyt (sama, 180). Kyselyn avulla voitiin selvittää, millä tavalla kyselyyn vastanneet todellisuudessa kokevat lin seudun koirapalvelujen löydettävyyden ja saatavuuden tällä hetkellä. Iläiset koiranomistajat ovat parhaita mahdollisia asiantuntijoita vastaamaan aiheeseen koskeviin kysymyksiin, joten kyselyn ansiosta tutkimukseen saatiin kattava ja hyödyllinen aineisto, joka auttaa toimeksiantajaa kehittämään palveluntarjontaansa. Tarvekartoituksen kysymykset olivat pääpiirteittäin samoja, kuin haastattelun kysymykset. Kyselyyn vastasi 10 päivän aikana yhteensä 88 henkilöä, jonka ansiosta tutkimuksen onnistuminen ja tarvittavan aineiston saaminen tutkimusta varten onnistui erinomaisesti.

Haastattelun ja kyselyn lisäksi hankin aineistoa käyttämällä Google-hakukonetta. Keskeisenä hakukohteena olivat erilaiset verkkosivustot koskien koirapalveluita. Näitä sivustoja olivat muun muassa yritysten verkkosivut, blogit sekä muut verkkosivustot aiheeseen liittyen. Google-hakukone oli tärkeä työkalu tätä tutkimusta tehdessä, sillä sen avulla keräsin tietoa erilaisista olemassa olevista yrityksistä, palveluista ja harrastepaikoista, jotka sijaitsevat lissä. Käytin myös toimeksiantajani lin kunnan erilaisia dokumentteja apuna selvitystyössäni. Tein muistiinpanot kaikista tekemistäni havainnoista, kokosin tietoa erilaisilta keskustelupalstoilta, vertasin niitä internetistä löytyneihin tietoihin ja varmistin tiedot oikeiksi. Käytin myös jonkin verran sekundääriaineistoa. Sekundääriaineisto tarkoittaa aineistoa, joka on kerätty aiemmin toista tutkimustarkoitusta varten (Survio 2023). Teoriatietoa varten lainasin kirjastosta markkinointiin ja asiakastutkimuksen tekemiseen liittyvää kirjallisuutta. Teokset auttoivat hahmottamaan ja rajaamaan tutkimusaihetta ja sain niistä hyödyllistä tietoa tutkimukseni tueksi. Kaikki nämä aineistot on kerätty elo-marraskuun 2023 aikana.

3.2 Analyysimenetelmät

Analyysimenetelmänä käytettiin litterointia. Litteroinnilla tarkoitetaan nauhoitetun puhemuotoisen aineiston puhtaaksi kirjoittamista. Aineisto kirjoitetaan keräämisen jälkeen sen hallitsemista ja analysoimista helpottavaan muotoon yleensä tekstinkäsittelyohjelmalla. (KvaliMOTV 2023.) Litterointia käytettiin analysoidessa haastattelusta saatua aineistoa. Haastattelu nauhoitettiin, ja nauhoitusten

perusteella kirjoitettiin haastateltavan kertomat asiat osaksi oppinäytetyötä. Litteroinnin tuotoksena syntynyt aineisto analysoitiin uudestaan haastateltavan kanssa ja tiivistettiin vieläkin tiiviimmäksi ja informatiivisemmaksi ottaen huomioon haastattelukysymykset. Litteroinnin lisäksi aineistoa analysoitiin myös kontekstualisoimalla, eli aineistoa pyrittiin ymmärtämään sen asiayhteydessä (Alape-teri 2023). Vaikka kyselyn kysymykset oli laadittu mahdollisimman huolellisesti ja pyritty muotoilemaan ne helposti ymmärrettäväksi, silti useiden kysymysten alle oli tullut vastauksia, jotka eivät suoranaisesti vastanneet alkuperäiseen kysymykseen. Sen vuoksi vastauksia pyrittiin ymmärtämään lukemalla ensin kysymys ja vasta sen jälkeen analysoimalla vastausta.

Analyysimenetelmänä käytettiin myös luokittelua, sillä luokittelu auttaa jäsentämään aineistoa ja siinä yritetään löytää aineistosta erilaisia teemoja, jotka toistuvat (sama). Luokittelussa kohdejoukko jaetaan luokkiin, joihin sijoitetut tapaukset tai kohteet jakavat jonkin saman ominaisuuden tai joiden ominaisuudet muistuttavat toisiaan (Koppa 2015). Luokittelua käytettiin esimerkiksi tarvekartoituksen tuloksia analysoidessa, sillä saaduista vastauksista etsittiin samankaltaisia piirteitä keskenään. Tarvekartoitus sisälsi useita avoimia kysymyksiä, joten analysoitavaa aineistoa saatiin runsaasti. Avoimet kysymykset pyytävät vastaajia antamaan vastauksensa omin sanoin ja ne on suunniteltu hankkimaan enemmän tietoa kuin monivalintakysymyksillä tai muilla suljetuilla kysymyksillä voidaan saada (Survey Monkey 2023).

Luokittelun avulla kysymyksiin tulleita vastauksia pystyi helposti jäsentelemään ja tekemään niistä yhteenvetoja. Yhteenvetoja tehtiin esimerkiksi laskemalla avoimista kysymyksistä tulleita samankaltaisia vastauksia yhteen, jonka jälkeen pystyi tekemään analyysiä siitä, mitkä asiat saivat eniten ääniä ja mitkä asiat korostuivat eniten vastaajien vastauksissa. Työhön on tuotu myös suoria lainauksia anonyymien kyselyyn vastanneiden vastauksista, jotta lukija voisi hahmottaa vastaajien ajatuksia paremmin. Suora lainaaminen tarkoittaa alkuperäisen tekstin kirjoittamista sanatarkasti. Suora lainaus on lyhyt ja sitä voidaan käyttää, jos se on tarpeen alkuperäisen tekstin ymmärtämisen kannalta. (Kopiraittilan Koulu 2023.)

Työtä on analysoitu käytännössä myös järjestelemällä haastattelusta ja kyselystä saatuja vastauksia. Haastattelun ja kyselyn vastaukset ovat purettu työhön järjestelmällisesti ja selkeästi kysymys ja vastaus kerrallaan. Kysymykset ovat työssä samassa järjestyksessä, missä ne ovat esimerkiksi haastattelun aikana kysytyt. Aineistoa saatiin runsaasti, joten tulosten analysointi on vaatinut huolellista perehtymistä vastauksiin lukemalla aineistoa useaan otteeseen. Lukeminen ja kertaaminen on auttanut hahmottamaan tulosten kokonaiskuvaa. Sitä kautta on saanut käsityksen esimerkiksi

siitä, mitkä asiat toistuvat useasti vastaajien vastauksissa ja mihin näin ollen kannattaa kiinnittää erityistä huomiota arvioidessa jatkosuunnitelmaa. Tarkoitan käytännössä sitä, että jos esimerkiksi tietyt kehitysideoit toistuvat useasti vastauksissa, niin niitä on hyvä korostaa ja kertoa vastauksista myös toimeksiantajalle. Tarvekartoituksen aineistoanalyysissä on kerrottu, mitkä vastausvaihtoehdot ovat saaneet eniten ääniä ja näin ollen vastausvaihtoehdot on järjestetty kappaleisiin sen mukaan. Sillä tavalla on helpompi hahmottaa, mitä asioita pidetään tärkeänä ja minkä tyyppisille palveluille on esimerkiksi eniten kysyntää.

Tarvekartoituksessa saatujen vastauksien yhteyteen on tuotu myös omaa pohdintaa. Tuloksissa on tarkasteltu tutkimusongelmien kannalta keskeisiä seikkoja ja niiden ilmentymistä vastaajien vastauksissa (Alapeteri 2023). Tuloksia analysoidessa tutkimuskysymykset ovat olleet oleellisina lähtökohdina pohdittaessa, mistä eri näkökulmista analysointia kannattaa tehdä. Työtä on analysoitu runsaasti myös käymällä vuoropuhelua teorian, empirian ja tekijän omien pohdintojen välillä (sama). Työhön on tuotu tasapainoisesti teorian tietoa luotettavista eri lähteistä, jonka myötä työstä on saatu tehtyä ammattimainen kokonaisuus, joka herättää luottamusta lukijassa. Teorian tietoa on hyödynnetty kattavasti pitkin opinnäytetyötä ja sen avulla on esimerkiksi avattu erilaisia käsitteitä auki silloin, kun käsitteet ovat esiintyneet ensimmäisen kerran työssä.

Raportissa on käytetty sujuvasti dialogista kirjoittamista. Dialoginen kirjoittaminen tarkoittaa, että referoitujen pohjatekstien lomaan lisätään kirjoittajan omia ajatuksia keskustelemaan, eli käymään ikään kuin dialogia lähteiden kanssa (Hurskainen 2023). Lisäksi tarvekartoituksesta saadun aineiston yhteyteen on tehty yhteenveto saaduista tuloksista, jossa on pohdittu haastattelun ja kyselyn vastauksissa ilmenneitä yhteneväisyyksiä ja tiivistetty tulosten pääkohdat. Yhteenveto tarkoittaa lyhyttä, tiivistettyä kuvausta jostakin laajasta tekstistä, tapahtumasta tai muusta sellaisesta (Wikisanakirja 2021). Yhteenvedon avulla autetaan lukijaa palauttamaan lukemansa mieleen.

4 TARVEKARTOITUS

Teemahaastattelu oli positiivinen kokemus, sillä haastattelun kohteella oli paljon tietoa tutkimusaiheesta. Hänen kanssaan oli mukavaa ja luontevaa käydä keskustelua aiheesta. Puolistrukturoidun haastattelun avulla sai informatiivisen keskustelun aikaiseksi, sillä valmiita vastausvaihtoehtoja ei ollut määritetty. Silti haastattelussa ilmeni paljon samoja asioita kuin kyselyssä, vaikka valmiita vastausvaihtoehtoja ei ollut. Kysely otettiin myös hyvin vastaan, sillä kun kyselyn julkaisusta oli kulunut vasta kaksi vuorokautta, se oli kerännyt jo noin 80 vastausta. Vastausten lukumäärä yllätti minut täysin, sillä olin koko ajan pelännyt, etten saa tarpeeksi vastauksia ja näin ollen aineistoa tutkimukseen. Oletan vastaajien määrän viestivän siitä, että tutkimusaihetta pidetään tärkeänä. Kyselyn vastausajaksi annettiin 10 päivää, mutta suurin osa vastauksista saatiin jo ensimmäisten päivien aikana. Loppujen lopuksi kyselyyn vastasi yhteensä 88 vastaajaa. Haastattelun ja kyselyn onnistuminen ylitti odotukseni, sillä niiden avulla saatiin kallisarvoista aineistoa tutkimusta ja toimeksiantajaa varten. Toimeksiantaja lin kunta jakoi kyselyn omalla Facebook-sivullaan 10.11.2023 seuraavilla saatesanoilla:

KYSELY KOIRAPALVELUISTA IISSÄ

Tämän kyselyn tarkoituksena on kartoittaa tämänhetkistä koirapalveluiden tarjontaa lin kunnan alueella sekä kartoittaa tarpeita uusille koirapalveluille.

Kysely toteutetaan lin kunnan toimeksiannosta osana opinnäytetyötä Oulun ammattikorkeakoulun opiskelijan, Annika Sirkan toteuttamana.

Kysely on avoinna 19.11.2023 saakka ja vastaaminen kestää arviolta noin 5 minuuttia.

Yhteystietonsa jättäneiden kesken arvotaan pieni tuotepalkinto. Arvonta suoritetaan 20.11.2023 ja voittajalle ilmoitetaan henkilökohtaisesti.

lin kunnan infra- ja ympäristöpalvelut tulee osaltaan hyödyntämään tämän kyselyn tuloksia kyseessä olevien palveluiden kehittämisessä ja tähän kyselyyn vastaamalla voit osaltasi vaikuttaa.

*Kyselyyn pääsee vastaamaan seuraavasta linkistä *Google Forms -linkki**

Infra- ja ympäristöpalvelut (lin kunta 2023.)

4.1 Haastattelun tulokset

Haastattelu on toteutettu teemahaastatteluna aiheesta lin seudun koirapalvelut, ja haastateltavalle on kerrottu, että haastattelu on eräänlainen tarvekartoitus kyseisistä palveluista. Haastateltavalta on pyydetty ja saatu lupa haastattelun tekoon ja sen nauhoittamiseen. Nauhurina toimi Samsung-merkkinen matkapuhelin, ja nauhoitteet on äänitetty erillisiksi tiedostoiksi jokaista kysymystä kohden. Nauhoitteet ovat eri pituisia, muutamia minuutteja kestäviä. Haastattelijana toimi opinnäytetyön tekijä Annika Sirkka. Haastateltava haluaa pysytellä anonyyminä tutkimuksessa, joten hänen nimeään ei tulla mainitsemaan raportissa. Haastattelun tulokset käydään läpi kohta kohdalta, yksi kysymys kerrallaan. Haastattelu pidettiin 13.11.2023 haastateltavan kotona lissä ja se kesti noin 45 minuuttia.

1. Kertoisitko, kuka olet ja onko sinulla tai perheenjäsenelläsi koira?

Minä olen *haastateltavan nimi* ja meillä on perheessä on neljä koira.

2. Millä tavoin koirat ovat osana sinun arkeasi?

Meillä koirat ovat niin sanotusti perheenjäseniä, osa meidän perhettämme. Ne ovat kotikoiria, ja kaksi vanhinta koira viettää leppoisia, rauhallisia veteraanipäiviään. Käyn koirien kanssa metsälenkeillä ja ne pääsevät vapaasti kulkemaan tuolla lähimetsässä. Koirat kulkevat myös helposti mukana eri paikoissa. Toiseksi nuorimman kanssa harrastetaan välillä omaksi iloksemme rallytokoja, joka on meidän yhteinen ”hömpälaji”. Kyseinen koira olisi hyvin taidokas käymään myös kisoissa, mutta en itse tykkää mennä kisaamaan, koska jännitän kisaamista niin paljon. Nuorimman koiramme kanssa harrastan koiranäyttelyissä käymistä. Vaikka muu kisaaminen jännittääkin, näyttelyt ei minua enää jännitä ollenkaan, sillä olen kulkenut niissä jo niin monta vuotta. Koirat ovat pääasiallisesti kuitenkin tavallisia perheen kanssa asuvia kotikoiria, joiden kanssa lenkkeillään ja vietetään aikaa.

3. Asutko tällä hetkellä lissä? Kuinka pitkään olet asunut lissä?

Asun lissä ja olen asunut lissä oikeastaan koko ikäni, pois lukien opiskeluvuodet ja työurani alkuvuodet. Koen kyllä olevani iiläinen.

4. Kertoisitko, milloin ja miten kiinnostuksesi koiriin alkoi?

Vanhempamme ottivat ensimmäisen koiran perheeseen ollessani noin 14-vuotias. Koira oli lintukoira, sillä isäni kulki lintumetsällä. Tämä koira oli aika ongelmallinen, ja perheeseemme otettiin toinen koira rauhoittamaan tilannetta. Tykkäsin kovasti toisen koirarotumme luonteesta ja helppoudesta. Kiinnostukseni koiriin syttyi näistä perheemme koirista, ja kiinnostus koiraharrastuksia kohtaan junior handler-koulutuksesta. Koulutus oli ensimmäinen askel kohti nyt jo yli 15 vuotta jatkunutta koiranäyttelyharrastusta.

Olin 16-vuotias, kun sain ensimmäisen oman koirani. Näin jälkikäteen voi todeta, että vanhempien tulisi aina olla ne vastuhenkilöt, jotka huolehtisivat, että lapselle tai nuorelle otettava koira on roductaan sopiva ja pitäisivät huolta siitä, että koira myös koulutetaan. Ensimmäisen koirani sain lähiperheestä, joten koiran ottaminen oli aika helppoa. Siitä kehkeytyi kuitenkin myös ongelmatapaus, kun en niin nuorena osannut kouluttaa koiria tai tuntenut rotua lainkaan. Sen koiran myötä opin kantapään kautta, miten ei kannata toimia koiran kanssa.

Seuraava oma koira, jonka sain, olikin sitten aivan unelma tapaus, sillä osasin jo kouluttaa koiria paremmin. Vuosien varrella olen hankkinut lisää koiria, joiden kanssa on tullut harrastettua eri koiralajeja. Minusta kaikki pohjautuu aina koiran kouluttamiseen, ja koira onkin mielenkiintoinen oppija. Koira-arjen ja harrastusten lisäksi nykyään myös koirien hyvinvointi on herättänyt kiinnostukseni, minkä takia yritystoimintanikin liittyy siihen. Minusta tuntuu, että kiinnostus koiria kohtaan, niiden ymmärtäminen ja auttaminen kasvaa jatkuvasti, ja olenkin monesti sanonut, että nälkä kasvaa syödessä, ja en tiedä vielä mistä tulevaisuudessa itseni löydän, mutta kovasti toivoisin sen olevan paljon enemmän koirien parissa.

5. Käytätkö tai olisitko valmis käyttämään iiläisiä koirapalveluita?

Toki olisin valmis käyttämään iiläisiä koirapalveluita ja olen myös käyttänyt.

6. Minkä tyyppisiä iiläisiä koirapalveluita käytät, olet joskus käyttänyt tai olisit valmis käyttämään?

Kunnan eläinlääkäriä ja joskus olen käyttänyt myös yksityistä eläinlääkäriä. Olen käyttänyt Tmi Heljä Kaverin koulutuskursseja ja kokeillut uutta Koirametsä Hiisiä. Olisin valmis käyttämään enemmän koulutuspuolen palveluja. Minulla ei ole trimmattavaa rotua, joten en voi sanoa, että käyttäisin trimmauspalveluita. Yleisesti olisin kyllä valmis käyttämään palveluita, jos kohdalleni osuisi jotain sellaisia mielenkiintoisia ja hyödyllisiä palveluita.

7. Jos käytät iiläisiä koirapalveluja, kuinka usein käytät niitä?

Olen ehkä hieman huono vastaamaan tähän, sillä käytän palveluita harvoin.

8. Harrastatko koirien kanssa mitään lin alueella tai oletko joskus harrastanut?

Tänä päivänä en ehdi harrastelemaan sellaisia asioita, mitä ehkä haluaisin. Olen kuitenkin niin sanotusti "helposti syttyvä" kaikkiin koiraharrasteisiin. Tykkään myös ohjata ja opettaa toisia koiranomistajia ikään kuin "näkemään" sitä omaa koiraansa, että mitä se tekee, miksi se tekee ja olla kaverina antamassa vinkkejä. Eli tykkään sellaisesta pienimuotoisesta kouluttamisesta. Harrastan koiranäyttelyitä ja treenaamista niihin. Lisäksi harrastan myös rally-tokoa omaksi iloksemme koirani kanssa, mutta en tähtää kisaamaan, sillä kisat jännittävät liikaa. Ajattelin kokeilla myös paimennusta, sillä koirani sai hyvää palautetta paimennustaipumustestistä ja listä löytyikin sopivasti paimennuskoulutusta. Muuta en oikeastaan harrastele koirien kanssa.

9. Oletko koskaan etsinyt esimerkiksi Google-hakukoneella tietoa lin seudun koirapalveluista, jos kyllä, niin mistä?

Olen etsinyt Google -hakukoneella tietoa iiläisistä yrityksistä, jotka tarjoavat koirien hyvinvointipalveluja. Olen halunnut tietää, ketkä ovat niin sanotusti kollegoitani tarjotessani itsekin palveluja koirille. Olen saanut sitä kautta selville, minkälainen kilpailu alueella on. Olen etsinyt tietoa myös koulutuspalveluista, että mitä lin alueelta löytyy. Lisäksi olen etsinyt tietoa lin alueen hallitiloista, että onko lissä olemassa sellaisia hallitiloja, joita pystyisi muuntamaan yritystoimintaan. En ole kuitenkaan löytänyt sellaisia. Näiden lisäksi olen hakenut tietoa lin alueen eläinlääkäreistä lähinnä silloin, kun koirani on ollut tekemässä pentuja selvittääkseni, jos joku meneekin synnytyksessä pieleen,

niin mihin numeroon täytyy soittaa. Ja olen soittanutkin muun muassa meidän koiran synnytyksen kohdalla ja kysellyt neuvoja mitä tehdä.

Joskus hain tietoa myös koirahiihtoon sallituista laduista, mutta en silloin löytänyt tietoa niistä. Ajattelin, etten kulkisi ainakaan sellaisilla laduilla koirien kanssa, mikä aiheuttaisi ”laturaivoa”. Tosin, en olekaan mikään hiihtäjäihminen, että ennemmin olisi kiva tietää, jos jossain olisi lumikenkäilyreitit, missä voisi mennä, vaikka koiran ja lapsen kanssa. Olisi kivaa, jos vaikkapa hiihtolatuksen vierustalla menisi sellainen oma väylä, jossa pystyisi menemään koiran kanssa lumikengillä, tai mikseipä vaikka potkurilla.

10. Oletko kokenut iiläisten koirapalvelujen löytämisen helpoksi vai onko tiedon löytäminen ollut haastavaa?

Kunnan eläinlääkäri on helppo löytää, koska se on kunnan sivuilla. Muuten kaikki tiedonhaku on yleensä ollut haastavaa, sillä yleensä aina joutuu ”etsimällä etsimään” tietoa eri paikoista. Etsin tietoa Googlesta, Facebookista tai Instagramista haulla, että löytyykö sieltä mitään. Tiedonhaku on melkoista hakemista.

11. Millä tavoin löydät parhaiten tietoa lin seudun koirapalveluista?

Löydän tietoa parhaiten siten, että etsin vähän niin kuin joka paikasta. Teen paljon Google- ja Facebook-hakuja. Ehkä ei niinkään se Instagram, sieltä ei niin hirveästi löydy tietoa. Ehkä nykypäivänä tiedonhaku on mennyt enemmän sinne Facebookiin kuitenkin.

12. Onko joskus jäänyt joitain tietoja löytämättä?

En osaa sanoa. Varmaankin niin, että jos jotain palvelua ei lin seudulla ole niin se jää silloin myös löytämättä.

13. Koetko, että lissä on ”helppoa” olla koiranomistaja? Miksi, miksi ei?

On helppoa olla koiranomistaja. Kun olen ollut mukana tietyissä koiratoiminnoissa, niin olen saatanut törmätä vähän sellaiseen tietynlaiseen syrjimiseen tai toisesta huonossa valossa puhumiseen, ilman että ehkä on selvitetty asian oikeaa laitaa. Mutta noin muutoin, täällä on helppo kulkea

luonnossa koiran kanssa, mutta ehkä se harrastaminen tuottaa vähän haasteita, kun kunnollisia tiloja tai ulkoalueita ei ole.

14. Oletko tehnyt havaintoja siitä, miten lissä on huomioitu koiranomistajat? Jos olet, minkä tyyppisiä havaintoja olet tehnyt?

Olen huomannut, että Kärkkäisellä on esitteet siitä, minkälaisen koiran kanssa kauppaan saa tulla. En tosin ihan ymmärrä täysin niitä kriteerejä, että miksi ei voisi isommankin hyvin käyttäytyvän koiran kanssa kaupassa kulkea. Joissain K-kaupoissakin oli otettu koiraostokärryt käyttöön, ja kaupassa sai käydä isompikin koira kämyissä. Toki Kärkkäiseltäkin, kuten taitaa S-marketiltäkin löytyä ulkoa niin sanotut lukittavat koirankopit. En tiedä saako esimerkiksi kirjastoon mennä koiran kanssa, mutta sekin olisi kiva, jos saisi. Voisi vaikka lapsen ja koiran kanssa pyörällä kesäisin kirjastoon, eikä tarvitsisi miettiä sitä mihin jättää koiran. Nykypäivänä kun ei voi luottaa täysin siihenkään, että etteikö joku voisi koiraakaan siinä ulkoa varastaa.

En nyt ole ihan varma, että olenko nähnyt jossain päin litä ulkoroskakoreja, joihin saa koirankakan laittaa. Tosin täällä maalla ei ehkä niin ole sitä jokavuotista koirankakkakeskustelua mitä esimerkiksi Oulussa tuntuu aina olevan. Kunnan eläinlääkärillä on ihan asianmukaiset tilat, ja kyltti ohjaa hyvin paikalle. Minusta tuntuu, että lin alueella on hyvin paljon koiranomistajia, mutta täällä ei kovinkaan kannusteta tekemään koirien kanssa mitään. Ja koirien kanssa voisi kuitenkin tehdä niin paljon erilaisia asioita, ja niitä pystyisi käyttämään vaikkapa vain ilahduttamaan vanhuksia tai muuta mitä keksiikään.

15. Tuleeko mieleesi mitään yleisiä koiranomistajan elämää helpottavia asioita, jotka vielä puuttuvat listä? Esimerkiksi luontoon ja ympäristöön liittyen.

Koirahoitola voisi ehkä auttaa monia ihmisiä. Siihen olen aika ajoin törmännyt, että ihmiset kyselevät koiralleen hoitajaa tai vinkkejä paikoista, mihin voisi viedä koiran hoitoon, jos on lähdössä lomamatkalle. Koirapuisto. Sellainen on kyllä jo olemassa, mutta sitäkin pitäisi hoitaa, huoltaa ja siitä pitäisi jonkun huolehtia. Tiedän, että siellä on kävijöitä, ja on sääli, että kunta ei ole koskaan siitä halunnut ottaa koppia. Se on lähellä Illinsaaren rantaa, ja hei miksi ei rannallakin voisi olla jokin avonainen koiraparkki tai muu, voisi vaikka käydä koiran kanssa juoksulenkillä ja kytkeä koiran johonkin kiinni siksi aikaa, kun pulahtaa uimaan. Ja miksipä ei niitä koirankakkaroskiksiäkin voisi olla siellä täällä pitkin litä.

16. Kaipaako jotain tiettyä palvelua tai harrastusmahdollisuutta koirallesi, jota ei lissä vielä ole?

En sillä tavalla itse henkilökohtaisesti kaipaa mitään, sillä elämäni on aika rajallista tällä hetkellä kiireiden vuoksi. Ehkä kuitenkin sellaista voisi miettiä, että nuoria ja lapsia voisi kannustaa jonkun näköiseen toimintaan koirien kanssa, se olisi aivan huippua. Joskus olen miettinyt esimerkiksi, että miksei vaikka kansalaisopistossa voisi olla jotakin sellaisia kursseja. En osaa kuitenkaan tarkasti sanoa, minkälaisia kurssit voisivat olla. Kuitenkin jonkinlainen matalan kynnyksen lapsikoirakurssi esimerkiksi.

Tiedän myös, että monet kaipaavat esimerkiksi agilitykurseja tänne, mutta se vaatisi oikeanlaisen ulko- tai sisäkentän, missä sitä voisi harrastaa. Tietysti se vaatisi myös välineistön, ja niille asianmukaiset säilytystilat ulos tai sisälle. Esimerkiksi Kiimingissä koiraharrastajien yhdistys on hankkinut ulkokentälleen välineistön säilytystiloihin, ja siellä toiminta agilityn puolesta käsittääkseni toimii edelleen. Lissä on jokseenkin mahdollista harrastaa eri lajeja koiran kanssa. Esimerkiksi Tmi Heljä Kaveri on järjestänyt harrastusmahdollisuuksia koiraharrastajille ja tiedän, että Heljän kurseilla käy koiranomistajia myös Haukiputaalta asti. Kaikkien aika on kuitenkin rajallista, ellei täysipäiväisenä koulutuksia tee. Lissä olisi varmasti enemmänkin tarvetta koirankoulutuspuolen kurseille, koska kysyntää kyllä löytyy. Eli monipuolinen koulutustarjonta olisi kiva.

Miksipä ei voisi olla joku pieni liike, joka myisi ruokaa, herkkuja ja jotain tietyn tyyppisiä välineitä koiralle. Ei ehkä tarvitsisi aina hakea kauempaa, jos Kärkkäiseltä ei satu löytymään. Muistan kuitenkin useamman ihmisen puhuneen tässä vuosien varrella siitä, että miksipä ei lissäkin voisi olla jokin oma pieni lemmikkipuoti. En sitten tiedä saisiko joku sellaista toimintaa kannattavaksi täällä.

17. Koetko, että joistain koirapalveluista olisi jo ylitarjontaa lin alueella? Jos kyllä, niin mistä?

En ole törmännyt mihinkään sellaiseen, josta olisi ylitarjontaa. Enemmänkin on alitarjontaa kysyntään nähden, varsinkin koulutuspuolella. Ihmiset kuitenkin tahtovat ottaa perheisiinsä koiria, ja nykypäivänä koirien kanssa halutaan tehdä asioita.

18. Oletko törmännyt viimeisen kahden viikon aikana johonkin lin alueen koirapalvelun markkinointiin tai mainontaan? Jos olet, niin kuinka useasti?

Täytyy kyllä sanoa, että ei tule mitään muuta mieleen, kuin Kärkkäisen mainos. Joskus K-kaupassa käydessä olen saattanut törmätä siinä eteisen Info-työkalulla Koirahieroja Katja Alasiuruan esitteeseen. Siinä on ollut muun muassa hänen yhteystietonsa, jotka saa napata itselleen mukaan.

19. Minkä tyyppinen koiriin liittyvä markkinointi ja mainonta kiinnittää erityisesti huomiosi?

Tämä on ehkä hieman hankala kysymys. Mutta ensimmäisenä tulee mieleen, että värikäs ja sellainen, mikä herättää luottamuksen ja on samalla huomion herättävä. Mainostuksen olisi hyvä olla informoivaa ja samalla iloista, kannustavaa ja myyvää. Sellaista, että tietää mitä palvelun ostolla saa vastineeksi. Myös säännöllisesti toistuva mainonta muistuttaa ja on koko ajan vähän niin kuin esillä.

20. Koetko, että lihin on ylipäänsä kysyntää ja tarvetta koirapalveluille? Kannattaako lihin perustaa koirapalveluja tarjoava yritys?

Kyllä luulen, että tänne mahtuisi vielä uusia yrittäjiä. Ehdottomasti kannattaa perustaa lihin koirapalveluja tarjoava yritys, miksipä ei? Esimerkiksi se hoitola tai koulutushalli, jonne sitten erilaista palvelutarjontaa. Miksei joku pieni koiraputiikkikin? Myös toiselle trimmaajalle voisi olla sijaa lissä. Siinä voisi olla hyvä sauma jollekin, jos haluaa tuoda lihin palveluja. Taivas on rajana ideoitaessa, mutta kyllä täällä lissä varmasti olisi monenkin tyyppiselle yritykselle sellaista ”markkinarakoa”, jos vain keksisi, että miten yritystoiminnasta saisi kannattavaa. (Anonyymi haastateltava 2023.)

4.2 Kyselyn tulokset

Kysely oli otsikoitu nimellä ”lin seudun koirapalvelut - tarvekartoitus”. Kyselyn kysymysten laatijana ja kyselyn saattamisen kyselymuotoon Google Forms -kyselytyökaluun toteutti opinnäytetyön tekijä Annika Sirkka. Kyselyn julkaisi toimeksiantaja lin kunta omalla Facebook-sivullaan. Kysely kohdistettiin iiläisille koiratalouksille, ja opinnäytetyön tekijä Annika Sirkka jakoi kyselyn myös ”Iiläisten puskaradio” Facebook-ryhmään. Kysely julkaistiin perjantaina 10.11.2023 ja suljettiin sunnuntaina 19.11.2023. Kyselyn tulokset käydään läpi kohta kohdalta, yksi kysymys kerrallaan.

1. Asutko tällä hetkellä lissä?

Kysymykseen vastasi yhteensä 87 henkilöä kyselyyn vastanneista. Vastaajista 90,8 prosenttia eli yhteensä 79 vastaajaa valitsi vastausvaihtoehdon "Kyllä". Tästä voidaan päätellä, että kysely oli tavoittanut kohderyhmän odotetulla tavalla, sillä se oli suunnattu nimenomaan lissä asuville koira-harrastajille. Sen sijaan 4,6 prosenttia eli yhteensä 4 vastaajaa valitsivat vastausvaihtoehdon "En", josta voidaan päätellä, että aihe kiinnostaa myös muualla asuvia. Kysymykseen tuli myös neljä (4,4 %) "Muu" -vastausta, johon oli vastattu seuraavasti: "Kuivaniemi", "Martinniemessä vakituisesti, mökki Kuivaniemellä", "Osittain" sekä "Olen listä kotoisin ja perhettä ja sukua edelleen siellä, joten tulee käytyä paljonkin. Oulussa asun...". "Kuivaniemi" -vastaus sekoittaa hieman tilastoja siten, että Kuivaniemen ollessa osa lin kuntaa, vastauksen prosenttimäärä 1,1 % tulisi sisällyttää "Kyllä" -vastausvaihtoehdon kokonaisprosentteihin. Myös "Martinniemessä vakituisesti, mökki Kuivaniemellä" -vastaus olisi kuulunut vastausvaihtoehdon "En" alle, sillä kysymyksessä tiedusteltiin nimenomaan nykyistä asuinpaikkaa. "Osittain" -vastaus menisi samaan kategoriaan "Martinniemessä vakituisesti, mökki Kuivaniemellä" -vastauksen kanssa. Jos muotoilisin vastausvaihtoehdot uudelleen, olisin lisännyt yhdeksi vastausvaihtoehdoksi "Osittain (kesämökki, toinen asunto tai muu sellainen)".

2. Onko sinulla tai perheenjäsenelläsi koira?

Kysymykseen vastanneista vain todella pieni osa vastasi, että hänellä tai perheenjäsenellään ei ole koira tällä hetkellä. Kysymykseen vastasi yhteensä 88 henkilöä ja heistä 96,6 prosenttia eli 85 vastaajaa valitsi vastausvaihtoehdon "Kyllä" ja ainoastaan 2,3 prosenttia eli kaksi vastaajaa valitsi vastausvaihtoehdon "Ei". Yksi vastaaja (1,1 %) valitsi vastausvaihtoehdon "Ei, mutta toiveena olisi hankkia koira tulevaisuudessa". Äänien jakautumisesta voidaan havaita, että kysely on tavoittanut kohderyhmän toivotulla tavalla.

3. Millä tavoin koirat ovat osana sinun arkeasi?

Kysymykseen vastasi yhteensä 88 vastaajaa. Tässä kysymyksessä erityisesti kolme vastausvaihtoehtoa saivat suurimman osan äänistä. "Kotona" -vastausvaihtoehto sai eniten ääniä (95,5 %, 84 vastaajaa). Toiseksi eniten vastausvaihtoehto "Vapaa-ajalla" (80,7 %, 71 vastaajaa) ja kolmanneksi eniten vaihtoehto "Harrastuksissa" (63,6 %, 56 vastaajaa). Kysymykseen vastanneista 6,8 prosenttia eli kuusi henkilöä kertoi koirien olevan arjessaan mukana töiden kautta. Kaksi henkilöä (2,3 %)

kertoivat sen sijaan, että koirat eivät ole mitenkään osana heidän arkeaan. Näiden vastausvaihtoehtojen lisäksi kysymykseen tuli kaksi (2,2 %) ”Muu” -vastausta, joita olivat: ”Aina ja joka paikassa mukana” sekä ”Välillä hoidossa perheenjäsenen koirat”. Nämäkin vastaukset olisi voinut sisällyttää valmiina myös oleviin vastausvaihtoehtoihin, mutta pidän sitä ainoastaan hyvänä asiana, että kyselyyn vastanneet ovat halunneet ”Muu” -vastausvaihtoehdon välityksellä tuoda ilmi myös omia ajatuksiaan.

4. Milloin ja miten kiinnostuksesi koiriin alkoi?

Tämä kysymys toteutettiin avoimena kysymyksenä. Vastauksia oli todella mukavaa lukea, sillä monet kertoivat tarinansa siitä, miten olivat saaneet ”ensikosketuksensa” koiriin. Kysymykseen vastasi yhteensä 77 henkilöä, joten muutama kyselyyn vastanneista oli jättänyt vastaamatta kysymykseen. Noin 52 vastaajaa kertoi kiinnostuksensa koiriin alkaneen jo lapsuudessa ja yksi vastaaja nuoruudessa. Useat vastaajat olivat kertoneet kiinnostuksensa alkamisen koiriin vuosilukujen tai vuosien muodossa ja vastauksiksi saatiin esimerkiksi:

”1988 perheeseen hankittiin ensimmäinen koira. Siitä kaikki lähti”, ”90-luvulla jotenkin vain kiinnostuin”, ”25 vuotta sitten tyttöystävän kautta”, ”Kun hankin oman koiran -94”, ”12 vuotta sitten kun aloitin metsästyksen”, ”Vuonna 1994 hankin ensimmäisen oman koiran, iiläisestä kennelistä”, ”On ollut koira jo yli 20 vuotta osana perhettä”, ”32 vuotta sitten sain ensimmäisen koirani ja siitä lähtien olen elänyt koirien kanssa”, ”Aina ollut koiria kotona, oman ensimmäisen koiran hankin 15 vuotta sitten metsästys-, koti- ja seurakoiraksi töihin. Nykyään meiltä löytyy 3 englanninspringerspanielia”, ”Ensimmäinen oma koira 1989”, ”20 vuotta sitten korvasi menetetyn metsälläkävijäystäväni”, ”Aina ollut kiinnostunut, palveluskoiralajien harrastus alkoi 3 vuotta sitten nykyisen koiran kanssa”

Kysymykseen vastanneista seitsemän kertoi kiinnostuksensa koiriin alkaneen omasta tai puolison kiinnostuksesta metsästämiseen. Kaksi vastaajista kertoi kiinnostuksensa alkaneen puolison kiinnostuksesta koiria kohtaan. Yksi vastaaja kertoi tykkävänsä koirista ja halunneensa lenkkikaverin. Useat kysymykseen vastanneista kertoivat myös yleisesti koirien olleen aina osana heidän elämänsä.

5. Käytätkö tai olisitko valmis käyttämään iiläisiä koirapalveluita?

Kysymykseen vastasi yhteensä 87 henkilöä. Kysymyksen vastausprosentit yllättivät, sillä jopa 72,4 prosenttia vastaajista eli yhteensä 63 henkilöä valitsivat vastausvaihdoksi ”Kyllä käytän”. Olisin ajatellut, että paljon pienempi määrä kyselyyn vastanneista käyttäisi koirapalveluja. Kuitenkin seuraavan kysymyksen ”Minkä tyyppisiä iiläisiä koirapalveluita käytät, olet joskus käyttänyt tai olisit valmis käyttämään?” vastauksia tarkastellessa saadaankin looginen selitys suurelle ”Kyllä käytän” -vastausmäärälle, sillä suuri osa vastaajista kertoi käyttävänsä eläinlääkäripalveluja. Luulen, että suuri vastausprosentti on eläinlääkäripalvelujen käyttämisen ansiota, sillä niiden palvelujen käyttäminen on tietenkin hyvin yleistä koiranomistajille.

Toiseksi eniten ääniä sai vastausvaihtoehto ”En käytä, mutta olisin valmis käyttämään”. Tätä vaihtoehtoa äänestivät 19,5 prosenttia eli yhteensä 17 vastaajaa, josta huomataan, että kiinnostusta palveluita kohtaan on. Ainoastaan 4,6 prosenttia eli neljä kysymykseen vastanneista valitsivat vaihtoehdon ”En käytä”. Kysymykseen tuli myös kolme (3,3 %) ”Muu” -vastausta, joissa vastaajat kertoivat muun muassa olevansa koirayhdistyksen jäseniä, jonka vuoksi tarjoavat itse koirapalveluita, käyttävänsä koirametsää lissä tai kertoneet joskus käyttäneensä palveluita. Jos muotoilisin tämän kysymyksen vastausvaihtoehdot uudestaan, olisin lisännyt uuden vastausvaihtoehdon ”Olen joskus käyttänyt” tai vastaavasti muuttanut kysymyksen muotoilua seuraavanlaiseksi: ”Käytätkö, oletko joskus käyttänyt tai olisitko valmis käyttämään iiläisiä koirapalveluita?”.

6. Minkä tyyppisiä iiläisiä koirapalveluita käytät, olet joskus käyttänyt tai olisit valmis käyttämään?

Kysymykseen vastasi yhteensä 86 henkilöä. Tämä kysymys oli yksi tärkeimmistä kysymyksistä tutkimuksen hyödyn kannalta, sillä siihen tulleiden vastausten perusteella voitiin tehdä havaintoja siitä, minkä tyyppisille palveluille on kysyntää lin alueella. Kysymykseen vastanneista jopa 84,9 prosenttia eli yhteensä 73 vastaajaa valitsivat vastausvaihtoehdon ”Eläinlääkäripalvelut”. Toiseksi eniten ääniä sai vastausvaihtoehto ”Koirapuistot” (69,8 %, 60 vastaajaa) ja kolmanneksi eniten ”Koirankoulutuspalvelut” (55,8 %, 48 vastaajaa). Vastausvaihtoehdot ”Koirahierontapalvelut” ja ”Koiranruuan tilaaminen kotiin” saivat yhtä paljon ääniä (40,7 %, 35 vastaajaa/vastausvaihtoehto). ”Löytökoirapalvelut”, ”Turkinhoito- ja trimmauspalvelut” ja ”Lemmikkikuvaus” -vaihtoehdot olivat saaneet myös yhtä paljon ääniä (19,8 %, 17 vastaajaa/vastausvaihtoehto). Vastausvaihtoehto

"Tunnistusmerkitsijäpalvelut" sai 16,3 prosenttia vastaajien äänistä (14 vastaajaa) ja "Homekoirapalvelut" 9,3 prosenttia (8 vastaajaa). Yksitoista (13,1 %) kysymykseen vastanneista henkilöistä olivat valinneet "Muu" -vastausvaihtoehdon, ja vastanneet siihen seuraavanlaisesti:

"Koirametsä", "Lemmikinhoitopalvelu esimerkiksi matkan ajaksi", "Koiravuoro jollekin kunnan luisteluladulle talvella. Nimenomaan valjakkoajolle. Tämä keräisi kävijöitä todennäköisesti hieman laajemmaltakin alueelta. Ainakin Oulusta. Mallia voi kysyä esim. Taivaskoskelta", "Koirien uimaranta", "Treenihallit yms.", "Koiranhoitoa matkojen ajaksi", "Vuokrattava treenihalli, koirahoitola", "Koiranhoitopalvelu"

Edeltävien vastausten perusteella huomataan, että mahdollisia puutteita lin alueen koirapalveluissa on. Vastaajat toivovat esimerkiksi koirahoitolapalveluja lihin. Tästä aiheesta lisää kysymyksissä "14. Tuleeko mieleesi mitään yleisiä koiranomistajan elämää helpottavia asioita, jotka vielä puuttuvat listä? (esim. luontoon ja ympäristöön liittyen)" ja "15. Kaipaako jotain tiettyä palvelua, yritystä tai harrastusmahdollisuutta koirallesi, jota ei lissä vielä ole?".

7. Jos käytät iiläisiä koirapalveluita, kuinka usein käytät niitä?

Kysymykseen vastasi yhteensä 83 henkilöä. Kysymyksen vastausvaihtoehdoista "Muutaman kerran vuodessa" sai eniten ääniä, sillä jopa 36,1 prosenttia kysymykseen vastanneista (30 henkilöä) valitsivat tämän vaihtoehdon. Kuitenkin myös "Viikoittain" -vastausvaihtoehto sai 21,7 prosenttia äänistä (18 vastaajaa) ja "Kuukausittain" -vaihtoehto 20,5 prosenttia (17 vastaajaa). Melko suuri osa kysymykseen vastanneista (13,3 %, 11 vastaajaa) kertoivat, etteivät käytä koirapalveluja lainkaan. Vaihtoehdot "Harvemmin kuin kerran vuodessa" (8,4 %, 7 vastaajaa), "Vuosittain" (7,2 %, 6 vastaajaa) ja "Päivittäin" (2,4 %, 2 vastaajaa) saivat vähiten ääniä. Kysymykseen tuli myös kolme (3,6 %) "Muu" -vastausta, joita olivat: "Metsästyskautena viikoittain", "Tällä hetkellä en käytä iiläisiä koirapalveluja lukuun ottamatta meidän halliamme" ja "Vaihtelee koirakoulutuksen kurssitarjonnasta ja omien mahdollisuuksien mukaan". Näiden vastausten perusteella kysymykseen olisi voinut lisätä myös vastausvaihtoehdon "Vaihtelee sesongeittain" tai muuta vastaavaa. Vastausten jakautumisen perusteella voidaan huomata, että koirapalveluiden tarve lin seudulla on pääasiassa muutaman kerran vuodessa. Kuitenkin suuri osa kertoo käyttävänsä palveluja myös viikko- ja kuukausitasolla, joten kysyntää palveluille nähdäkseen on.

8. Harrastukset koiran kanssa! Mitä seuraavista harrastusmahdollisuuksista käytät, olet joskus käyttänyt tai olisit valmis käyttämään lin alueella?

Kysymykseen vastasi yhteensä 85 henkilöä. Tähän kysymykseen tuli runsaasti "Muu" -vastauksia, joissa vastaajat ovat kertoneet palveluista, joita he toivoisivat lin alueelle. Tämä aihe on esitely kuitenkin vasta myöhemmissä kysymyksissä, joten kysymysten muotoilua olisi täytynyt pohtia hieman tarkemmin. Suurin osa kysymykseen vastanneista valitsivat kuitenkin vastauksensa valmiista vastausvaihtoehdoista. Suurin osa vastaajista (78,8 %, 67 vastaajaa) valitsivat vastausvaihtoehdon "Lenkkeily koiran kanssa kunnan/muun tahon ylläpitämällä lenkipoluilla". Toiseksi eniten ääniä sai vaihtoehto "Koiran käyttäminen uimassa" (55,3 %, 47 vastaajaa) ja kolmanneksi eniten "Hiihtäminen koiran kanssa kunnan/muun tahon ylläpitämällä hiihtoladuilla" (42,4 %, 36 vastaajaa). Vastausvaihtoehdot "Metsästys/metsästysseuran jäsenenä oleminen" saivat 30,6 prosenttia äänistä (26 vastaajaa), "Yhdistystoiminta/vapaaehtoistoiminta" 24,7 prosenttia (21 vastaajaa) ja "Kennelit/pidän itse tai olen hankkinut lin alueen kennelistä koiran" 17,6 prosenttia (15 vastaajaa).

Tähän kysymykseen tuli runsaasti "Muu" -vastausvaihtoehdon kautta muiden kysymysten alle tarkoitettuja vastauksia (15,6 %, 13 vastaajaa). Kuten aikaisemmin todettu, kysymysten muotoilua olisi kannattanut harkita vielä hieman tarkemmin. Kehitysehdotuksia oli tullut tämän sekä aikaisempien kysymysten alle, vaikka kehitysehdotuksia tiedustellaankin varsinaisesti vasta kysymyksissä 14 ja 15. Palaan kehitysehdotuksiin niille tarkoitettujen kysymysten kohdalla vielä tarkemmin, seuraavaksi kuitenkin tämän kysymyksen alle tulleet vastaukset:

"Koirankoulutuspalvelut", "Koirametsä", "Valjakkoajo ylläpidetyllä luisteluladulla", "Parempi koirapuisto olisi hyvä", "Lin koirahalli, ei ole kunnan", "Hallitila kouluttamiseen", "Näyttelyharjoitukset", "Arkitokoa ja rallyhöntsää", "Lin kunta ei tarjoa Kuivaniemessä juuri mitään", "Vuokrattava treenihalli", "Koirahalleissa tapahtuva kouluttaminen"

9. Oletko koskaan etsinyt tietoa lin seudun koirapalveluista, jos kyllä, niin mistä?

Kysymykseen vastasi yhteensä 86 henkilöä. Eniten ääniä saivat vastausvaihtoehdot "Hakukonetta käyttämällä (esim. Google)" (66,3 %, 57 vastaajaa), "Etsinyt tietoa sosiaalisesta mediasta (esim. Facebook)" (58,1 %, 50 vastaajaa) sekä "Kysymällä kaverilta" (46,5 %, 40 vastaajaa). Vastauksista voidaan havainnoida se, kuinka suuressa roolissa "puskaradio" on iiläisiä koirapalveluja etsiessä ollut, kuten alkutilannetta kartoittaessa osattiinkin jo olettaa. Hakukone- ja sosiaalinen media -vastausvaihtoehdoissa äänet olivat jakaantuneet melko tasaisesti, josta voidaan huomata, että tietoa

on jouduttu etsimään paljonkin sosiaalisen median kanavista. Muiden vastausvaihtoehtojen kohdalla äännet jakautuivat tasan: ”En ole etsinyt tietoa” ja ”Kysynyt itse sosiaalisesta mediasta (esim. Facebook)” (15,1 %, 13 vastaajaa/vastausvaihtoehto). Kysymykseen tuli myös yksi (1,2 %) ”Muu”-vastaus, joka oli ”Tarjoan itse koulutuspalveluita”.

10. Oletko kokenut iiläisten koirapalvelujen löytämisen helpoksi vai onko tiedon löytäminen ollut haastavaa? Millä tavoin löydät parhaiten tietoa palveluista?

Kysymykseen vastasi yhteensä 56 henkilöä, ja kysymyksen aihe jakoi vastaajien mielipiteet. Kysymys toteutettiin avoimena kysymyksenä, jonka ansiosta saatiin paljon erityyppisiä vastauksia. Noin 18 kysymykseen vastanneista koki tietojen löytämisen haastavaksi ja noin 13 vastaajista helpoksi. Kysyttäessä, millä tavoin kysymykseen vastanneet löytävät parhaiten tietoa palveluista, 19 vastaajaa kertoivat löytävänsä parhaiten tietoa kavereilta kysymällä tai ”puskaradiosta”, kymmenen vastaajaa kertoi löytävänsä tietoa Facebookista ja yhdeksän vastaajaa Googlesta. Osa kertoi myös etsivänsä tietoa lin kunnan verkkosivuilta ja yleisesti sosiaalisesta mediasta. Haluaisin nostaa muutamien kommenttien esille, joissa vastaajat kuvailevat kokemuksiaan palvelujen löytämisestä:

”Hieman haasteellista. Saa kalastella tietoa monesta paikasta”, ”Haastavaa on ollut tietoa saada, nettisivut ovat vanhentuneita ja niitä ei päivitetä. Mukaan toimintaan pääsee vaan puskaradion tai kaverien kautta”, ”Hieman haastavaa. Pitää tietää tarkasti mistä hakee ja millä hakusanalla, kun monilla ei ole nettisivuja, vain Facebook-sivut”, ”Hieman haastavaa, paikallista mainontaa on aika vähän, mutta Facebookista löytyy hyvin tietoa”, ”Välillä haastavaa. Pitäisi tuntea porukkaa ja tietää paikat lissä. Esimerkiksi hallin varaaminen olisi helpompaa jonkun sivuston kautta, kuin että pitää alkaa metsästäämään keneltä sitä voi varata ja paljonko se maksaa ja missä edes koko halli on”, ”Löytyy kyllä, jos palveluntarjoajalla on nettisivut”

Vastaajien vastauksista voidaan tehdä havaintoja siitä, kuinka tärkeää yritysten verkkosivujen olemassaolo on potentiaalisten asiakkaiden kannalta. Kuten jo aikaisemmin todettu, jos yritystä ei löydä hakukoneesta, sitä ei käytännössä ole asiakkaalle olemassa. Yrityksen verkkosivujen löytymisellä ja sisällöllä on suuri merkitys yrityksen näkökulmasta, sillä yhä useamman suomalaisen tiedonhaku alkaa suoraan yrityksen verkkosivuilta. Noin 80 prosenttia suomalaisista hakee tietoa yrityksen tuotteista, palveluista ja hinnoista suoraan yritysten verkkosivuilta. (Taloustutkimus 2018.)

11. Onko joskus jäänyt joitain tietoja kokonaan löytämättä?

Kysymykseen vastasi yhteensä 82 vastaajaa. Kysymyksen vastaukset jakautuivat aika lailla kahtia edellisen kysymyksen tapaan, sillä 43,9 % prosenttia (36 vastaajaa) valitsivat vastausvaihtoehdon ”Ei, olen aina löytänyt tarvittavat tiedot” ja 39 prosenttia (32 vastaajaa) vaihtoehdon ”Kyllä”. Osa vastanneista (17,1 %, 14 vastaajaa) valitsivat kuitenkin vaihtoehdon ”En ole etsinyt tietoa”. Vastajien käsitykset koirapalvelujen löytämisestä eroavat suuresti toisistaan, mutta on tutkimuksen kannalta kuitenkin helpottavaa huomata, että merkittävä osa vastaajista kertoo tietojen jääneen joskus löytämättä kokonaan. Iiläisten koirapalvelujen markkinoinnissa on nähtävästi vielä paljon parantamisen varaa. Markkinoinnin tavoitteena on kuitenkin lisätä yrityksen palveluiden ja tuotteiden myyntiä. Internet tarjoaa yritykselle kustannustehokkaan myyntikanavan, joka on aika avoinna, jonka ylläpitämiseen ei sitoudu suuria henkilöstö- tai myyntipalkkiokustannuksia ja jonka valikoimaa on nopea päivittää. Internetmarkkinointi luo myös mahdollisuuden tavoittaa uusia asiakasryhmiä ja ohjata heidät kätevästi verkkoasioinnin pariin siten, että saavutettavat hyödyt ovat kustannuksia suuremmat. Kuitenkin yhä suurempi osa asiakkaista haluaa ostaa tuotteita ja palveluita verkosta. (Paloheimo 2009, 25.)

12. Koetko, että lissä on "helppoa" olla koiranomistaja? Miksi, miksi ei?

Tämäkin kysymys toteutettiin avoimena kysymyksenä, jonka vuoksi saatiin todella monipuolisia vastauksia. Kysymykseen vastasi yhteensä 75 kyselyyn vastanneista. Heistä noin 52 kertoivat kokevansa koiranomistajuuden helpoksi lin seudulla. Ainoastaan noin seitsemän vastaajaa kertoivat kokevansa koiranomistajuuden vaikeaksi lissä. Todella monet vastaajat olivat kertoneet omia kokemuksiaan koiranomistajuudesta lin seudulla. Asukkaiden kokemukset ovat arvokasta tietoa toimeksiantajalle huomioidessaan kehitysehdotuksia lin kunnan palveluihin. Vastauksista muutamia otteita seuraavaksi:

”Metsästyskoiran omistajana vaikeuksia tuottaa pienet metsästysalueet, kun on paljon harrastajia”, ”Vähän tarjontaa harrastustoimintaan. Hiihtäminen koiran kanssa kiellettyä esimerkiksi Alarannan ladulla”, ”On, koska lissä on paljon metsiä ja tilaa”, ”Kuivaniemessä saisi olla enemmän toimintaa tai puisto. Täältä kuitenkin pitkä matka lihin”, ”Arki, ulkoilu ym. on helppoa, mutta esimerkiksi eläinlääkäriin joutuu usein menemään Haukiputaalle tai Ouluun”, ”lissä saisi panostaa koirien kanssa ulkoiluun esim. enemmän retkireittejä ja hiihtolatuja koirille. Jääladuilla on hyvin lyhyt kausi ja Aseman koulun latu hyvin lyhyt. Koiran-kakkaroskikset puuttuvat joka puolelta”, ”Aika helppoa. Täällä on eläinlääkäripalvelut lähellä (li, Haukipudas). Metsää on todella paljon ympärillä eli ulkoilumahdollisuudet ovat hyvät. Koulutus (kaksi koirahallia) ja hierontapalveluja on tarjolla”, ”No ei oikein, koirapuisto

toimii niin, että metsämiehet laittavat omat koiransa sinne ja menevät itse istumaan autoon, eivätkä siis kerää koiriensa jätöksiä sieltä. Koirapuisto on muutenkin surkea ja ihan väärässä paikassa. Hiihtoladuilla ei saa olla koiran kanssa, se harmittaa”, ”Ei, ei ole puistoja. Koirien opettaminen sosiaalisiksi ei ole helppoa. Koiran jätteiden keräämisen haaste”, ”Hyvät mahdollisuudet metsästysharrastukseen, luonto, koiramyönteisyys”, ”Helppoa, paljon tilaa ja luontoa missä liikkua”, ”Aika helppo, kun on kivat ulkoilumaastot. Koiratarvikeliike ja eläinlääkäri olisivat kiva lisä, nyt pitää käydä Haukiputaalla tai Oulussa”, ”Mukavat lenkipolut ja metsä lähellä missä käydään usein koiran kanssa. Kissojen sekä koirien ruuat hankalaa ostaa, jos ei osta tavallista nappulaa, jota löytyy lin kaikista kaupoista. Omilla käytössä raakaruoka ja sitä vähän tarjolla lin kaupoissa ja jos jotain kestävämpiä tarvikkeita tarvitsee, niin en luota Kärkkäisen valikoimaan. Usein joutuu tilata tai lähteä Ouluun”, ”Koen että on, mutta koirankakkakeskustelut ja irtokoirat aiheuttavat eripuraa koirattomilla. Pieniä roska-astioita ympäri lenkkireittejä taajama-alueilla voisi lisätä siisteyttä ainakin koirankakkojen osalta”, ”Ainakin omalla asuinpaikalla on helppoa. On tilaa missä asua. Naapurit eivät ole nurkalla käyttämässä”, ”Kunnollista, turvallista ja valvottua koirapuistoa kaipaan. Illinsaaren puisto on sotkuinen, kakkoja, tumppeja ja sirpaleita. Lenkkeilyreittejä ei löydy keskustan alueelta helposti. Syrjempänä on paljon hyviä metsäteitä. Kakkaroskiksia saisi olla enemmän”, ”Hiihtolatuja liian vähän koirien kanssa käytössä. Ei agilitymahdollisuutta. Yleisiä roskiksia ei juuri ole -> Ei juuri huvita kulkea kakkapussien kanssa kilometritolkulla -> Ei tule kerättyä”, ”On, lukuun ottamatta valtionmaiden koiran juoksupuiston osastamista, joka evää tärkeimmän koulutusajan 10.9.-15.11”, ”Kyllä, täältä löytyy riittävät palvelut ja toisaalta Oulu on lähellä”, ”On hyvät lenkki maastot. Toiselle koirapuistolle olisi akuutti tarve. Yleensä saa aina jonottaa tai lähteä melkein heti pois muiden tullessa”, ”Tallivaikaan on haasteita, koska suurin osa reiteistä on koirilta kielletty”

13. Oletko tehnyt havaintoja siitä, miten lissä on huomioitu koiranomistajat? Jos olet, minkä tyyppisiä havaintoja olet tehnyt?

Tämäkin kysymys toteutettiin avoimena kysymyksenä. Kysymykseen vastasi 54 kyselyyn vastanneista. Heistä noin 19 mainitsi huomanneensa koirapuiston tai koirametsän. Kysymykseen tuli myös useita yksittäisiä vastauksia, joissa mainittiin esimerkiksi erilaiset yhdistykset, muutamien kauppojen pihalla olevat koiraparkit, muutamien roskikset, joihin voi viedä koirien jätökset ja kunnan ilmoittamat ladut, joissa on sallittu hiihtäminen koiran kanssa, sekä ylipäänsä mahdollisuus koirahiihtoon. Kuitenkin jopa noin 15 vastaajaa kertoivat, etteivät ole tehneet ollenkaan havaintoja siitä, miten lissä on huomioitu koiranomistajat. Kysymykseen tuli myös useita kehitysehdotuksia, mitä palveluja listä vielä puuttuu.

14. Tuleeko mieleesi mitään yleisiä koiranomistajan elämää helpottavia asioita, jotka vielä puuttuvat listä? (esim. luontoon ja ympäristöön liittyen)

Tämä kysymys toteutettiin myös avoimena kysymyksenä. Kysymykseen vastasi yhteensä 53 kyselyyn vastanneista. Heistä noin 15 toivoi lin alueelle enemmän sekä koirien jätöksille että yleiseen käyttöön tarkoitettuja jäteastioita. Noin 12 toivoi lin alueelle toista koirapuistoa sekä useat toivoivat myös Kuivaniemen alueelle koirapuistoa, sillä alueelta puuttuu koirapuisto kokonaan. Vastaajista noin viisi toivoi lin alueelle kunnollista koulutushallia, jossa on terve sisäilma sekä noin viisi toivoi lihin koirahoitolaa. Myös koirauimalaa, päivystävää eläinlääkärinä, koirille sallittuja uimarantoja, ulkoilureittejä sekä hiihtolatuja toivottiin lin alueelle enemmän. Myös jo olemassa oleviin palveluihin toivottiin parannusta, kuten esimerkiksi valaistusta Illinsaaren koirapuistoon sekä puisto toivottiin jaettavan aidalla siten, että isommille ja pienemmille koirille olisi omat alueensa. Lisäksi toivottiin ”Koiranulkoilutus sallittu koiran ollessa kytkettynä” -kylttiä pururadoille.

15. Kaipaako jotain tiettyä palvelua, yritystä tai harrastusmahdollisuutta koirallesi, jota ei lissä vielä ole?

Tähän kysymykseen liittyen saatiin aiempien kysymysten vastauksissa jo runsaasti kehitysehdotuksia ja vinkkejä siitä, mitä palveluita listä vielä mahdollisesti puuttuu. Tämäkin kysymys toteutettiin avoimena kysymyksenä, ja siihen vastasi 58 kyselyyn vastanneista. Kysymyksessä tuli esille kuitenkin pitkälti samoja asioita, kuin edellisissä kysymyksissä, jonka vuoksi käyn tämän kysymyksen vastaukset läpi yleisemmällä tasolla ja kerron, mitä palveluita lihin kaivattaisiin vielä edellisissä kysymyksissä tulleiden vastausten lisäksi.

Jo mainittujen asioiden lisäksi vastaajat toivoivat lin seudun alueelle järjestettävään koirakoulutuksia, kuten esimerkiksi pelastus- ja ongelmakoirakoulutuksia, agilityä, nosework:ia, paimennus-, etsintä-, sienikoira- ja jäljestyskursseja, sekä koiratanssia. Lisäksi toivottiin myös koiravaljakoille tarkoitettuja ajoväyliä, näyttelytreenejä, ohjattua koirankoulutusta, toista trimmauspalvelua, pieneläin-klinikkaa, kausilupaa valtion maihin, koirienkoulutuskenttää, noutajien metsästyskokeita, koirahiihtoa kisatavoitteellisesti sekä kauppa, josta saisi ostettua suurempia määriä koiranruokaa ja erityisesti raakaruokia. Toiveita on paljon, ja kaikkea ei varmastikaan ole mahdollista toteuttaa, mutta kyselyn ansiosta toimeksiantaja lin kunta sekä yrittäjyydestä kiinnostuneet ovat saaneet erittäin paljon hyviä kehitysehdotuksia sekä ideoita uusista yrityksistä lin seudulle.

16. Koetko, että joistain koirapalveluista olisi jo ylitarjontaa lin alueella? Jos kyllä, niin mistä?

Tämäkin kysymys toteutettiin avoimena kysymyksenä. Kysymykseen vastasi ainoastaan 31 henkilöä, joka on vain murto-osa koko kyselyyn vastanneista. Jokainen kysymykseen vastannut henkilö koki, ettei mistään koirapalveluista ole ylitarjontaa lin alueella.

17. Oletko törmännyt viime aikoina johonkin lin alueen koirapalvelun markkinointiin tai mainontaan? Jos olet, kuinka usein?

Tähän kysymykseen oli annettu valmiit vastausvaihtoehdot. Kysymykseen vastasi yhteensä 83 koko kyselyyn vastanneista. Eniten ääniä sai vastausvaihtoehto ”Muutaman kerran vuodessa” 27,7 prosentilla (23 vastaajaa). Harmillisesti toiseksi suurimman osan kysymykseen vastanneiden äänistä sai vastausvaihtoehto ”En ole törmännyt markkinointiin lainkaan” (26,5 %, 22 vastaajaa). Se on yritysten ja asiakkaiden kannalta harmillista, ettei iiläisiä koirapalveluja vaikuteta markkinoitavan juuri lainkaan. Kolmanneksi eniten ääniä saivat kuitenkin vastausvaihtoehdot ”Viikoittain” ja ”Kuu-kausittain” (16,9 %, 14 vastaajaa/vastausvaihtoehto). Vastausvaihtoehdot ”Harvemmin kuin kerran vuodessa” saivat 9,6 prosenttia äänistä (8 vastaajaa), ”Vuosittain” 3,6 prosenttia (kolme vastaajaa) ja ”Päivittäin” 2,4 prosenttia (2 vastaajaa). Kysymykseen tuli myös kaksi ”Muu” -vastausta (2,4 %), joita olivat: ”lin uusi koirametsä, jota on mainostettu hyvin” ja ”Jos on lin seudun koiraryhmässä niin siellä, muuten ei ollenkaan”.

18. Minkä tyyppinen koiriin liittyvä markkinointi ja mainonta kiinnittää erityisesti huomiosi?

Kysymys toteutettiin avoimena kysymyksenä, ja kysymykseen vastasi yhteensä 50 kyselyyn vastanneista. Käyn tämänkin kysymyksen vastaukset yleisemmällä tasolla läpi, sillä kysymykseen saapui todella paljon erityyppisiä vastauksia. Vastaajat kuitenkin kertoivat kiinnittävän huomionsa erityisesti seuraavanlaiseen mainontaan: koulutukset, kurssit, tapahtumat, koiratarvikkeet, koirametsä, koiranhoito, ulkoilu, trimmaus, kynsienleikkaus, eläinlääkäri, näyttelytreenit, metsästyskoirat, koirien hyvinvointi ja terveys, ruoka ja ruokinta, kampanjat, harrastukset, koirahieronta, uudet palvelut, varusteet, luonto sekä normaali arkeen liittyvä mainonta ja markkinointi. Muutama vastaaja oli kertonut myös sopivia väyliä markkinointiin, joita olivat muun muassa sosiaalisen median kanavat, kuten Facebook ja esimerkiksi lehtijuttu paikallislehdessä. Vastaajat kertoivat myös, että positiivinen, hyvin suunniteltu sekä nimenomaan kuvallinen mainonta kiinnostaa ja eräs vastaaja kertoi, että lempeän näköiset koirakuvat herättävät huomion.

19. Koetko, että lissä on ylipäänsä kysyntää ja tarvetta koirapalveluille? Kannattaako lihin perustaa koirapalveluita tarjoava yritys?

Kyselyn viimeinen kysymys toteutettiin myös avoimena kysymyksenä. Kysymykseen vastasi 66 kyselyyn vastanneista. Heistä suurin osa, noin 45 vastaajaa koki, että lissä on kysyntää koirapalveluille. Viisi vastaajaa ei osanneet sanoa, onko koirapalveluille kysyntää ja kuusi vastaajaa koki, ettei koirapalveluille välttämättä olisi tarpeeksi kysyntää. Monet vastaajat olivat perustelleet vastustaan sillä, että lin kokoiselle paikkakunnalle palveluja olisi jo riittävästi. Haluan tehdä tämänkin kysymyksen vastauksista muutaman noston:

"Kannattaa ehdottomasti. Olen turvautunut Kemin palveluihin, samoin moni muu tuntemani koiranomistaja", "Kyllä, jos hoksaa jotain mitä täällä ei vielä ole, trimmauspalveluja ei taida tehdä kuin yksi yritys, jolla ajat yleensä täynnä...", "Kyllä varmasti kannattaisi. Siisti, tilava halli, pentukurssit, pentutreffit ja näyttelytreenit kiinnostaisi itseä. Pentutreffejä täällä ei ole ollut ollenkaan. Uskon että väkeä tulisi niihin myös Haukiputaalta", "En itse perustaisi koska Oulu on niin lähellä. Mekin käymme Oulussa välillä treeneissä", "Kyllä on kysyntää, mutta en tiedä onko riittävästi", "Itse ainakin käyttäisin, jos palvelu olisi monipuolista. Treeneihin vuokrausta, koulutusapua yms. Mahdollisuuksia myös siihen, että saisi yksilöllistä opastusta koiran kanssa", "Luulen, että laman aikaan tällaiselle pienelle joukolle tarjonta voi olla huonosti kannattavaa. Netissä taas tarjontaa on jo runsaasti. Tietenkin jokin hyvä ja uusi idea voisi saada menestystäkin", "Kyllä. Mahdollisimman monipuolista palvelua tarjoava yritys menestyy, liian suppeassa palvelussa tuotot ja käyttäjät ovat todennäköisesti vähäisiä", "Joo, kysyntää on, koiria ja koiran omistajia on niin paljon", "Täällä on todella paljon koiria, oletan että monialainen yritys voisi olla kannattava", "Kyllä. Lemmikkieläintarvikeliike voisi menestyä hienostikin esimerkiksi Kärkkäisen yhteydessä"

4.3 Yhteenveto tuloksista

Haastattelun ja kyselyn tuloksia analysoidessa tein huomion, että molemmissa tarvekartoituksissa tuli paljon samoja asioita ilmi. Palveluntarjontaa pohtiessa esimerkiksi koirankoulutuspalveluille ja toiselle koirapuistolle olisi lin alueella kovastikin kysyntää. Lin kunnan kannattaisi kiinnittää huomiota palveluiden osalta myös Kuivaniemen alueelle sen ollessa osa lin kuntaa. Useat vastaajat toivoivat erityisesti koirapuistoa myös Kuivaniemen alueelle. Jo olemassa olevaan Illinsaareen sijaitsevaan koirapuistoon toivottiin parannusta, kuten esimerkiksi valaistusta ja isot ja pienet koirat erottavaa aitaa. Kunnan kannattaisi ottaa koirapuisto ylläpidettäväkseen, jotta puistosta saataisiin siistimpi ja asukkaita paremmin palveleva. Muiden palvelujen osalta toivottiin esimerkiksi toista

trimmauspalvelua, koirahoitolaa, enemmän eläinlääkäreitä sekä pientä koiratarvikeliikettä. Yrittäjyydestä kiinnostuneet saivat näistä vastauksista hyviä vinkkejä, mitä palveluja alueelle vielä kavaataan. Kyselyn perusteella vaikuttaa, että palveluille olisi kyllä kysyntää, jos vain osaisi ideoida tarpeeksi monipuolisia palveluja tarjoavan yrityksen.

Suurin osa vastaajista kertoi harrastavansa lenkkeilyä tai hiihtämistä koiran kanssa, joten lenkipoluille ja koirahiihtoon sallituille hiihtoladuille on nähtäväkseni tarvetta. Vastausten perusteella iiläiset kokivat koirahiihtoon sallitut hiihtoladut vähäisiksi tai eivät olleet löytäneet niistä helposti tietoa. Tiedot hiihtoladuista kannattaisi päivittää helpommin löydettäväksi lin kunnan verkkosivuilla, sillä tällä hetkellä ne ovat melko haasteelliset löytää. Tutkimuksen tuotoksena syntyneessä koiraoppaassa koirille sallitut hiihtoladut ovat esitelty selkeästi. Myös agilitymahdollisuutta toivottiin alueelle. Sitä varten täytyisi järjestää harrastamiseen soveltuva kenttä sekä välineistö ja niille asianmukaiset säilytystilat. Agilityn lisäksi myös koirankoulutukseen soveltuvaa hallitilaa tai kenttäaluetta toivottiin useaan otteeseen, joten sellainen yhdistetty agility/koirankoulutushalli voisi tulla kyseeseen palveluja kehitettäessä. Useat vastaajat kertoivat käyttävänsä koiraansa myös uimassa, jonka vuoksi koirille sallittuihin uimarantoihin olisi hyvä ottaa enemmän kantaa. Oppaassa on jo mainittukin muutamia epävirallisia paikkoja, joissa koiria voi mahdollisesti käyttää uimassa, mutta miksei voisi olla joku virallinenkin uimaranta, joka olisi sallittu myös koirille? Myös koirankakkaroskikset koettiin tärkeäksi, ja niitä toivottiin lisättävän lin alueelle.

Koirapalvelujen löytäminen koettiin hankalaksi, sillä tietoja on jouduttu etsimään monista eri paikoista. Sen perusteella tulkitsem, että tarvetta koiraoppaalle on. Yritysten ja yhdistysten kannattaa pitää sivustonsa paremmin ajan tasalla päivittämällä sivustoja tasaisin väliajoin. Yritysten kannattaisi mahdollisuuksien mukaan myös mainostaa palvelujaan enemmän, jotta potentiaaliset asiakkaat löytäisivät paremmin palvelujen ääreen. Myös yritysten verkkosivujen puuttumisen koettiin vaikuttavan suuresti palvelujen löydettävyyteen, jonka vuoksi kannustankin jokaista yritystä harkitsemaan kunnollisten verkkosivujen perustamista, ellei niitä ennestään jo löydy. Yhteenvetona on kuitenkin positiivista, että suurin osa kyselyyn vastanneista iiläisistä koiranomistajista kokee koiranomistajuuden helpoksi lin alueella. Jos tekisin kyselyn uudestaan, lisäisin kyselyn loppuun myös vapaa palaute -vastauskentän, johon vastaajat saisivat antaa vapaasti myös muuta palautetta liittyen aiheeseen. Kaiken kaikkiaan tarvekartoitus onnistui kuitenkin erinomaisesti ja toimeksiantajalla on nyt erittäin hyvät lähtökohdat lähteä kehittämään palvelujaan asukkaita vielä paremmin palveleviksi.

5 KOIRAOPPAAN LAATIMINEN

Koiraoppaan laatiminen vaati laajaa selvitystyötä. Pohtiessani, mitä koirapalveluja on edes olemassa, sain koiraharrastajaystävältäni paljon tukea, sillä hän auttoi minua luetteloimaan eri kategoriaita. Käytin apunani myös Google-hakukonetta, jonka hakutulosten pohjalta osasin paremmin havainnoida, mitä palveluita koirille on saatavilla. Internet-haut olivat muutenkin suuressa roolissa oppaan laatimisessa, sillä pelkästään Google-hakukonetta käyttämällä pystyi löytämään suuren osan iiläisistä koirapalveluista ja yrityksistä. Oppaan laatimisen tueksi löysin hyödyllistä tietoa myös erilaisista dokumenteista, esimerkiksi toimeksiantaja lin kunnan laatimista julkisista koonneista koskien lenkki- ja hiihtomaastoja. Myös Pohjois-lin kyläyhdistys ry:n verkkosivuilta löytynyt koonti Pohjois-lin alueen yrityksistä auttoi osakseen, sillä koonnista löytyi tutkimuksen kannalta muutama olennainen yritys osaksi koiraopasta. Tiedot esimerkiksi metsästysyhdistyksistä löytyivät erilaisista koonneista ainakin lin kunnan sekä Olhavan seudun kehittämissyhdistyksen verkkosivuilta.

Käytin myös Facebookia avuksi etsiessäni esimerkiksi Facebook-yhteisöjä, yritysten Facebook-sivuja sekä aikaisemmin käytyjä keskusteluja liittyen koirapalveluihin lin alueella. Keskusteluja löytyikin runsaasti ”iiläisten puskaradio” Facebook-ryhmästä, josta poimin tietoja oppaaseen. Suuri osa oppaan tiedoista löytyi kuitenkin siten, että loin omilla henkilökohtaisilla Facebook-tunnuksillani päivityksen ”iiläisten puskaradio” Facebook-ryhmään, jossa pyysin paikkakuntalaisia linkittämään keskusteluun kaikki heidän tietämänsä iiläiset yritykset, kennelit ja muut palveluntarjoajat, jotka liittyvät koiriin. Päivityksen tekeminen auttoi minua suuresti viemään tutkimustani eteenpäin, sillä sain tietooni paljon sellaisiakin yrityksiä, joita ei edes Googlen hakutuloksista löytynyt. Ryhmäläisten aktiivisuus yllätti minut positiivisesti. Koiraystävällisiä paikkoja selvittäessäni tutkin yritysten verkkosivuja sekä otin niihin henkilökohtaisesti yhteyttä sähköpostin välityksellä, sekä kävin muutamassa liikkeessä myös paikan päällä tiedustelemassa. Lähetin sähköpostia noin viidelletoista lin alueella toimivalle yritykselle, mutta vain noin 1/3 yrityksistä vastasi sähköpostiviestini. Viestissä tiedustelin esimerkiksi, että saako heidän myymäläänsä tulla koiran kanssa. Listaus jäi sen takia hieman lyhyeksi, mutta päätin kuitenkin sisällyttää listaan ne yritykset, joilta sain tiedot tutkimuksen aikana.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

6.1 Tutkimuksen onnistuminen

Projekti onnistui mielestäni hyvin. Olen vastannut tutkimuskysymykseen ”Mitä koirapalveluja lin seudulla on?” oppaan avulla. Opas auttaa iiläisiä koiraharrastajia saamaan nyt kattavasti tietoa lin seudun koirapalveluista sekä myös esimerkiksi kenneleistä ja lenkki- ja hiihtomaastoista. Olen vastannut tutkimuskysymykseen ”Miten palvelut löytyvät ja miten löydettävyyttä voisi parantaa?” käymällä läpi alkutilannetta, selvittämällä kyselyn avulla palveluiden löydettävyyden nykytilannetta iiläisten koiranomistajien näkökulmasta sekä tuonut esille teoriakirjallisuuden avulla vinkkejä siihen, miten palveluiden löydettävyyttä voisi käytännössä parantaa. Myös itse koiraopas on osaltaan auttanut parantamaan koirapalvelujen löydettävyyttä, kun kaikki tiedot löytyvät jatkossa samasta paikasta.

Tarvekartoituskyselystä saadut vastaukset vastaavat myös tutkimuskysymyksiin ”Onko koirapalveluille kysyntää lin alueella?” sekä ”Puuttuuko lin seudulta vielä joitakin palveluja?”. Kyselyn vastausten perusteella saatiin selville, että koirapalveluille on kysyntää. Perusteena kyselyyn vastaajien lukumäärä, koirapalveluiden käyttäjien määrä sekä kehitysehdotukset. Kyselyn avulla saatiin selville myös, että mitä palveluja listä vielä puuttuu. Vastauksia kysymyksiin saatiin runsaasti, joten lin kunnalla on hyvät lähtökohdat palvelujen kehittämiseen tutkimuksen aineisto tukenaan. Kyselyn avulla myös yritykset ovat saaneet vinkkejä esimerkiksi markkinointiin ja mainoksiin sekä yrittäjyydestä kiinnostuneet ideoita palveluista, joita lihin vielä kaivattaisiin.

Tutkimuksen sisältö on kerätty haastattelemalla asiantuntevaa henkilöä, toteuttamalla kysely kohderyhmälle eli palvelujen käyttäjille, tehty yhteenveto haastattelun ja kyselyn tuloksista, käytetty luotettavia lähteitä sekä kerätty vankka teoriapohja tutkimusaiheen tueksi. Oppaan yritykset on kerätty hakukoneen avulla sekä tiedustelemalla kohderyhmältä eli iiläisiltä itseltään. Jokaisen yrityksen sekä kennelin olemassaolo on tarkistettu hakukoneella sekä muutoinkin oppaan tietojen ajantasaisuus sekä luotettavuus on tarkastettu moneen otteeseen.

Tutkimusta voisi mahdollisesti jatkojalostaa pureutumalla vielä syvemmälle aiheeseen eli koiriin ja koiranomistajiin lin kunnassa. Oulun kaupungin koirapopas toimisi erinomaisena lähtökohtana jatkojalostettaessa tutkimusta, sillä oppaassa on esitelty laajasti sellaisiakin näkökulmia, joihin tämä opas ei vielä keskittynyt. Listä löytyisi todennäköisesti vielä monia muitakin koiranäkökulmia tarkasteltavaksi, joita en itse osannut edes ajatella. Lisäksi opasta voisi kehittää entistäkin kattavammaksi ja informatiivisemmaksi kokonaisuudeksi lisäämällä siihen esimerkiksi yritysten yhteystiedot ja osoitteet sekä kenneliön kasvattamat koirarodut. Opas on tällä hetkellä melko pelkistetyssä muodossa, ja sen informaatiota voisi kasvattaa monella tapaa. Yrityksiä ja muita oppaassa mainittuja toimintoja voi todennäköisesti lin alueelta löytyä vielä lisääkin, mutta uskon, että liitteenä oleva opas on jo itsessään melko kattava.

Varsinkin oppaan osiosta ”Koiraystävälliset paikat” olisin toivonut kattavampaa, mutta tiedonhankinta osoittautuikin melko hankalaksi yritysten passiivisuuden vuoksi. Yritin hankkia tietoa lähettämällä useisiin lin alueen yrityksiin sähköpostitiedusteluja sekä kävin myös paikan päällä tiedustelemassa. Sähköpostiviesteissä tiedustelin muun muassa sitä, saako yrityksen liiketiloihin tulla asiomaan koiran kanssa, mikä on heidän tuotevalikoimansa koirille ja miten muutoin he ovat huomioineet koirat heillä asioidessaan. Sähköpostiviestiin vastasi kuitenkin vain murto-osa yrityksistä, jonka vuoksi lista jäi melko suppeaksi. Valitettavasti minulla ei ollut resursseja eikä aikaa lähteä tiedustelemaan näitä asioita jokaiselta yritykseltä paikan päällä. Tein myös huomion, että suuremmat yritykset ja brändit vastasivat herkemmin sähköpostiini, kun taas pienet yritykset sivuuttivat sähköpostini kokonaan.

6.2 Projektin hallinta

Tarkoitukseni oli aloittaa opinnäytetyön tekeminen elokuussa 2023 ammattiharjoittelun päätyttyä, mutta loppujen lopuksi aloitin opinnäytetyön tekemisen kunnolla vasta lokakuun alkupuolella. Opinnäytetyön aloittaminen tuntui aluksi hankalalta, mutta keräsin kuitenkin joitain aineistoja valmiiksi jo ennen varsinaista työn aloittamista. Opinnäytetyön aiheen valinta tuotti myös vaikeuksia, sillä luulin saavani opinnäytetyön aiheen silloisesta harjoittelupaikastani. Harjoittelupaikalla ei kuitenkaan loppujen lopuksi ollutkaan antaa aihetta opinnäytetyöhön, joten minun oli keksittävä opinnäytetyölleni aihe melko ripeällä aikataululla. Onneksi sain piakkoin ystävältäni vinkin aiheesta, joka tuntui kiinnostavan heti myös itseäni.

Olin alustavasti ajatellut, että tekisin opinnäytetyön itsenäisesti ilman toimeksiantajaa. Opinnäytetyöhön valmentavan kurssin eli Liiketalouden tutkimus- ja kehittämismenetelmät 2-opintojakson edetessä huomasin kuitenkin toimeksiantajan tärkeyden, joten otin kouluun yhteyttä asian tiimoilta. Ammattikorkeakoulu vinkkasi, että voisiko kunta olla kiinnostunut aiheesta, jonka myötä otin yhteyttä lin kuntaan. Neuvottelut kunnan kanssa kestivät melko pitkään, mutta loppujen lopuksi sain kunnasta itselleni yhteyshenkilön ja aiheelleni toimeksiantajan. Jätin ainehakemuksen ammattikorkeakoululle 10.10.2023 ja aiheeni hyväksyttiin heti seuraavana päivänä 11.10.2023.

Alkuvaikeuksien jälkeen opinnäytetyön tekeminen lähti kuitenkin lopulta hyvin käyntiin, ja sovin opinnäytetyön aloituskeskustelun heti seuraavalle viikolle 16.10.2023. Aloituskeskusteluun mennessä työ oli jo niin hyvässä vaiheessa, että ohjausseminaarin ajankohta sovittiin kahden viikon päähän 1.11.2023. Tässä vaiheessa työni oli melko samassa vaiheessa, kuin aloituskeskustelussa. Ohjausseminaarin aikana sovittiin esitysseminaarin ajankohta kolmen viikon päähän 23.11. Viimeiset viikot ennen esitysseminaaria tuntuivat hektisiltä. Toteutin tuona aikana haastattelun ja kyselyn, analysoin niiden tulokset, suoritin pakolliset seminaarit, tein kypsyysnäytteen sekä saatoin opinnäytetyön lopulliseen muotoonsa. Koen, että sain kuitenkin opinnäytetyön sekä muut oheisasiat tehtyä hyvin ja ajallaan, jonka ansiosta valmistuin tradenomiksi suunnitellussa aikataulussa 15.12.2023.

LÄHTEET

Aalho, Essi 2023. Myyvät tuotekuvaukset – vinkit myyviin verkkokauppateksteihin. Hakupäivä 16.11.2023. <https://blog.kuulu.fi/verkkokaupan-tuotekuvausten-kirjoittaminen>.

Aalho, Jukka 2017. Mikä on podcast? Hakupäivä 16.11.2023. <https://hyviaasioita.fi/mika-on-podcast/>.

Aaltonen, Jani 2019. Mitä on sisältömarkkinointi? Hakupäivä 16.11.2023. <https://www.salescommunications.fi/blog/mita-on-sisaltomarkkinointi>.

Abdullah 2023. Mitä on B2B-markkinointi? Hakupäivä 15.10.2023. <https://vivreunblog.com/b2b-markkinointi/>.

Alapeteri, Anna 2023. Laadullisen aineiston analyysi. Oulun ammattikorkeakoulun opiskelijoiden Moodle. Hakupäivä 7.10.2023. Vaatii käyttöoikeuden.

Anonyymi haastateltava 2023. Iin seudun koirapalvelut – tarvekartoitus. Haastattelu 13.11.2023.

Bittitaivas 2023. Internet, Intranet, Extranet (IIE) – Mitä eroa niillä on? Hakupäivä 16.11.2023. <https://bittitaivas.fi/internet-intranet-extranet/>.

DogsBestLife 2022. Valokuva. Celebrate 8 important dog milestones. Hakupäivä 8.11.2023. <https://dogsbestlife.com/dog-fun/celebrate-dog-milestones/>.

GCF Global 2023a. What is Facebook? Hakupäivä 13.11.2023. <https://edu.gcfglobal.org/en/facebook101/what-is-facebook/1/>.

GCF Global 2023b. What is YouTube? Hakupäivä 16.11.2023. <https://edu.gcfglobal.org/en/youtube/what-is-youtube/1/>.

Grapevine 2021. Mitä on natiivimainonta? Hakupäivä 16.11.2023. <https://grapevine.fi/mita-on-natiivimainonta/>.

Hurskainen, Kati 2023. Dialoginen kirjoittaminen. Hakupäivä 15.11.2023. Vaatii käyttöoikeuden.

lin kunta – lissä on ideaa 2023. Facebook-päivitys 10.11.2023. Hakupäivä 12.11.2023. https://m.facebook.com/story.php?story_fbid=pfbid0P64yEiJbWq7eAbVKbyU8GAmaZd4bpXBXnN-wXeB4wHxaprXxq132UHGUHobxDsQChI&id=100066605645088.

lin kunta 2023a. Historiaa ja kuntatietoa. Hakupäivä 11.10.2023. <https://ii.fi/historiaa-ja-kuntatietoa>.

lin kunta 2023b. Iin kunnan liikunta- ja harrastepaikat. Hakupäivä 10.11.2023. https://www.ii.fi/sites/ii.fi/files/TIEDOSTOT/VAPAA-AIKA_HYVINVOINTI/liikunta,%20leikki,%20luontokoh-teet/lin%20kunnan%20liikuntapaikat.pdf.

Iin vapaa-aika & hyvinvointi 2023. Yhdistykset. Hakupäivä 10.11.2023. <https://iihappens.fi/yhdistykset/>.

ISE 2023a. Mikä on Google Analytics ja mitä sillä tehdään? Hakupäivä 15.10.2023. <https://ise.fi/mika-on-google-analytics-ja-mita-silla-tehdaan/>.

ISE 2023b. Mobiilisovellus. Hakupäivä 16.11.2023. <https://ise.fi/sanastoa/mobiilisovellus/>.

ISE 2023c. Verkkosivusto. Hakupäivä 16.11.2023. <https://ise.fi/sanastoa/verkkosivusto/>.

Juhila, Kirsi 2023. Laadullinen tutkimus ja teoria. Hakupäivä 15.11.2023. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvali/mita-on-laadullinen-tutkimus/laadullinen-tutkimus-ja-teoria/>.

Kennelliitto 2023. 2023 Koira kansalaisena. Hakupäivä 5.10.2023. <https://www.kennelliitto.fi/tietoameista/toiminta-ja-strategia/teemavuodet/2023-koira-kansalaisena>.

Kopiraittilan Koulu 2023. Tekstin lainaaminen lähteestä. Hakupäivä 15.11.2023. <https://kopiraittila.fi/muistilistat/tekstin-lainaaminen-lahteesta/>.

Koppa 2015. Luokittelu. Hakupäivä 7.10.2023. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat/luokittelu>.

Koski, Pirjo & Kelo, Marjatta 2019. Masterminds – maisteriainesta. Hakupäivä 7.10.2023. <https://blogit.metropolia.fi/masterminds/2019/09/30/toimintatutkimus-menetelmana/>.

Kuntaliitto 2023. Tulevaisuuden kunnan roolit ja toiminta. Hakupäivä 11.10.2023. <https://www.kuntaliitto.fi/tulevaisuuden-kunnan-roolit-ja-toiminta>.

Kuvaja, Henna 2023. Instagram Stories käyttöopas, osa 1 – tutustu Storiesin perustoimintoihin. Hakupäivä 16.11.2023. <https://blog.kuulu.fi/instagram-stories-opas-osa-1>.

KvaliMOTV 2023. Litterointi. Hakupäivä 15.11.2023. https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_2_1.html.

Lahtinen, Niko, Pulkka, Kimmo, Karjaluoto, Heikki & Mero, Joel 2022. Digimarkkinointi. Helsinki: Alma Talent.

Leino, Antti 2012. Sosiaalinen netti ja menestyvän pk-yrityksen mahdollisuudet. Helsinki: Management Institute of Finland MIF.

Levelup 2023. Mitä on hakusanamainonta ja miksi sitä kannattaa tehdä? Hakupäivä 16.11.2023. <https://levelup.fi/hakusanamainonta/>.

Lime 2023. Tarvekartoitus antaa sinulle näkemyksen asiakkaan tarpeista. Hakupäivä 15.10.2023. <https://www.lime-technologies.com/fi/articles/tarveanalyysi-antaa-sinulle-nakemyksen-asiakkaan-tarpeista/>.

MarkkinointiMaestro 2023. Sosiaalisen median markkinointi haltuun – Täydellinen opas 2023. Hakupäivä 16.11.2023. <https://www.markkinointimaestro.fi/sosiaalisen-median-markkinointi-opas>.

Meks 2023. Mitä display-mainonta tarkoittaa ja kenelle se sopii? Hakupäivä 16.11.2023. <https://meks.fi/mita-display-mainonta-tarκοittaa-ja-kenelle-se-sopii/>.

Myynninmaailma 2023. Hakukonemarkkinointi – SEM = SEO & SEA. Hakupäivä 5.10.2023. <https://myynninmaailma.fi/kasvumarkkinointi/hakukonemarkkinointi/>.

Nieminen, Kari 2022. Mitä on sähköpostimarkkinointi? Hakupäivä 16.11.2023. <https://markkinoinnintrendit.fi/mita-on-sahkopostimarkkinointi/>.

Olhava 2023. Yhdistykset. Hakupäivä 10.11.2023. <https://www.olhava.fi/vapaaaika/yhdistykset/>.

One 2023. Mikä on blogi? Hakupäivä 16.11.2023. <https://www.one.com/fi/verkkomarkkinointi/mika-on-blogi>.

Oulun kaupunki 2023. Koirana Oulussa. Hakupäivä 15.10.2023. <https://www.ouka.fi/oulu/ymparisto-ja-luonto/koiraopas>.

Paloheimo, Toni 2009. KLIKKAA TÄSTÄ - Internetmarkkinoinnin käsikirja v. 09. Helsinki: Mainostajien liitto.

Pngitem 2019. Valokuva. Beagle Dog Png File, Transparent Png. Hakupäivä 5.10.2023. https://www.pngitem.com/middle/TwxTiTJ_beagle-dog-png-file-transparent-png/.

Pulka, Kimmo 2023. Markkinoinnin automaatio – mitä sillä tarkoitetaan ja miten se toimii meillä omassa markkinoinnissamme? Hakupäivä 16.11.2023. <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/markkinoinnin-automaatio-mita-silla-tarkoitetaan-ja-miten-se-toimii-meilla-omassa-markkinoinnissamme>.

Pöyhönen, Perttu, Santavuori, Hanna & Mustonen, Sari 2023. Asiakastutkimus – Perusteet ja käytännöt. Helsinki: Alma Talent.

Pöykiö, Heidi 2023. Puheenjohtajan terveiset. Hakupäivä 5.10.2023. <https://pohjoispohjanmaan.kennelpiiri.fi/uutiset/puheenjohtajan-terveiset/>.

Rantakoski, Arto 2023. Verkkokauppa – vinkit suunnitteluun. Hakupäivä 16.11.2023. <https://myynninmaailma.fi/asiantuntija-artikkelit/verkkopalvelut/verkkokauppa-vinkit-suunnitteluun/>.

Ringel, Katri 2022. Katri Ringel löysi uuden ammatin koiransa terveysongelmien kautta – koirien hyvinvointipalveluiden kysyntä lisääntyy, kun yhä useampi huomaa lemmikin hyötyvän hieronnasta. Hakupäivä 15.10.2023. <https://www.satakunnankansa.fi/satakunta/art-2000008965233.html>.

Rouse, Margaret 2023. Google. Hakupäivä 6.11.2023. <https://www.techopedia.com/definition/5359/google>.

Sievänen, Anita 2023. Pohjois-iiläiset yrittäjät palvelevat. Hakupäivä 15.10.2023. <https://www.pohjoisiinkylayhdistys.fi/5>.

Suomen Digimarkkinointi 2023. Web-analytiikka. Hakupäivä 16.11.2023. <https://www.digimarkkinointi.fi/analytiikka-seuranta>.

SurveyMonkey 2023. Avoimet kysymykset: lisää taustatietoa datan tueksi. Hakupäivä 12.11.2023. <https://fi.surveymonkey.com/mp/open-ended-questions-get-more-context-to-enrich-your-data/>.

Survio 2023. Termisanasto. Hakupäivä 12.10.2023. <https://www.survio.com/fi/termisanasto>.

Sähköinenkirja 2023. Mikä on e-kirja? Hakupäivä 16.11.2023. <http://www.sahkoinenkirja.fi/>.

Talentree 2022. Digitaalinen markkinointi. Hakupäivä 15.10.2023. <https://talentree.fi/aihe/digitaalinen-markkinointi/>.

Taloustutkimus 2018. Verkkosivujen merkitys tiedonhakuprosessissa. Hakupäivä 13.11.2023. <https://www.taloustutkimus.fi/ajankohtaista/uutisia/verkkosivujen-merkitys-tiedonhakuprosessissa.html>.

Tilastokeskus 2023. PK-yritys. Hakupäivä 15.10.2023. https://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritys.html.
Venermo, Alina 2022. Mitä on remarketing ja miksi se on tärkeää? Hakupäivä 16.11.2023. <https://folcan.fi/mita-on-remarketing/>.

Trustmary 2023. Sisällöntuotannon ABC – näin tuotat sisältöä, joka oikeasti näkyy liiketoiminnassa. Hakupäivä 16.11.2023. <https://trustmary.com/fi/markkinointi/sisallontuotannon-abc-nain-tuotat-sialtoa-joka-oikeasti-nakyy-liiketoiminnassa/>.

Vengage 2019. Mikä on infograafi? Infograafiesimerkit, mallipohjat ja suunnitteluvinkit. Hakupäivä 2023. <https://fi.venngage.com/blog/mika-on-infograafi-infograafiesimerkit-mallipohjat/>.

Visma 2023. Webinaari – Mikä on webinaari? Hakupäivä 16.11.2023. <https://www.visma.fi/epas-seli/kirjanpidon-sanakirja/w/webinaari/>.

WebOpas 2023. Intranet. Hakupäivä 16.11.2023. <https://www.webopas.net/intranet.html>.

Wikisanakirja 2021. Yhteenveto. Hakupäivä 15.11.2023. <https://fi.wiktionary.org/wiki/yhteenveto>.

Iin seudun koirapalvelut



<p>Koulutus Iin KoiraKaverit Tmi Heljä Kaveri Iin Koiruudet ry Koirapalvelu Kannattava Laumala Pippurimuorin Koirapalveluiden paimennuskoulutukset</p> <p>Trimmaus Trimmauspalvelu Tangotassu</p> <p>Löytökoirat Kuivaniemen koirahoitola: Kari Meriläinen</p> <p>Homekoirat Kennel Jenidon Tmi Marko Hand</p> <p>Tunnistusmerkitsijä Katariina Vahvelainen</p> <p>Lemmikkikuvaus Studio Salama</p> <p>Facebook-yhteisöt & yhdistykset Iin Koiraharrastajat Ry Iiläiset koirat Kadonneet eläimet Iin seutu</p>	<p>Koirapuistot Koirametsä Hiisi Iin Koirapuisto Illinsaari</p> <p>Koirahieronta Eläinhieroja Laura Ahmala Lumotassu - Koirahieroja Jenna Kakko Koirahieroja Katja Alasiurua Letkeä Liike - Koirahieronta</p> <p>Kennelit Kennel Dreambears Hankosuon kennel Hunajan kennel Kennel Ikitulen Kennel Jalotuulen Kennel Jenidon Jänesruoskan kennel Kennel Kaijanlammen Kennel Kairakehdon Kennel King-Baronen's & Saint Verna Leinikan kennel Reppujätjän kennel Kennel Taikalumon Teilojan kennel Tesucon kennel Vaaraajan kennel Vilmitähden kennel Vitikorven kennel Kennel Wanhanpirtin</p>	<p>Eläinlääkärit Kunnan eläinlääkärit: Meelis Reimaa & Sampo Remes Yksityinen eläinlääkäri: Iin Eläinlääkäri Virpi Kurkela</p> <p>Koiranruokamyynä K-Market Ii Kennel-Rehu Oy Kärkkäinen Ii S-market Ii VIPstore Merja Keltamäki</p> <p>Metsästysyhdistykset Iin Metsästysyhdistys Ry Iin seudun riistanhoitoyhdistys Etelä-Iin Erä ry Iin Metsästysyhdistys ry Jakkukylän Eräkot ry Kuivajoen Pohjoispuolen Metsästysseura ry Kuivaniemen Metsästysseura ry Luola-aavan metsästysseura ry Oijärven Metsästysseura ry Olhavan Erä ry Olhavan Riistamiehet ry Pirttitörmän riistaveikot ry Pohjois-Iin Eränkävijät ry Yli-Olhavan Metsästysyhdistys ry</p>
---	--	--



Lenkkipolut Uimapaikat Hiihtoladut



Koiraystävälliset paikat

Lenkkipolut

Alarannan kuntopolku (Vaihtometsäntie 1)

Aseman kuntopolku (Maalismaantie 32)

Hyryn kuntoreitti pellolla (Kuivajoentie 1525)

Illinsaaren ulkoilualue (Illinsaarentie 68)

Jakun koulun kuntopolku (Jakuntie 85)

Karttimon kuntopolku (Hyljetie 10)

Kuivaniemen aseman kuntopolku (Kaipaisentie 4)

Oijärven kuntopolku (Ojalantie 12)

Olhavan kuntopolku (Kemintie 1476)

Ojakylän kuntopolku (Härmänkuja 21)

Pohjois-lin kuntopolku (Paakkarintie 38)

Tasamaanlatu (Taistotie 13)

Yli-Olhavan kuntopolku (Oijärventie 1091)

Koiraystävälliset paikat

Autokeidas li

Hesburger li

lin Kunnankirjasto

lin Pizzeria Orient Kebab (sylikoirat. Muut koirat terassilla)

Kärkkäinen li (opaskoirat, sylikoirat. Muut koirat ulkona koiraparkissa)

Ravintola Krunni (tapauskohtaisesti)

Secondhand Shop Evenna (tapauskohtaisesti)

S-Market li (opaskoirat. Muut koirat ulkona koiraparkissa)

Hiihtoladut

Illinsaaren ympäryslatu (Illinsaarentie 68)

Jäälatu Rantakestilä-aallonmurtaja-lintutorni-Rantakestilä (Rantakestiläntie 3)

Jäälatu Olhava-Ulkokaapri-pisto Seljänperälle (Koulukuja 9)

Jäälatu Merihelmi-Kaakkurinniemen kota (Rynkyntie 9)

Jakkukylän Aurinkolatu Jakkusuvannolta Laukansuvannolle, valaisematon (Jakuntie 85)

Aseman valaistu hiihtolatu (Maalismaantie 32)

Uimapaikat (ei virallisia)

Alarannan Kestilän veneenlaskupaikka

Hautausmaan takana, entisen mattolaiturin kohdalla

lin koirapuisto Illinsaaren vieressä, kanavan varressa veneenlaskupaikat

Navettaranta, Hiastinhaaran luontopolun alkupäässä

Päiväkodin ranta (Sortteeritie)

Salongin ranta, Alarannan tieltä tie oikealle (Salongintie)

Soramontut kanavan varressa (Riitakorventie)

Raasakan voimalaitoksen yläpuoli

Yliranta-ampumarata-viljelysillasta yli-vasempaan n. 100 m-risteyksestä vasempaan

Koirat EI sallittu

Alko li

lin Apteekki

1. Kertoisitko, kuka olet ja onko sinulla tai perheenjäsenelläsi koira?
2. Millä tavoin koirat ovat osana sinun arkeasi?
3. Asutko tällä hetkellä lissä? Kuinka pitkään olet asunut lissä?
4. Kertoisitko, milloin ja miten kiinnostuksesi koiriin alkoi?
5. Käytätkö tai olisitko valmis käyttämään iiläisiä koirapalveluita?
6. Minkä tyyppisiä iiläisiä koirapalveluita käytät, olet joskus käyttänyt tai olisit valmis käyttämään?
7. Jos käytät iiläisiä koirapalveluja, kuinka usein käytät niitä?
8. Harrastatko koirien kanssa mitään lin alueella tai oletko joskus harrastanut?
9. Oletko koskaan etsinyt esimerkiksi Google-hakukoneella tietoa lin seudun koirapalveluista, jos kyllä, niin mistä?
10. Oletko kokenut iiläisten koirapalvelujen löytämisen helpoksi vai onko tiedon löytäminen ollut haastavaa?
11. Millä tavoin löydät parhaiten tietoa lin seudun koirapalveluista?
12. Onko joskus jäänyt joitain tietoja löytämättä?
13. Koetko, että lissä on ”helppoa” olla koiranomistaja? Miksi, miksi ei?
14. Oletko tehnyt havaintoja siitä, miten lissä on huomioitu koiranomistajat? Jos olet, minkä tyyppisiä havaintoja olet tehnyt?
15. Tuleeko mieleesi mitään yleisiä koiranomistajan elämää helpottavia asioita, jotka vielä puuttuvat listä? Esimerkiksi luontoon ja ympäristöön liittyen.
16. Kaipaatko jotain tiettyä palvelua tai harrastusmahdollisuutta koirallesi, jota ei lissä vielä ole?
17. Koetko, että joistain koirapalveluista olisi jo ylitarjontaa lin alueella? Jos kyllä, niin mistä?
18. Oletko törmännyt viimeisen kahden viikon aikana johonkin lin alueen koirapalvelun markkinointiin tai mainontaan? Jos olet, niin kuinka useasti?
19. Minkä tyyppinen koiriin liittyvä markkinointi ja mainonta kiinnittää erityisesti huomiosi?
20. Koetko, että lihin on ylipäänsä kysyntää ja tarvetta koirapalveluille? Kannattaako lihin perustaa koirapalveluja tarjoava yritys?

16.11.2023 13.50

lin seudun koirapalvelut - tarvekartoitus

lin seudun koirapalvelut - tarvekartoitus

Hei, huippua kun olet löytänyt tänne!

Tämä tarvekartoituskysely lin seudun koirapalveluista tehdään osana opinnäytetyötä yhdessä Oulun ammattikorkeakoulun ja lin kunnan kanssa. Lisätietoja tästä kyselystä saa lähettämällä sähköpostia suoraan opinnäytetyön tekijälle Annika Sirkalle osoitteeseen

Muistathan jättää alas yhteystietosi, mikäli haluat osallistua arvontaan!
(Kyselytutkimuksessa saatuja henkilötietoja käsitellään anonymisti ainoastaan arvontaa varten. Kyselytutkimuksen raportti ei sisällä vastaajista tietoja.)

Suuret kiitokset vastauksistasi, toivottaa OAMK:in opiskelija Annika Sirkka

1. 1. Asutko tällä hetkellä lissä?

Merkitse vain yksi soikio.

- Kyllä
 En
 Muu: _____

2. 2. Onko sinulla tai perheenjäsenelläsi koira?

Merkitse vain yksi soikio.

- Kyllä
 Ei
 Ei, mutta toiveena olisi hankkia koira tulevaisuudessa
 Muu: _____

3. 3. Millä tavoin koirat ovat osana sinun arkeasi?

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Kotona
- Töissä
- Vapaa-ajalla
- Harrastuksissa
- Eivät mitenkään
- Muu: _____

4. 4. Milloin ja miten kiinnostuksesi koiriin alkoi?

5. 5. Käytätkö tai olisitko valmis käyttämään iiläisiä koirapalveluita?

Merkitse vain yksi soikio.

- Kyllä käytän
- En käytä
- En käytä, mutta olisin valmis käyttämään
- Muu: _____

6. 6. Minkä tyyppisiä iiläisiä koirapalveluita käytät, olet joskus käyttänyt tai olisit valmis käyttämään?

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Koirankoulutuspalvelut
- Turkinhoito- ja trimmauspalvelut
- Koirahierontapalvelut
- Koirapuistot
- Eläinlääkäripalvelut
- Koiranruuan tilaaminen kotiin/myymälään
- Löytökoirapalvelut
- Homekoirapalvelut
- Lemmikkikuvauspalvelut
- Tunnistusmerkitsijäpalvelut (sirutus)
- Muu: _____

7. 7. Jos käytät iiläisiä koirapalveluita, kuinka usein käytät niitä?

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Päivittäin
- Viikoittain
- Kuukausittain
- Muutaman kerran vuodessa
- Vuosittain
- Harvemmin kuin kerran vuodessa
- En käytä koirapalveluita
- Muu: _____

8. 8. Harrastukset koiran kanssa! Mitä seuraavista harrastusmahdollisuuksista käytät, olet joskus käyttänyt tai olisit valmis käyttämään lin alueella?

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Metsästys/metsästysseuran jäsenenä oleminen
- Kennelit/pidän itse tai olen hankkinut lin alueen kennelistä koiran
- Hiihtäminen koiran kanssa kunnan/muun tahon ylläpitämällä hiihtoladuilla
- Lenkkeily koiran kanssa kunnan/muun tahon ylläpitämällä lenkkipoluilla
- Koiran käyttäminen uimassa
- Yhdistystoiminta/vapaaehtoistoiminta
- Muu: _____

9. 9. Oletko koskaan etsinyt tietoa lin seudun koirapalveluista, jos kyllä, niin mistä?

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Hakukonetta käyttämällä (esim. Google)
- Kysymällä kaverilta
- Etsinyt tietoa sosiaalisesta mediasta (esim. Facebook)
- Kysynyt itse sosiaalisesta mediasta (esim. Facebook)
- En ole etsinyt tietoa
- Muu: _____

10. 10. Oletko kokenut iiläisten koirapalvelujen löytämisen helpoksi vai onko tiedon löytäminen ollut haastavaa? Millä tavoin löydät parhaiten tietoa palveluista?

11. 11. Onko joskus jäänyt joitain tietoja kokonaan löytämättä?

Merkitse vain yksi soikio.

- Kyllä
- Ei, olen aina löytänyt tarvittavat tiedot
- En ole etsinyt tietoa
- Muu: _____

12. 12. Koetko, että lissä on "helppoa" olla koiranomistaja? Miksi, miksi ei?

13. 13. Oletko tehnyt havaintoja siitä, miten lissä on huomioitu koiranomistajat? Jos olet, minkä tyyppisiä havaintoja olet tehnyt?

14. 14. Tuleeko mieleesi mitään yleisiä koiranomistajan elämää helpottavia asioita, jotka vielä puuttuvat listä? (esim. luontoon ja ympäristöön liittyen)

15. 15. Kaipaako jotain tiettyä palvelua, yritystä tai harrastusmahdollisuutta koirallesi, jota ei lissä vielä ole?

16. 16. Koetko, että joistain koirapalveluista olisi jo ylitarjontaa lin alueella? Jos kyllä, niin mistä?

17. 17. Oletko törmännyt viime aikoina johonkin lin alueen koirapalvelun markkinointiin tai mainontaan? Jos olet, kuinka usein?

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- Päivittäin
- Viikoittain
- Kuukausittain
- Muutaman kerran vuodessa
- Vuosittain
- Harvemmin kuin kerran vuodessa
- En ole törmännyt markkinointiin lainkaan
- Muu: _____

18. 18. Minkä tyyppinen koiriin liittyvä markkinointi ja mainonta kiinnittää erityisesti huomiosi?

19. 19. Koetko, että lissä on ylipäänsä kysyntää ja tarvetta koirapalveluille?
Kannattaako lihin perustaa koirapalveluita tarjoava yritys?

20. Onneksi olkoon, olet nyt vastannut kaikkiin kysymyksiin! Suuret kiitokset ajastasi, voit nyt halutessasi jättää alla olevaan vastauskenttään yhteystietosi (nimi, sähköposti, puhelinnumero) arvontaa varten. Arvonta suoritetaan 20.11.2023. (Kyselytutkimuksessa saatuja henkilötietoja käsitellään anonyymisti ainoastaan arvontaa varten. Kyselytutkimuksen raportti ei sisällä vastaajista tietoja.)



Google ei ole luonut tai hyväksynyt tätä sisältöä.

Google Forms