

# MARKKINOINNIN HAASTEET NUORTEN KANSSA

## YHDISTYSTOIMINNASSA

Hausjärven 4H-yhdistys



Ammattikorkeakoulututkinnon opinnäytetyö

Visamäki, Liiketalouden koulutusohjelma

Syksy, 2017

Sanna Hakala

Liiketalouden koulutusohjelma  
Visamäki

---

<b>Tekijä</b>	Sanna Hakala	<b>Vuosi</b> 2017
<b>Työn nimi</b>	Markkinoinnin haasteet nuorten kanssa yhdistystoiminnassa	
<b>Työn ohjaaja/t</b>	Hely Kilpeläinen	

---

## TIIVISTELMÄ

Tässä Opinnäytetyössä tutkitaan markkinoinnin haasteita nuorten kanssa ja sen vaikutusta yhdistyksen kannattavuuteen. Opinnäytetyön toimeksiantajana oli Hausjärven 4H-yhdistys ja työ tehdään Duunivalmentamo-hankkeeseen liittyen. Työssä selvitettiin kyselyn avulla nuorten kiinnostusten kohteita ja heidän tuntemustaan 4H-yhdistyksistä. Tarkoituksena on saada tietoa nuorten kiinnostusten kohteista ja toiveita heidän haluamistaan palveluista. Saatuja tuloksia voidaan hyödyntää Hausjärven 4H-yhdistyksen tarjoamissa palveluissa nuorille.

Opinnäytetyössä käytettiin kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Aineisto on kerätty kyselylomakkeella ja lomaketta jaettiin nuorille sähköisesti. Kysely on suoritettu internetissä ilmaisen sovelluksen avulla nimeltä Kyselynetti. Kyselyyn saatiin vastaajia yhteensä 35 kappaletta, joista 31 oli naisia ja loput miehiä.

Tutkimus tuo ilmi haasteen nuorten tavoitettavuudessa ja kyselyn vähäinen vastaajamäärä on suora seuraus, kun vastaajia ei saada tavoitettua. Tuloksien mukaan nuoret tuntevat hyvin vähän 4H-yhdistyksiä ja monikaan vastaajista ei ole mukana toiminnassa. Tutkimuksen tulosten avulla Hausjärven 4H-yhdistys pystyy parantamaan tarjoamiaan palveluita. Yhdistyksen tunnettavuuden vähäisyyttä pystytään vähentämään aloittamalla markkinoimaan yhdistystä enemmän.

**Avainsanat** Yleishyödyllinen yhdistys, nuoret, hanke

**Sivut** 30 sivua, joista liitteitä 4 sivua

Degree programme in Business Administration  
Visamäki

---

<b>Author</b>	Sanna Hakala	<b>Year</b> 2017
<b>Subject</b>	Marketing challenges in a youth association	
<b>Supervisors</b>	Hely Kilpeläinen	

---

ABSTRACT

This thesis examines the marketing challenges when working with young people and its effect on profitability of an association. The thesis was commissioned by Hausjärvi 4H association and it concerned their Duunivalmentamo project. The aim of the thesis was to get information about the interests of the youth and their knowledge of 4h associations. The information was collected with a survey. The purpose of the survey was to find out what kind of interests the young people have and what kind of services they would prefer to use. The received results can be exploited in the services that the Hausjärvi 4H-association offers to the youth.

The research method was qualitative. The research material was collected with a survey that was sent to the youth electronically. The survey was created by using a free application called Kyselynetti. The final number of respondents was 35, including 31 women and 4 men.

The research reveals that the biggest challenge in marketing to the youth is how to reach the young people. The small amount of respondents in this survey shows that reaching the young people is challenging. According to the results, young people know very little about the 4H associations and not many of the respondents are involved in the association's activities. With the results of this research Hausjärvi 4H association is able to upgrade its services. The association can improve its recognition by starting to market itself more.

**Keywords** non-profit association, youth, project

**Pages** 30 pages including appendices 4 pages

# SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	1
2	SUOMEN 4H-LIITTO .....	2
2.1	4H:n arvot.....	2
2.2	4H:n toiminta-ajatus .....	2
3	HAUSJÄRVEN 4H-YHDISTYS .....	3
3.1	Yhdistyksen historia .....	3
3.2	Yhdistyksen toiminta ja palvelut .....	3
3.3	Lopen 4h-yhdistys .....	4
4	DUUNIVALMENTAMO HANKE .....	5
4.1	Hankkeen tavoitteet.....	5
4.2	Hankkeen toimenpiteet ja toteutustavat .....	6
5	KYSELY NUORILLE.....	7
5.1	Tutkimusongelma.....	7
5.2	Tutkimusmenetelmä .....	8
5.3	Kyselyn runko ja aikataulu .....	9
5.4	Kohderyhmän valinta .....	9
5.5	Tutkimuksen toteutus .....	10
6	KYSELYN TULOKSET.....	11
6.1	Tulokset ja analysointi.....	11
6.2	Yhteenvedo kyselyn tuloksista.....	20
7	POHDINTA.....	22
8	YHTEENVETO .....	24
	LÄHTEET.....	25
	LIITTEET.....	27

## Liitteet

Liite 1	Kyselylomake
Liite 2	Kyselytulokset

## 1 JOHDANTO

Opinnäytetyön toimeksiantajana on Hausjärven 4H-yhdistys ja yhdyshenkilönä Päivi Kokki. Hausjärven 4H-yhdistys on perustettu vuonna 1929. Yhdistys tukee lapsia sekä nuoria hyvään elämäntapaan ja oppimaan tekemällä itse. (Hausjärven 4H-yhdistys 2017)

Opinnäytetyössäni selvitetään tekemäni kyselyn pohjalta yhdistyksen haasteita markkinoida nuorille 4H-yhdistystä ja sen palveluja. Kyselystä saadut tulokset esitellään ja ne liitetään Duunivalmentamo hankkeeseen. Tavoitteena on antaa tietoa Hausjärven 4H-yhdistykselle siitä, mistä nuoret ovat kiinnostuneita ja mitä toimintaa he haluaisivat järjestettävän. Kyselyllä pyritään saamaan tietoa, kuinka paljon nuoret etsivät tietoa itse haluamistaan asioista. Kyselyn tuloksista saadaan selville myös, kuinka hyvin nuoret tuntevat 4H-yhdistysten toimintaa yleisesti.

Ensimmäiseksi kerrotaan hieman yleisesti 4H toiminnasta ja sen tavoitteista, sekä avataan 4H-nimen merkitystä. Yleiskuvauksen jälkeen perehdytään tarkemmin Hausjärven 4H-yhdistykseen yleisesti, jonka jälkeen on pieni historia osuus. Tämän jälkeen on vielä tietoa yhdistyksen toiminnasta tällä hetkellä ja sen tarjoamista palveluista. Lopen 4H-yhdistys esitellään pienimuotoisesti, koska tämä yhdistys on myös mukana hankkeessa. Toisena perehdytään Duunivalmentamo hankkeeseen tarkemmin ja avataan sen tarkoitusta sekä tavoitteita. Hankkeesta esitellään toimenpiteet ja tavat, joilla se toteutetaan.

Kolmantena esitellään tutkimusongelmat, jotka ovat tässä tutkimuksessa esillä. Tämän jälkeen käydään tarkemmin läpi tutkimusmenetelmää, jota käytettiin tutkimuksessa. Perehdytään enemmän kyselyn kysymyksiin, aikataulutukseen, kohderyhmän valintaan ja siihen miten tutkimus toteutettiin kokonaisuudessaan. Neljäntenä esitellään kyselystä saadut tulokset ja analysoidaan niitä kirjallisesti sekä kaavioiden avulla. Lopuksi kyselyn tuloksista on yhteenveto, jolla pyritään lyhyesti tuomaan pääkohdat esille tuloksista. Pohdintaosiossa pyritään miettimään ratkaisuja tulevaisuuden varalle yhdistykselle ja saada ongelmia ratkaistua, joihin saatiin enemmän selvyyttä tutkimuksen avulla.

Kyselystä saatuja tuloksia sovelletaan parantamaan yhdistyksen tarjoamia palveluita. Palveluita pyritään parantamaan paremmin nuoria kiinnostaviksi ja heidän tarpeitaan palveleviksi. Tulokset auttavat Duunivalmentamo hanketta eteenpäin sekä tuo tälle arvokasta lisäsisältöä.

## 2 SUOMEN 4H-LIITTO

4H toimii lasten ja nuorten hyväksi ja pyrkii löytämään heille tekemistä ja harrastuksia, joista he tykkäävät. 4H:n avulla voi oppia uusia taitoja ja saada ystäviä. Toimintaan pääsee mukaan kuusivuotiaana liittymällä 4H-kerhoon, joita on noin 2 600 vuosittain ympäri Suomea. Mahdollisuuksia tehdä erilaisia asioita on 28-vuotiaaseen asti. Yhdistykset tukevat nuoria tarjoamalla harrastusmahdollisuuksia, työmahdollisuuksia ja paljon muuta. (Suomen 4H-Liitto n.d.)

Nuorten toimintaa tuetaan ja yli 13-vuotiaille tarjotaan harrastuksia sekä tukea sosiaalisten taitojen kehittymiseen ja oman elämän hallintaan. 4H haluaa tarjota nuorille mahdollisuuksia ja kannustaa heitä toimimaan. Nuorilla on yleisesti parhaat ideat, jotka otetaan huomioon 4H:ssa. Nuorilla on omat kiinnostuksen kohteensa, mutta kaikki eivät ole varmoja vielä mitä haluavat. Omia taitojaan voi 4H:n kautta vahvistaa ryhtymällä esimerkiksi ohjaajaksi tai etsiä itsellensä sopivaa työtä oikeiden hakemusten avulla. Toiminnassa on merkittävänä rahoittajana maa- ja metsätalousministeriö ja kehittämis- ja koulutustyötä tukee Sivis opintokeskus. (Suomen 4H-Liitto n.d.)

### 2.1 4H:n arvot

4H:n arvoja kuvastavat nimessä olevat 4 H kirjainta:

- Head eli harkinta, joka kuvaa jatkuvan oman ajattelun kehittämistä ja toimimista rehellisesti ja oikeudenmukaisesti kaikessa.
- Hands eli Harjaannus, kuvastaa käytännön läheisyyttä ja käden taitoja. Näitä harjoitellaan 4H-toiminnassa ja tärkeänä osana ovat oma yritteliäisyys ja ahkeruus.
- Heart eli hyvyys, tarkoittaa toisten ihmisten kunnioittamista ja huolenpitoa. Tähän osaan liittyvät myös suvaitsevaisuus muita kohtaan, yhteistyötaidot sekä hyvä käytös.
- Health eli hyvinvointi on kokonaisvaltainen asia ihmisillä. Siihen liittyy fyysinen sekä henkinen tasapaino, myös aineellinen hyvinvointi. Toimijana 4H:ssa pystyy luomaan hyvinvointia arjessa itsellensä sekä muille. (Suomen 4H-Liitto n.d.)

### 2.2 4H:n toiminta-ajatus

Harrastukset joita 4H järjestää, tukevat lapsia sekä nuoria kasvamisessa. Se auttaa heitä kasvamaan aktiivisiksi, suvaitsevaisiksi, vastuullisiksi sekä yritteliäiksi. Itse tekemällä opitaan parhaiten ja sitä tekniikkaa 4H suosii. Elämänhallinta on hyvä oppia pienestä pitäen ja sitä tukevia tietoja sekä taitoja

opitaan ohjaajien tuella. 4H lyhyesti sanottuna pyrkii antamaan valmiudet hyväksi kansalaiseksi lapsille ja nuorille. (Suomen 4H-Liitto n.d.)

### **3 HAUSJÄRVEN 4H-YHDISTYS**

Hausjärven 4H-yhdistys on perustettu vuonna 1929 ja se kuuluu Suomen 4H liittoon. Yhdistys tukee lapsia ja nuoria vastuulliseen sekä yritteliäiseen elämäntapaan. Aktiivisena kansalaisena toimiminen on myös osana yhdistyksen tavoitetta. Toiminnassa otetaan huomioon lasten ja nuorten kehitysvaiheet ja kannustetaan oppimaan tekemällä itse. (Hausjärven 4H-yhdistys 2017).

#### **3.1 Yhdistyksen historia**

Hausjärven 4H-yhdistys on aloittanut toimintansa 1929. Yhdistys aloitti toimintansa nimellä Maatalouskerhoyhdistys ja kerhotoimintaa oli jo harjoitettu muutama vuoden ajan. Toiminta oli ensimmäisinä vuosikymmeninä lähinnä maatalouteen ja kodinhoitoon liittyvää erilaista neuvonta- ja kurssitoimintaa. (Hausjärven 4H-yhdistys 2017). Toimintaan perehdytään tarkemmin kohdassa 2.2 Yhdistyksen toiminta.

Harrastus- ja opintokerhot yleistyivät 1950-luvulla, joissa pääsi tekemään käsitöitä ja tehtäviä liittyen kotitalouteen. Seuraava vuosikymmen toi mukanaan puuntaimien kasvatuksen ja se jatkui yhtenä toimintana 2000-luvulle asti. 1950-luvulla alkoi myös leiritoiminta ja se jatkui 2000-luvun loppuun asti vilkkaana. Retket ja kilpailut ovat olleet osa toimintaa koko yhdistyksen olemassaolo ajan. Yhdistyksen nimi muuttui vuonna 1975 Hausjärven 4H-yhdistykseksi. (Hausjärven 4H-yhdistys 2017)

#### **3.2 Yhdistyksen toiminta ja palvelut**

Lapsille tarjotaan ryhmätoimintaa, johon kuuluu erilaisia kerhoja, päiväleirejä sekä yhdistyksen järjestämiä kilpailuja. Nuorille on tarjolla koulutuksia kerhonojaajaksi, lasten- ja koiranhoidon sekä piha-, koti- ja metsätöihin. Koulutuksilla pyritään auttamaan nuoria työllistymään ja Hausjärven 4H-yhdistys tarjoaa mahdollisuuden 14 vuotta täyttäneille työhön. Työ voi olla Koiranhoidajana olemista, kerhojen ohjaamista eli kerhonojaajana toimimista sekä työpalvelun kautta olevat työt joita ovat esimerkiksi siivous, ikkunanpesu, kaupassakäynti, pihatyöt. (Hausjärven 4H-yhdistys 2017). Yhdistyksen kautta työllistyneille nuorille maksetaan palkkaa ja heille maksettu palkka vaikuttaa yhdistyksen saamaan valtion apuun.

Hausjärven 4H-yhdistyksen nimen alla voit perustaa oman 4H-yrityksen. Kaikki 4H-yhdistykset tarjoavat nuorille mahdollisuuden kokeilla yrittäjyyttä turvallisesti ja saaden ohjausta koko ajan. 4H-Yritys on keino tienata rahaa

harrastus mielessä ja siinä saa edetä omaan tahtiin. Tämä on hyvä tapa selvittää yrittäjyyden sopiminen itsellensä. (Suomen 4H-liitto n.d.)

Yhdistyksen kautta tällä hetkellä on mahdollista saada apua arjen askareisiin erilaisilla palveluilla. Yhdistyksellä on nuoria, jotka ovat koulutettuja ja heidät voi saada auttamaan kotiinsa. Nuoret voivat tehdä kotitöitä, toimia lastenhoitajina tai koiranhoitaja. Apuja voi saada myös pihanhoitoon, esimerkiksi leikkaamaan nurmikkoa. Ikkunanpesuakin yhdistyksen nuoret voivat tulla hoitamaan ja muita pieniä askareita. Yhdistykseen otetaan yhteyttä ja kerrotaan millaista apua oltaisiin vailla, niin yhdistys valitsee sopivan auttajan. (Hausjärven 4H-yhdistys 2017)

Dogsitterit eli koiranhoitajat ovat koulutettuja hoitamaan lemmikkejä. Lemmikkien hoito tapahtuu sopimuksen mukaan, kun tarvitaan loman ajaksi hoitajaa tai arki on kiireistä. Nuoret työllistää 4H-yhdistys ja tämän kautta laskutetaan asiakasta. Yhdistys maksaa nuorelle palkkaa ja hoitaa työnantajanmaksut ja velvoitteet eli nuori on oikeassa työsuhteessa. (Hausjärven 4H-yhdistys 2017)

4H-yhdistyksessä nuoret jotka hoitavat lapsia, ovat suorittaneet lastenhoitaja-koulutuksen ja se on ollut kestoaltaan 20 tuntia. Pihatöiden tekoonkin nuoria on koulutettu eli heillä on osaamista pieniin askareisiin. Näissä molemmissa töissä nuorten työnantajana toimii 4H-yhdistys. (Hausjärven 4H-yhdistys 2017)

### 3.3 Lopen 4h-yhdistys

Lopen 4H-yhdistys tarjoaa toimintaa lapsille ja nuorille Lopen alueella. Yhdistys toimii Hausjärven yhdistyksen kanssa osittain yhdessä. Alakouluikäisille on tarjolla kerhotoimintaa. Kerhoja on tarjolla erilaisia, joista usein on toiminnassa kokkikerho ja liikuntakerho. Alakouluikäisille järjestetään erilaisia tapahtumia sekä leirejä kysynnän mukaan. Nuorille tarjotaan mahdollisuus suorittaa erilaisia koulutuksia, joista yksi on hygieniapassin suorittaminen.

14 vuotta täyttäneillä on mahdollisuus tehdä töitä koiranhoitajana, kerhonohjaajana sekä työpalvelun kautta siivoamalla, pesemällä ikkunoita, käymällä kaupassa ja pihatöissä avustamalla. Kesällä Lopen 4H-yhdistys on vastannut iltatorin kahviosta torstai-iltaisina. Kahvion hoitoon haettiin nuoria, jotka ryhmässä haluaisivat sitä pyörittää.



## 4 DUUNIVALMENTAMO HANKE

Duunivalmentamo hanke on kahden vuoden pituinen 1.1.2016–31.12.2017. Aiemmin on toteutettu kaksi hanketta, joista todettiin nuorten tavoittamisen olevan haasteellista. Yleisesti nuoret ovat kiinnostuneita itsensä kehittämisestä ja kouluttamisesta, mutta pitkien päivien jälkeen koulussa se voi olla vaikeaa jaksaa. Todettiin, että nuoret viihtyvät ryhmissä ja työskentely voisi tapahtua työpaja tyyppisesti. Nuorissa on paljon potentiaalia ja tilaisuuden saadessaan he saavat aikaansa näkyvää jälkeä. (Kehittämishankesuunnitelma 2016)

Yrittäjyyttä pyritään tuomaan nuorien lähelle ja kannustamaan heitä yrittäjyyteen. Hausjärvellä ja Lopella tarjotaan yrittäjyyskasvatusta osana kansalaisuus ja yrittäjyys-kokonaisuutta yläkouluissa ja lukioissa. Yrittäjyyskasvatuksessa kannustetaan nuoria toimimaan yritteliäästi, innovatiivisesti ja aloitteellisesti. (Kehittämishankesuunnitelma 2016)

### 4.1 Hankkeen tavoitteet

”Hankkeen tavoitteena on saada toimiva Duunirinki-malli, jonka avulla pystytään toteuttamaan nuorten työllistymistä kattavasti eri puolilla kuntia.” Jäsenet duuniringissä jakavat työt, vastaavat töiden vastaanotosta ja markkinoivat osaamistaan. 4H-yhdistys toimii työnantajana nuorille ja huolehtii laskutuksesta, palkanmaksusta ja työnantajan velvoitteista. Sitoutuminen toimintaan paranee, kun nuoret saavat itse vaikuttaa pitkälle tekemiseen. (Kehittämishankesuunnitelma 2016)

Työpajoja eli aiemmin puhuttuja duunirinkejä järjestetään yhteistyönä koulujen kanssa ja nuorten omalla ajalla. Tavoitellaan nuorten yrittäjyyden lisäämistä ja tehdään tutuksi paikallista yritystoimintaa. Tavoitteena on TET-paikan saanti 32 oppilaille hankkeen avulla. (Kehittämishankesuunnitelma 2016)

Hanke lisää nuorten työelämävalmiuksia ja parantaa omien vahvuuksien tunnistamista. Nuoret rohkaistuvat itsensä markkinoimisesta ja ovat valmiita panostamaan työllistymiseen. Kansainvälistymisen mahdollisuudet tulevat tunnetummaksi ja halutessaan voi lähteä vaihtoon eri puolille maailmaa järjestön toteuttamana. Paikalliset yritykset tutustuvat nuoriin ja nuoret yrityksiin ja yrityksillä on mahdollisuus saada koulutettuja kesätyöntekijöitä. Nuoret rohkaistuvat itse hakemaan kesätöitä. (Kehittämishankesuunnitelma, 2016). Lyhyesti sanottuna tavoitteena on kehittää nuorten työelämätaitoja ja parantaa työllistymistä, nuorten oman osallistumisen avulla. (Hämeenraitti 2017)

#### 4.2 Hankkeen toimenpiteet ja toteutustavat

Lopen 4H-yhdistys on mukana hankkeen toteutuksessa. Toteutuksessa pyritään tasapuolisuuteen Hausjärven ja Lopen kuntien alueella. Hankkeen toteutuksessa huomioidaan kestävän kehityksen periaatteet. Toiminta pyritään viemään mahdollisimman lähelle nuoria ja Chat-toimintaakin tullaan kokeilemaan. Kohderyhmänä hankkeessa on 14–19 vuotiaat nuoret, jotka asuvat Hausjärvellä ja Lopella. Hyötyjä hankkeesta on yksityishenkilöille, yrityksille sekä järjestöillä, kun nuoria saadaan auttamaan työtehtävissä. (Kehittämishankesuunnitelma 2015)

Hankkeeseen sisältyy seuraavia toimenpiteitä:

- Kartoitetaan yhteistyömahdollisuuksia, joita esimerkiksi ovat kunnan nuorisotoimi, yläkoulut, yritykset ja kyläyhdistykset.
- Hankkeesta tiedotetaan erilaisissa sosiaalisissa medioissa, sanomalehdissä ja kouluissa.
- Seuraavaksi on erilaisten työpajojen ja duunirinkien järjestäminen.
- 8-luokkalaisille järjestetään yritysvierailuja ja he pääsevät verkostoitumaan, sekä kartoittamaan TET-paikkoja.
- Nuorille järjestetään TET-jaksoja, joissa yhden päivän ajan tutustutaan yhteen yritykseen ja viikon aikana useampi yritys tulee tutuksi.
- Päätöstapahtuma on nuorten omaan työelämään liittyvä, jonka nuoret mahdollisimman itsenäisesti toteuttavat. (Kehittämishankesuunnitelma 2015)

## 5 KYSELY NUORILLE

Aineiston keskeisimpänä keruu menetelmänä on kysely. Vastaajilta halutaan aina saada tietoa asioista ja jokaiselta halutaan samanlainen vastaus, siksi kaikkea on kysyttävä samalla tavalla kaikilta. Tämän on kyselyn yleisin tarkoitus, saadaan kysyttyä samaa asiaa samalla tavalla kaikilta. Usein kyselyt tulkitaan kvantitatiivisiksi, mutta se riippuu kysymyksien vastausvaihtoehtojen tiukkuudesta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2004, 182–183.) Opinnäytetyössä on kvalitatiivinen näkökulma, koska tietoja ei ole ennestään kovin paljon ja tutkittava ryhmä ei ollut kovin suuri.

Nuorille tehtiin kysely, jossa kartoitettiin heidän mielenkiintojansa erilaisten toimintojen suhteen 4H-yhdistyksessä. Kysely suoritettiin 13–28 vuotiaille ja pyrittiin selvittämään kuinka hyvin he tuntevat 4H-yhdistyksen ja ovatko he mukana toiminnassa nyt tai ovatko olleet mukana. Kyselyssä pyrittiin selvittämään mistä nuoret hakevat tietoa yhdistyksen järjestämistä asioista. Ikä määräytyi sen mukaan, että tuon ikäiset voi olla toiminnassa mukana. Kyselyssä haluttiin tietää mikä nuoria kiinnostaa ja millä heidät saataisiin osallistumaan yhdistyksen toimintoihin.

### 5.1 Tutkimusongelma

Kvalitatiivista tutkimusta tehdessä ei aina haluta edes puhua tutkimusongelmasta, vaan tutkimustehtävä on ehkä osuvampi sana. Tutkittava ongelma saattaa muuttua tutkimuksen edetessä, jonka takia ei pakosti tarkkaa ongelmaa määritetäkään. Tutkimuksissa jotka etenevät ns. perinteisesti, pyritään ongelmatkin esittämään mahdollisen selkeästi. Usein ongelmat jaetaan pääongelmiin ja alaongelmiin, mutta usein on vain pääongelmia. Tutkimuksessa voi myös olla monta ongelmaa tai vain yksi ongelma, mikään ei ole väärin. (Hirsjärvi ym. 2004, 117.)

Pääongelmana on usein kysymys, jonka avulla koko tutkittavan asian kokonaisuus hahmottuu. Alaongelmiin saadut vastaukset auttavat eteenpäin tutkimuksessa, koska niiden avulla saadaan pääongelmaankin mahdollisia vastauksia. Tavallisesti tutkimusongelma on aina esitetty kysymysmuodossa ja niiden muoto määräytyy tutkimuksen mukaan. Esitettäessä tutkimusongelmia on kerrottava, miksi juuri näihin ongelmiin etsitään vastauksia. (Hirsjärvi ym. 2004, 119)

Tutkimusongelmina ovat, mikä nuoria kiinnostaa ja mitä he oikeasti haluaisivat tehdä. Toisena ongelmana on nuorten tuntemus 4H-yhdistystä kohtaan yleisesti. Kolmantena ja suurimpana ongelmana on, että miten nuoret saadaan

tavoitettua. Nämä kolme ovat pääongelmat tutkimuksessa, että miten nuoret saisi tavoitettua ja kertomaan mikä heitä kiinnostaa. Kyselyn avulla pyrittiin selvittämään mikä nuoria kiinnostaa enemmän ja mikä vähemmän. Haluttiin myös tietää, tuntevatko nuoret ollenkaan 4H-yhdistystä ja sen tarjoamia palveluita.

Viimeinen ongelma, joka on nuorten tavoittaminen tuli ilmi kyselyä jaettaessa. Nuoria oli vaikea tavoittaa ja saada vastaamaan kyselyyn, koska kyselyynhän ei ollut pakko vastata. Kyselyn sivuuttaa helposti, jos se vain tulee vastaan internetissä ja siihen ei ole pakko osallistua, eikä voi voittaa mitään palkintoa vastaamalla. Ongelmia ei kohdistettu vain Hausjärven yhdistykseen, koska vastaukset laajemmin auttavat selvittämään nuorten tarpeita.

## 5.2 Tutkimusmenetelmä

Nuorten haastattelun onnistuminen voi olla vaikea, koska nuoret eivät halua heidän asioitaan udeltavan. Nuoret ovat siinä vaiheessa elämää, että he etääntyvät vanhemmistaan ja aikuisista. Haastattelun mukaan saamiseksi heidät on saatava motivoituneiksi vastaamaan eli ns. saada heidät tutkimuksen puolelle. (Hirsijärvi & Hurme 2008, 132.)

Laadullisessa tutkimuksessa kerätty aineisto on selkeimmillään vain tekstiä. Aineisto voi olla tutkimusta varten tehdyn aineiston materiaalia tai muuta tarkoitusta varten tuotettua kirjallista materiaalia. Aineisto on ensisijaisesti tuotettu tutkijasta riippumatta, vaikka poikkeuksiakin on. (Eskola & Suoranta 1998, 15.)

Yleisimmät menetelmät aineiston keräämisessä laadullisessa tutkimuksessa ovat haastattelu, kysely, havainnointi ja muihin asioihin liittyvä tieto. Kysymysten avulla tehtävä aineiston keruu on paras tapa silloin, kun on tiedossa täysin mitä halutaan selvittää. (Tuomi & Sarajärvi 2009, 71.) Opinnäytetyössä käytettiin menetelmänä kyselyä, joka toteutettiin sähköisesti. Kysely oli sopivin vaihtoehto lähteä suorittamaan tutkimusta, koska kyselyn avulla saadaan vastauksia helpoiten tämänlaisessa tilanteessa.

Kun tutkitaan esimerkiksi nuoria, niin tällöin valitaan olemassa oleva ryhmä ja pyritään haastattelemaan kaikki ryhmän jäsenet. (Hirsijärvi ym. 2004, 170) Tutkimuksessa kohteena ovat nuoret ja vastauksia pyritään saamaan vain yhteisön sisällä olevilta tai siihen mukaan tulevilta. Tässä tutkimuksessa laatu korvaa määrän, kun kyseessä ei ole iso 4H-yhdistys vaan pienen paikkakunnan. Kvalitatiivinen tutkimus osoittautui enemmän sopivaksi menetelmäksi.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa aineistoa voidaan kerätä ilman, että on päätetty etukäteen määrää jota tutkitaan. Haastatteluita voidaan tehdä ja jatkaa niin kauan, kun niistä saadaan uutta tietoa tutkimusongelmaan. (Hirsijärvi ym. 2004, 170) Opinnäytetyössä ei pysty ennalta määrittelemään kyselyyn vastaavien määrää eikä sitä monelle kysely jaetaan. Kyselyä jaetaan niin monelle, kuin tarvitsee saadakseen riittävästi vastauksia.

### 5.3 Kyselyn runko ja aikataulu

Kyselyn kysymysten runko tuli opinnäytetyösuunnitelmasta, joka laadittiin ennen varsinaisen työn aloittamista. Osa kysymyksistä oli perustietokysymyksiä, jotka laadittiin siihen tarpeellisuuden mukaan. Toimeksiantaja Päivi Kokki auttoi myös kysymysten laatimisessa ja toi esille niitä kysymyksiä, joihin halutaan vastaus. Kysely lomakkeen ollessa valmis, tarkastutettiin se vielä toimeksiantajalla ennen sen julkaisemista. Kysely toteutettiin sähköisesti ja käytettiin Kyselynetti nimistä sovellusta, joka toimii internetissä.

Valmista kyselylomaketta jaettiin Hausjärven 4H-yhdistyksen Facebook sivuilla, sekä muiden lähialueiden 4H-yhdistysten Facebook sivuilla. Kyselylomake lähetettiin sähköpostitse yhdelle ryhmälle, joiden osoitteet oli kerätty aiemmin muun tapahtuman yhteydessä. Toimeksiantaja myös jakoi kyselyä opettajien sähköpostiin suoraan koululle. Hausjärven 4H-yhdistyksen kotisivuille laitettiin kyselystä linkki ja pieni saate viesti, että vastauksia saataisiin.

Kysymyksissä oli kysymyksiä, joilla saatiin vastauksia ikä- ja sukupuolijakaumaan. Osa kysymyksistä auttoi saamaan tietoa, kuinka hyvin nuoret tuntevat yleisesti 4H-yhdistyksiä. Työllistymiseen ja harrastustoimintaan liittyvillä kysymyksillä pyrittiin saamaan vastaus, mistä nuoret hakevat tietoa kesätöistä ja harrastustoiminnasta. Kyselyn lopussa sai vapaasanaisesti kertoa mistä hakee mieluiten informaatiota ja mitä toimintaa haluaisi yhdistyksen järjestävän.

Kysely laitettiin jakoon 2.5.2017 ja vastausaikaa annettiin toukokuun loppuun saakka. Alun perin vastausajan piti olla vain kaksi viikkoa, mutta vastaajien tavoitettavuudessa oli ongelmia. Toimeksiantajan kanssa päätettiin jatkaa vastausaikaa toukokuun loppuun saakka, jotta saataisiin tarpeeksi vastauksia analysointia varten.

### 5.4 Kohderyhmän valinta

Kohderyhmänä tässä kyselyssä oli 13–28 vuotiaat nuoret, jotka ovat 4H-yhdistyksen toiminnassa mukana tällä hetkellä tai ovat olleet toiminnassa mukana. Aluksi piti tutkia vain alle 20 vuotiaita nuoria. Vastausikää kuitenkin nostettiin, koska 28 vuotiaaseen asti voi olla toiminnassa mukana. Tällä keinolla saa lisää vastaajia, kun antaa suuremmalle ikäjakaumalle vastaus mahdollisuuden.

Pyrimme pitämään vastaajat Hausjärven 4H-yhdistyksen piirissä sekä Lopen 4H-yhdistyksen, mutta kyselyä jaettiin lähialueiden yhdistyksillekin. Lähialueidinkin nuoret voivat käydä muiden yhdistysten järjestämissä koulutuksissa, joten päätimme jakaa kyselyä näillä perusteilla hieman laajemmin. Kyselyn jakaminen laajemmin tuo enemmän ideoita minkälaista toimintaa voitaisiin järjestää, sillä ulkopuolinen voi tuoda idean jota ei olisi keksittykään pienemmän ryhmän sisällä.

## 5.5 Tutkimuksen toteutus

Kysely toteutettiin sähköisesti internetissä ilmaisella kyselysovelluksella. Sovellus oli nimeltään Kyselynetti, jonne opiskelijat saavat luotua opiskelijatilin. Opiskelijatilin luonti oli ilmaista ja sen avulla sai kaikki toiminnot käyttöönsä, joka helpotti kyselyn toteuttamista. Toteutustapa oli sähköinen, koska nykyään asiat ovat pitkälti sähköisessä muodossa. Sähköisenä kyselyä on helpompi jakaa ja analysoida. Kyselyä ei jaettu paperiversiona lainkaan, koska se olisi ollut työlästä ja tulosten analysointi hankalampaa. Kysely oli julkisena kuukauden ajan, toukokuun alusta loppuun. Kysely avattiin toukokuun alussa ja piti olla vain kaksi viikkoa, mutta aikaa jatkettiin kuukauden loppuun. Kysely suljettiin toukokuun lopussa ja sen jälkeen päästiin analysoimaan tuloksia.

## 6 KYSELYN TULOKSET

Tulokset ovat tutkimuksen tärkein osa, jolloin lukija on saatava vakuuttuneeksi tutkimuksen tuloksista. Kiinnostus herää lukijalle analyysin ja tulkinnan avulla esiin, jotka osoittavat tärkeät näkemykset tutkimuksessa. Esitetyt kysymykset tutkimuksessa ovat kuvauksen kohteena ja teemat, jotka nousevat esiin. Näiden havainnollistaminen ja kertominen valitsemallaan tavalla on asia, jonka avulla saadaan lukija kiinnostuneeksi. Laadulliset raportit ovat hyviä, kun niissä yhdistyy aineiston kuvaus tieteelliseen kerrontaan ja kirjallisuutta sovitetaan omien tekstien kanssa. (Hirsjärvi ym. 2004, 249)

Kysely tehtiin 4H:n nuorille, jotka ovat toiminnassa mukana tälläkin hetkellä sekä heille, jotka eivät vielä mukana ole. Vastaajia saatiin yhteensä 35 ja kyselyä jaettiin useassa eri paikassa. Facebookissa jaettiin kyselyä ja se on tavoittanut varmasti ihmisiä, mutta vastaamaan se ei ole saanut ihmisiä. Sähköpostitse kyselyä jaettiin n. 40 henkilölle ja sen avulla suurin vastaajamäärä saatiin. Yhdistyksen kotisivuilla olleen linkin kautta tulleiden vastaajien määrää on vaikea arvioida. Vähäinen vastausmäärä kuitenkin riittää, koska tutkitaan markkinoinnin haasteet nuorten kanssa. Tutkimuksessa tulee ongelma ilmi ja siihen pyritään vastaus saamaan kyselyn avulla, vaikei vastaajia paljoa olekaan.

Laatu on ratkaiseva tekijä kerätyssä aineistossa ja se on luonnollisesti numeerisessa muodossa. Analysointi tilastollisesti edellyttää aineiston järjestyksessä olemista. Nykyään on mahdollista, että havainnoista lähtien kaiken voi tutkimuksessa viedä tietokoneelle sähköiseen muotoon. (Nummenmaa, Konttinen, Kuusinen & Leskinen 1997, 50.)

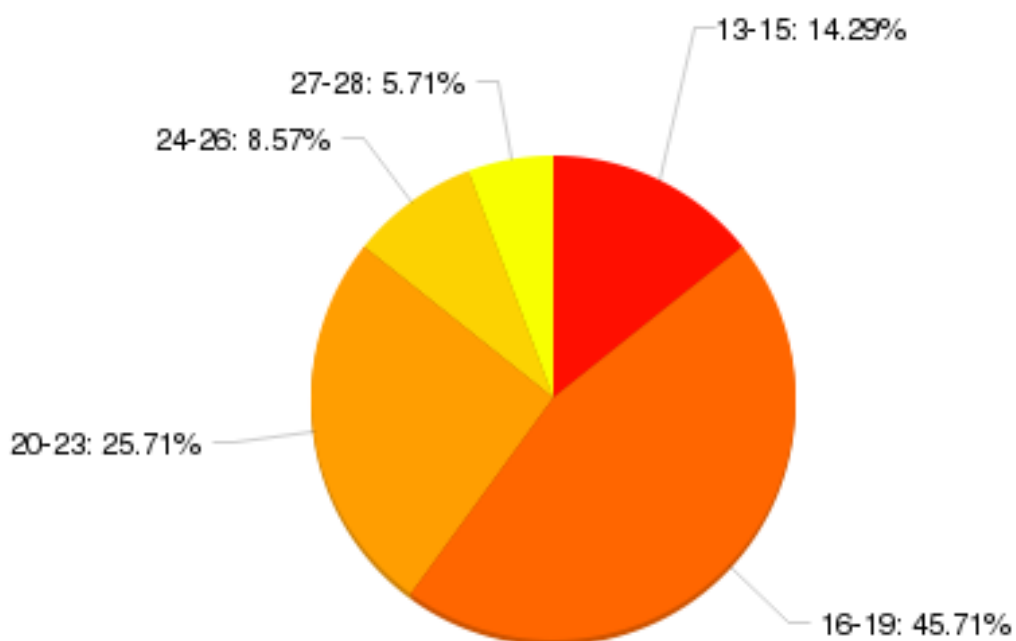
Visuaalisesti kerätyn aineiston esittäminen on hyvä ratkaisu ja palvelee monia. Aineistoa on helpompi tutkia ja analysoida itse tutkijan sekä lukijan, kun kaikki on myös visuaalisessa muodossa. Pelkän tekstin lukeminen ei pakosti anna kokonaiskuvaa esim. kyselyn vastauksista, mutta taulukot auttavat hahmottamaan kokonaiskuvaa. (Nummenmaa ym. 1997, 62.)

### 6.1 Tulokset ja analysointi

Parhaimmillaan tuloksissa yhdistyy kolme keskeisintä asiaa tutkimuksenteossa ja ne ovat tutkimusongelmat, uuden tutkimuksen tulokset ja tutkijan näkemykset kokonaiskuvaa hakien. (Hirsjärvi ym. 2004, 244) Tulosten

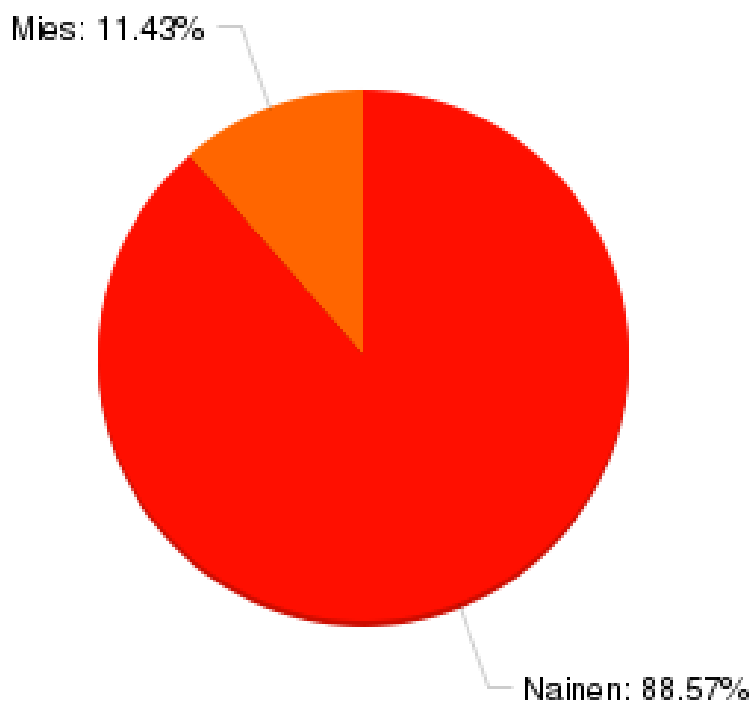
analysointia varten Kyselynetti sovelluksesta sai vastaukset helposti ja kuviot olivat valmiina. Kuvion muokkaaminen olisi ollut plussaa, että olisi saanut ympyräkaavion muutettua. Ympyräkaavio tietysti esittää selkeimmin ja havainnoiden parhaiten vastausten jakaumia, mutta sen liittäminen tekstin sekaan ei ole yhtä helppoa. Ensimmäiseksi kyselyssä kysyttiin perustietoja vastaajilta. Kysymys 1: Ikä (Kuva 1), Kysymys 2: Sukupuoli (Kuva 2).

Suurin osa vastaajista oli 16–19 vuotiaita (45,71 %) ja toiseksi eniten oli 20–23 vuotiaita (25,71 %). Loput ikäjakaumat jakautuivat tasaisesti, vähiten kuitenkin oli yli 23 vuotiaita vastaajia. (Kuva 1) Naisia vastaajista oli 31 ja loput miehiä, kyselyssä vastaukset ovat suurimmalta osalta naisten näkökulmasta. (Kuva 2)



Kuva 1. Ikäjakauma





Kuva 2. Sukupuoli

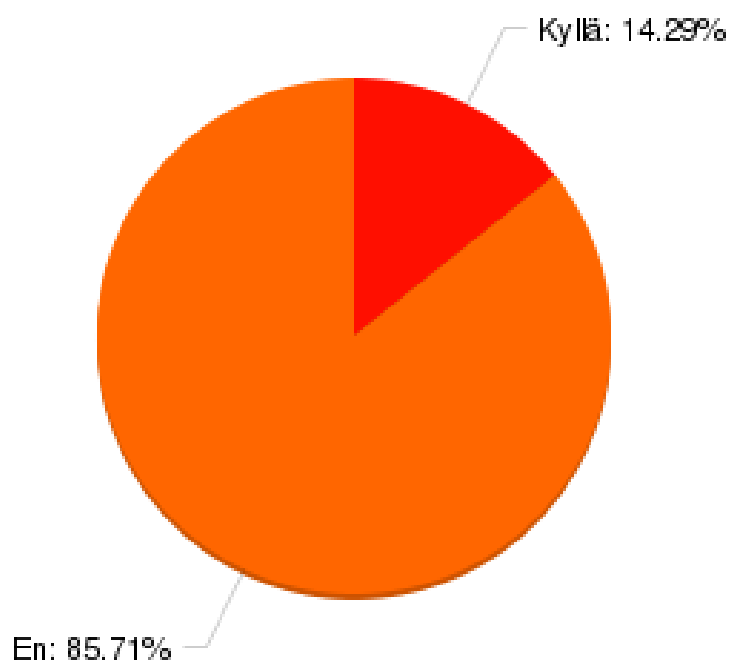
Seuraavat kolme kysymystä liittyivät siihen, tunnetaanko 4H-yhdistystä ja ollaanko toiminnassa mukana. Kysymys 3: Tunnetko 4H-yhdistyksen historiaa? (Kuva 3), Kysymys 4: Oletko toiminnassa mukana tällä hetkellä? (Kuva 4), Kysymys 5: Oletko ollut toiminnassa mukana aiemmin? (Kuva 5).

Kolmantena kysymyksenä kysyttiin nuorten tietoisuutta 4H-yhdistyksen historiasta ja suurin osa ei ollut tietoinen siitä. 10 kyselyyn vastaajista tunsu historiaa ja nämä kaikki olivat naisia. Tästä voi päätellä, että naiset ovat enemmän toiminnassa mukana, kuin miehet. (Kuva 3)

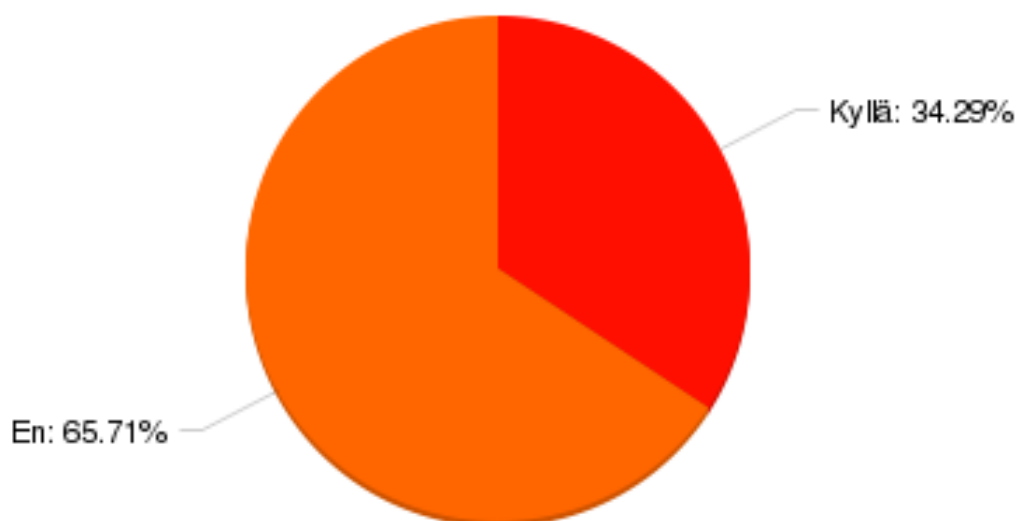
Toiminnassa mukana tällä hetkellä on kyselyyn vastanneista 5 henkilöä ja heistä kaikki ovat naisia, loput 30 vastaajaa eivät ole tällä hetkellä mukana toiminnassa. (Kuva 4) Kuitenkin 12 vastaajaa ovat olleet ennen toiminnassa mukana, osa tämän kysymyksen vastaajista ovat nytkin mukana. He ketkä eivät ole toiminnassa mukana nyt eivätkä ole olleet, niin yhden toivomus on saada toimintaa yli 18-vuotiaille. Tämä vastaus osoittaa, että toimintaa pitäisi järjestää enemmän vanhemmille nuorille. (Kuva 5)



Kuva 3. Tunnetko 4H-yhdistyksen historiaa



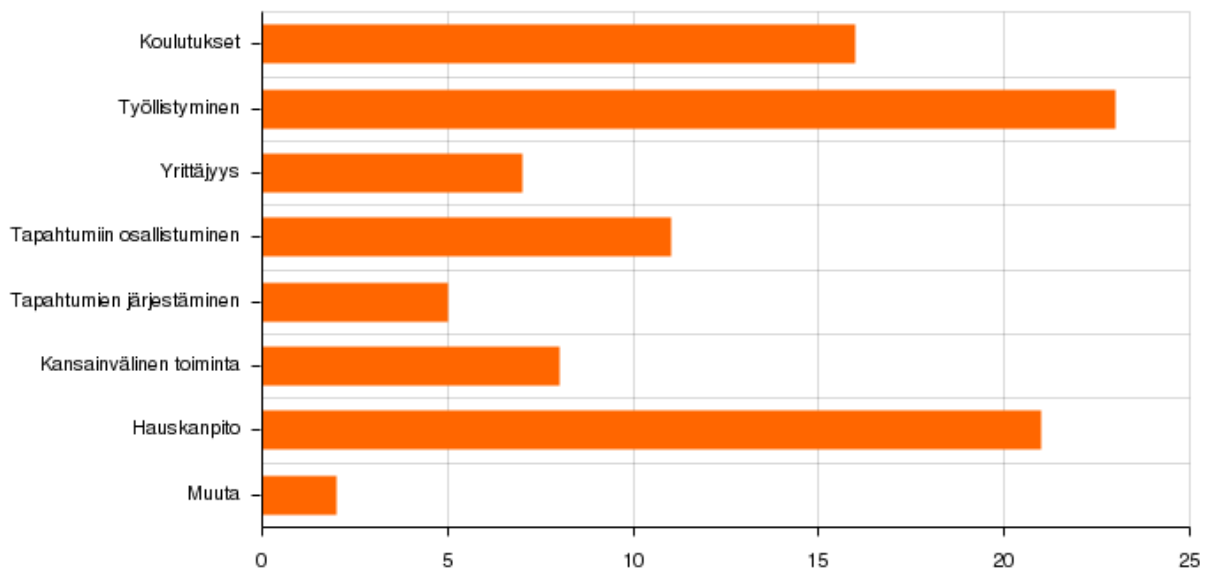
Kuva 4. Oletko toiminnassa mukana tällä hetkellä?



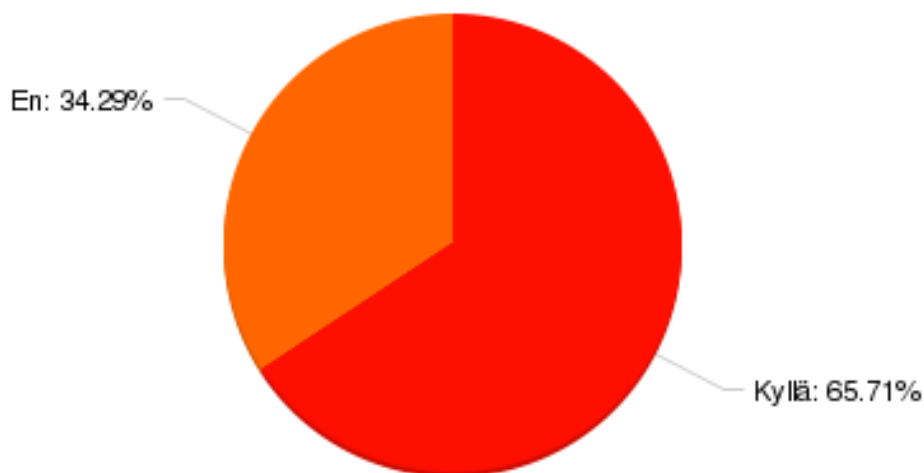
Kuva 5. Oletko ollut toiminnassa mukana aiemmin?

Kysymyksessä 6 kysyttiin nuorilta minkälainen toiminta heitä kiinnostaa ja he saivat valita niin monta vaihtoehtoa, kuin halusivat sekä kirjoittaa lisäkenttään omia ideoita. Kysymys 7 oli jatkoa tähän, jossa kysyttiin hakevatko he itse tietoa aktiivisesti näistä haluamista asioista. Kysymys 6: Minkälainen toiminta sinua kiinnostaa? (Kuva 6), Kysymys 7: Haetko itse aktiivisesti tietoa haluamistasi asioista? (Jatkoa edelliseen) (Kuva 7).

Eniten nuoria kiinnostaa työllistyminen (65,7 %) ja sen jälkeen hauskanpito (60,0 %). 4H:n kautta nuorilla on mahdollisuus työllistyä, joten työllistyminen varmaan kiinnostaakin eniten sen takia. Koulutukset kiinnostivat 16 vastaajaa ja tapahtumiin halusi osallistua 11 vastaajista. Lopuissa vastausvaihtoehdoissa oli alle 10 vastausta, eli ne kiinnostavat vähiten tai niistä ei ole tarpeeksi tietoa saatavilla 4H:n kautta. Lisäkentän vastauksissa oli retket, keppihevosleirit ja tapaamiset, luontoaiheiset asiat, dogsittertoiminta ja yksi vastaus oli "ei mikään". (Kuva 6) Vastaajista 25 on vastannut hakevansa itse tietoa aktiivisesti asioista, joita haluaa ja loput 12 eivät niinkään. (Kuva 7)



Kuva 6. Minkälainen toiminta sinua kiinnostaa?



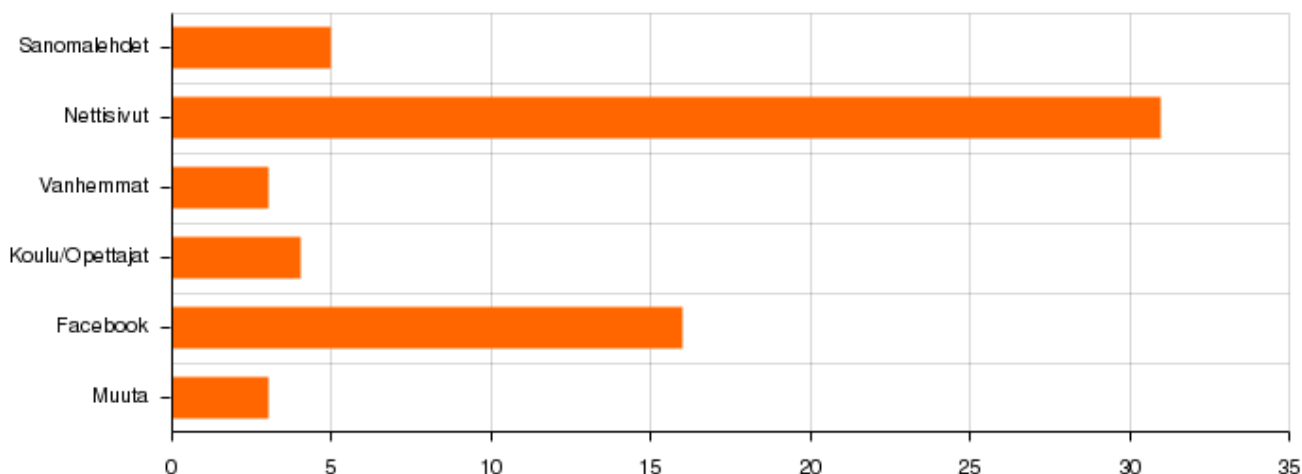
Kuva 7. Haetko itse aktiivisesti tietoa haluamistasi asioista? (Jatkoa edelliseen)

Kysymykset 8 ja 9 liittyivät harrastustoimintaan, joissa kysyttiin mistä haetaan tietoa harrastustoiminnasta ja kuinka pitkän matkan on valmis kulkemaan harrastuksen perässä. Kysymyksessä 8 sai valita niin monta vaihtoehtoa, kuin halusi koskien tiedon hakua harrastuksista. Lisäkenttä oli sen varalta, että vastaus vaihtoehdoista ei löytynyt sopivaa vaihtoehtoa. Lisäkenttään sai kirjoittaa muita paikkoja, joista hakee tietoa harrastustoiminnasta. Kysymys 8:

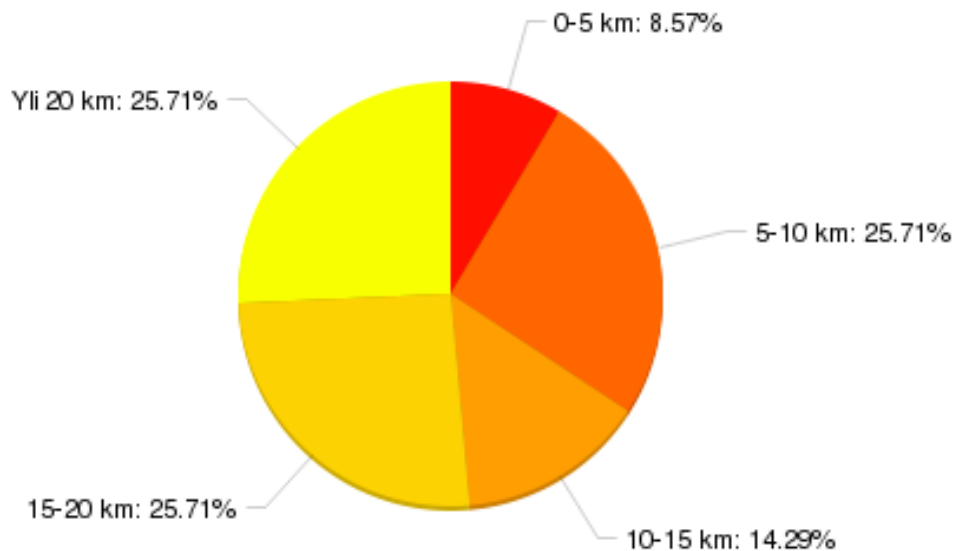
Mistä haet tietoa harrastustoiminnasta? (Kuva 8), Kysymys 9: Kuinka pitkän matkan päähän olet valmis kulkemaan harrastuksen vuoksi? (Kuva 9).

Eniten tietoa nuoret harrastuksista hakevat internetistä nettisivuilta ja vastaajista 31 (88,6 %) oli vastannut tämän vaihtoehdon. 16 vastaajaa (45,7 %) hakee tietoa Facebookista, joka oli toiseksi suosituin vaihtoehto tiedon hakemiseen. Kaikissa muissa vaihtoehdoissa, jotka eivät liittyneet internetiin oli 5 tai alle 5 vastausta, eli voidaan internetin todeta olevan suosituin kanava tiedon hakuun. Lisäksentän vastauksista ilmeni, että joku haluaisi hakea tietoa kuvapalvelu Instagramista. (Kuva 8)

Yhdeksännessä kysymyksessä pyrittiin selvittämään, kuinka pitkän matkan nuoret ovat valmiita kulkemaan harrastuksen perässä. Vastaukset jakoutuivat pääsääntöisesti aika tasaisesti, vastausvaihtoehdot 5–10 km, 15–20 km, yli 20 km saivat kaikki 9 vastaajaa. Vastaajista 5 on valmiita kulkemaan 10–15 km ja loput 3 vastaajaa 0-5 km. Nuoria ei vastausten perusteella haittaa, vaikka harrastustoiminta ei aivan lähellä olisikaan. (Kuva 9)



Kuva 8. Mistä haet tietoa harrastustoiminnasta



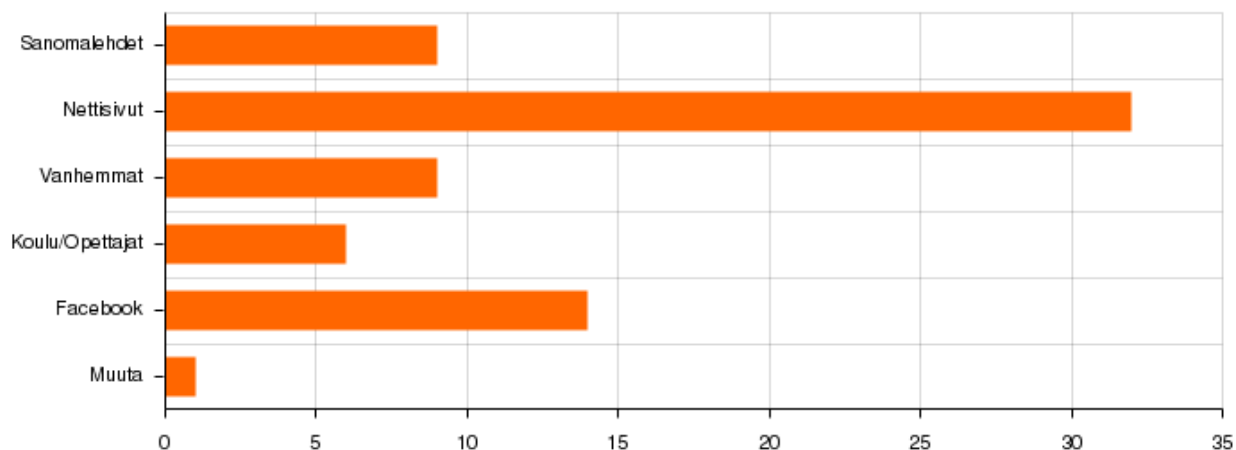
Kuva 9. Kuinka pitkän matkan päähän olet valmis kulkemaan harrastuksen vuoksi?

Kysymyksessä 10 siirryttiin kesätyö aiheeseen ja vastaajat saivat valita niin monta vaihtoehtoa, kuin halusivat sekä lisäkenttä vastaus omille vastauksille. Kysymyksessä 11 pyrittiin saamaan vastaus siihen, mistä he hakevat informaatiota mieluiten kaikesta toiminnasta ja tässä oli täysin vapaa sana. Toinen työllisyyteen liittyvät kysymys oli, että ovatko nuoret työllistyneet 4H:n kautta. Kysymys 10: Mistä haet tietoa kesätöistä? (Kuva 10), Kysymys 11: Mistä hakisit itse informaatiota mieluiten toiminnasta? Vapaa sana., Kysymys 12: Oletko työllistynyt 4H-yhdistyksen kautta? (Kuva 12).

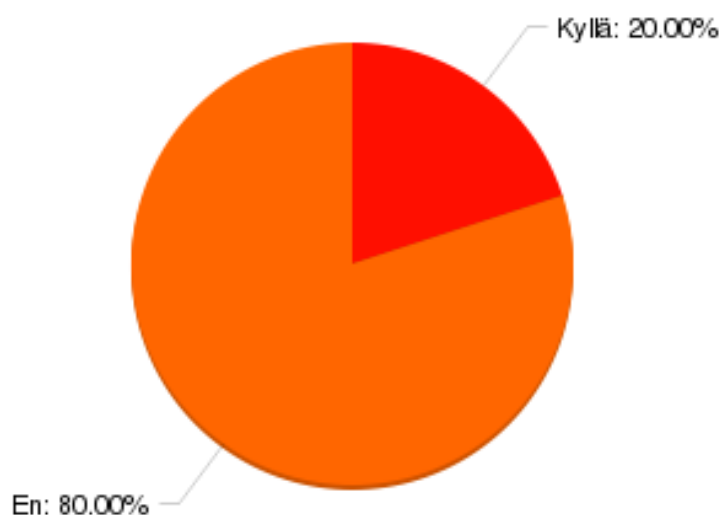
Eniten tietoa kesätöistä haetaan yhdistyksen nettisivuilta, 32 vastaajaa oli vastannut tämän. Toiseksi eniten tietoa kesätöistäkin haetaan Facebookista ja 14 oli vastannut tämän vaihtoehdon. Muista kanavista haetaan tietoa vähemmän ja lopuissa ei internettiin liittyvissä vaihtoehdoissa on kaikissa alle 10 vastausta. Lisäkentässä oli yksi vastaus ja se oli mol.fi työnhaku sivusto. (Kuva 10)

Kysymyksessä 11 sai täysin vapaasti kertoa mistä hakee mieluiten tietoa ja tähän kysymykseen oli vastannut 6 henkilöä. Kysymyksessä kaikilla oli vastauksessaan internet mainittu, sekä yhdellä oli yhdistyksen nettisivut tärkeä informaation lähde. Lopussa yksi oli maininnut olevan tärkeää, että yhdistyksen nettisivut sekä sosiaalinen media ovat molemmat ajan tasalla, tieto löytyy helposti ja se on kohderyhmälle sopivaa.

Viimeisellä työllisyyteen liittyvällä kysymyksellä haluttiin saada vastaus siihen, kuinka moni nuori on työllistynyt 4H-yhdistyksen kautta. Vastaajista 7 on työllistynyt ja 28 ei ole työllistynyt yhdistyksen kautta. Kaikki työllistyneistä olivat naisia.



Kuva 10. Mistä haet tietoa kesätöistä?



Kuva 11. Oletko työllistynyt 4H-yhdistyksen kautta?

Kyselyn viimeinen kysymys oli vapaavalintainen ja siihen sai vastata tai olla vastaamatta. Kysymykseen sai kertoa vapaasti toiveita, mitä haluaisi yhdistyksen järjestävän. Vastauksia tuli vain kaksi, joka oli odotettavissa sillä moni ei viitsi vastata ellei ole pakko. Toinen vastaajista haluaisi enemmän luontoon liittyvää toimintaa, esimerkiksi luontoretkeä ja – leirejä joissa voisi myös itse toimia vetäjänä. Ja toinen vastaaja halusi enemmän toimintaa yli 18 vuotiaille, eli täysi-ikäisille tarkoitettua toimintaa.

## 6.2 Yhteenveto kyselyn tuloksista

Kyselyn vastausprosentti jäi alhaiseksi, joka johtui täysin tutkittavasta tutkimusongelmasta. Tutkimusongelma kohdattiin saman tien, kun kysely laitettiin jakoon ja vastauksia ei alkanut tulla. Kyselyn aukioloaikana olikin hyvä miettiä erilaisia vaihtoehtoja vastausten saantiin ja nuorten tavoittamiseen. Kyselyä jaettaessa mietittiinkin eri kanavia ja päädyttiin jakamaan suoraan sähköpostilla myös, joka osoittautui tehokkaimmaksi tavaksi.

Nuoria on vaikea tavoittaa ja kyselyn kanssa se huomattiin. Suurin osa vastauksista tuli, kun kysely pistettiin jakoon nuorten sähköpostiin. Eli tätä kanavaa olisi pitänyt käyttää enemmän ja on käytettävä enemmän tulevaisuudessa. Vastauksia saatiin muidenkin kanavien kautta, suurin osa tuli silti sähköpostin avulla.

Suurin osa vastaajista oli naisia, joten he ovat yhdistystoiminnasta enemmän kiinnostuneita tämän perusteella. Miehet voivat myös olla vähemmän kiinnostuneita vaikuttamaan yhdistyksen tarjontaan. Vastaajista harva tiesi 4H-yhdistyksestä tällä hetkellä eivätkä myöskään tunteneet sen historiaa. Yhdistyksen markkinointi on tältä osin puutteellista, koska monikaan ei tunne yhdistystä lainkaan. Yhdistyksestä on kotisivuilla kerrottu ja koko Suomen kattavassa 4H-yhdistyksen sivuilla on kerrottu yleisesti mitä nämä ovat.

Eniten nuoret vastauksien perusteella olivat kiinnostuneita työllistymisestä ja hauskanpidosta, jotka ovatkin haastavat asiat yhdistää. Tässä kohdassa sai valita useamman vaihtoehdon, eli nuori on voinut vastata vaikka jokaiseen kohtaan. 4H-yhdistyksethän tarjoavat työllistymispalveluita nuorille sekä mahdollisuuden perustaa oman 4H-yrityksen. Työllistymiseen liittyviin asioihin kannattaa keskittyä enemmän ja miettiä miten nuorille saataisiin enemmän työllistymismahdollisuuksia erilaisissa tehtävissä. Kesätöistä kyselyssä kysyttiin erikseen ja ne nuoria kiinnostivatkin eniten, ehdoton hakusuosikki oli nettisivut. Nuorten kesätöille on monia sivuja, joista töitä voi löytää. 4H-yhdistyksenkin kautta voi työllistyä eli sitäkin kannattaa mainostaa isommin yhdistyksen kotisivuilla.

Hauskanpitoahan yhdistys tarjoaa kurssien ja kerhojen puitteissa, mutta varsinaista hauskanpitoa ilman vaatimuksia ei oikein ole. Nuorille voisi järjestää esim. Discon tai tapahtumapäivän, jolloin saa kokeilla kaiken näköistä. Osa nuorista oli kiinnostunut tapahtumien järjestämisestä ja osa vain osallistumisesta tapahtumiin. Näitä kahta hyödyntäen osa nuorista voisi järjestää tapahtuman, johon sitten kaikki pääsevät osallistumaan ja tätä kautta voidaan saada enemmän tapahtumien järjestäjiä.

Harrastuksista eniten tietoa kyselyn perusteella haetaan nettisivuilta, eli harrastusten nettisivuilta tai yhdistyksen sivuilta. Nettisivuilla on yleisesti eniten tietoa asioista ja siksi se varmasti on suosituin kanava. 4H-yhdistysten kautta tapahtuvat harrastukset kannattaa kertoa tarkasti kotisivuilla ja sen perusteella saada nuoret vakuuttuneiksi osallistumaan.



Vapaasti esitettäviä toiveita tuli vain muutama, koska usein vapaat vastauskentät jätetään tyhjiksi. Päälimäisenä jäi mieleen, että halutaan toimintaa täysi-ikäisille nuorille. Alaikäisten toimintaan keskitytäänkin paljon, mutta vanhemmille nuorille ei ole niin paljon toimintaa. Nuoremmille on kerhoja ja koulutuksia, mutta monikaan täysi-ikäinen ei kiinnostu enää kerho nimellä tapahtuvista asioista.

Nyt olisikin oiva tilaisuus saada yhdistykselle lisää jäseniä, kun olisi omaa toimintaa täysi-ikäisille. On monenlaista toimintaa, jota voisi järjestää ja tässä olisi varmasti saunaa alkaa miettimään asiaa enemmän. Nämä nuoret aikuiset ovat kuitenkin, vielä sen verran nuoria että heille varmasti yhdistys pystyisi tarjoamaan tekemistä. Heille voisi järjestää tapaamisia vain täysi-ikäisten kesken ja heiltä voisi ihan kysyä, että mitä toimintaa he haluaisivat. Vanhemmille nuorille on vaikea keksi mitään, elleivät he itse kerro mitä haluavat. Yhdistyksen kannattaisi alkaa tiedustella asiaa enemmän ja pyrkiä saamaan kattavasti ideoita asian suhteen. Yhdistys varmasti saisi lisää jäseniä tai takaisin vanhoja jäseniä, jos heille olisi toimintaa.

Luontoon liittyvää toimintaa haluttiin myös enemmän. Luontoretkeä ja –leirejä haluttaisiin ja vastaaja itse sanoi, että voisi niitä myös vetää. Tässä olisi mahdollisuus, että olisi jo vetäjäkin uudelle toiminnalle. Vastauksissa vaan ei käy ilmi, kuka vastaaja on ollut. Yhdistyksen kannattaisi laittaa kyselyä jakoon, että kuka on kiinnostunut tämänlaisesta toiminnasta ja onko halukkaita vetäjiä. Kummassakin ehdotuksessa on potentiaalia, jotka kävivät ilmi lisäkentän vastauksista. Näiden toteuttamisen avulla yhdistys voisi saada lisää ihmisiä mukaan toimintaan niin jäsenenä kuin vetäjän roolissa.

## 7 POHDINTA

Kyselyn tulokset jäivät alhaisiksi, koska nuorten tavoitettavuus oli huono. Tavoitettavuus oli huonoimmillaan kyselyä jaettaessa vain sosiaalisessa mediassa. Vastaajamäärä nousi, kun kysely lähetettiin henkilökohtaisesti sähköpostiin nuorille. Linkki kyselyyn yhdistyksen nettisivuilla toi mahdollisesti muutaman vastaajan, mutta tuskin kovin montaa. Nuorilla voi olla paljon ideoita ja onkin, mutta he voivat luulla ettei heidän ideansa ole niin hyvä, että se kannattaisi kertoa. Monet varmasti haluaisivat tehdä jotain tiettyä ja kun kaikki nuoret saataisiin kertomaan mitä he haluavat, saataisiin lisää toimintaa ja ehkä yhdistettyäkin jotain.

Nuoret varmasti käyttävät paljon aikaa sosiaalisessa mediassa ja näkevät kaikenlaista päivittäin siellä. Ongelmana onkin se, kuinka nuorten huomion saisi kiinnitettyä yhteen kyselylinkkiin ja miten saada heidät avaamaan se. Kyselyn kanssa kävi ilmi, etteivät nuorista kovin moni vastaa tämän kaltaiseen kyselyyn ellei ole pakko. Palkinto vastaajien kesken tuo melkein aina lisää vastaajia, olipa asia mikä tahansa. Tässä tapauksessa olisi ehkä auttanut pieni palkinto vastaajien kesken. Opiskelijoilla kuitenkin on harvoin varaa panostaa palkintoihin, joten se jäi tällä kertaa välistä.

Omasta mielestäni kaikilta 4H-nuorilta pitäisi ottaa talteen yhteystietojen, eli puhelinnumeron ja osoitetietojen lisäksi sähköpostiosoite. Yhdistys opettaa nuorille sähköpostin tärkeyttä ja sen käyttämistä työkaluna työelämässä. Kyselyyn saatiin vastauksia vasta, kun linkki jaettiin sähköpostilla saateviestin kera. Viestissä pyydettiin nuoria auttamaan vastaamalla kyselyyn ja näin heillä olisi mahdollisuus vaikuttaa asioihin. Moni nuori havahtui vasta tämän saadessaan ja kävi vastaamassa kyselyyn, eli viesti meni tällä tavoin parhaiten perille.

Jokaiseen tutkimusongelmaan saatiin vastauksia riittävästi, että saadaan asioita eteenpäin. Nuorten tavoitettavuus ongelmaan yksi ratkaisu voisi olla sähköpostien kerääminen ja asioista sen kautta tiedottaminen. Sähköpostiin ei tule lähettää mainoksia koko ajan tapahtumista, mutta aina tiettyä ikäpolvea koskevan tapahtuman voisi sähköpostitse välittää kohderyhmälle. Kyselyt joiden avulla pyritään saamaan vastauksia nuorilta haluttuihin asioihin, voisi lähettää sähköpostitse ja näin saada mahdollisesti lisää vastauksia. Edellä mainittujen asioiden avulla nuoret oppisivat sähköpostin tärkeyttä ja sen käyttämistä.

Sosiaalinen media ei kuitenkaan ehkä ole paras paikka tavoittaa nuoria. Osa nuorista tavoittaa hyvin esim. Facebookista, mutta osa ei edes huomioi tällaisia virallisempia juttuja siellä. Sosiaalinen media on tehokas työkalu, mutta nuoret luultavimmin usein käyttävät sitä vain ajan kuluksi eivätkä tee työtä asioita siellä. Vastaajia oli todella vaikea saada, vaikka kyselyä jaettiin monien 4H-yhdistysten sivuilla lähellä Lopen 4H-yhdistystä. Tämä osoittaa vain sen, että nuoret eivät

vastaa tämänlaisiin asioihin pakosti Facebookissa vaikka siellä muuten pyörisivät koko ajan.

Moni ei myöskään tiennyt 4H-yhdistyksestä kovinkaan paljon kyselyn vastausten perusteella. Itsellenikin ennen opinnäytetyötä 4H oli aika vieras käsite, mutta nyt sen toimintaa ymmärtää jo paremmin. Nuorille pitäisi mainostaa enemmän yhdistystä esim. kouluissa, harrastuksissa ja kotona. Kaikki harrastuksetkaan eivät ole 4H- yhdistysten järjestämiä, mutta se voi tarjota sellaista toimintaa mitä ei muualta saa. Tämän vuoksi olisikin tärkeää, että kouluissa varsinkin yhdistystä mainostettaisiin. Jokaisella paikkakunnalla ei toimi 4H-yhdistystä, mutta lähintä yhdistystä nuorille voitaisiin markkinoida. Itse en muista kuulleen yhdistyksestä koskaan peruskouluajanani, joten sitä ei hirveästi ole kuulutettu missään ainakaan isommin.

Paljon on kehittämisen kohteita, joihin yhdistys voisi tarttua. Tästä eteenpäin tulisi miettiä, mitä halutaan pyrkiä parantamaan ja mitkä asiat voivat vielä odottaa. Yhdistys toimii nuorten kanssa ja edellä mainittuja keinoja kannattaa nyt alkaa harkitsemaan tai soveltamaan, jotta saataisiin pidettyä yhdistys kannattavana. Hankalaa edellä mainittujen keinojen toteutuksessa on, että on niin monta liikkuvaa osaa ja millekään toimenpiteelle ei voi taata hyvää lopputulosta. Vaikka nuorilta alettaisiin kerätä sähköposti osoitteita nyt, se ei takaa heidän tavoitettavuuden parantamista. Uskon kuitenkin, että heidät tavoittaisi paremmin. Asiat ovat vain siitä kiinni, että nyt täytyy kokeilla uusia keinoja ja tapoja yhdistyksen hyväksi.

## 8 YHTEENVETO

Yhteenvetona kaikesta voisi todeta, että 4H-yhdistyksen kannattaa kiinnittää todella huomioita markkinointiin ja siihen mitä kautta nuoria yritetään tavoittaa. Nuoret viettävät varmasti paljon aikaa sosiaalisessa mediassa ja pyörivät siellä välillä tunti kausiakin, mutta se ei silti ole paras paikka saada heitä kiinni. Nuoria pitäisi yrittää tavoittaa virallisemmin, eli sähköpostitse, puhelimella ja muilla keinolla mitä nykypäivänä on. Sosiaalista mediaa kannattaa edelleen hyödyntää paljon, koska osa seuraa sitäkin kautta.

Sosiaalinen media on välineenä todella kätevä, kun sitä käytetään oikein. Nuorten kanssa, joita yritetään saada innostumaan yhdistyksen tarjoamista palveluista, on haastavaa vain sosiaalisessa mediassa. Siellä on hyvä markkinoida yhdistystä ja olla erittäin aktiivinen, mutta muitakin vaihtoehtoja tulisi miettiä.

Yhdistyksen tulisi tuoda itseään vielä enemmän esille, kuin nyt. Resurssit markkinointiin ovat aina rajalliset, mutta ne kannattaa käyttää harkitusti. Yhdistyksestä tiedottaminen enemmän koulussa ja harrastuksissa, voi tuoda paljon uusia jäseniä yhdistykselle. Erilaisia viestintäkeinoja on paljon ja jokaiselle kohderyhmälle tulisikin osata markkinoida oikein. Täysi-ikäiset jäsenet kiinnostuvat eri asioista, kuin esim. 15 vuotiaat.

Tulosten perusteella nuorten kiinni saaminen on haastavaa ja vaatii työtä, mutta ei ole mahdotonta. Tarkalla suunnitelmalla asioiden etenemisen suhteen, nuoria varmasti aletaan tavoittamaan paremmin ja enemmän. Pienellä paikkakunnalla on aina pienemmät piirit, joka tuo lisää haasteita markkinoinnin ja muun suhteen. Tämän takia yhdistyksen on mietittävä tarkkaan mihin panostaa ja mihin ei, koska nuoria on vaikea saada kiinnostumaan asioista. Nuoret eivät vielä pakosti tiedä itsekään mistä pitävät, joten siksi tämän kaltainen yhdistys on auttamassa heitä.

Uusia mahdollisuuksia ja keinoja kokeillessa yhdistys saa varmasti muutoksia aikaan ainakin jonkin verran. Aiemmin mainittuja keinoja nuorten tavoittamiseksi tulisi kokeilla ja katsoa mitä tapahtuu. Kannattavuuden kannalta olisi tärkeää, että saataisiin uusia jäseniä ja varsinkin vanhat pysymään jäseninä. Uudet näkökulmat asioihin tuovat hieman erilaisia näkemyksiä ja auttavat yhdistystä eteenpäin.

## LÄHTEET

Eskola, J. & Suoranta, J. (1998). *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. Tampere: Osuuskunta Vastapaino.

Hausjärven 4H-yhdistys (2016). Duunivalmentamo. Kehittämishankesuunnitelma.

Hausjärven 4H-Yhdistys (2017). Nuorille. Haettu 24.4.2017 osoitteesta <https://hausjarvi.4h.fi/nuorille/>

Hausjärven 4H-Yhdistys (2017). Lapsille. Haettu 24.4.2017 osoitteesta <https://hausjarvi.4h.fi/lapsille/>

Hausjärven 4H-Yhdistys (2017). Palvelut. Haettu 24.4.2017 osoitteesta <https://hausjarvi.4h.fi/palvelut/>

Hausjärven 4H-Yhdistys (2017). Yhdistyksemme. Haettu 18.4.2017 osoitteesta <https://hausjarvi.4h.fi/yhdistyksemme/>

Hirsijärvi, S., Remes, P., Sajavaara, P. (2004). *Tutki ja Kirjoita*. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino Oy.

Hirsijärvi, S. & Hurme, H. (2008). Tutkimus-haastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.

Hämeenraitti (2017). Hankerekisteri. Haettu 8.8.2017 osoitteesta <http://www.hameenraitti.fi/hanke/duunivalmentamo/>

Lopen 4H-yhdistys (2017) Etusivu. Haettu 15.8.2017 osoitteesta <https://loppi.4h.fi/>

Lopen 4H-yhdistys (2017) Lapsille. Haettu 15.8.2017 osoitteesta <https://loppi.4h.fi/>

Lopen 4H-yhdistys (2017) Nuorille. Haettu 15.8.2017 osoitteesta <https://loppi.4h.fi/>

Nummenmaa, T., Konttinen, R., Kuusinen, J. & Leskinen, E. (1997). *Tutkimusaineiston analyysi*. Porvoo: WSOY.

Suomen 4H-liitto (n.d.). Arvot. Haettu 8.8.2017 osoitteesta <https://www.4h.fi/4h-jarjestona-2/jarjeston-toiminta/arvot/>

Suomen 4H-liitto (n.d.). Järjestön toiminta. Haettu 8.8.2017 osoitteesta <https://www.4h.fi/4h-jarjestona-2/jarjeston-toiminta/>

Suomen 4H-liitto (n.d.). Oma 4H-yritys. Haettu 24.4.2017 osoitteesta  
<http://www.4h.fi/toita/perusta-oma-yritys/>

Tuomi, J. & Sarajärvi, A. (2009). *Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi*.  
Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

## LIITTEET

Liite 1: Kyselylomake: Kyselynetti, 13.6.2017

### Kysely nuorille

**Ikä:**

13-15

16-19

20-23

24-26

27-28

**Sukupuoli:**

Nainen

Mies

**Tunnetko 4H-yhdistyksen historiaa?**

Kyllä

En

**Oletko toiminnassa mukana tällä hetkellä?**

Kyllä

En

**Oletko ollut toiminnassa mukana aiemmin?**

Kyllä

En

**Minkälainen toiminta sinua kiinnostaa?**

Koulutukset

Työllistyminen

Yrittäjyys

Tapahtumiin osallistuminen

Tapahtumien järjestäminen

Kansainvälinen toiminta

Hauskanpito

Muu, mikä?

**Haetko itse aktiivisesti tietoa haluamistasi asioista? (Jatkoa edelliseen)**

Kyllä

En

**Mistä haet tietoa harrastustoiminnasta?**

Sanomalehdet

Nettisivut

Vanhemmat

Koulu/Opettajat  
Facebook  
Muu somekanava, mikä?

**Kuinka pitkän matkan päähän olet valmis kulkemaan harrastuksen vuoksi?**

0-5 km  
5-10 km  
10-15 km  
15-20 km  
Yli 20 km

**Mistä haet tietoa kesätöistä?**

Sanomalehdet  
Nettisivut  
Vanhemmat  
Koulu/Opettajat  
Facebook  
Muu somekanava, mikä?

**Mistä hakisit itse informaatiota mieluiten toiminnasta? Vapaa sana.**

**Oletko työllistynyt 4H-yhdistyksen kautta?**

Kyllä  
En

**Kerro vapaasti toiveita mitä haluat, esim. Mitä toimintaa haluaisit yhdistyksen järjestävän.**

Liite 2: Kyselyn vastaukset: Kyselynetti, 13.6.2017

**Kysely nuorille**

**1. Ikä**

5 (14.3 %): 13–15  
16 (45.7 %): 16–19  
9 (25.7 %): 20–23  
3 (8.6 %): 24–26  
2 (5.7 %): 27–28

**2. Sukupuoli**

31 (88.6 %): Nainen  
4 (11.4 %): Mies

**3. Tunnetko 4H-yhdistyksen historiaa?**

10 (28.6 %): Kyllä  
25 (71.4 %): En



**4. Oletko toiminnassa mukana tällä hetkellä?**

5 (14.3 %): Kyllä

30 (85.7 %): En

**5. Oletko ollut toiminnassa mukana aiemmin?**

12 (34.3 %): Kyllä

23 (65.7 %): En

**6. Minkälainen toiminta sinua kiinnostaa?**

16 (45.7 %): Koulutukset

23 (65.7 %): Työllistyminen

7 (20.0 %): Yrittäjäyys

11 (31.4 %): Tapahtumiin osallistuminen

5 (14.3 %): Tapahtumien järjestäminen

8 (22.9 %): Kansainvälinen toiminta

21 (60.0 %): Hauskanpito

2 (5.7 %): Muuta

Lisäkentän vastaukset:

– retket, kepparileirit ja -tapaamiset, luontojutut, dogsitter-toiminta

– Ei mikään

**7. Haetko itse aktiivisesti tietoa haluamistasi asioista? (Jatkoa edelliseen)**

23 (65.7 %): Kyllä

12 (34.3 %): En

**8. Mistä haet tietoa harrastustoiminnasta?**

5 (14.3 %): Sanomalehdet

31 (88.6 %): Nettisivut

3 (8.6 %): Vanhemmat

4 (11.4 %): Koulu/Opettajat

16 (45.7 %): Facebook

3 (8.6 %): Muuta

Lisäkentän vastaukset:

– Esim fb

– Ei

– Instagram

**9. Kuinka pitkän matkan päähän olet valmis kulkemaan harrastuksen vuoksi?**

3 (8.6 %): 0-5 km

9 (25.7 %): 5-10 km

5 (14.3 %): 10–15 km

9 (25.7 %): 15–20 km

9 (25.7 %): Yli 20 km

**10. Mistä haet tietoa kesätöistä?**

9 (25.7 %): Sanomalehdet

- 32 (91.4 %): Nettisivut
- 9 (25.7 %): Vanhemmat
- 6 (17.1 %): Koulu/Opettajat
- 14 (40.0 %): Facebook
- 1 (2.9 %): Muuta

Lisäkentän vastaukset:

- Mol.fi

**11. Mistä hakisit itse informaatiota mieluiten toiminnasta? Vapaa sana.**

- netistä
- Nettisivut
- Toimintaa järjestävän yhdistyksen yms. nettisivuilta ja lisäksi somesta.
- Netti
- Netistä
- Nettisivuilta ja somesta. Pidän tärkeänä, että molemmat ovat edes jotenkin ajantasalla ja tieto löytyy helposti. Ja että tieto on kohderyhmälle sopiva

**12. Oletko työllistynyt 4H-yhdistyksen kautta?**

- 7 (20.0 %): Kyllä
- 28 (80.0 %): En

**13. Kerro vapaasti toiveita mitä haluat, esim. Mitä toimintaa haluaisit yhdistyksen järjestävän.**

- Haluaisin enemmän luontoon liittyvää toimintaa, esim. luontoretkeä ja -leirejä ja voisin olla itse myös vetämässä niitä.
- Jotain vanhemmille nuorille aikuisille (yli 18-vuotiaat)