



Haaga-Helia
ammattikorkeakoulu Oy

Plan-kummien asiakastyytyväisyys

Nelli Kana



Tekijä(t) Nelli Kana	
Koulutusohjelma Liiketalouden koulutusohjelma	
Raportin/Opinnäytetyön nimi Plan-kummien asiakastyytyväisyys	Sivu- ja liitesivumäärä 53 + 14
Tässä opinnäytetyössä tutkittiin Plan International Suomen asiakastyytyväisyyttä heidän tarjoamistaan palveluista kummitoiminnassa keväällä 2020. Tutkimuksen pääongelmana oli selvittää, kuinka tyytyväisiä eri ajan mukana olleet kummit ovat olleet kummiuteensa ja Planin toimintaan. Alaongelmiksi asetettiin se, että ovatko kummien mielipiteet linjassa yrityksen viestimän mielikuvan kanssa, ja onko kummeilla mahdollisia kehitysehdotuksia liittyen kummiuteen tai Planin toimintaan. Toimeksiantaja ei ole ennen toteuttanut asiakastyytyväisyyskyselyitä kummeillensa. Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena. Tutkimuksen kohde-ryhmäksi valittiin alle vuoden mukana olleet kummit, noin neljä vuotta mukana olleet kummit ja noin yhdeksän vuotta mukana olleet kummit. Jokaiselle kummiryhmälle luotiin omat kyselyt, jossa selvitettiin yleisten kysymysten lisäksi kummiryhmälle kohdennettuja kysymyksiä. Tutkimus toteutettiin valituille kummeille ajalla 2.3. – 15.3.2020. Opinnäytetyön rakenne koostuu seitsemästä pääluvusta. Teoreettisessa osassa kerrotaan toimeksiantajasta ja sen toimialasta, sekä laadukkaan palvelun määritelmästä ja sen merkityksestä osana asiakastyytyväisyyttä. Seuraavaksi raportissa edetään tutkimusmenetelmän käsittelyyn, toteutettuihin asiakastyytyväisyyskyselyihin ja niiden tuloksiin. Näiden jälkeen on kerrottu tutkimuksen pohjalta huomattuja johtopäätöksiä, ja niistä tehtyjä kehitysehdotuksia toimeksiantajalle. Opinnäytetyön viimeisestä luvusta löytyy pohdinta, joita seuraavat lähteet ja liitteet. Kyselyihin vastasi yhteensä 133 kummiä. Tutkimuksesta saatiin toimeksiantajalle arvokkaita ja valideja tuloksia kehitysehdotuksineen. Kummit olivat yleisellä tasolla tyytyväisiä Planin kummitoimintaan ja erilaisiin palveluihin. Tuloksista ilmeni, että tuoreimmat kummit toivoivat erityisesti lisäohjeita kummikirjeiden kirjoittamiseen. Useamman vuoden mukana olleet kummit antoivat eniten palautteita ja kehitysehdotuksia, varsinkin kirjeenvaihdon toteutustavan muuttamisesta. Pisimpään toimineet kummit kertoivat olevansa erittäin tyytyväisiä kaikkiin palveluihin, eikä heidän palautteistaan ilmennyt erityistä huomioitavaa. Kaikki kummiryhmät toivoivat Planilta joko vähemmän sähköpostiviestejä tai enemmän tietoa omasta kummilapsestaan. Näin ollen kehitysehdotukset liittyvät lähinnä kummikirjeiden kirjoittamiseen ja Planin viestintään. Kummien tyytyväisyyttä voitaisiin parantaa luomalla yksityiskohtaiset ohjeet kirjeiden kirjoittamisen prosessista, sekä antamalla kummeille mahdollisuus valita, kuinka usein ja millaista postia he haluavat vastaanottaa Planilta.	
Asiasanat Asiakastyytyväisyys, palvelu, laatu, hyväntekeväisyys, järjestötoiminta, asiakaspalvelu	

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Hyväntekeväisyystoiminta Suomessa	3
2.1	Voittoa tavoittelemattomat järjestöt	3
2.2	Plan International Suomi	5
2.3	Plan Suomen kummitoiminta.....	8
3	Palvelun laatu asiakastyytyväisyyden vaikuttavana tekijänä.....	10
3.1	Palvelun ominaispiirteiden ja laadun määrittelevä	11
3.1.1	Palvelun tekninen ja toiminnallinen laatu osana kokonaislaatua.....	12
3.1.2	SERVQUAL -malli laadun tarkkailussa.....	14
3.2	Asiakaskäyttäytyminen.....	16
3.2.1	Asiakashallinta	18
3.2.2	Asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja seuraaminen	20
4	Tutkimuksen toteutus	25
4.1	Kvantitatiivinen tutkimus.....	25
4.2	Asiakastyytyväisyyskysely.....	27
4.2.1	Alle vuoden kummit.....	30
4.2.2	Monivuotiset ja pitkäaikaiset kummit	31
4.3	Tutkimusten luotettavuus	33
5	Tutkimustulokset	35
5.1	Vastaajien taustatiedot.....	35
5.2	Alle vuoden kummit.....	36
5.3	Monivuotiset kummit	41
5.4	Pitkäaikaiset kummit	45
6	Johtopäätökset ja kehitysehdotukset.....	49
7	Pohdinta.....	53
	Lähteet	54
	Liitteet.....	57
	Liite 1. Saateviestit ja muistutusviestit	57
	Liite 2. Toteutettu kysely alle vuoden kummeille.....	58
	Liite 3. Toteutettu kysely monivuotisille kummeille.....	59
	Liite 4. Toteutettu kysely pitkäaikaisille kummeille	60
	Liite 5. Avoimet vastaukset Planin kuvailemiseen.....	61
	Liite 6. Alle vuoden kummit: eroavaisuus järjestöistä ja palveluiden tyytymättömyys...62	
	Liite 7. Alle vuoden kummit: kummikirjeet ja Oma Plan -palvelu	63
	Liite 8. Alle vuoden kummit: suosittelut ja terveiset.....	64
	Liite 9. Monivuotiset kummit: olisiko jokin voinut mennä paremmin kummiudessaasi65	
	Liite 10. Monivuotiset kummit: palveluiden tyytymättömyys	66

Liite 11. Monivuotiset kummit: Oma Plan, lisätiedot ja suosittelut	67
Liite 12. Monivuotiset kummit: tarinoita kummivuosilta, terveiset ja testamentti	68
Liite 13. Pitkäaikaiset kummit: olisiko jokin voinut mennä paremmin kummiudessasi, palveluiden tyytymättömyys, Oma Plan ja kehitysehdotukset	69
Liite 14. Pitkäaikaiset kummit: suosittelut, tarinoita kummivuosilta, terveiset ja testamentti	70

1 Johdanto

Asiakastyytyväisyys on elintärkeää yrityksen toiminnan ja menestyksen kannalta. Asiakkaiden mielikuvat ja kokemukset vaikuttavat asiakaskäyttäytymiseen, ja siihen kenen yrityksen tuotteita tai palveluita he haluavat käyttää. Asiakastyytyväisyyden tärkeys korostuu varsinkin palveluyrityksissä, sillä asiakkaat hakeutuvat todennäköisesti sellaisen yrityksen palveluihin, joihin he ovat olleet tyytyväisiä. Tämän lisäksi palveluyrityksen tarjoamat palvelut eivät välttämättä sisällä konkreettisia tuotteita, jolloin palvelun laadun takaaminen ja positiivisten kokemusten tuottaminen ovat tärkeässä asemassa. Yritysten tulisi kartoittaa ja seurata asiakkaidensa tyytyväisyyttä jatkuvasti, jotta voitaisiin havaita mahdolliset puutteet tarjottavissa palveluissa.

Tämä opinnäytetyö toteutettiin toimeksiantona organisaatiolle nimeltä Plan International Suomi, jonka tavoitteena on toiminnallansa edistää lasten ja nuorten, erityisesti tyttöjen oikeuksien toteutumista kehitysmaissa. Plan kerää varoja lasten ja nuorten hyväksi monella eri tavalla, kuten kummitoiminnalla, tyttösponsoreilla ja erilaisilla kampanjoilla. Varainkeruun lisäksi Planin tavoitteena on tavoittaa yhä useampi suomalainen ja lisätä heidän tietoisuuttaan kehitysmaiden lasten olosuhteista.

Tavoitteena oli tutkia asiakkaiden tyytyväisyyttä Plan Suomen toimintaan. Tutkimuksen kohderyhmäksi rajattiin erityisesti alle vuoden, noin neljä vuotta ja noin yhdeksän vuotta Planin jäsenenä toimineet kummit. Opinnäytetyössä kyseisiä kummeja kutsutaan nimillä alle vuoden kummit, monivuotiset kummit ja pitkäaikaiset kummit. Tutkimuksen pääongelmana haluttiin selvittää, kuinka tyytyväisiä eri ajan mukana olleet kummit ovat kummiuteensa ja Planin toimintaan. Alaongelmina haluttiin puolestaan katsoa ovatko kummien mielipiteet linjassa yrityksen viestimän mielikuvan kanssa, ja onko kummeilla mahdollisia kehitysehdotuksia liittyen kummiuteen tai Planin toimintaan. Plan ei ole aikaisemmin toteuttanut asiakastyytyväisyyskyselyitä, joten tässä opinnäytetyössä toteutettuja kyselyitä ei voida verrata muihin kyselyihin.

Opinnäytetyön raportti koostuu seitsemästä eri luvusta. Johdannon jälkeen toisessa luvussa kerrotaan Planista toimeksiantajana. Järjestö toimii kansainvälisen Plan Internationalin alla. Lisäksi luvussa kerrotaan mitä Plan Suomen kummitoiminta tarjoaa asiakkailensa. Kolmannessa luvussa käsitellään opinnäytetyön teoriaa, kuten laadukkaan palvelun määritelmää ja asiakaskäyttäytymisen osa-alueiden vaikutusta asiakastyytyväisyyteen. Neljännessä luvussa puolestaan perehdytään tutkimuksen toteutukseen, kuten valittuun tutkimusmenetelmään, toteutettuihin asiakastyytyväisyyskyselyihin eri ajan mukana olleille kummeille ja tutkimuksen luotettavuuteen. Luvussa viisi tarkastellaan tutkimusten tuloksia

sekä yleisellä tasolla että kyselykohtaisesti. Tämän jälkeen luvussa kuusi kerrotaan tulosten pohjalta nousseita huomioita ja kehitysehdotuksia. Viimeisessä luvussa eli pohdinnassa reflektoidaan omaan oppimiseen ja tekemiseen opinnäytetyöprosessin aikana. Raportin loppuun on listattu työssä käytetyt lähteet ja liitteet, kuten teetetyt asiakastyytyväisyyskyselyt, saatekirjeet ja avointen kysymysten vastaukset.

2 Hyväntekeväisyystoiminta Suomessa

Suomessa toimii monia järjestöjä erilaisten tavoitteiden saavuttamiseksi. Monet suomalaiset ovat kiinnostuneita ja osallistuvat jollakin tavalla hyväntekeväisyyteen. Lähes 74% suomalaisista kuuluvat elämänsä aikana johonkin järjestöön kuukausilahjoittajana, kertalahjoittajana tai osallistumalla järjestöjen tarjoamaan vapaaehtoistyöhön. Monet suomalaiset lahjoittavat säännöllisesti yhdelle tai useammalle järjestölle. (Piitulainen-Ramsay 2017; TJS Opintokeskus 2016)

Vuonna 2013 tehdyn taloustutkimuksen mukaan suomalaiset hyväntekeväisyysjärjestöt keräsivät varoja lähes 300 miljoonan euron edestä, joista kymmenen suurinta järjestöä kattoivat yhteensä 139 miljoonaa euroa. Suomalaiset hyväntekeväisyysjärjestöt keräävät varoja vuosittain satojen miljoonien eurojen edestä yksityishenkilöiden, yritysten ja yhteisöjen lahjoitusten avulla. (Piitulainen-Ramsay 2017)

Tässä luvussa perehdytään Planiin ja sen toimialaan. Ensimmäisenä selvitetään, mitä voittoa tavoittelemattomalla järjestöllä tarkoitetaan ja millaiset kriteerit järjestön tulee täyttää, jotta voi kutsua itseään kyseisellä termillä. Suomessa toimii monia voittoa tavoittelemattomia järjestöjä, joista muutamaa vertaillaan tilikausien 2018 avulla Plan Suomen toimintaan. Kilpailija-analyysin jälkeen katsotaan Planin historiaa, mihin arvoihin Planin toiminta perustuu, tilikautta 2019, sekä järjestön tulevaisuuden suunnitelmia. Viimeisenä käsitellään tutkimuksen kohderyhmää eli Planin kummeja ja kummitoimintaa, mitä kummius sisältää ja kuinka kummitoiminnalla voidaan vaikuttaa Planin toiminnan tavoitteisiin.

2.1 Voittoja tavoittelemattomat järjestöt

Plan luokitellaan toimialansa mukaan voittoa tavoittelemattomaksi järjestöksi (Plan International Suomi 2020a). Tällaisia järjestöjä voidaan kutsua myös yleishyödyllisiksi säätiöiksi. Jotta järjestöä voidaan kutsua yleishyödylliseksi, tulee sen täyttää tarkkaan määritelty kriteerit.

Voittoja tavoittelemattoman organisaation kolme ehtoa:

- Järjestö toimii nimenomaan yleiseksi hyväksi, joka voi olla aineellista, henkistä, eettistä tai yhteiskunnallista
- Järjestön toiminta ei kohdistu rajatusti esimerkiksi tiettyyn henkilöpiiriin
- Järjestö ei tuota toimintaan osallistuville tahoille taloudellista etua voitto-osuuksina, osinkoina eikä kohtuullista suurempaa palkkana tai muina hyvityksinä (Verohallinto 2011)

Edellä mainitut ehdot eivät täyty, mikäli järjestö käyttää osankin varoistansa perustajan tai hänen läheistensä hyväksi, eikä silloin jos järjestö palvelee pääasiassa yksityisten tahojen taloudellisia tarkoituksia. Tietyllä henkilöpiiriin kohdistamisella tarkoitetaan, että yritys rajoittaa toimintaansa osallistumista vain tietylle ryhmälle, tai toiminta kohdistuu esimerkiksi vain tietyn perheen hyväksi. Taloudellisella edulla tarkoitetaan esimerkiksi sellaista tilannetta, jossa yritys pyrkii pienentämään varoillansa jäsenten kustannuksia. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö jäsenet voisivat saada erilaisia etuja, kuten jäsenalennuksia, kun etu liittyy järjestön toimintaan, ja on sekä tavanomainen että kohtuullinen. Kaikista tärkeintä on, että järjestö toimii aidosti näiden kaikkien ehtojen mukaisesti. Ehtojen lisäksi yritys ei voi toimia yleishyödyllisenä, ellei yritystä ole rekisteröity yhdistysrekisteriin. Yleishyödyllisen yhdistyksen toiminta luokitellaan verovapaaksi. (Siipola 2017; Verohallinto 2011)

Plan Suomen kilpailijana toimii muun muassa hyväntekeväisyysjärjestö Suomen Unicef. Unicef on myös kansainvälisesti yksi merkittävimmistä kilpailijoista Plan Internationalille. Unicef on Plan Suomen tavoin poliittisesti sitoutumaton ja puolueeton järjestö, joka edesauttaa lasten ja nuorten olosuhteita kehitysmaissa. Suomen Unicef työllisti vuonna 2018 yhteensä 98 henkilöä, kun vastaavasti Plan Suomi työllisti 67 henkilöä. Plan Suomi keräsi varoja lasten hyväksi reilun 12 miljoonan euron edestä, kun taas Suomen Unicefin vastaava summa oli reilu 23 miljoonaa euroa ja näin lähes kaksinkertainen. (Plan International Suomi 2018; Suomen Unicef ry 2018, 63–64). Yritysten lahjoitusten käyttökohteet poikkeavat toisistaan, vaikka molemmat ajavat lasten ja nuorten perusoikeuksien toteutumisesta kohdemaissa. Plan keskittyy erityisesti tyttöjen oikeuksiin ja Unicef hätäaputarvikkeiden tarjoamiseen (Plan International Suomi 2018; Suomen Unicef ry 2018, 7).

Kristillisiin arvoihin pohjautuva World Vision toimii myös potentiaalisena kilpailijana Planille sekä kotimaassa että kansainvälisesti. World Vision on yksi suurimmista kummilapsijärjestöistä kansainvälisesti, jonka toiminta keskittyy lasten oikeuksien takaamiseen kehitysmaissa. Tämän lisäksi järjestö haluaa toiminnallansa ajaa sukupuolten tasavertaisuutta. World Vision kohdistaa lahjoituksensa erityisesti lastensuojeluun, tasa-arvon takaamiseen, naisten osallistumiseen, sekä terveyteen. (World Vision Finland 2018, 5). Vuonna 2018 World Vision keräsi 9,5 miljoonaa euroa kehitysmaiden lasten hyväksi, joka on 1,5 miljoonaa euroa vähemmän verrattuna Planiin. Tosin, World Vision työllistää myös vähemmän kokoaikaisia työntekijöitä. Tilikauden 2018 lopussa kokoaikaisia työntekijöitä oli yhteensä 28, joka on huomattavasti vähemmän verrattuna Planiin. (World Vision Finland 2018, 37–38).

Kolmantena potentiaalisena kilpailijana toimii Suomen Punainen Risti. Punaisen Ristin tavoitteena on auttaa eniten apua tarvitsevia sekä kotimaassa että kansainvälisesti. Järjestön perusaatteisiin kuuluvat muun muassa inhimillisyys, tasapuolisuus, puolueettomuus, riippumattomuus, sekä vapaaehtoisuus. Suomessa Punainen risti auttaa erityisesti ihmisiä katastrofien ja onnettomuuksien sattuessa, kouluttaa ihmisiä varautumaan erilaisiin katastrofeihin ja onnettomuuksiin, sekä tarjoaa erilaisia terveystalvaeluita. Järjestön toimintaa mahdollistetaan erilaisilla rahastoilla, lahjoituksilla, kampanjoilla, sekä vapaaehtoisuudella. Punainen Risti toimii huomattavasti laajemmilla osa-alueilla Planiin verrattuna, eikä keskity pelkästään kehitysmaiden lasten oikeuksien toteuttamiseen. Tämä näkyy selkeästi henkilöstörakenteessa, johon kuului muun muassa 130 000 säännöllistä lahjoittajaa, 77 000 jäsentä, sekä 35 000 vapaaehtoista ja kerääjää. (Suomen Punainen Risti 2019, 4–5). Punaisen Ristin tuotot olivat vuoden 2018 lopussa sadan miljoonan luokkaa, joka on lähes kymmenkertainen verrattuna Planin tuottoihin (Suomen Punainen Risti 2019, 50).

2.2 Plan International Suomi

Plan International Suomi kuuluu osaksi kansainvälistä lastenoikeusjärjestöä Plan International, joka perustettiin vuonna 1937. Poliittisesti ja uskonnollisesti sitoutumaton Plan International toimi vuonna 2019 yhteensä 77 eri maassa 21,6 miljoonan tytön ja 18,9 miljoonan pojan hyväksi. Tilikautena 2019 järjestö käytti 869 miljoonaa euroa lasten hyväksi. Plan Internationalin tärkeimpänä tavoitteena on taata lasten ja nuorten, erityisesti tyttöjen, oikeudet ja tasa-arvo kehitysmaissa. Järjestö keskittyy tyttöihin, sillä he kohtaavat enemmän ikä- ja sukupuolisyryntää poikiin verrattuna. Puuttamalla juuri tyttöjen asemaan, voidaan ehkäistä esimerkiksi köyhyyttä, lapsiavioliittoja ja muita globaaleja ongelmia. (Plan International 2019b; Plan International Suomi 2019)

Plan Internationalin vuotuisen raportin mukaan Planin globaalin toiminnan kuutena painopisteenä toimivat:

- Laadukas ja osallistuva koulutus
- Taidokas ja asianmukainen työ
- Nuoret ajavat muutosta
- Oikeudet seksuaalisuuteen ja lisääntyvään terveyteen
- Varhaislapsuuden kehittäminen
- Väkivallalta suojeleminen (Plan International 2019a, 3)

Järjestö toteuttaa viiden vuoden strategiaa, jonka tavoitteena on parantaa ja muuttaa erityisesti 100 miljoonan tytön elämä vuoteen 2022 mennessä edellä mainittujen painopisteiden mukaisesti. Viiden vuoden strategiassa keskitytään oppimisen, johtamisen, päättämisen ja turvallisen kasvun mahdollistamiseen. Kyseisiä tavoitteita saavutetaan muun mu-

assa tarjoamalla yhä useammalle tytölle koulutus, mahdollistamalla osallistuminen yhteiseen päätöksentekoon, varmistamalla yhteisöissä esimerkiksi lapsiavioliittojen poistaminen, sekä estämällä väkivaltaiset toiminnot kohdistuen lapsiin, jotta lapset saisivat kasvaa turvallisessa elinympäristössä. (Plan International 2019a, 7–9)

Plan International Suomi aloitti toimintansa vuonna 1998. Plan Suomi ajaa Plan Internationalin kansainvälisten tavoitteiden mukaisesti lasten ja nuorten oikeuksia kehitysmaissa eri osa-alueilla. Aiemmin mainittujen kansainvälisten pääpainopisteiden lisäksi Plan Suomen toiminnalle on asetettu kuusi eri painopistettä. (Plan International Suomi 2020d)

Plan Suomen asettamat kuusi painopistettä ovat:

- Koulutus
- Terveys
- Katastrofityö
- Lasten osallistuminen
- Lastensuojelu
- Seksuaali- ja lisääntymisterveys
- Vesi ja sanitaatio (Plan International Suomi 2020d)

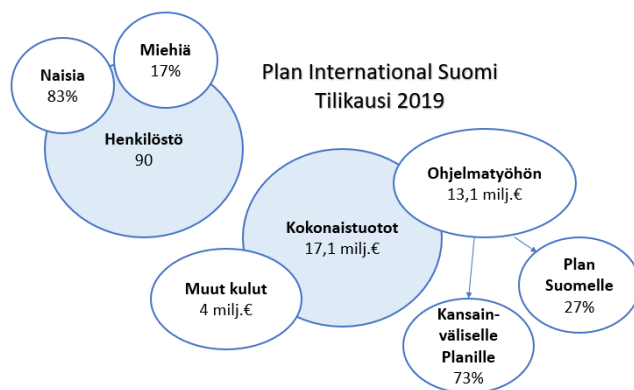
Plan Suomen toiminnan tarkoituksena on yllä mainittujen kahdeksan painopisteen lisäksi lisätä suomalaisten tietoisuutta tyttöjen oikeuksista kehitysmaissa. Tietoisuuden lisäämisellä Plan kannustaa suomalaista yhteiskuntaa tukemaan heidän tavoitteitaan ja näin edistämään oikeuksien toteutumista.

Vuonna 2019 Planin toiminnan kehityksessä keskityttiin erityisesti kolmeen strategiseen tavoitteeseen, joissa säilytettiin kehityksen keskiössä tytöt ja tasa-arvo, vahvistettiin Planin osaamista ja ilmastotoimintaa, sekä tehtiin katuvarainhankinnasta tuottavampi osa Planin omaa toimintaa. Planin ilmastotoiminnalla tarkoitetaan Planin viestintää muun muassa ilmastomuutoksen vaikutuksista puhtaan veden ja ruoan heikompaan saantiin. Ilmastomuutoksen haitat näkyvät esimerkiksi vedenhakumatkojen pidentymisenä ja koulusta puutoamisen lisääntymisenä. Näitä kehityksen tavoitteita toteutettiin muun muassa tapaamalla poliitikkoja ja virkamiehiä, herättämällä keskustelua erilaisilla julkaisuilla ja kampanjoilla, sekä feissaritoiminnalla. Feissaritoiminnalla tarkoitetaan Planin tarjoamaa feissarityötä eli katuvarainhankintaa. Feissaritoiminta toimii Planin keskeisempänä kanavana tavoittaa uusia lahjoittajia. (Järvinen 2020; Plan International Suomi 2019)

Tilikauden aikana Planiin liittyvät keskustelut sosiaalisessa mediassa tavoittivat yli 2,6 miljoonaa ihmistä. Lahjoittajien avulla parannettiin kehitysmaissa konkreettisesti teini-ikäisten tyttöjen seksuaali- ja lisääntymisterveyttä. Suomessa puolestaan Plan ehkäisi syrjäyty-

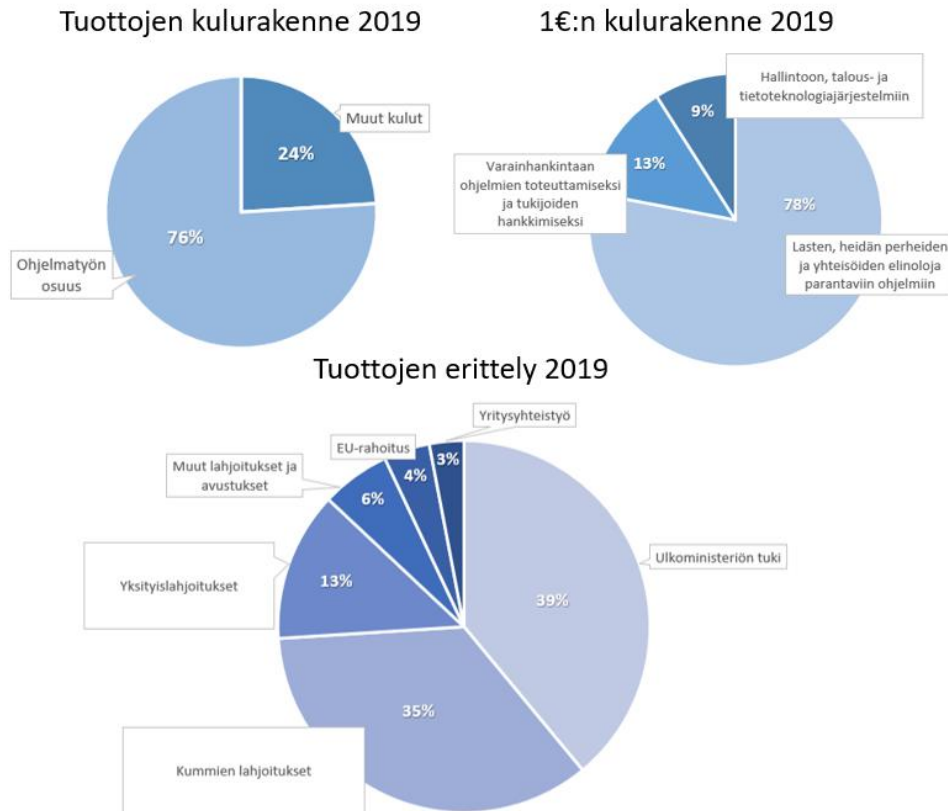
mistä ja edesauttoi globaalia ajattelutapaa erityisesti maahanmuuttajatyön avulla. Kotimaassa toteutettua maahanmuuttajatyötä rahoittivat muun muassa opetus- ja kulttuuriministeriö, opetushallitus, sekä Helsingin kaupunki. Plan Suomi harjoittaa paljon muutakin toimintaa, kuten vapaaehtoistyötä, ja on osallisena erilaisissa kampanjoissa, kuten Hyvä testamentti -kampanja. Hyvä testamentti -kampanjassa lahjoittajalla on mahdollisuus lahjoittaa osa omaisuudestaan hyväntekeväisyyteen. (Plan International Suomi 2019)

Kuviossa 1 on esitetty yrityksen keskeisiä lukuja havainnollistamaan tilikautta 2019. Kuviossa huomataan, että Plan Suomella työskenteli yhteensä 90 työntekijää, joista enemmistö oli naisia eli 83% ja loput miehiä eli 17% (kuvio 1).



Kuvio 1. Plan International Suomen tilikausi 2019 (mukaillen Plan International Suomi 2020b)

Kokonaisuudessaan tuottoja kerättiin yli 17 miljoonaa euroa, joista keskitettiin ohjelmatyöhön reilut 13 miljoonaa euroa ja loput 4 miljoonaa euroa muihin kuluihin, kuten varainhankintaan, hallintoon, talous- ja tietotekniikkaan. Ohjelmatyön osuudesta 73% kohdistetaan suoraan kansainväliselle Planille ja loput 27% Suomen Planin itse toteuttamaan ohjelmatyöhön. Seuraavan sivun kuviossa katsotaan tarkemmin tuottojen käyttökohteita ja rahoitusten lähteitä (kuvio 2). Plan Suomen toiminnan rahoituksen mahdollistavat pääasiassa yksityisten ihmisten lahjoitukset, kummitoiminta, tyttösponsorit, yritykset ja instituutiot, ulkoministeriö, sekä EU. Näiden lisäksi Plan Suomi saa avustuksia muun muassa Suomen opetus- ja kulttuuriministeriöltä, YK:lta ja muilta kansainvälisiltä järjestöiltä. (Plan International Suomi 2019; Plan International Suomi 2020b.)



Kuvio 2. Tuottojen kulurakenne ja erittely (mukaillen Plan International Suomi 2020b)

Alaluvussa 2.3 käsitellään opinnäytetyössä toteutettujen kyselyiden kohderyhmää eli Planin kummeja ja kummitoimintaa. Opinnäytetyö rajattiin koskemaan vain kummeja, sillä he toimivat merkittävässä roolissa Planin toiminnan mahdollistajana. Vuoden 2019 tuotoista 35% saatiin kummien lahjoituksista, joka oli toiseksi suurin osuus ulkoministeriön tuesta koostuvan 39% jälkeen (kuvio 2).

2.3 Plan Suomen kummitoiminta

Plan tarjoaa asiakkailleen mahdollisuuden lahjoittaa ja siten vaikuttaa lasten sekä nuorten elämään kehitysmaissa. Yleisimpänä lahjoitusmuotona asiakkaat valitsevat Planin kummitoiminnan. Asiakas voi ryhtyä kummiksi Planin verkkosivujen kautta tai ottamalla yhteyttä lahjoittajapalveluun. Sivustolla asiakkaalla on mahdollisuus tutustua ja valita kummilapsi nimen, iän, sukupuolen, sekä kohdemaan perusteella. Jos asiakas ryhtyy kummiksi muuta kautta, kuten paperisella lomakkeella, voi hän esittää toiveita kummilapsensa ja Plan huomioi kyseiset toiveet. Valinnassa kauemmin odottaneet lapset ovat kuitenkin etusijalla. Kummiksi voi ryhtyä kuka tahansa, mutta alle 18-vuotiaalta kummilta vaaditaan huoltajan suostumus ennen kummiuden aloittamista. Kummiuden alussa asiakas hyväksyy Plan Suomen laatimat lastensuojeluohjeet, joilla taataan kummilasten turvallinen kasvu ja kehitys. Kummilapset pysyvät Planin kummilapsina täysi-ikäisyyteen asti, eli kummilapsen täytettyä 18 vuotta kummitoiminta loppuu kyseisen lapsen kohdalla ja Plan-

kummi voi valita uuden kummilapsen. Kummilapsi voi vaihtua myös siinä vaiheessa, jos kummilapsi on muuttanut pois kotiseudultaan, sillä tuki auttaa sekä kummilasta että hänen yhteisöään. Kummilapsella voi olla vain yksi kummi. (Plan International Suomi 2020d)

Kummin tuella autetaan koko kummilapsen yhteisöä, eikä kummilasta kohdella eriarvoisesti verrattuna muihin lapsiin hänen yhteisössään. Tuen käyttökohteet jakautuvat alaluvussa 2.1 esitetyn kuvion mukaisesti (kuvio 2). Yksinkertaisesti havainnollistettuna tuesta 78% suunnataan kummilapsen, hänen perheen ja yhteisön hyväksi. Tämä tuen osuus käytetään Planin tavoitteiden mukaisesti ja alaluvussa 2.1 mainittujen kahdeksan painopisteen edistämiseksi yhteisöissä. Plan suunnittelee ja toteuttaa yhteisöön tehtävät parannukset yhdessä paikallisten asukkaiden, viranomaisten ja järjestöjen kanssa parhaan lopputuloksen takaamiseksi. (Plan International Suomi 2020d)

Kummin ja järjestön välinen vuorovaikutus painottuu erityisesti Oma Plan -palveluun. Oma Plan -palvelu on Planin tarjoama verkkopalvelu, jonne kummi kirjautuu Planin antamilla omilla tunnuksilla. Palvelussa kummit voivat esimerkiksi muokata omia tietojansa, tarkastella kummilapsensa tietoja ja kuvia, sekä harjoittaa kirjeenvaihtoa kummilapsen kanssa. Kirjeenvaihdon lisäksi kummilla on mahdollisuus vierailla kummilapsensa luona, ja näin tutustua paremmin kummilapsen elämään. Plan raportoi Oma Plan -palveluun vuotuisen raportin kummilapsesta, jatkuvasti tietoa Planin toiminnasta ja tukien konkreettisista vaikutuksista, sekä tarinoita kentältä. Vapaaehtoisille ja lähettiläille Oma Plan -palvelu tarjoaa muun muassa ajankohtaista tietoa Planin toiminnasta. Tyttösponsoreille eli kuukausilahjoittajille Oma Plan -palvelusta löytyy tietoa erilaisista hankkeista, raportteja varojen käytöstä, sekä ajankohtaista tietoa Planin toiminnasta. Tyttösponsorin on kummitoiminnan jälkeen yleisin lahjoitusmenetelmä. Tyttösponsorin lahjoittama tuki suunnataan Planin kehitysyhteistyöohjelmiin tarpeiden mukaisesti, erityisesti kuuden teeman mukaan, jotka ovat seksuaali- ja lisääntymisterveys, lapsiäitiyden ehkäiseminen, tyttöjen itsemääräämisyky, koulutus ja teknologia, tyttöjen kuunteleminen, ammatti, sekä koulutus. Olennaisin ero tyttösponsorin ja kummin välillä on se, että tyttösponsorilla ei ole tiettyä lasta tai yhteisöä, jonne hänen tukensa sijoitetaan. (Plan International Suomi 2020d)

3 Palvelun laatu asiakastyytyväisyyden vaikuttavana tekijänä

Palvelu ja asiakastyytyväisyys vaikuttavat toisiinsa. Ilman asiakkaita yritykset eivät olisi toiminnassa, sillä asiakkaat ostavat ja käyttävät yrityksen tarjoamia palveluita. Asiakkaat palaavat suuremmalla todennäköisyydellä käyttämään sen yrityksen tuotteita ja palveluita, joihin he ovat olleet tyytyväisiä. Palveluun kuuluu monia eri osa-alueita ja palvelu itsessään on laaja käsite. Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat monenlaiset taustatekijät, kuten asiakkaan arvot ja palvelutilanne.

Palvelu on hankala määritellä tarkasti. Grönroosin (2015, 77) mukaan palvelu on kuitenkin jossain määrin aineettomista toiminnoista koostuva prosessi, jossa tarjotaan erilaisia ratkaisuja asiakkaan ongelmiin yleensä vuorovaikutuksessa jonkinlaisen palveluntarjoajan kanssa. Asiakkaan ei tarvitse aina olla suorassa vuorovaikutuksessa palveluntarjoajaan, jotta palvelu toteutuisi. Toisin sanoen, erilaisissa palvelutilanteissa syntyy vuorovaikutusta, on se sitten suoranaista tai esimerkiksi netin välityksellä. (Grönroos 2015, 77–79).

Lovelock ja Wirtz (2018, 12) mukaan palvelu toimii yhtenä talouden harjoittamisen menetelmänä. Palvelut ovat usein aikaan sidonnaisia suorituksia, joista molemmat osapuolet hyötyvät joko halutuina tuloksina, tuotteina tai muilla hyödykkeinä. Asiakas odottaa ajallensa ja rahallensa vastinetta yritykseltä, joka voi olla esimerkiksi asiantuntemusta, ratkaisuja asiakkaan ongelmiin, tai käyttöoikeuksia tiettyihin aineistoihin. Palvelut eivät kuitenkaan lähtökohtaisesti johda fyysiseen omistamiseen. (Lovelock & Wirtz 2018, 12–14)

Asiakkaat vaikuttavat yrityksen toimintaan, menestykseen ja kannattavuuteen. Näin ollen yritysten tulisi selvittää kuinka heidän yksityiset- ja yritysasiakkaat käyttäytyvät. Kuluttajien kohdalla käytetään termiä Consumer Behaviour, eli puhutaan kuluttajakäyttäytymisestä. Asiakaskäyttäytymiseen vaikuttavat muun muassa asiakkaiden elämäntavat, arvot, tarpeet ja ostotottumukset. Nämä selvittämällä yritys voi päästä asettamiin tavoitteisiinsa ja huomioida asiakkaidensa tarpeet, jotta he menestyisivät markkinoilla. (Bergström & Lepänen 2015, 92–93.)

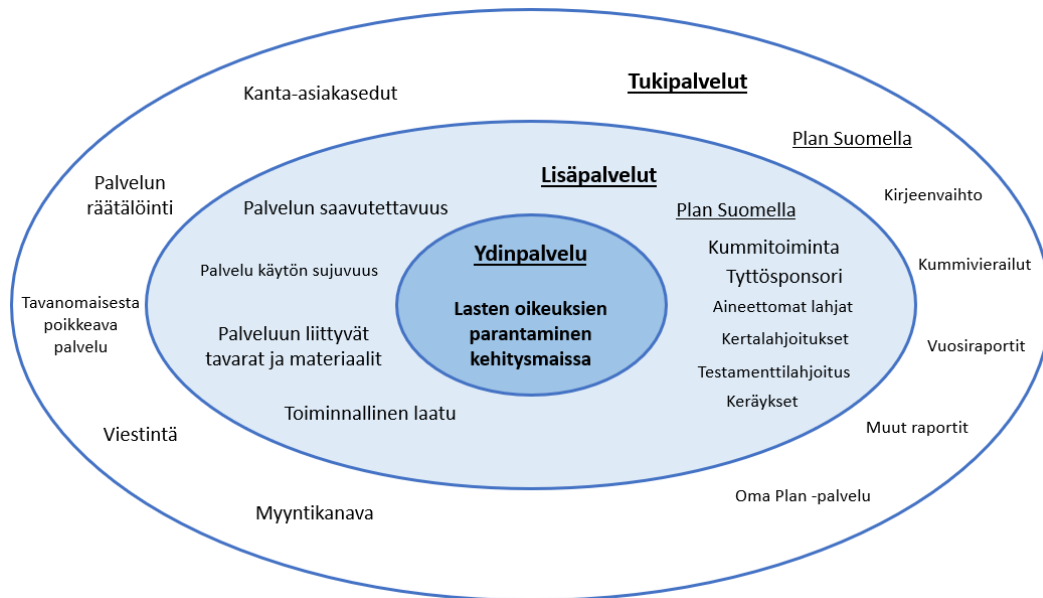
Tässä luvussa käsitellään palvelua ja asiakastyytyväisyyttä. Alaluvussa 3.1 perehdytään palveluiden ominaisuuksiin, kuten palveluiden peruspiirteisiin ja palveluiden jakautumiseen palveluryhmittäin. Näiden jälkeen tarkastellaan, kuinka aineettoman palvelun laatua voidaan mitata. Alaluvussa 3.2 kerrotaan asiakastyytyväisyyteen liittyvistä osatekijöistä, kuten asiakkaiden henkilökohtaisten piirteiden ja arvojen vaikutuksista koettuun tyytyväisyyteen. Lopuksi tarkastellaan erilaisia mittareita, joilla voidaan selvittää asiakkaiden tyytyväisyyden tasoa.

3.1 Palvelun ominaispiirteiden ja laadun määrittäminen

Palvelun määritelmää voidaan yrittää havainnollistaa erilaisten peruspiirteiden avulla. Armstrongin ja Kotlerin (2018, 258) mukaan palveluille löytyy yhteensä neljä yhteistä piirrettä, jotka ovat aineettomuus, erottamattomuus, heterogeenisyys eli vaihtelevuus, sekä pilaantuneisuus. Palvelut ovat yleensä aineettomia, joten niitä ei voi nähdä, tuntea, koskea, maistaa, haistaa tai kuulla ennen ostamista. Palveluita ei voi myöskään erottaa palveluntarjoajastaan toimitustavasta riippumatta, jonka takia palvelut luokitellaan erottamattomiksi. Vaihtelevuudella tarkoitetaan sitä, että asiakkaat kokevat saman palvelun erilaisena, sillä jokainen palvelutilanne on ainutlaatuinen. Pilaantuneisuudella viitataan siihen kuinka palveluita ei voida varastoida, eikä ne näin ollen johda omistamiseen. (Armstrong & Kotler 2018, 258–259)

Grönroos (2015, 79) on puolestaan maininnut palveluilla olevan vain kolme peruspiirrettä, jotka ovat prosessiluontoisuus, kertaluontoisuus eli ne tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti, sekä asiakkaan osallistuminen palveluprosessiin. Prosessiluontoisuus tarkoittaa sitä, että palvelut koostuvat erilaisista prosesseista ja resursseista, kuten ihmisistä, tiedosta ja järjestelmistä. Kertaluontoisuudella kuvataan palveluiden uniikkiutta, eli jokaisella kerralla palvelua ei voida toteuttaa tismalleen samalla tavalla, vaikka kyseessä olisikin asiakkaille sama tarjottava palvelu. Asiakkaan osallistumisella palveluprosessiin viitataan siihen, että asiakas ei ainoastaan vastaanota palvelua, mutta toimii tuotantoresurssina, sillä yritykset tuottavat palveluita asiakkailleen. Näin ollen asiakas toimii yhtenä palvelun kanssatuottajana. Näiden kolmen yleispiirteen lisäksi Grönroos mainitsee, että palveluihin voi liittyä muitakin erityispiirteitä. Nämä erityispiirteet ovat aiemmin mainitut aineettomuus, heterogeenisyys, sekä se ettei palveluita voida varastoida tai omistaa. (Grönroos 2015, 79–81).

Bergström ja Leppänen (2015, 180) luokittelevat palvelut kolmeen palveluryhmään perustuen yritysten suorittamien palveluiden tärkeyteen, jotka ovat ydinpalvelut, avustavat palvelut, sekä tukipalvelut. Seuraavalla sivulla (kuvio 3) ollaan havainnollistettu ydinpalveluita, lisäpalveluita ja tukipalveluita sekä yleisellä että toimeksiantajaorganisaation Planin tasolla.



Kuvio 3. Palvelutuotteen kerrokset (mukaillen Bergström & Leppänen 2015, 179)

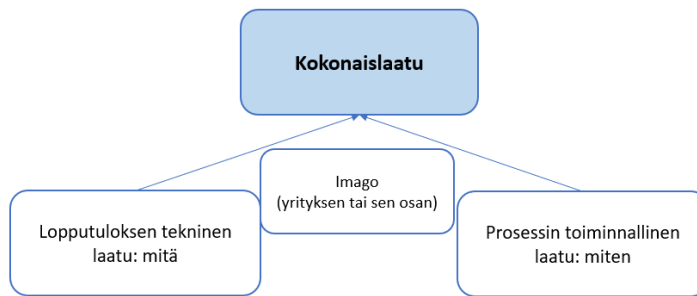
Ydinpalvelu eli Core Service toimii toiminnan perustana, jonka saavuttamiseksi yritys on perustettu. Ydinpalveluiden jälkeen tulevat lisä- ja tukipalvelut eli Peripheral Services. Lisäpalvelut toimivat välttämättömänä osana palvelua, sillä lisäpalveluiden avulla toteutetaan yrityksen ydinpalvelua. Tukipalveluilla yritys tarjoaa asiakkailleen lisäarvoa, jotka toimivat samalla kilpailuetuina muihin kilpailijoihin nähden. (Bergström & Leppänen 2015, 180.)

Kuten kuviosta 3 huomataan, Plan Suomen ydinpalveluna toimii lasten oikeuksien parantaminen kehityksmaissa. Lisäpalveluiksi voidaan mainita muun muassa kummitoiminta, tyttösponsorit, aineettomat lahjat, kertalahjoitukset, testamenttilahjoitukset ja erilaiset keräykset. Tukipalveluiksi mainittakoon kirjeenvaihto kummilapsen kanssa ja kummivierailut kummilapsen kotikaupunkiin. Toisin sanoen, Planin palvelupaketti sisältää lahjoituksen muotoja ja erilaisia etupalveluita, jotka käytetään Planin asettamien tavoitteiden ja varainkeruukohteiden mukaisesti.

3.1.1 Palvelun tekninen ja toiminnallinen laatu osana kokonaislaatua

Grönroosin (2015, 98) mukaan tuotteiden laatuun vaikuttavana olennaisena tekijänä toimii tekniset ominaisuudet. Palvelut koostuvat monesta eri prosesseista, joissa tuotantoa eikä kulutusta voida erottaa toisistaan. Tämän lisäksi asiakas osallistuu usein yrityksen tuotantoprosessiin. Näin ollen yritykselle on elintärkeää tuntea asiakkaansa ja tiedostaa, mikä heidän asiakkaidensa mielestä on laadukasta palvelua. Grönroos (2015, 100) onkin todennut, että alan kirjallisuudessa ollaan laadun todettu olevan mitä tahansa minkä asiakas kokee laadukkaaksi.

Asiakkaiden kokemalle palvelun laadulle ollaan määritelty kaksi ulottuvuutta, jotka ovat tekninen- ja toiminnallinen ulottuvuus. Seuraavassa kuviossa ollaan havainnollistettu nämä kaksi palvelun ulottuvuutta (kuvio 4). Teknisellä tarkoitetaan lopputulosulottuvuutta ja toiminnallisella tarkoitetaan prosessiulottuvuutta. Käytännössä tekninen laatu on sitä, mitä asiakas saa ja toiminnallinen laatu sitä, miten hän saa laadun. (Grönroos 2015, 101)



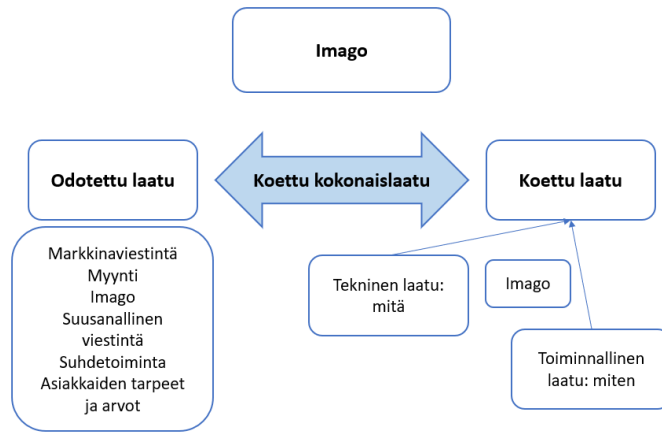
Kuvio 4. Kaksi palvelun laatu-ulottuvuutta (mukaillen Grönroos 2015, 103)

Asiakkaiden näkökulmasta oleellisinta on se, mitä he saavat vuorovaikutuksestaan vastineeksi yritykseltä. Tämä toimii yhtenä laadun ulottuvuutena eli palveluprosessin lopputuloksen teknillisenä laatuna, joka jää asiakkaalle vuorovaikutuksen jälkeen. Asiakkaiden laatukokemukseen vaikuttaa myös se, kuinka prosessi tekninen laatu tai lopputuotos toimitetaan hänelle. Näiden lisäksi laadun kokemiseen saattaa vaikuttaa se, kuinka asiakas saa palvelunsa, sekä kuinka hän kokee samanaikaisuuden tuotannon- ja kulutusprosessin välillä. Tämä toimii palvelun toisena ulottuvuutena. Yrityksen imago eli asiakkaiden luomat mielikuvat yrityksestä vaikuttavat palvelun laadun kokemiseen ja tyytyväisyyteen. Jos asiakas näkee yrityksen lähinnä positiivisessa valossa, saatetaan pienet virheet antaa anteeksi ja imago säilyy positiivisena. Jos asiakas näkee yrityksen huonossa valossa, imago kärsii ja näin vaikuttaa suoraan koettuun laatuun. (Grönroos 2015, 101–103)

Planin kummitoiminnassa teknisenä laatuna toimii lasten auttaminen kohdemaissa lahjoitusten avulla. Käytännössä tekninen laatu näkyy kummin näkökulmasta muun muassa kirjeenvaihdolla, erilaisilla raporteilla kummilapsesta ja hänen yhteisöstään, sekä Plan-lehdellä. Nämä palvelut asiakas saa konkreettisesti lahjoituksensa eli palvelun vastineeksi. Kummitoiminnassa toiminnallista laatua on muun muassa Oma Plan -palvelu, sähköpostiviestit ja perinteinen posti. Näiden kanavien kautta kummi saa käytännössä esimerkiksi aiemmin mainitut erilaiset raportit kummilapsesta ja Plan-lehden.

Laatu koetaan yleensä subjektiivisesti. Laadun kokeminen on monimutkaisempi prosessi, sillä asiakkaan käsitys palvelun hyvydestä tai huonoudesta ei perustu ainoastaan laatu-

ulottuvuuksista saatuihin kokemuksiin. Kuviossa 5 kuvataan, kuinka odotettu laatu ja koettu laatu muodostavat asiakkaan kokeman kokonaislaadun. Laatu voidaan määritellä hyväksi, kun koettu laatu vastaa asiakkaan näkemyksiä ja odotuksia. Toisaalta kokonaislaatu voi kärsiä ja jäädä alhaiseksi, mikäli asiakkaan odotukset ovat liian korkealla palvelun suhteen. (Grönroos 2015, 105)



Kuvio 5. Koettu kokonaislaatu (mukaillen Grönroos 2015, 105)

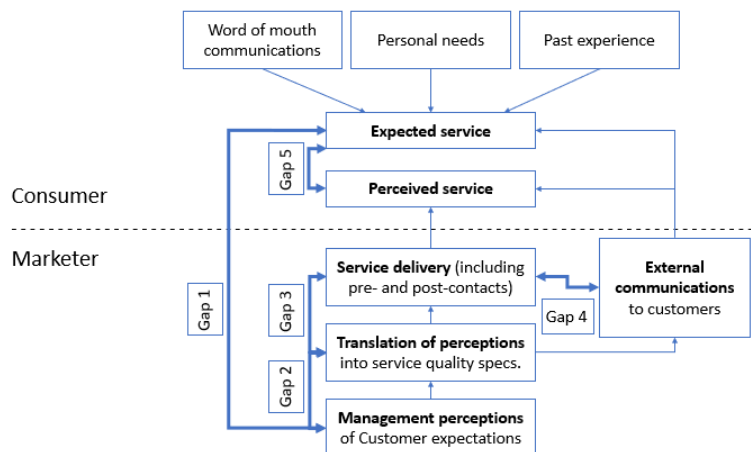
Odotettu laatu koostuu useista tekijöistä, kuten markkinointiviestinnästä, tuotteen myynnistä, suusanallisesta viestinnästä, yrityksen imagosta, suhdetoiminnasta, sekä asiakkaiden tarpeista ja arvoista. Markkinaviestintä sisältää muun muassa mainonnan, suoramarkkinoinnin ja verkkoviestinnän. Nämä kaikki näkyvät suoraan yrityksen valvonnassa. Imagoa, suusanallista viestintää ja suhdetoimintaa voidaan valvoa pelkästään epäsuorasti. Näiden lisäksi asiakkaan tarpeet vaikuttavat hänen odotuksiinsa. Yrityksen imago toimii asiakkaan kokeman laadun keskiössä. (Grönroos 2015, 105–106)

Asiakkaan odotukset vaikuttavat ratkaisevasti siihen, kuinka asiakas kokee laadun. Palveluntarjoajan luvatta liioja asiakkaan odotukset nousevat usein liian korkealle ja näin asiakkaat kokevat saavansa heikkoa laatua. Tämä ei tarkoita että laadun taso olisi heikompi, vaan asiakas kokee palvelunsa huonolaatuisempana kuin aluksi oletti. Näin ollen yritysten tulisi olla varovaisia markkinoinnissaan, että eivät lupaa sellaisia asioita joita ei voi toteuttaa. Yritykset voivat ja heidän tulisikin tavoitella asiakkaidensa odotusten ylittämistä, joka edistää asiakasuskollisuutta ja uusintaostojen toistoa todennäköisemmin kuin tyydyttäväksi koettu laatu. (Grönroos 2015, 106)

3.1.2 SERVQUAL -malli laadun tarkkailussa

Palvelun laatua voidaan tarkastella myös SERVQUAL -mallin avulla. Service Quality Modelin tarkoituksena on selvittää kuinka asiakkaat kokevat palvelun laadun. Mallin avulla

voidaan havaita palveluiden mahdolliset puutteet. Kuviossa 6 on havainnollistettu SERVQUAL -mallia. Siitä huomataan, että malli toimii samalla GAP-analyysinä. GAP-analyysia voidaan kutsua myös kuiluanalyysiksi. Tämä analyysi auttaa yrityksiä vertailemaan asiakkaiden odottamaa laatua lopulliseen asiakkaan kokemaan laatuun. Mallin keskeisimpänä tarkoituksena on huomata eroavaisuudet asiakkaiden odotusten ja yrityksen käsitysten välillä, jotta yritys voi huomioida asiakkaidensa odotukset palvelun laadun parantamisessa. (Grönroos 2015, 143; Mulder 2018)



Kuvio 6. Service Quality Model (mukaillen Mulder 2018)

Malli pohjautuu kymmeneen ulottuvuuteen, jotka ovat:

- Luotettavuus
- Vastauskyky
- Pätevyys
- Saatavuus
- Kohteliaisuus
- Viestintä
- Uskottavuus
- Turvallisuus
- Asiakastuntemus
- Aineelliset hyödykkeet (Mulder 2018)

Luotettavuudella viitataan siihen kuinka tarkka ja rehellinen palvelu on. Vastauskyvyllä katsotaan yrityksen kykyä vastata nopeastikin asiakkaiden kysymyksiin ja reklamaatioihin. Pätevyudessa tarkastellaan yrityksen osaamista, ja sitä saadaanko asiakas ohjattua sekä nopeasti että tehokkaasti oikean yhteyshenkilön luokse tarvittaessa. Kohteliaisuudessa nimensä mukaan pyritään kiinnittämään huomiota kohteliaaseen asiakaspalveluun eri tahoille, ja viestinnässä puolestaan mahdollistamaan asiakkaalle selkeä, tehokas, sekä nopea yhteydenottomahdollisuus yritykseen. Uskottavuudessa keskitytään yrityksen ulospäin viestimän mielikuvan ja imagon uskottavuuteen. Turvallisuuden tarkoituksena on li-

sätä luottamusta yrityksen palveluihin asiakkaiden keskuudessa. Asiakastuntemus sisältää yksilöllisen lähestymistavan ja tarpeiden huomioimisen asiakkaille. Aineellisissa hyödykkeissä keskitytään yrityksen konkreettiseen eli näkyvään osaan asiakkaille, kuten työvaatteisiin, asiakastilojen siisteyteen ja muihin osa-alueisiin. (Mulder 2018)

Edellä mainittujen tekijöiden puutteellisuutta voidaan tarkastella viidellä eri tavalla (kuvio 6). Ensimmäistä kuilua, gap 1, kutsutaan johdon näkemyksen kuiluksi. Johdon näkemyksen kuilussa keskitytään tietovajeeseen, joka syntyy kun yritys ei ole tietoinen asiakkaidensa odotuksista. Tämän seurauksena yrityksen on hankala lähestyä asiakkaitansa asiakkaille sopivalla tavalla. Laatuvaatimusten kuilu, gap 2, katsoo vaatimusten täyttymistä. Vaatimusvaje voi syntyä silloin, kun yrityksen muodostama käsitys asiakkaiden vaatimuksista palveluita kohtaan eroaa asiakkaiden oikeista vaatimuksista. Tässä muodostuu riskiksi se, että yrityksen olettamukset palveluiden vaatimuksista on asetettu väärin alusta asti ja näin laatupolitiikkaa suunnitellessa toimenpiteiden keskittäminen kohdistuu väärin osatekijöihin, jolloin asiakkaat eivät koe saavansa laadukkaampaa palvelua yrityksen kehityssuunnitelmista huolimatta. Palvelun toimituksen kuilu, gap 3, kohdistuu laatuvaatimusten toteutusten puutokseen. Toimituspuute voi syntyä silloin, kun asiakkaat kokevat jonkin toimituksen osatekijän puutteelliseksi, kuten palvelun saatavuuden. Toimituspuutteeseen vaikuttaa myös se, kuinka esimerkiksi työntekijät noudattavat yrityksen laatimaa politiikkaa palveluiden markkinoinnista asiakkaille. Markkinointiviestinnän kuilussa, gap 4, keskitytään viestintäpuutokseen. Kyseinen kuilu voi johtua yrityksen sisäisen tai ulkoisen viestinnän puutteellisuudesta. Esimerkiksi ulkoisen viestinnän puute voi syntyä, kun yritys viestii ja markkinoi itsensä ulkopuolelle asiakkaiden odotusten vastaisesti, tai lupaa enemmän kuin todellisuudessa pystyvät toteuttamaan. Viimeistä kuilua, gap 5, kutsutaan koetun palvelun laadun kuiluksi. Asiakkaiden tyytymättömyys syntyy lähinnä silloin, kun asiakkaan odottama palvelu ja koettu palvelu eivät kohtaa. (Grönroos 2015, 144–149; Mulder 2018)

3.2 Asiakaskäyttäytyminen

Asiakaskäyttäytyminen eli kuluttajakäyttäytyminen vaikuttaa suoraan asiakastyytyväisyyteen. Se vaikuttaa asiakkaan valintaan millä perusteilla ostoksia tehdään, mitä, mistä ja miten ostetaan. Valintoihin vaikuttavat esimerkiksi asiakkaiden henkilökohtaiset ominaisuudet, arvot, sekä ulkopuoliset tekijät. Ulkopuolisia tekijöitä ovat muun muassa taloudellinen tilanne, kulttuuri ja kuinka yritys markkinoi itsestään asiakkaille. Kuviossa 7 on kuvattu erilaisia psykologisia tekijöitä, jotka vaikuttavat kuluttajakäyttäytymiseen. Psykologisilla te-

kijöillä viitataan sisäisiin tekijöihin eli persoonallisiin tarpeisiin, tapoihin, kykyihin ja toimintamuotoihin, jotka näkyvät myös yksilön ostokäyttäytymisessä. (Bergström & Leppänen 2015, 92–96.)



Kuvio 7. Ostamiseen vaikuttavat psykologiset tekijät (mukaillen Bergström & Leppänen 2015, 96)

Tarpeet ovat joko fyysisiä tai sosiaalisia, sekä tiedostettuja tai tiedostamattomia. Jokaiselta yksilöltä löytyy myös yksilöllisiä tarpeita. Yksilöiden ja yritysten tiedostetut tarpeet on helppo selvittää, mutta haasteeksi muodostuukin tiedostamattomien eli piilevien tarpeiden selvittäminen. Yritysten menestymisen ja olemassaolon edellytyksenä on vastata markkinoilla oleviin tarpeisiin, joka tarkoittaa käytännössä asiakkaiden tarpeiden huomioimista. Tunteet puolestaan vaikuttavat esimerkiksi rahan käyttöön, sillä asiakkaan tunteet ostotilanteessa vaikuttavat ostamishaluun ja näin asiakastytyväisyyteen. Motiivit ohjaavat asiakkaiden käyttäytymistä kohti haluttua toimintaa. Ostomotiiveilla selvitetään asiakkaiden ostokäyttäytymistä, jotka ovat joko järki- tai tunnepohjaisia. Yritysten on hyvä huomioida, että ihmiset ostavat enemmän järkiperaisilla kuin tunnesyillä. Ostajille on usein tärkeää pystyä perustelemaan ostoalintaansa muille ja itsellensä järkiperustein. Näin ollen yritykselle on tärkeintä selvittää asiakkaan ostoperustelut eli järkisyyt ja ostoperusteet eli tunnepohjaiset tekijät. Järkiperaisii eli rationaalisia syitä ovat esimerkiksi hinta ja helppokäyttöisyys. Tunneperäisiä eli emotionaalisia syitä ovat muun muassa yksilöllisyys ja läheisten hyväksyntä. (Armstrong & Kotler 2018, 30; Bergström & Leppänen 2015, 96–100.)

Arvot vaikuttavat siihen, kuinka ihmiset ajattelevat ja tekevät päätöksiä. Yritysten tulisi viestiä toiminnallansa omista arvoistaan, jotka yleensä kohtaavat asiakkaiden arvomaailmat. Asenteet eli taipumukset eri asioihin, kuten yrityksiin, vaikuttavat tekoihin ja siten ostokäyttäytymiseen. Asenteiden muuttaminen on usein pitkä prosessi, joskin asenteiden muuttuminen negatiiviseen suuntaan voi tapahtua nopeasti. Persoonallisuus vaikuttaa asiakkaan tapaan ostaa, mitkä asiat hän kokee tärkeäksi, millaisia tuotteita ja palveluita hän

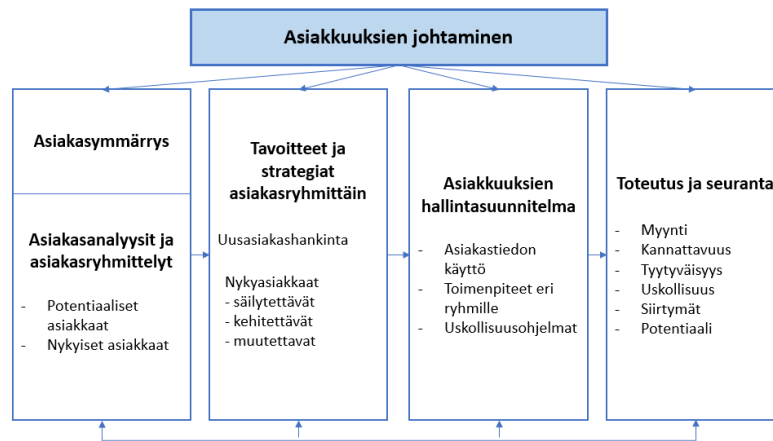
ei halua ostaa, sekä siihen miten hän haluaa kertoa kokemuksistaan tuotteista tai palveluista tuttavilleen. Persoonallisuuden osatekijöitä ovat muun muassa biologinen tausta, perusluonne, identiteetti ja kiinnostuksen kohteet. Elämäntyyli vaikuttaa suoraan siihen, kuinka henkilö suhtautuu ympäristöönsä ja millaisia päätöksiä hän tekee elämänsä aikana. Oppimisella tarkoitetaan asiakkaan tapaa selvittää eri vaihtoehdot ja hakea tietoa liittyen tarjottavaan tuotteeseen tai palveluun. Yrityksille olisi tärkeää, että asiakkaat muistavat heidän tuotteensa tai palvelunsa positiivisessa mielessä, sekä ostohetkessä että tehtyjen kauppojen jälkeen. Ihmisen muistiin vaikuttavat kokemusten lisäksi tunteet ja motiivit. Asiakas havaitsee yrityksen monien muiden yritysten joukosta ja muodostaa havaintojensa, sekä keräämiensä tietojensa perusteella omat mielipiteensä yrityksestä ja tarjottavasta tuotteesta tai palvelusta. Innovatiivisuudella viitataan kuluttajien haluun kokeilla ja omaksua uusia asioita, sekä ottaa tietoisia ostopäätöksiä. Ostamisen merkityksellä selvitetään, kuinka tärkeäksi asiakas kokee ostamansa tuotteet tai palvelut, sekä kuinka paljon hän on valmis sijoittamaan siihen omaa aikaansa ja rahaansa. Asiakkaan mielipiteeseen oston merkittävyydestä voi vaikuttaa näiden lisäksi brändi. Tällöin puhutaan brändiuskollisuudesta, jolloin tietty merkki tai tuote ovat kuluttajalle tärkeitä. (Bergström & Leppänen 2015, 101–109.)

Plan-kummien ostopäätöksiin vaikuttavat todennäköisesti eniten kummien omat arvot ja tunteet. Kummin arvoihin voi kuulua muun muassa tasa-arvoisuuden ja oikeudenmukaisuuden toteutuminen, joita Plan ajaa eteenpäin alaluvussa 2.2 esitettyjen painopisteiden mukaisesti. Osa kummeista voi ajatella, että kaikkialla maailmassa lapsia tulisi kohdella tasa-arvoisesti sukupuolesta ja iästä riippumatta, tai että kaikilla lapsilla tulisi olla oikeus muun muassa hygieniaan, ravintoon, turvalliseen kasvu-ympäristöön ja koulutukseen, kuten monissa kehittyneimmissä maissa. Tällaiset arvot ja oikeudet ovat linjassa Planin toiminnan periaatteiden kanssa. Osa kummeista voi kokea sellaisen tunteen, että heillä on tarve auttaa vähäosaisempia lapsia, sillä lapset vaikuttavat tulevaisuudessa suuriinkin päätöstentekoihin. Kaikkia kummien ostopäätöksiä yhdistää kuitenkin se, että kummi on ollut jollakin tasolla kiinnostunut tarjottavasta palvelusta ja sen osa-alueesta.

3.2.1 Asiakashallinta

Armstrongin ja Kotlerin (2018, 38) mukaan asiakashallinta eli Customer Relationships Management on kokonaisvaltainen prosessi potentiaalisten asiakassuhteiden luomiseen ja ylläpitämiseen. Käsite lyhennetään yleensä CRM, joka voi tarkoittaa eri tahoille eri asioita, kuten johtamistapaa, asiakastietokantaa tai asiakkuuksien hallintaa. Nykyisin asiakashallinnasta käytetään paljon termiä asiakaskokemuksen johtaminen eli Customer Experience

Management, joka lyhennetään CEM. Asiakaskokemuksen johtamisella tarkoitetaan kokemuksen luomista asiakkaalle niin, että hän haluaa jatkaa asiakkuuttaan kyseisen yrityksen kanssa tulevaisuudessakin. Ylläpitämisen lisäksi tulee asiakassuhteita kehittää jatkuvasti. Näin yritys tuottaa arvoa asiakkaille ja asiakassuhteet ovat kannattavia, jolloin molemmat osapuolet hyötyvät. (Armstrong & Kotler 2015, 38; Bergström & Leppänen 2015, 418–421.) Seuraavassa kuviossa on kuvattu mitä kaikkea yrityksen tulee huomioida asiakkuuksien johtamisessa (kuvio 8).



Kuvio 8. Asiakkuuksien johtamisprosessi (mukaillen Bergström & Leppänen 2015, 421)

Asiakkuuksien johtamisen lähtökohtana toimii asiakkaiden kokonaisvaltainen ymmärtäminen. Asiakkuuksien johtamista, suunnittelua ja seuraamista on lähes mahdotonta toteuttaa, jos ei tunne asiakkaitansa. Asiakasymmärryksen rakentamiseen tarvitaan monenlaisia tietoja eri lähteistä. Tiedon lähteinä voivat toimia muun muassa yrityksen järjestelmään kerätyt asiakastiedot tai kulutustilastot. Asiakkaiden kuuntelu, Voice of Customer, toimii yhtenä tärkeimmistä tiedon lähteistä. Asiakkaita voidaan kuunnella aktiivisesti tai passiivisesti. Aktiivisesta kuuntelusta saadaan enemmän tietoa irti, ja se voidaan toteuttaa esimerkiksi erilaisilla kyselyillä, haastatteluilla tai tutkimuksilla. Passiivisessa kuuntelussa asiakkaalle annetaan mahdollisuus kertoa mielipiteensä palautteilla eri kanavissa, joissa sitä ei pyydetä aktiivisesti. Näiden lisäksi asiakasta olisi hyvä kuunnella erilaisissa kohtaamistilanteissa, kuten puhelinkeskusteluissa tai tapahtumissa. Myös yrityksen omilta medioilta, kuten verkkosivuilta tai somekanavilta, saadaan arvokasta tietoa evästeiden avulla. Asiakasymmärryksellä mahdollistetaan yrityksen tarjoamien palveluiden tai tuotteiden ja asiakaspalvelun kehittymistä. (Bergström & Leppänen 2015, 421–424.)

Yrityksellä on jo olemassa olevat asiakkaat, potentiaaliset asiakkaat ja sellaiset asiakkaat, joista ei olla tietoisia. Usein yritykselle on kannattavinta ylläpitää ja toteuttaa lisämyyntiä

olemassa oleville asiakkailleen, kuin hankkia jatkuvasti uusia asiakkaita. Jotta uusia asiakkaita voitaisiin hankkia niin, että se kannattaa yritystä, tulisi yrityksen tuntee olemassa olevat asiakkaansa täysin. Usein nykyisten asiakkaiden kautta on mahdollista löytää uusia asiakkaita, joten nykyiset asiakkaat toimivat yhtenä yrityksen merkittävänä markkinoinnin keinona. Uusien asiakkaiden hankinta syö resursseja, mutta samalla niitä tarvitaan korvaamaan asiakasmenetyksiä ja muuttuneita ostotottumuksia. (Bergström & Leppänen 2015, 424–425.)

Toimeksiantajan kanssa käydyissä keskusteluissa on tullut ilmi, että Planin toiminnassa asiakashallintaa toteutetaan asiakastietojen keräämisellä, puhelimitse toteutettavassa asiakaspalvelussa, sekä ajoittaisilla palautteilla erilaisten kanavien kautta. Oma Plan -palvelussa näkyvät asiakkaan antamat tiedot, joiden avulla Plan voi kerätä muun muassa yhteystietoja. Plan kerää erilaista palautetta ajoittain puhelimitse toteutettavassa asiakaspalvelussa. Tämän lisäksi asiakkaat Plan antaa mahdollisuuden antaa palautetta pienemässä mittakaavassa erilaisten kanavien kautta, eli toteutetaan passiivista kuuntelua. Plan ei ole aiemmin toteuttanut asiakastyytyväisyyskyselyitä eli kuunnellut asiakkaittansa aktiivisesti. Plan ei myöskään toteuta aktiivista kuuntelua muilla tavoin. Näin ollen Planin kannattaisi suunnitella jatkuva malli asiakkaidensa kuunteluun esimerkiksi jatkuvalla asiakastyytyväisyyskyselyiden toteuttamisella.

3.2.2 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen ja seuraaminen

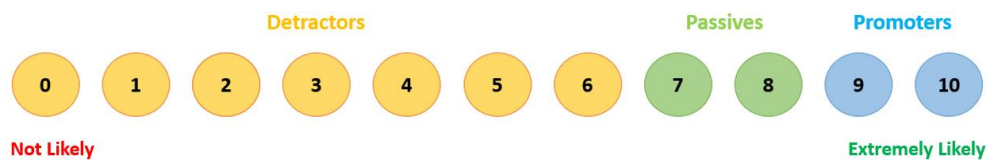
Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavia tekijöitä voidaan selvittää erilaisilla taustatekijöillä ja mittareilla. Kyselyissä kysytyimmät taustatekijät liittyvät demografisiin tekijöihin eli väestötekijöihin, jotka ovat helposti mitattavissa ja analysoitavissa. (Bergström & Leppänen 2015, 94–95; Kananen 2011, 20–25)

Bergströmin ja Leppäsen (2015, 94) mukaan tärkeimpiä demografisia tekijöitä ovat muun muassa:

- ikä ja ikärakenne
- sukupuoli
- siviilisääty
- asuinpaikka ja asumismuoto
- perheen elinvaihe ja koko
- tulot, käytettävissä olevat varat, kulutus
- ammatti, koulutus
- kieli

Yllä mainitut väestötekijät selventävät ainakin osittain asiakkaiden tarpeita, motiiveja ja valintoja. Väestötekijöiden lisäksi voidaan hyödyntää avoimia- ja mielipidekysymyksiä asiakkaiden vastausten ymmärtämiseksi (Kananen 2011, 30–37).

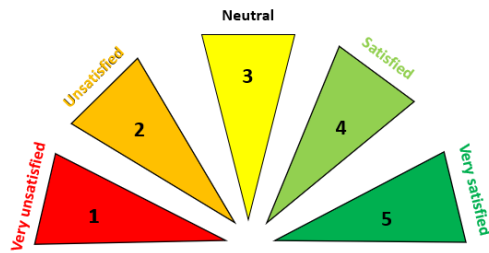
Yksi käytetyimmistä tyytyväisyyden kartoittamiseen tarkoitetuista mittareista on NPS-mittari eli Net Promoter Score. NPS-mittarin avulla voidaan tarkastella kuinka todennäköisesti asiakkaat ovat valmiita suosittelemaan yritystä ja sen palveluita tai tuotteita. Asiakkaan tulisi vastata tähän kysymykseen asteikolla 0–10. (Bernazzani 2020). Kuviossa 9 kuvaillaan NPS-mallia.



Kuvio 9. NPS-mittari (mukaillen Bernazzani 2020)

NPS-mittarin arvot jaetaan analysointia varten kolmeen osaan, joiden arvot ovat 0–6, 7–8 ja 9–10. Arvon 0–6 antaneita asiakkaita kutsutaan arvostelijoiksi eli detractors. Arvostelijat ovat jossain määrin tyytymättömiä ja näin levittävät negatiivista sanaa yrityksestä muita herkemmin. Arvon 7–8 antaneita kutsutaan passiiviksi eli passives. Passiivit toimivat arvostelijoiden ja suosittelijoiden välissä, ja näin ovat helposti käännytettävissä jompaan-kumpaan suuntaan. Yrityksen kannattaisi kiinnittää huomioita kyseisiin asiakkaisiin ja vaikuttaa heidän tyytyväisyyteensä, jotta he kääntyisivät enemmän suosittelijoiksi. Arvon 9–10 antaneita kutsutaan suosittelijoiksi eli promoters. Suosittelijat ovat näistä asiakkaista kaikista lojaalimpia yritykselle ja puhuvat todennäköisesti yrityksestä hyvää muille. NPS-luku lasketaan vähentämällä suosittelijoiden prosenttiosuus arvostelijoiden prosenttiosuus, jolloin saadaan lopullinen NPS-luku. Esimerkiksi 42% tarkoittaa, että NPS-luku on 42. (Bernazzani 2020)

Toinen käytetty mittari on CSAT eli Customer Satisfaction Score, jonka avulla tarkastellaan asiakkaiden tyytyväisyyttä lyhyemmällä aikavälillä verrattuna NPS-mittariin. Seuraavan sivun kuvioista (kuvio 10) nähdään, että asiakasta pyydetään vastaamaan kuinka tyytyväisiä he ovat olleet palveluun asteikolla 1–5. (Frenay 2016)



Kuvio 10. CSAT-mittari (mukaillen Frenay 2016)

Arvo 1 tarkoittaa, että asiakas on ollut erittäin tyytymätön, arvolla 3 asiakkaan mielipide on neutraali, ja arvolla 5 asiakas on erittäin tyytyväinen saamaansa palveluun. CSAT-arvo saadaan laskemalla tyytyväiset asiakkaat, eli arvon 4 ja 5 vastanneet, jaettuna kaikkien vastausten kesken. Lopuksi tulos muutetaan prosenttiarvoksi, jolloin saadaan lopullinen CSAT-luku. Esimerkiksi 34% tarkoittaa, että CSAT-luku on 34. Kyseisen mittarin hyviä puolia ovat esimerkiksi sen yksinkertaisuus ja tulosten nopea analysointi. Mittarin tulosten luotettavuuteen vaikuttavat asiakkaiden eriävät mielipiteet muun muassa siitä, mikä luokitellaan neutraaliksi ja tyytyväiseksi arvoksi. Osalle asiakkaista sana neutraali saattaa tarkoittaa, että ei osaa sano tai kokemus palvelusta oli hyvä, mutta ei sen erityisempää. Tämän lisäksi harvempi erittäin tyytymätön tai neutraali asiakas vastaa asiakastyytyväisyyskyselyihin, joka vaikuttaa olennaisesti tyytyväisyyden tuloksiin. (Frenay 2016)

Customer Effort Score eli CES-mittarin avulla voidaan mitata asiakkaiden kokemaa tyytyväisyyttä siitä, kuinka helppoa yrityksen kanssa on asioida. Kyseisen mittarin asteikkoja on erilaisia, kuten asteikot arvoltaan 1–7 ja 1–5. (Birkett 2019; Marr 2016). Molempien asteikkojen käyttötarkoitus on sama, mutta asteikko 1–7 antaa asiakkaalle mahdollisuuden osoittaa tyytyväisyytensä tasoa hieman yksityiskohtaisemmin. Kuviossa 11 on kuvattu CES-mittarin asteikkoa arvoilla 1–7.



Kuvio 11. CES-mittari (mukaillen Birkett 2019)

Asiakkaan vastatessa arvon 1 hän kertoo olevansa täysin erimieltä, arvolla 4 asiakas ei osaa sanoa, sekä arvolla 7 asiakas kokee olevansa täysin samaa mieltä annetun väitteen kanssa. Kysymyksen muotoilusta riippuen asiakkaalta voidaan kysyä myös tyytyväisyyttä tai vaivattomuutta. (Birkett 2019). Lopullinen CES-arvo lasketaan jakamalla arvojen 5–7 vastanneiden vastausmäärät suhteessa kysymyksen kokonaisvastausmäärään, jonka jälkeen vastaus muutetaan prosenttiluvuksi, samalla tavalla kuin NPS-luvussa ja CSAT-luvussa (Retently 2018). CES-mittaria käytetään kohdennetusti tiettyyn palveluun tai sen

osatekijään, kun taas CSAT-mittarilla kerätään tietoa yleisellä tasolla. CES-mittaria voi hyödyntää tehokkaasti muun muassa puhelimitse tai netin välityksellä toteutettavan asiakaspalvelun yhteydessä. (Marr 2016)

Asiakastyytyväisyyttä voidaan myös analysoida hyödyntämällä alaluvussa 3.1.2 mainittua SERVQUAL -mallia. Kuten tässä opinnäytetyössä aikaisemmin kerrottiin, SERVQUALin tarkoituksena on selvittää asiakkaiden odotusten ja toteutuneiden palveluiden eroavaisuudet. Tätä voidaan selvittää kysymällä asiakkailta mielipiteitä liittyen SERVQUALin kuilujen taustatekijöihin, jotka on kerrottu alaluvussa 3.1.2. Tällaiset taustatekijät liittyvät muun muassa palveluiden luotettavuuteen ja saatavuuteen. Asiakkailta voidaan kysyä myös mielpidettä esimerkiksi yrityksen aktiivisuudesta, asiakaspalvelusta ja viestinnästä.

Käytännössä asiakkailta voidaan kysyä seuraavanlaisia kysymyksiä:

- Vastasiko saamasi palvelu odotuksiasi?
- Millainen on mielestäsi laadukas palvelu?
- Kuinka tyytyväinen olet palvelun toteutukseen?
- Oletko tyytyväinen yrityksen viestintään sosiaalisessa mediassa?
- Vastasiko palvelu antamiamme lupauksia?

Tällaisilla kysymyksillä voidaan selvittää taustatekijöitä, jotka vaikuttavat asiakkaiden tyytyväisyyteen ja mahdollisiin puutteisiin palveluissa. Palveluiden puutteet heijastuvat suoraan SERVQUAL-mallissa esitettyihin kuiluihin. Selvittämällä nämä mahdolliset puutteet yritys voi pienentää kuilujansa toiminnassaan.

Asiakassuhteiden kehityksessä seurataan usein asiakasuskollisuutta ja asiakaskannattavuutta. Asiakastyytyväisyyden, eli Customer Satisfaction, kehittyminen ja sen tulokset nähdään pitemmällä tähtäimellä, jonka jälkeen voidaan puuttua mahdollisiin ongelmiin ja näin kehittää uusia palvelutapoja. Asiakassuhteiden seurannan ytimenä toimii jatkuva asiakaspalaute. Palaute voi tulla spontaanisti, tyytyväisyystutkimusten tai suosittelujen kautta. Spontaania palautetta voivat olla muun muassa kiitokset, reklamaatiot ja kehittämisideat. Tyytyväisyystutkimukset teetetään yrityksen nykyisille asiakkaille, joista saadaan selville asiakkaiden mielipiteet ja mahdolliset odotukset yrityksen toimintaa kohtaan. Tutkimuksilla puolestaan voidaan mitata tyytyväisyyden astetta tai ryhmitellä asiakkaita tulosten perusteella. Yrityksen tulee siis mahdollistaa asiakkaillensa palautteen antamisen erilaisia kanavia hyödyntäen. (Bergström & Leppänen 2015, 443–445.)

Yritys voi seurata asiakasuskollisuutta, Customer Loyalty, ja sen kehittymistä asiakassuhteiden seurannassa. Yritykselle olisi ihanteellista, että asiakas palaa ostamaan yrityksen

tarjoamia tuotteita ja palveluita yhä uudelleen. Tämä ei kuitenkaan viittaa aina suoranaisesti asiakasuskollisuuteen. Asiakkaalla voi olla tilanne, että hän ei ole löytänyt parempaa vaihtoehtoa tai yksinkertaisesti ei välitä mistä tai keneltä ostaa tuotteensa ja palvelunsa. Asiakasuskollisuutta voidaan mitata muun muassa myyntimääränä, ostotiheyden muutoksilla, lopettaneiden asiakkaiden määrällä, asiakassuhteiden kokonaiskestolla vuosina tai takaisin ohjautuneiden asiakkaiden määrällä. Asiakasuskollisuuteen vaikuttaa myös kuluttajan käyttäytyminen, jota käsiteltiin aiemmin alaluvussa 3.2. Tärkeintä on seurata yrityksen asiakasvirtoja säännöllisesti ja reagoida muutoksiin, kuten kuinka moni asiakas on pysynyt ja kuinka moni lopettanut asiakkuutensa esimerkiksi vuoden sisällä. (Bergström & Leppänen 2015, 446–447.)

Asiakassuhteiden seurannassa tarkastellaan myös asiakkaiden kannattavuutta eli Customer Profitability. Kannattavuuden mittareina voidaan käyttää muun muassa myyntiä, markkinointikustannuksia ja palvelukustannuksia asiakasta kohti. Yrityksen yleisen kannattavuuden kannalta suositeltavaa olisi, että eri asiakasryhmille kohdistettaisiin yrityksen toimintaa kyseisen asiakasryhmän mukaisesti. (Bergström & Leppänen 2015, 449–450.)

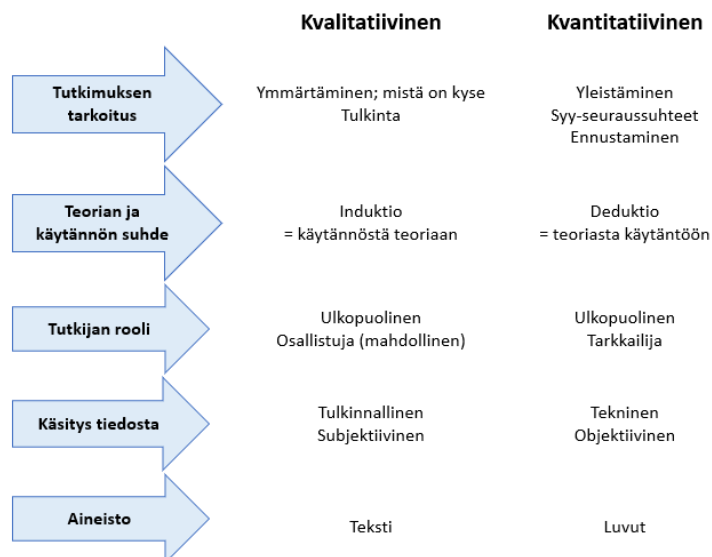
4 Tutkimuksen toteutus

Tutkimus toteutettiin toimeksiantona Plan Suomelle. Tutkimuksen tarkoituksena oli vastata asetettuihin tutkimusongelmiin. Pääongelmana oli selvittää, kuinka tyytyväisiä eri ajan mukana olleet kummit ovat olleet kummiuteensa ja Planin toimintaan. Alaongelmina tarkasteltiin, ovatko kummien mielipiteet linjassa yrityksen viestimän mielikuvan kanssa, ja onko kummeilla mahdollisia kehitysehdotuksia liittyen kummiuteen tai Planin toimintaan. Tutkimusmenetelmänä käytettiin määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusta. Kvantitatiivisen toteutustavan lisäksi osa asiakastyytyväisyyskyselyiden kysymyksistä sisälsivät kvalitatiiviseen tutkimukseen piirteitä, joilla haluttiin ymmärtää vastausten taustatekijöitä.

Tässä luvussa perehdytään kvantitatiiviseen tutkimukseen ja sen yleispiirteisiin, joita verrataan kvalitatiiviseen tutkimusmenetelmään. Tämän jälkeen käydään läpi toteutettuja asiakastyytyväisyyskyselyjä sekä yleisellä tasolla että kummiryhmittäin. Yleisellä tasolla katsotaan millaisia yhteisiä taustatekijöitä ja tyytyväisyyden osatekijöitä alle vuoden kummeilta, monivuotisilta kummeilta, sekä pitkäaikaisilta kummeilta haluttiin selvittää. Yhteisten kysymysten jälkeen perehdytään jokaiseen kyselyyn yksityiskohtaisemmin.

4.1 Kvantitatiivinen tutkimus

Kvantitatiivisella tutkimuksella tarkoitetaan määrällistä tutkimusta. Tämän tutkimusmenetelmän edellytyksenä tulee tietää tutkittava ilmiö. Jos tutkittava ilmiö on uusi, eikä siitä ole saatavilla tutkimustietoa tai teoriaa, on silloin kyseessä kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus. Kaikkien tutkimusten taustalla on aina kvalitatiivisen tutkimuksen piirteitä. (Kananen 2011, 12–14). Farnsworth (2019) toteaa, että luontaisista eroavaisuuksista huolimatta kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän tavoitteet ja soveltavuudet menevät päällekkäin keskenään. Seuraavan sivun kuviossa (kuvio 12) havainnollistetaan kvalitatiivisesta ja kvantitatiivisesta tutkimuksesta muutama oleellinen eroavaisuus.



Kuvio 12. Kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän eroavaisuuksia (mukaillen Kananen 2011, 15)

Kuten kuviosta 12 huomataan, kvantitatiivisen menetelmän tarkoituksena on yleistää tutkittavaa ilmiötä tulosten perusteella. Kun tiedetään ilmiöön liittyvät osatekijät, voidaan niitä mitata, löytää korrelaatiota eli syy-seuraussuhteita tai ennustaa osatekijöistä havaittuja ilmiöitä. Näin ollen kvantitatiivisen tutkimuksen perustana toimivat mitä-kysymykset, joilla selvitetään ilmiön osatekijät. Kvantitatiivisessa edetään yleensä teoriasta käytäntöön, ja tutkija toimii koko prosessin aikana ulkopuolisena tarkkailijana. Tietojen käsittely pohjautuu tekniseen ja objektiiviseen eli puolueettomaan näkökulmaan. Aineistoa kerätään ja tarkastellaan pääsääntöisesti lukujen avulla. (Kananen 2011, 15)

Farnsworthin (2019) mukaan kvantitatiivista tutkimusmenetelmää käytetään muuttamaan asiakkaiden mielipiteet, asenteet, käyttäytyminen ja muu toiminta määrälliseen muotoon. Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla voidaan katsoa tutkittavaan ilmiöön liittyviä hypoteeseja ja tulosten pohjalta nousevia yhtäläisyyksiä kaikkien vastausten kesken. Tämän takia kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän katsotaan olevan paremmin suunniteltu verrattuna kvalitatiiviseen tutkimusmenetelmään. (Farnsworth 2019)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa yleisimpänä tiedonkeruumenetelmänä toimii erilaiset kyselylomakkeet, ja tutkittavan ilmiön eri tekijöitä käsitellään hyödyntäen tilastollisia menetelmiä. Lähtökohtaisesti kysymystyyppinä hyödynnetään valmiita, strukturoituja ja avoimia kysymyksiä. Yleensä kyselyiden kohderyhmä rajataan eli valitaan otos vastaajia, joiden oletetaan edustavan muita kohderyhmän henkilöitä eli perusjoukkoa. Tutkimuksessa käytettävät mittarit ovat tutkimusmenetelmän luonteen mukaan määrällisiä, joita voidaan ha-

vainnoida erilaisilla luvuilla, kuten prosentuaalisilla osuuksilla. Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä perustuu loogiseen positivismiin. Kyseinen filosofinen suunta korostaa, että kerätty tieto on peräisin loogisesta päättelystä. Positivismilla pyritään päätymään objektiiviseen ja absoluuttiseen totuuteen. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 139–140; Kananen 2011, 17–19).

4.2 Asiakastyytyväisyyskyselyt

Asiakastyytyväisyyskyselyitä luotiin kolme erilaista. Kyselyiden toteutusprosessi alkoi kysymysten ja kyselypohjien luomisella. Kyselypohjien suunnittelussa haluttiin huomioida eri ajan mukana olleiden kummien tyytyväisyyttä mahdollisimman tasaisella aikavälillä. Näin ollen vastaajaryhmiksi, eli otannaksi, valittiin noin vuoden mukana olleet, noin neljä vuotta mukana olleet, sekä noin yhdeksän vuotta mukana olleet kummit. Kyseisiä kummeja kutsutaan tässä opinnäytetyössä alle vuoden kummeiksi, monivuotisiksi kummeiksi, sekä pitkäaikaisiksi kummeiksi.

Asiakastyytyväisyyskyselyiden yhtenäiset kysymykset liittyivät taustatekijöiden kartoittamiseen, ja kaikkia kummeja koskeviin yleisiin palveluiden osatekijöihin. Kaikille kyselyille yhteisiä kysymyksiä on yhteensä yhdeksän kappaletta.

Toteutettujen asiakastyytyväisyyskyselyiden yhteiset kysymykset ovat:

- Sukupuoli
- Ikä
- Maakunta
- Kuvaile Plania kolmella sanalla
- Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin palveluihin?
- Voisitko kertoa miksi olet tyytymätön, erittäin tyytymätön tai et käytä palveluita?
- Kuinka todennäköisesti suosittelet Planin kummitoimintaa tuttavillesi?
- Voisitko perustella miksi?
- Terveiset Planille

Kummeilta kysyttiin yleisiä taustatekijöitä kuten sukupuolta, ikää ja maakuntaa. Kuten alaluvussa 3.2.2 on mainittu, valitut väestötekijät selittävät ainakin osittain kummien tarpeita, motiiveja ja valintoja. Näiden lisäksi toimeksiantajalle haluttiin varmistusta heidän kummien sukupuolijakaumasta, ikäjakaumasta, sekä suurimmista kunnista joissa kummit asuvat. Sukupuoleksi annettiin vastausvaihtoehdot nainen, mies, muu ja en halua vastata. Ikäkysymyksessä vastausvaihtoehdot olivat alle 20, 20–29, 30–39, 40–49, 50–59, sekä 60 ja yli. Maakunnaksi listattiin kaikki Suomen valtion maakunnat, ja muu vaihtoehto, minkä

kummi pystyi vastaamaan mikäli on kotoisin muualta. Väestötekijöiden jälkeen toimeksi-
antaja halusi kartoittaa jokaisen kummin mielikuvat Planin toiminnasta. Näin ollen jokai-
selta kummilta kysyttiin, mitä heillä tulee ensimmäisenä mieleen sanasta Plan. Tämän jäl-
keen kaikilta kummeilta kysyttiin kuinka tyytyväisiä he ovat olleet kummitoiminnassa tarjot-
taviin palveluihin. Palveluiksi valittiin Oma Plan -palvelu, Oma Plan -kummin tietopaketti,
asiointi lahjoittajapalveluun, kirjeenvaihto kummilapselle, uutiskirjeet, Plan-lehti, Planin
viestintä sosiaalisessa mediassa, sekä verkkosivut. Kummit vastasivat tyytyväisyytensä
tason asteikolla en käytä, erittäin tyytymätön, tyytymätön, tyytyväinen tai erittäin tyytyväi-
nen. Kyseisellä asteikolla haluttiin kannustaa kummeja vastaamaan ovatko he enemmän
tyytyväisiä vai tyytymättömiä valittuun palveluun. Tähän annettuja vastauksia ja niiden
taustatekijöitä pyrittiin ymmärtämään pyytämällä kummeja perustelemaan tyytyväisyy-
tensä tasoa mikäli vastasivat olevansa tyytymättömiä, erittäin tyytymättömiä tai eivät käytä
palvelua. Tämä täydentävä kysymys muistuttaa luonteeltaan kvalitatiivisessa tutkimuk-
sessa käytettäviä kyselymenetelmiä, joissa halutaan ymmärtää tutkittavaa ilmiötä.

Palveluiden tyytyväisyyden jälkeen kaikilta kummeilta kysyttiin suositteluhalukkuutta, jo-
hon valittiin NPS-mittaria mukaileva asteikko arvoilla 1–10. Kysymyksen avulla haluttiin
selvittää kummien kokonaistyytyväisyyttä. Kummeja pyydettiin perustelemaan valitse-
mansa arvo, mikäli he olivat vastanneet arvon 1, 2, 8, 9 tai 10. Tällä haluttiin kuulla mo-
lempien ääripäiden vastanneiden kummien perustelut, jotta annetun arvon taustatekijöitä
voitaisiin ymmärtää. Suositteluhalukkuuden analysoinnissa hyödynnettiin NPS-mittarin li-
säksi jatkokysymystä myötäilevää omaa mittaria, jossa arvo 10 tarkoittaa erittäin todennä-
köisesti, arvot 9–8 melko todennäköisesti, arvot 7–3 neutraalia, arvo 2 melko epätodennä-
köisesti ja arvo 1 ei lainkaan todennäköisesti. Kyselyn loppupuolella jokaiselle kummille
annettiin mahdollisuus kertoa avoimesti omat terveisensä Planille.

Toteutetuista kyselyistä alle vuoden kummien kysely eroaa huomattavasti monivuotisille ja
pitkäaikaisille toteutetuista kyselyistä. Sen sijaan monivuotisille ja pitkäaikaisille toteutetut
kyselyt erosivat vain hieman toisistaan, jonka seurauksena näissä kahdessa kyselyssä il-
menee useita yhtenäisiä kysymyksiä.

Monivuotisten ja pitkäaikaisten kummien kyselyiden yhteiset kysymykset:

- Kuinka tyytyväinen olet ollut kummiutesi Planilla?
- Entä olisiko jokin voinut mennä paremmin kummiudessasi?
- Oletko kirjautunut Oma Plan -palveluun viimeisen 6kk aikana?
- Kerro miksi et ole käyttänyt palvelua
- Haluaisitko kertoa meille jotain kummivuosisistasi?

Monivuotisilta ja pitkäaikaisilta kummeilta haluttiin selvittää kuinka tyytyväisiä he ovat olleet kummiuteensa. Tässä kysymyksessä on sovellettu alaluvussa 3.2.2 mainittua CSAT-menetelmää, vaikkakin asteikon arvot olivat 1–5 sijaan 1–10. Kyseisellä asteikolla haluttiin tarjota kummeille mahdollisuutta vastata tyytyväisyyden taso yksityiskohtaisemmin. Kummin vastaamaa arvoa ja sen taustatekijöitä pyrittiin ymmärtämään kysymällä jatkokysymys, eli olisiko heillä voinut mennä jokin paremmin kummiudessaan. Tyytyväisyyden jälkeen kummeilta kartoitettiin Oma Plan -palvelun käyttöä kysymällä ovatko he kirjautuneet kyseiseen palveluun viimeisen puolen vuoden aikana. Tämä kysymys koettiin yhdeksi tärkeimmäksi toimeksiantajan kannalta, sillä kuten alaluvussa 2.3 kerrottiin, kummin ja järjestön välinen vuorovaikutus painottuu erityisesti Oma Plan -palveluun. Mikäli kummi vastasi ettei ole kirjautunut viimeisen puolen vuoden aikana, haluttiin häneltä kysyä mahdolliset perustelut sille, miksi ei ole käyttänyt kyseistä palvelua. Tämän jälkeen toimeksiantaja halusi kuulla kummien tarinoita heidän kummivuosistaan, joita voitaisiin hyödyntää muun muassa lahjoittajaviestinnässä.

Monivuotisille ja pitkäaikaisille kummeille luotiin kyselyiden loppuun vielä oma osionsa liittyen Hyvä testamentti -kampanjaan. Tämän osion avulla haluttiin selvittää, ovatko kummit tietoisia ja kiinnostuneita kyseisestä palvelusta. Tätä käydään läpi lisää alaluvussa 4.2.2. Kyseinen osio lisättiin vain monivuotisille ja pitkäaikaisille kummeille, sillä koettiin että he ovat olleet kauemmin Planin toiminnassa mukana ja näin olisivat mahdollisesti tietoisempia Planin kuuluvuudesta tähän kampanjaan. Kyselylomakkeita suunniteltaessa Hyvä testamentti -kampanja sijoitettiin kyselyn loppuun, jotta tulevaisuudessa toimeksiantaja voisi korvata kyseisen osion ajankohtaisempaan palvelun osa-alueeseen, josta he haluavat selvittää kummien mielipiteet.

Kyselyitä muodostettiin hyödyntämällä Microsoft Forms- ja Word-työkaluja. Formsilla luotiin jokaisesta kyselystä digitaalinen kyselypohja ja Wordilla paperinen kyselypohja. Samalle kyselylle luodut digitaalinen ja paperinen versio eivät sisällöllisesti eroa toisistaan. Asiakastyytyväisyyskyselyssä panostettiin enemmän Formsiin, sillä sitä kautta asiakkaiden vastaukset ovat suoraan siirrettävissä Exceliin ja yrityksen tietojärjestelmiin. Paperinen kysely luotiin sellaisia kummeja varten, jotka eivät ole ilmoittaneet Planille heidän sähköpostiosoitettaan. Suurimmalle osalle kyselyt lähetettiin sähköpostin välityksellä liittämällä heidän ryhmälle suunnattu kyselylinkki saateviesteineen. Näiden lisäksi sähköpostitse lähetetyille kummeille laitettiin kaksi muistutusviestiä (liite 1).

4.2.1 Alle vuoden kummit

Alle vuoden mukana olleiden kummien asiakastyytyväisyyskysely muodostui yhteensä 18 kysymyksestä (liite 2). Kysely alkaa taustatietojen selvittämällä eli sukupuolella, iällä ja maakunnalla. Väestötekijöiden jälkeen kysymyksessä neljä pyydetään kummeja kuvailemaan Plania kolmella sanalla. Seuraavaksi kyselyssä edetään kyseiselle kummiryhmälle suunnattuihin kysymyksiin.

Alle vuoden kummeille suunnatut kysymykset kummiudesta:

- Kuinka mielestäsi Plan eroaa muista järjestöistä?
- Mitä kautta kuulit Planin toiminnasta?
- Oletko saanut riittävästi tietoa kummiudestasi?
- Tiedätkö kuinka tukesi käytetään ja mitä vaikutuksia työllämme on?
- Kuinka vaivattomaksi koet kummitukien maksamisen?

Ensimmäisellä suunnatulla kysymyksellä, eli Planin eroavaisuudella muista järjestöistä, toimeksiantaja halusi selvittää mitkä merkittävimmät osatekijät kummien mielestä erottavat Planin muista vastaavaa toimintaa harjoittavista järjestöistä. Tällaisella avoimella kysymyksellä saadaan selville kummien aidot mielikuvat Planista. Kysymyksessä 6 selvitetään mitä kautta kummit ovat kuulleet Planin toiminnasta, jonka avulla saadaan varmistus kummitoiminnan kannalta tärkeimpiin kanaviin tavoittaa uusia potentiaalisia kummeja. Vastausvaihtoehdot olivat sosiaalinen media, media, ystävä, Plan-vapaaehtoinen, Plan-feisari, sekä muu. Kysymyksissä 7 ja 8 haluttiin kysyä ovatko kummit saaneet tarpeeksi tietoa kummiudestaan, tukien käytöstä ja Planin työn vaikutuksista järjestön asettamiin lahjoituskohteisiin. Vastausvaihtoehdoiksi valittiin kyllä ja ei. Kysymyksessä 9 selvitetään kuinka vaivattomaksi kummit kokevat kummitukien maksamisen. Tässä kysymyksessä sovellettiin alaluvussa 3.2.2 mainittua CES-mittaria asteikolla 1–5. Kysymyksen tarkoituksena on siis mitata asiakkaiden kokemaa vaivattomuutta tukimaksujen suhteen ja näin yrityksen kanssa asioimiseen. Kysymyksessä 10 ja 11 kysytään kummien tyytyväisyyttä valittuihin palveluihin ja niihin liittyviä perusteluita. Tämän jälkeen kysymyksissä edetään viimeisiin alle vuoden kummeille suunnattuihin kysymyksiin.

Alle vuoden kummeille suunnatut kysymykset kummikirjeistä ja Oma Plan -palvelusta:

- Oletko kirjoittanut kummilapsellesi?
- Mikä vaikuttaa siihen, ettet ole kirjoittanut kummilapsellesi?
- Toivoisin seuraavaa sisältöä Oma Plan -palveluun
- Mikäli et käytä Oma Plan -palvelua, mikä siihen vaikuttaa?

Kysymyksessä 12 kysytään, onko kummi kirjoittanut kummilapsellensa. Vastausvaihtoehdoiksi annettiin kyllä ja en. Mikäli kummi vastasi kielteisesti, haluttiin kysymyksen 13 avulla selvittää mitkä tekijät vaikuttavat vastaukseen. Kummille annettiin vastausvaihtoehdoksi ettei hän osaa kieltä, ei tiedä kuinka kirjoitetaan kirjeitä, ei ole aikaa tai muu eli avoin kommentti syyn kohdistamiseen. Toimeksiantaja on käydyissä keskusteluissa painottanut, että kummeja kannustetaan pitämään kummilapseen yhteyttä muun muassa kummikirjeiden avulla. Kysymykset 14 ja 15 liittyivät Oma Plan -palveluun. Ensimmäisenä kysyttiin, millaista sisältöä kummit toivoisivat Oma Plan -palveluun. Vastausvaihtoehdoiksi annettiin kummitarinat, uutisia Planin toiminnasta kohdemaissa, videot, sekä muu eli avoin kommentti mahdollisille sisältöehdotuksille. Tämän jälkeen haluttiin selvittää mitkä ovat ne syyt, mikäli kummi ei käytä Oma Plan -palvelua. Vastausvaihtoehdoiksi annettiin, ettei tiedä tunnuksia, ei halua käyttää ja muu eli avoin kommentti mahdollisille syille. Näiden kysymysten taustalla on kartoittaa, mitkä asiat saisivat kummeja käyttämään Oma Plan -palvelua, ja mitkä osatekijät vaikuttavat käyttämättömyyteen. Kyselylomakkeen lopussa kysymyksissä 16 ja 17 kysyttiin kummien suositteluhalukkuutta Planin kummitoiminnasta ja sille mahdollisia perusteluita. Kysely loppuu kysymykseen 18, jossa kummit voivat kertoa terveisensä Planille.

4.2.2 Monivuotiset ja pitkäaikaiset kummit

Monivuotisten ja pitkäaikaisten kummien kyselylomakkeet eivät eronneet huomattavasti toisistaan. Monivuotisten kummien kysely muodostui 20 kysymyksestä (liite 3) ja pitkäaikaisten kummien kysely muodostui 19 kysymyksestä (liite 4). Molemmat kyselyt alkoivat samalla tavalla taustatekijöiden selvittämisellä, kuin alle vuoden kummeille toteutetussa kyselyssä. Kummeilta kysyttiin sukupuoli, ikä ja maakunta. Kysymyksessä 4 kummeja pyydettiin kuvailemaan Plania kolmella sanalla. Kysymyksissä 5 ja 6 selvitetään kuinka tyytyväisiä monivuotiset ja pitkäaikaiset kummit ovat olleet kummiuteensa Planilla, sekä olisiko jokin voinut mennä paremmin. Kysymyksen 6 avulla haluttiin selvittää mahdolliset taustatekijät kysymykseen 5 annettuihin arvoihin. Kysymyksissä 7 ja 8 tarkastellaan kummien tyytyväisyyttä valittuihin palveluihin ja mahdollisia syitä siihen, mikäli kummi vastasi olevansa palveluun tyytymätön, erittäin tyytymätön tai ei käytä. Kysymyksessä 9 kartoitetaan, ovatko kummit kirjautuneet Oma Plan -palveluun viimeisen puolen vuoden aikana. Mikäli kummit eivät ole, kysymyksessä 10 pyydetään perustelemaan mitkä tekijät ovat vaikuttaneet siihen.

Seuraavaksi monivuotisilta ja pitkäaikaisilta kummeilta kysytään kullekin kummiryhmälle suunnatut kysymykset. Monivuotisilta kummeilta kysytään kysymyksessä 11 ja 12 kaipaisivatko he vielä lisätietoja kummiudesta tai Planin työstä, ja mikäli kaipaavat niin mistä.

Tämän kysymys suunnattiin monivuotisille kummeille, sillä heillä on useampi vuosi takana Planin kummina ja näin heillä on saattanut muodostua kysymyksiä liittyen kummiuteen tai Planin toimintaan, joihin eivät ole saaneet tai löytäneet vastauksia. Pitkäaikaisilta kummeilta puolestaan pyydettiin kysymyksessä 11 kertomaan yksi asia, joka heidän mielestään Planin tulisi toteuttaa. Tämä valittiin kysyttäväksi pisimpään kummitoiminnassa mukana olleilta kummeilta, sillä he ovat toimineet lähes kymmenen vuotta kummeina ja näin heillä on todennäköisesti kokonaisvaltaisempi kokemus kummitoiminnasta.

Seuraavaksi kyselyissä edetään suosittelemalukkuuteenselvittämiseen asteikolla 1–10. Mikäli kummi vastasi arvon 1, 2, 8, 9 tai 10, pyydettiin heitä perustelemaan vastauksensa. Tämän avulla haluttiin selvittää molempien ääripäiden antaneiden kummien mielipiteet ja niiden mahdolliset taustatekijät. Monivuotisten kummien kyselyssä kysymyksenä 14 ja pitkäaikaisilla kummeilla kysymyksenä 15 kysytään, että haluavatko kummit jakaa jotain kummivuosistaan Planille. Kysymyksessä mainittiin kummeille, että vastatessaan he antavat Planille luvan käyttää tarinoita muun muassa lahjoittajaviestinnässä, ja vastauksia käsitellään nimettömästi. Tämän jälkeen kummeilla oli mahdollisuus kertoa terveisensä Planille.

Monivuotisten ja pitkäaikaisten kummien asiakastytyväisyyskyselyiden loppuun liitettiin erillinen osio Hyvä testamentti -kampanjasta. Osion alussa kerrotaan hieman kyseisestä kampanjasta ja tarjotaan verkkosivujen osoitteet, joista kummi voi tutustua aiheeseen lisää. Osioon on laitettu yhteensä neljä väitettä, joihin kummeja pyydettiin vastaamaan.

Hyvä testamentti -kampanjaosion väittämät:

- Olen käynyt tutustumassa Hyvä testamentti -sivustoon
- Olen ajatellut, että voisin testamentata ainakin osan omaisuudestani Planin toimintaan
- Olen jo tehnyt testamentin, jossa tuetaan ainakin osin Planin toimintaa
- Testamenttaamisessa minua kiinnostaa

Ensimmäisenä selvitettiin, ovatko monivuotiset ja pitkäaikaiset kummit tietoisia Hyvä testamentti -kampanjasta. Vastausvaihtoehdoiksi annettiin kyllä, en, ja en, mutta olen kiinnostunut. Tämän jälkeen kysyttiin, ovatko kummit ajatelleet mahdollisuutta testamentata osan omaisuudestaan Planin toimintaan, johon kummit vastasivatko joko kyllä, en, ehkä. Kysymyksen tarkoituksena oli selvittää kuinka suuri osa kummeista on kiinnostunut kyseisestä mahdollisuudesta. Seuraavaksi kysyttiin ovatko kummit jo testamentanneet Planin toimintaan. Tällä kysymyksellä kartoitettiin, kuinka moni on ollut päättänyt testamentata. Viimeisessä kysymyksessä kummeilta selvitettiin kiinnostuksen kohteita liittyen testament-

taamiseen. Vaihtoehtoksi annettiin testamentti-illat, joissa juristi kertoo testamenttaamiseen liittyvistä seikoista ja muu, eli kummi sai kertoa mikä häntä itseään erityisesti kiinnostaa testamenttaamisessa.

4.3 Tutkimusten luotettavuus

Valitun tutkimusmenetelmän tarkoituksena on tarjota tutkijalle totuuden mukaista ja luotettavaa tietoa tutkittavasta aiheesta. Luotettavuuden edellytyksenä on se, että tutkimus on toteutettu sille asetettujen kriteerien mukaisesti. Tutkimuksen hyvyttä ja luotettavuutta kuvataan validiteetilla ja reliabiliteetilla. Validiteetti ja reliabiliteetti muodostavat yhdessä tutkimuksen kokonaisluotettavuuden. Kokonaisluotettavuutta voivat alentaa erilaiset virheet, kuten käsittelyvirheet, mittausvirheet, peitto- ja katovirheet, sekä otantavirheet. (Heikkilä 2014, 176). Kanasen (2011, 118) mukaan reliabiliteetin ja validiteetin mittaaminen on tärkeämpää kvantitatiivisessa tutkimuksessa kuin kvalitatiivisessa tutkimuksessa.

Validiteetilla kuvataan sitä, kuinka mitattavaa aihetta on onnistuttu mittaamaan esimerkiksi asetettujen kysymysten avulla. Tutkimuksen validiutta on hankalaa tarkastella jälkikäteen. Systemaattinen virhe alentaa validiutta ja se voi syntyä survey-tutkimuksissa esimerkiksi valehtelemisen seurauksena. Usein valehteleminen tai muistivirheet aiheuttavat satunnaisvirheitä, jonka takia reliabiliteetti alenee, mutta joissain tapauksissa valehtelu voi olla systemaattista valehtelua eli vastausten kaunistelua ja vähättelemistä. Tällaista voi ilmetä esimerkiksi sellaisten kysymysten kohdalla, joissa vastaajaa pyydetään kertomaan mielipidettä herkempiluontoisista aiheista. Reliabiliteetilla määritellään kysymysten kyky tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Reliabiliteettia voidaan tarkastella sisäisen ja ulkoisen reliabiliteetin avulla. Sisäistä reliabiliteettia voidaan tutkia mittaamalla sama tilastollinen yksikkö useampaan kertaan. Valittu mittari on reliaabeli, mikäli tulokset ovat samat testausten jälkeen. Ulkoisella reliabiliteetilla tarkoitetaan sitä, kuinka todennäköisesti mittaukset ovat todistettavissa muissakin tutkimuksissa ja tilanteissa. Reliabiliteettia on helpompaa tarkastella mittauksen jälkeen kuin validiteettia. Reliabiliteetilla kuvataan toisin sanoen sitä, kuinka hyvin mittaaminen on suoritettu, jotta tuloksilla voidaan yleistää kohderyhmää. (Heikkilä 2014, 177–178)

Mielestäni toteutetut tutkimukset ovat lähtökohtaisesti valideja. Pyrin muotoilemaan kysymykset niin, että niistä syntyisi mahdollisimman vähän väärinymmärryksiä vastaajille. Kaikki kyselyt testattiin kyseisen riskin minimoimiseksi ennen kyselyiden lähettämistä kohderyhmille. Testausten yhteydessä ilmeni muutamia muutoksia esimerkiksi kirjoitusmuodoissa, jotka korjattiin lopullisiin kyselyihin. Lopulliset kyselyt olivat testausten pohjilta toi-

mivia ja ymmärrettäviä. Tuloksista päätellen kaikki kummit ymmärsivät kysymykset lähtökohtaisesti. Tästä huolimatta esimerkiksi yksi kummeista ei ymmärtänyt palveluihin liittyvässä kysymyksessä olevaa termiä asiointi lahjoittajapalveluun. Kyselypohjat olivat tarkoituksensa mukaiset, joilla saatiin tietoa kummien mielipiteistä liittyen kummitoimintaan ja kummitoimintaan. Kysymykset vastasivat siis asetettuihin tutkimusongelmiin. Uskon, että vastaajat ovat vastanneet lähtökohtaisesti rehellisesti, joten tästä näkökulmasta kyselyt olivat valideja ja jokaisen lomakkeen reliabiliteetti hyvällä tasolla.

Tulosten yleistävyyteen, ja näin reliabiliteettiin vaikuttaa heikentävästi se, että vastaajaryhmiksi valittiin kolme eri kummivaiheessa olevaa ryhmää, eikä näin kaikille kummitoiminnassa mukana oleville kummeille annettu mahdollisuutta vastata kyselyihin. Tämän lisäksi pieni osa kummeista vastasi, eli noin viisi prosenttia jokaista kyselyä kohden. Vastausprosentin ollessa näin pieni, ei voida kummien vastauksia suoranaisesti yleistää. Samoin kyselyiden vastauksia ei voida vertailla suoraan kummiryhmien välillä. Esimerkiksi monivuotisten kummien ja pitkäaikaisten kummien vastausmäärät eroavat toisistaan 41 vastauksella. Tästä huolimatta kummiryhmien vastauksista voidaan tehdä joitakin yhtenäisiä johtopäätöksiä. Toinen tulosten yleistävyyteen liittyvä ongelma ilmenee siinä, ettei toimeksiantaja ole aikaisemmin toteuttanut vastaavanlaisia kyselyitä, joihin näistä kyselyistä saatuja vastauksia voitaisiin vertailla. Luotettavuuden analysoinnissa tulee huomioida se, ettei vastaajia kannustettu vastaamaan esimerkiksi arpomalla palkintoa, joka olisi voinut nostaa kummien vastausmäärää eli vastausprosenttia. Toisena mahdollisena osatekijänä on se, että moni kummeista koki saavansa liian usein yritykseltä sähköpostiviestejä, jolloin osa informaatiosta hukkuu väistämättäkin muiden sähköpostiviestien joukkoon.

Tutkimus oli siis suurimmaksi osin validi ja reliaabeli. Reliaabelin heikkenemiseen vaikuttivat edellä mainitut ongelmat liittyen lähinnä alhaiseen vastausprosenttiin. Tästä huolimatta tutkimus vastasi asetettuihin tutkimusongelmiin ja antoi toimeksiantajalle heidän halumaansa arvokasta tietoa liittyen kummeihin ja kummitoimintaan. Tätä vahvistavat erityisesti kummien antamat avoimet vastaukset, joissa he ovat kertoneet omat mielipiteensä, ja jotka yrityksen olisi tärkeää huomioida kummitoiminnan kehittämisessä. Uskon, että toimeksiantaja voi hyödyntää tutkimuksen kyselypohjia tulevaisuudessa, ja niillä saataisiin samankaltaisia tuloksia jatkossakin.

5 Tutkimustulokset

Asiakastyytyväisyyskyselyt toteutettiin aikavälillä 2.3.2020 – 15.3.2020. Kyselyitä lähetettiin yhteensä 2584 kummille, joista 133 kummiä vastasi. Näin ollen kyselyiden keskimääräiseksi vastausprosentiksi muodostui 5,15%. Toimeksiantajan tavoite vastausprosentin suhteen oli 15% jokaista kyselyä kohden, joka ei valitettavasti toteutunut. Taulukossa 1 on eritelty vastausmäärät jokaista kyselyä kohti, vastausprosentit, sekä kummiryhmien vastausten osuus kaikista saaduista vastauksista.

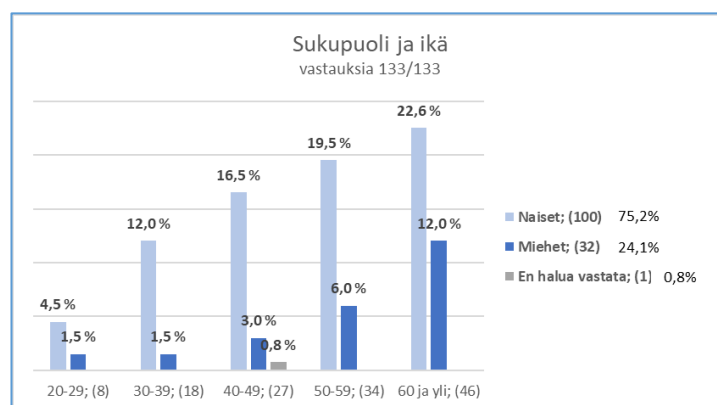
Taulukko 1. Asiakastyytyväisyyskyselyiden vastausmäärät

Plan-kummien asiakastyytyväisyyskyselyt				
	Vastaukset	Lähetetty	Vastaus %	kaikista vastauksista %
Alle vuoden	46	964	4,77 %	34,59 %
Monivuotiset kummit	64	1135	5,64 %	48,12 %
Pitkäaikaiset kummit	23	485	4,74 %	17,29 %
	133	2584	5,15 %	

Kaikista vastanneista kummeista alle vuoden kummeja oli 46, monivuotisia kummeja 64 ja pitkäaikaisia kummeja 23. Alle vuoden kummeille lähetettiin yhteensä 964 kyselyä, joten vastausprosentiksi muodostui 4,77%. Monivuotisille kummeille lähetettiin yhteensä 1135 kyselyä, ja näin vastausprosentiksi muodostui 5,64%. Pitkäaikaisille kummeille lähetettiin yhteensä 485 kyselyä, joten vastausprosentiksi muodostui 4,74%. Kaikista kyselyistä alle vuoden kummien vastaukset kattoivat lähes 35%, monivuotiset kummit noin 48%, ja pitkäaikaiset kummit noin 17%.

5.1 Vastaaajien taustatiedot

Kaikista kummeista 100 henkilöä (75,2%) kertoi olevansa naisia, 32 henkilöä (24,1%) miehiä ja 1 henkilö (0,8%) ei halunnut kertoa sukupuoltansa. Kukaan kummeista ei vastannut olevansa sukupuoleltaan muu. (kuviot 13)



Kuvio 13. Kummien sukupuoli- ja ikäjakauma (N = 133)

Vastaajista 46 kummiä (34,6%) kertoi kuuluvansa ikäryhmään 60 ja yli. Toiseksi suurin ikäryhmä oli 50–59, jonka vastasi 34 kummiä (25,5%). Ikäryhmään 40–49 kuului 27 kummiä (20,3%) ja 30–39 -vuotiaisiin 18 kummiä (13,5%). 8 kummiä (6%) kertoi kuuluvansa ikäryhmään 20–29. Kukaan ei kertonut olevansa alle 20-vuotias. Sukupuolen ja iän jälkeen kummit kertoivat maakuntansa (taulukko 2).

Taulukko 2. Kummien maakuntajakauma (N = 133)

Kummien maakuntajakauma					
vastauksia 133/133					
Uusimaa (84)	63,2 %	Kymenlaakso (4)	3,0 %	Pohjois-Pohjanmaa (2)	1,5 %
Varsinais-Suomi (11)	8,3 %	Keski-Suomi (3)	2,3 %	Etelä-Karjala (1)	0,8 %
Kanta-Häme (7)	5,3 %	Pohjois-Savo (3)	2,3 %	Etelä-Savo (1)	0,8 %
Pirkanmaa (5)	3,8 %	Satakunta (3)	2,3 %	Lappi (1)	0,8 %
Päijät-Häme (5)	3,8 %	Muu (2)	1,5 %	Pohjois-Karjala (1)	0,8 %

Taulukosta 2 huomataan, että 84 kummiä (63,2%) kertoivat olevansa Uudeltamaalta. Uudenmaan jälkeen suurin osa kummeista vastasi maakunnakseen joko Varsinais-Suomen (8,3%) tai Kanta-Hämeen (5,3%). Muiden maakuntien osuus kaikista vastauksista olivat alle 4% eli yhdestä viiteen kummiä maakuntaa kohden. Kaksi kummiä vastasi olevansa muualta eli ulkomailta ja Ruotsista.

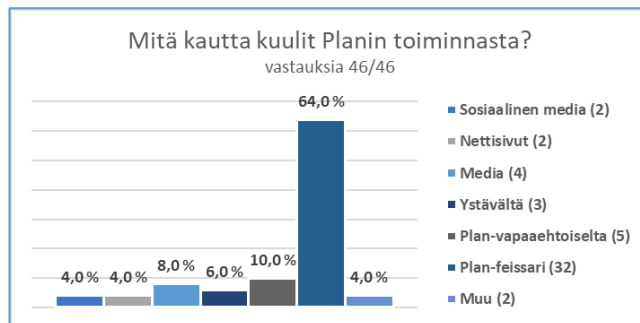
5.2 Alle vuoden kummit

Alle vuoden kummeista 29 henkilöä (63%) kertoi olevansa naisia ja 17 henkilöä miehiä (37%). Noin kolmasosa kummeista kertoivat ikäryhmäkseen 60 ja yli. Vastatuimmat maakunnat olivat Uusimaa (63%) ja Varsinais-Suomi (6,5%). Taustatietojen jälkeen kummeja pyydettiin kuvailemaan Plania kolmella sanalla (taulukko 3). Valitut sanat pohjautuvat liitteeseen 5, ja analysoinnissa on yhdistetty sanojen synonyymejä keskenään. Esimerkiksi apu ja auttavainen ollaan yhdistetty sanaksi auttavainen. Kysymykseen vastasi 38 kummiä, eli kahdeksan kummiä jätti vastaamatta.

Taulukko 3. Alle vuoden kummien käytetyimmät sanat kuvailemaan Plania (N = 38)

Kuvaile Plania kolmella sanalla, alle vuoden kummit	
vastauksia 38/46	
1. Luotettava	6. Aikaansaava
2. Auttavainen	7. Hyvällä asialla
3. Vastuullinen	8. Kansainvälinen
4. Tärkeä	9. Välittävä
5. Hyväntekijä	10. Helppo

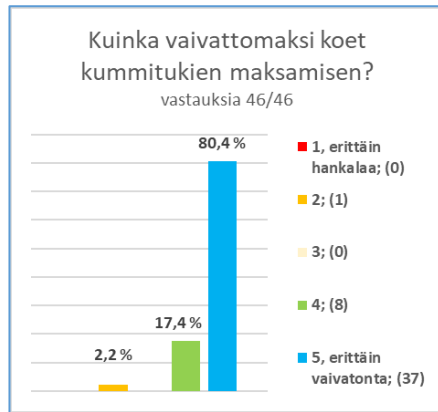
Alle vuoden kummit kuvailivat Plania luotettavaksi, auttavaiseksi ja vastuulliseksi. Muita merkittäviä sanoja olivat tärkeä, hyväntekijä, aikaansaava, hyvällä asialla, kansainvälinen, välittävä ja helppo. Mainitut sanat ovat positiivisia ja liittyvät vahvasti siihen, mitä Plan haluaa viestiä itsestään ulospäin. Seuraavaksi kummeja pyydettiin kertomaan, kuinka heidän mielestään Plan eroaa muista järjestöistä. Liitteestä 6 nähdään 14 kummin vastanneen, että heillä ei ole joko kokemusta tai heidän mielestään Plan ei eroa mitenkään muista järjestöistä. Neljä kummiä kertoi, että lahjoittaminen ja toiminta Planilla on henkilökohtaisempaa. Muita eroja kummien mielestä ovat muun muassa ne, että Plan tuo sponsorin eli lahjoittajan lähelle kummilasta, toiminta keskittyy naisiin ja tyttöihin, sekä lahjoituksella vaikutetaan koko yhteisön hyvinvointiin. Eroavaisuuden jälkeen kummeilta selvitettiin eri kanavia, joiden kautta he kuulivat Planin toiminnasta (kuvio 14). Kysymykseen sai vastata useamman vaihtoehdon.



Kuvio 14. Kummien vastaukset mitä kautta kuulivat Planin toiminnasta (N = 46)

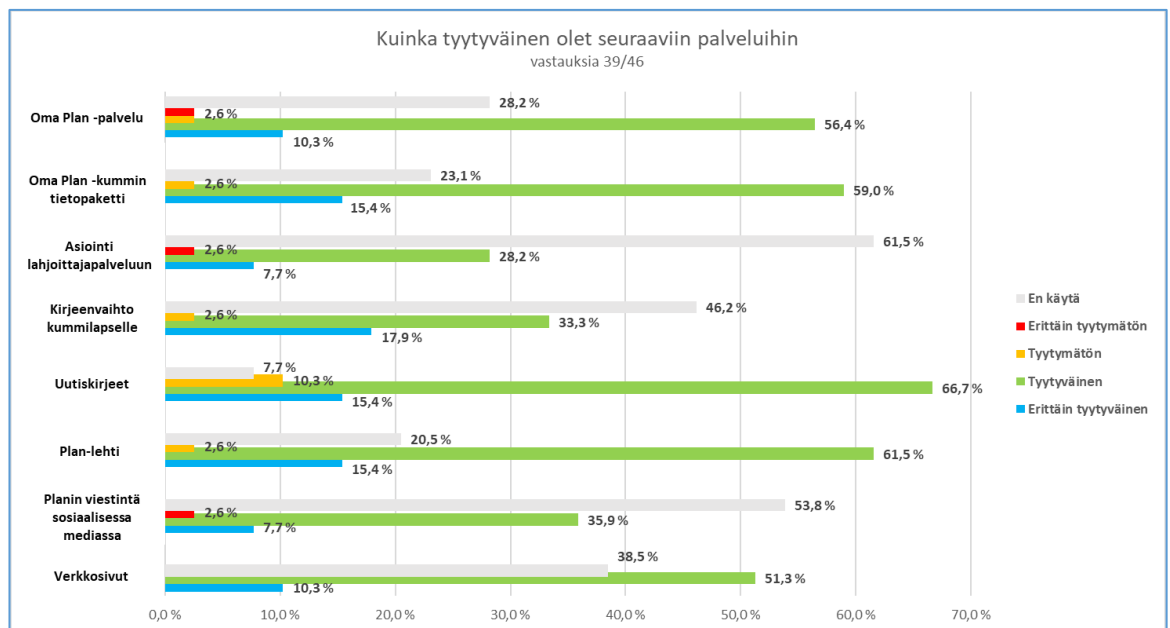
32 kummiä (64%) kertoi kuulleensa Planin toiminnasta vähintään Plan-feissarin kautta. Tämä on linjassa Planin tavoitteeseen lisätä feissaritoimintaa ja sen näkyvyyttä Planin toiminnassa. Viisi kummiä (10%) kertoi kuulleensa toiminnasta Plan-vapaaehtoiselta, neljä kummiä (8%) mediasta, ja kolme kummiä (6%) ystävältä. Loput vaihtoehdot olivat 4% kaikista vastauksista eli kaksi kummiä vastausvaihtoehtoa kohden. Muu -vaihtoehtoon vastanneet kummit kertoivat kuulleensa toiminnasta tuntemattomalta esittelijältä ja Plan-edustajalta.

Kummeilta kysyttiin, ovatko he saaneet riittävästi tietoa kummiudesta, ja tietävätkö he kuinka maksetut tuet käytetään, sekä niiden vaikutuksista. 45 kummiä (97,8%) kertoi saaneensa tarpeeksi tietoa kummiudesta, ja yksi kummeista (2,2%) vastasi että ei ole saanut. 43 kummiä (93,5%) kertoi tietävänsä tukien käytöstä ja niiden vaikutuksista, ja kolme kummiä (6,5%) kertoi, että eivät ole tietoisia. Kummitukikysymyksen jälkeen selvitettiin, kuinka vaivattomaksi kummit kokevat tukien maksamisen asteikolla 1–5 (kuvio 15).



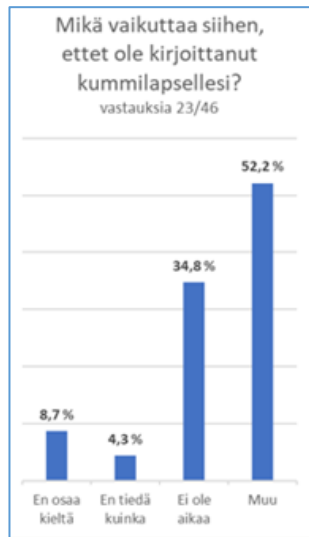
Kuvio 15. Kummitukien maksamisen vaivattomuus (N = 46)

Suurin osa vastaajista eli 37 kummiä (80,4%) kertoi tukien maksamisen olevan erittäin vaivatonta. 8 kummiä (17,4%) vastasi arvon 4, sekä yksi kummi (2,2%) arvoksi 2. CSAT-mittaria mukaillen vastauksista laskettiin CSAT-arvo. CSAT-arvoksi saatiin 97,8%, joka pyöristettiin CSAT-luvuksi 98 eli kummit kokevat tukien maksamisen lähes erittäin vaivattomaksi. Seuraavaksi kummeilta kysyttiin kuinka tyytyväisiä he ovat olleet tarjottaviin palveluihin (kuvio 16). Kysymykseen vastasi 39 kummiä eli seitsemän kummiä jätti vastaamatta. Suurin osa kummeista ovat olleet tyytyväisiä kaikkiin palveluihin, paitsi asiointiin lahjoittajapalveluun, kirjeenvaihtoon kummilapselle ja Planin viestintään sosiaalisessa mediassa, joihin enemmistö vastasi, että eivät käytä kyseisiä palveluita. Tyytyväisiä ollaan erityisesti uutiskirjeisiin (66,7%), Plan-lehteen (61,5%) ja Oma Plan -kummin tietopakettiin (59%).



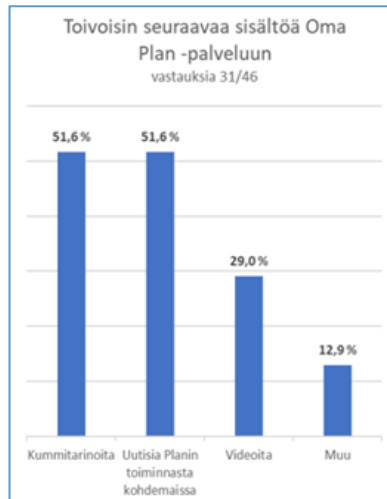
Kuvio 16. Alle vuoden kummien tyytyväisyysdentaso palveluihin (N = 39)

Vastanneet kummit perustelivat miksi eivät käytä kyseisiä palveluita tai ovat niihin tyytymättömiä (liite 6). Käyttämättömyyden päälimmäisiksi syiksi kummit nimesivät ajanpuutteen tai sen, että eivät koe tarvitsevänsä kyseisiä palveluita. Tyytymättömyyttä perusteltiin muun muassa yksipuolisilla julkaisuilla Plan-lehdessä. Muut kommentit liittyivät lähinnä postien vastaanottamiseen. Kummit ovat kertoneet lisää tyytymättömyytensä syitä muiden kysymysten kohdalla. Seuraavaksi kummeilta kysyttiin kirjeenvaihdosta kummilapsen kanssa ja mahdollisia syitä, miksi osa kummeista ei kirjoita kummilapsellensa (kuvio 17).



Kuvio 17. Kummien vastaukset kummikirjeiden kirjoittamiseen (N = 23)

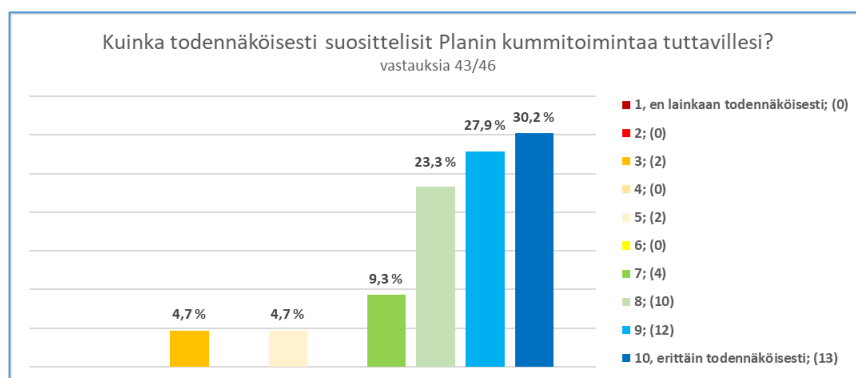
25 kummiä (54,3%) ei ole kirjoittanut kummilapsellensa ja 21 kummiä (45,7%) on kirjoittanut. 23 kummiä perusteli syynsä, miksi ei ole kirjoittanut. Kaksi kummiä (8,7%) kertoi, että ei osaa kieltä, yksi kummeista (4,3%) ei tiedä kuinka, kahdeksalla kummilla (34,8%) ei ole aikaa, ja 12 kummiä (52,2%) vastasi syyksi jonkin muun. Muu vaihtoehtoon vastattiin muun muassa laiskuus, kummi ei tiedä mistä kirjoittaisi, kirjoittaminen ei ole ajankohtaista, sekä se, ettei kummi halua henkilökohtaista sidettä kummilapseensa (liite 7). Tämän jälkeen kummeilta selvitettiin, millaista sisältöä he haluavat Oma Plan -palveluun (kuvio 18). Kysymykseen vastasi 31 kummiä, eli 15 kummiä jätti vastaamatta. Kummit saivat vastata usean vaihtoehdon.



Kuvio 18. Kummien vastaukset Oma Plan -palvelun sisältöön (N = 31)

16 kummiä toivoi Oma Plan -palveluun erityisesti kummitarinoita ja uutisia Planin toiminnasta kohdemaissa. Molempien vaihtoehtojen osuus oli 51,6% vastausmäärästä 31. Yhdeksän kummiä (29%) toivoi videoita, ja neljä kummiä (12,9%) toivoi muuta sisältöä, kuten ohjeistusta valokuvien liittämiseen kirjeisiin (liite 7). 17 kummiä perusteli, miksi eivät käytä Oma Plan -palvelua. Yksi kummi kertoi, ettei tiedä tunnuksiansa (5,9%), seitsemän kummiä (41,2%) ettei halua käyttää ja yhdeksän kummiä (52,9%) syyksi jonkin muun. Muu vaihtoehtoon vastattiin muun muassa ajanpuute, laiskuus, passiivisuus ja korkea ikä.

Alle vuoden kummeista 43 kertoi kuinka todennäköisesti suosittelisi Planin kummitoimintaa tuttavillessa, eli kolme kummiä jätti vastaamatta (kuvio 19). Suurin osa kummeista, 13 kummiä (30,2%) voi erittäin todennäköisesti suositella Planin kummitoimintaa. Arvon 9 antoi 12 kummiä (27,9%), arvon 8 antoi 10 kummiä (23,3%) ja arvon 7 antoi neljä kummiä (9,3%). Loput vastaukset jakautuivat arvoille 5 ja 3, eli kaksi kummiä molemmille arvoille (4,7%). Kyselyssä käytetyn oman mittarin mukaan 30,2% voi suositella erittäin todennäköisesti, 51,2% melko todennäköisesti, sekä 18,7% vastasi neutraalisti.



Kuvio 19. Alle vuoden kummien suositteluhalukkuus kummitoiminnasta (N = 43)

NPS-mittarin mukaan alle vuoden kummeista suosittelijoita on 58,1%, passiivisia 32,6%, ja arvostelijoita 9,4%. NPS-luvuksi muodostui 48,7, joka voidaan pyöristää kokonaisluvuksi 49. Suosittelujen jälkeen arvojen 1–2 ja 8–10 antaneilta kummeilta kysyttiin perusteluita antamillensa arvoille. Tähän vastasi 31 kummi (liite 8). Perusteluista nousi esille muun muassa se, että kummit kokevat lahjoittamisen ja auttamisen tärkeäksi, kummitointa on helppo tapa parantaa maailmaa, sekä Planin kautta lahjoittaminen koetaan luotettavaksi.

Kyselyn lopussa kummeille annettiin mahdollisuus kertoa terveisiä Planille (liite 8). 24 kummi kertoi terveisensä, jotka olivat lähinnä positiivisia. Niistä löytyi myös muutamia kehitysehdotuksia ja perusteluita mahdolliseen tyytymättömyyteen kummiudesta. Kummit ehdottivat muun muassa sitä, että Plan voisi antaa ideoita kummikirjeiden kirjoittamiseen, kehittää ”lahjakortteja” tytöille, sekä mahdollistaa Plan-lehden lukemista sähköisessä muodossa. Kummien tyytymättömyyteen liittyvät palautteet viittaavat siihen, että osa kummeista kokee saavansa liikaa postia Planilta, puutteellista tietoa lisälahjotuspyyntöjen käytötarkoituksista, sekä sähköisen kirjeenvaihdon hankalaksi Oma Plan -palvelussa.

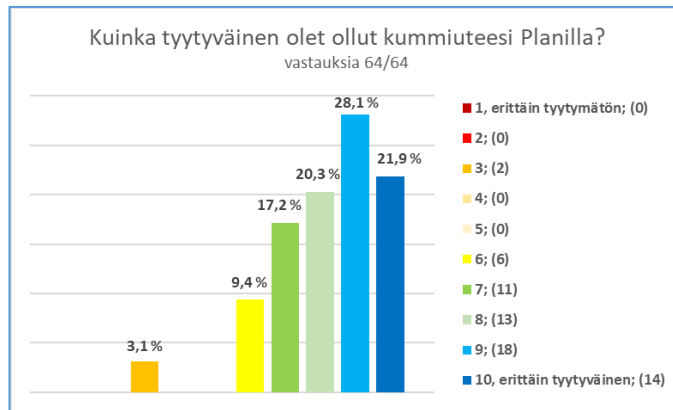
5.3 Monivuotiset kummit

Monivuotisista kummeista 52 henkilöä (81,3%) kertoi olevansa naisia ja 12 henkilöä (18,8%) miehiä. Noin kolmasosa kummeista kertoi kuuluvansa ikäryhmään 60 ja yli. Vastatuimmat maakunnat olivat Uusimaa (71,9%), sekä Varsinais-Suomi ja Kanta-Häme (6,5%). Muu -vastausvaihtoehtoon vastattiin Ruotsi ja ulkomaat. Taustatietojen jälkeen kummeja pyydettiin kuvailemaan Plania kolmella sanalla ja kertomaan kuinka tyytyväisiä he ovat olleet kummiuteensa Planilla (taulukko 4). 56 kummi kuvaili Plania, eli kahdeksan kummi jätti vastaamatta. Kuvailussa käytetyt sanat pohjautuvat liitteeseen 5, ja analysoinnissa on yhdistetty sanojen synonyymejä keskenään, esimerkiksi positiivisuus ja positiivinen on yhdistetty sanaksi positiivinen.

Taulukko 4. Monivuotisten kummien käytetyimmät sanat kuvailemaan Plania (N = 56)

Kuvaile Plania kolmella sanalla, monivuotiset kummit	
vastauksia 56/64	
1. Luotettava	6. Tärkeä
2. Auttavainen	7. Järjestö
3. Lapset ja tytöt	8. Positiivinen
4. Hyväntekijä	9. Opettava
5. Vastuullinen	10. Tulevaisuus

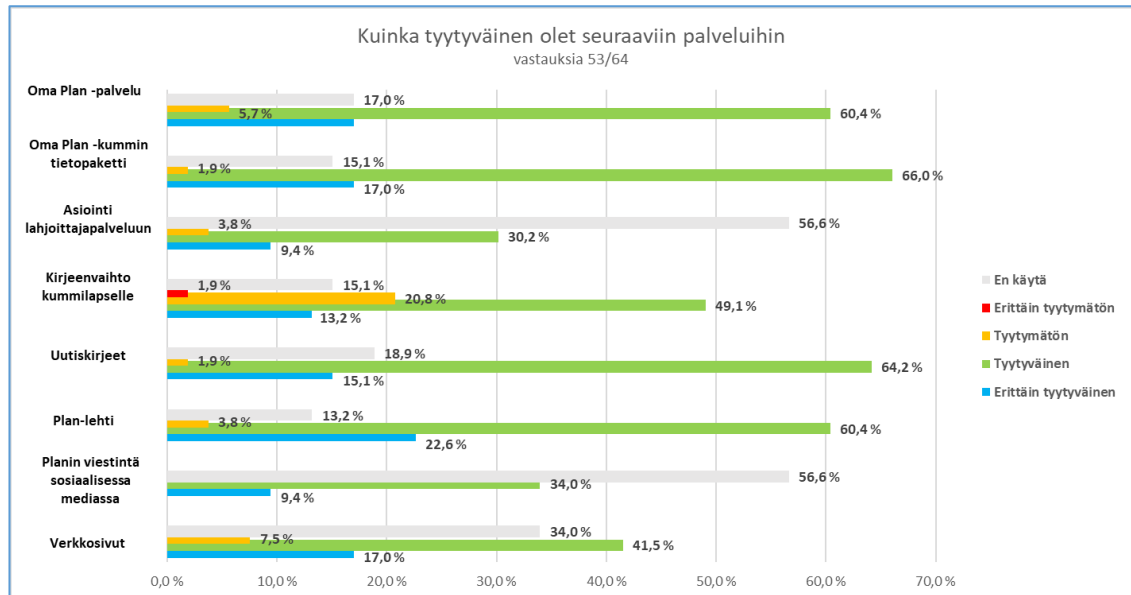
Monivuotiset kummit kuvailivat Plania erityisesti sellaisilla sanoilla, jotka liittyvät luotettavuuteen, auttavaisuuteen, sekä lapsiin ja tyttöihin. Muita sanoja olivat hyväntekijä, vastuullinen, tärkeä, järjestö, positiivinen, opettava, sekä tulevaisuus. Sanat ovat positiivisia ja liittyvät vahvasti siihen, kuinka tärkeinä kummit pitävät Planin toimintaa. Seuraavaksi kummeilta kysyttiin kuinka tyytyväisiä he ovat olleet kummiuteensa Planilla (kuvio 20).



Kuvio 20. Monivuotisten kummien tyytyväisyys kummiuteen (N = 64)

14 kummiä (21,9%) vastasi olevansa erittäin tyytyväisiä, ja melko tyytyväisiä lähes puolet eli arvon 9 (28,1%) ja 8 (20,3%) antaneet. Loput arvot jakautuivat arvoille 7, 6 ja 3. Tyytyväisyyden keskiarvoksi muodostui 8,2. Tämän jälkeen kummeilta kysyttiin jatkokysymys, eli olisiko jokin voinut mennä paremmin heidän kummiutensa aikana. Kysymykseen vastasi 43 kummiä, eli kolme jätti vastaamatta. Vastauksista ilmeni muun muassa se, että osa kummeista olisi toivonut parempaa yhteydenottoa lapseen, enemmän tietoa kummilapsestaan, sekä mahdollisuutta lähettää oikeita kirjeitä kummilapsellensa. Näiden lisäksi useampi kummi koki, että olisi voinut itse olla aktiivisempi lahjoittajana (liite 9).

53 kummiä vastasi kysymykseen liittyen palveluiden tyytyväisyyteen, eli 11 kummiä jätti vastaamatta (kuvio 21). Suurin osa kummeista ovat olleet tyytyväisiä kaikkiin palveluihin, poikkeuksena asiointi lahjoittajapalveluun ja Planin viestintä sosiaalisessa mediassa, joihin enemmistö vastasi, että eivät käytä kyseisiä palveluita. Tyytyväisiä oltiin erityisesti Oma Plan -kummin tietopakettiin (66%), uutiskirjeisiin (64,2%), sekä Oma Plan -palveluun ja Plan-lehteen (60,4%). Tyytymättömyyden taso on pieni kaikissa muissa palveluissa paitsi kirjeenvaihdossa kummilapsen kanssa, joka oli yli 20%.



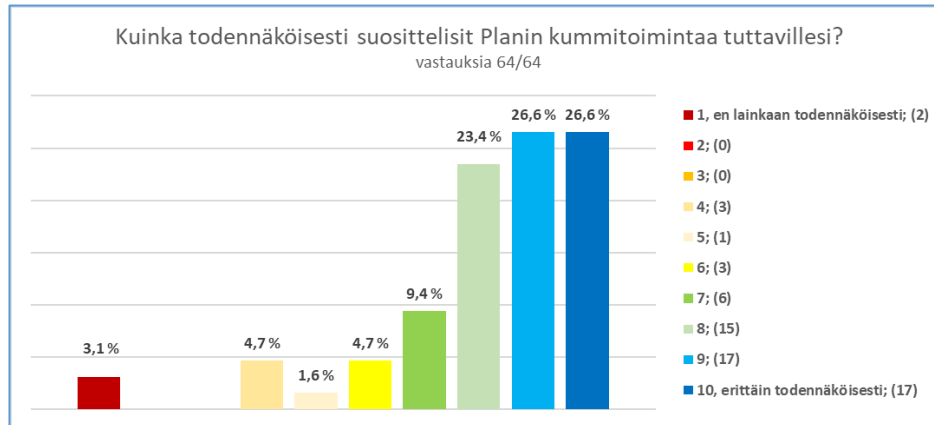
Kuvio 21. Monivuotisten kummien tyytyväisyydentaso palveluihin (N = 53)

Kummit perustelivat tyytymättömyytensä tasoa ja miksi eivät käytä kyseisiä palveluita (liite 10). Käyttämättömyyden päälimmäisiksi syiksi kummit nimesivät ajanpuutteen tai sen, että eivät koe tarvitsevänsä kyseistä palvelua. Tyytymättömyyttä perusteltiin muun muassa kirjeenvaihdon vaihtumisella paperisesta sähköiseen. Muut kommentit liittyivät lähinnä postien vastaanottamiseen ja siihen, että kummit haluavat enemmän tietoa kummilapsestaan. Kummit ovat avanneet myös tyytymättömyytensä syitä muiden kysymysten kohdalla.

Seuraavaksi kummeilta selvitettiin ovatko he kirjautuneet Oma Plan -palveluun viimeisen puolen vuoden aikana, ja onko heillä jotain, mistä kaipaisivat lisätietoja liittyen kummiuteen tai Planin työhön. 46 kummiä (71,9%) vastasi, että on kirjautunut Oma Plan -palveluun, ja 18 kummiä (28,1%) ei ole. Mikäli kummi vastasi ettei ole kirjoittanut Oma Plan -palveluun, pyydettiin häntä perustelemaan vastauksensa (liite 11). 17 kummiä kertoi päälimmäisiksi syiksi sen, että eivät koe Oma Plan -palvelua tarpeelliseksi tai heitä ei kiinnosta käyttää kyseistä palvelua. Tämän lisäksi osa kummeista kokee, että heillä ei ole aikaa, asiointi on hankalaa tai kummi haluaa toimia vain passiivisena lahjoittajana. Monivuotisista kummeista 11 (17,2%) kertoi kaipaavansa lisätietoja, ja 53 ei kaipaa (82,8%). Lisätietoja halutaan muun muassa kummilapsesta ja hänen kylästään, kuinka kummin lahjoittama tuki on konkreettisesti auttanut, sekä kuinka kummi voi toimia konkreettisemmin lahjoituksensa lisäksi (liite 11).

Seuraavaksi kummeilta kysyttiin kuinka todennäköisesti he voisivat suositella Planin kummitoimintaa tuttavillensa (kuvio 22). Suurin osa kummeista eli 17 kummiä (25,4%) voi erittäin todennäköisesti suositella Planin kummitoimintaa. Arvon 9 antoi 17 kummiä (25,4%),

ja arvon 8 antoi 15 kummaa (22,4%). Kuusi kummaa (9%) vastasivat arvot 7 ja 4 kumpaa-kin arvoa kohden, kolme kummaa (4,5%) arvon 6, sekä yksi kummi (1,5%) arvon 5. Kaksi kummaa (3%) kertoi, että ei voi lainkaan todennäköisesti suositella kummitoimintaa. Kyse-lyssä käytetyn oman mittarin mukaan 25,4% voi suositella erittäin todennäköisesti, 47,8% melko todennäköisesti, 24% vastasi neutraalisti, ja 3% ei lainkaan todennäköisesti suosit-telisi.



Kuvio 22. Monivuotisten kummien suositteluhalukkuus kummitoiminnasta (N = 64)

NPS-mittarin mukaan monivuotisista kummeista suosittelijoita on 50,8%, passiivisia 31,4%, ja arvostelijoita 18%. NPS-luvuksi muodostui 32,8, joka voidaan pyöristää kokonaisluvuksi 33. Suosittelujen jälkeen arvojen 1–2 ja 8–10 antaneilta kysyttiin perusteluita antamillensa arvoille (liite 11). 39 kummaa perusteli arvonsa, ja niistä nousi esille erityisesti se, että kummit kokevat lahjoittamisen ja auttamisen tärkeäksi, kummitoiminta on helppo tapa parantaa maailmaa ja lasten tilannetta, sekä Planin kautta lahjoitusten tietää menevän oikeisiin kohteisiin. Yksi kummeista kertoi, ettei koe saavansa yksilöllistä palvelua.

Kummeille annettiin mahdollisuus kertoa tarinoita kummivuosiensa ajalta, johon vastasi 21 kummaa. Tarinat löytyvät liitteestä 12, ja niistä löytyy lähinnä positiivisia sekä innostavia kertomuksia. Yhdessä tarinassa kummi kertoi, että on halunnut auttaa Indonesiassa asuvia ihmisiä noin 15 vuoden ajan ja koki Planin kautta lahjoittamisen turvalliseksi. Kummitarinoitten jälkeen kummeille annettiin mahdollisuus kertoa terveiset Planille (liite 12). 20 kummaa kertoi terveisensä, jotka liittyivät lähinnä postien vastaanottamiseen, ja toiveeseen että toiminnasta ja tukien vaikutuksista viestittäisiin enemmän. Terveisten jälkeen monivuotisilta kummeilta kysyttiin Hyvä testamentti -kampanjaan liittyvät kysymykset.

Yksi kummeista (1,6%) on tutustunut Hyvä testamentti -sivustoon, 60 kummaa (93,8%) ei ole tutustunut sivustoon, sekä kolme kummaa (4,7%) ei ole tutustunut, mutta ovat kiinnostuneita. 53 kummaa (82,8%) kertoi että ei ole ajatellut testamenttaavansa omaisuuttansa

Planin toimintaan, kun taas 11 kummiä (17,2%) voisi ehkä testamentata osan omaisuudesta. Kukaan kummeista ei ole tehnyt testamenttia, jossa tuettaisiin edes osittain Planin toimintaa. Yksi kummi on kiinnostunut testamentti-illoista ja kolme kummiä vastasi muu vaihtoehtoon, johon he kirjoittivat vastaukseksi muun muassa ajatuksen, sekä auttamisen (liite 12).

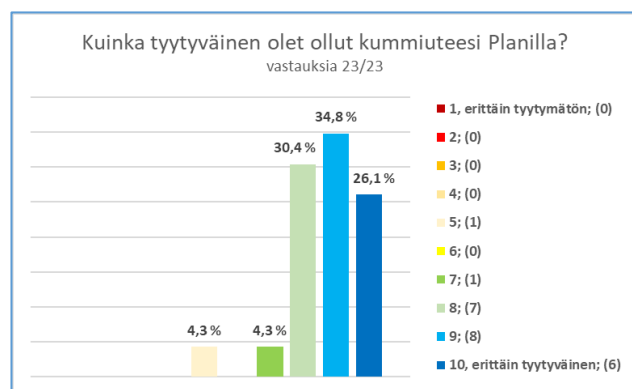
5.4 Pitkäaikaiset kummit

Pitkäaikaisista kummeista 19 henkilöä (82,6%) kertoi olevansa naisia, 3 henkilöä (13%) miehiä ja yksi kummeista (4,3%) ei halunnut kertoa sukupuoltansa. Noin kolmasosa kummeista kertoi kuuluvat ikäryhmään 60 ja yli. Vastatuimmat maakunnat olivat Uusimaa (39,1%), sekä Varsinais-Suomi ja Pirkanmaa (6,5%). Taustatietojen jälkeen kummeja pyydettiin kuvailemaan Plania kolmella sanalla (taulukko 5). Kuvailussa käytetyt sanat pohjautuvat liitteeseen 5, ja analysoinnissa on yhdistetty sanojen synonyymejä keskenään, esimerkiksi hyväntekijä ja hyväntekeväisyys on yhdistetty sanaksi hyväntekijä.

Taulukko 5. Pitkäaikaisten kummien käytetyimmät sanat kuvailemaan Plania (N = 23)

Kuvaile Plania kolmella sanalla, pitkäaikaiset kummit	
vastauksia 23/23	
1. Luotettava	6. Hyväntekijä
2. Vastuullinen	7. Välittävä
3. Tärkeä	8. Auttavainen
4. Lapset ja työt	9. Hyvä
5. Avoin	10. Arvokas

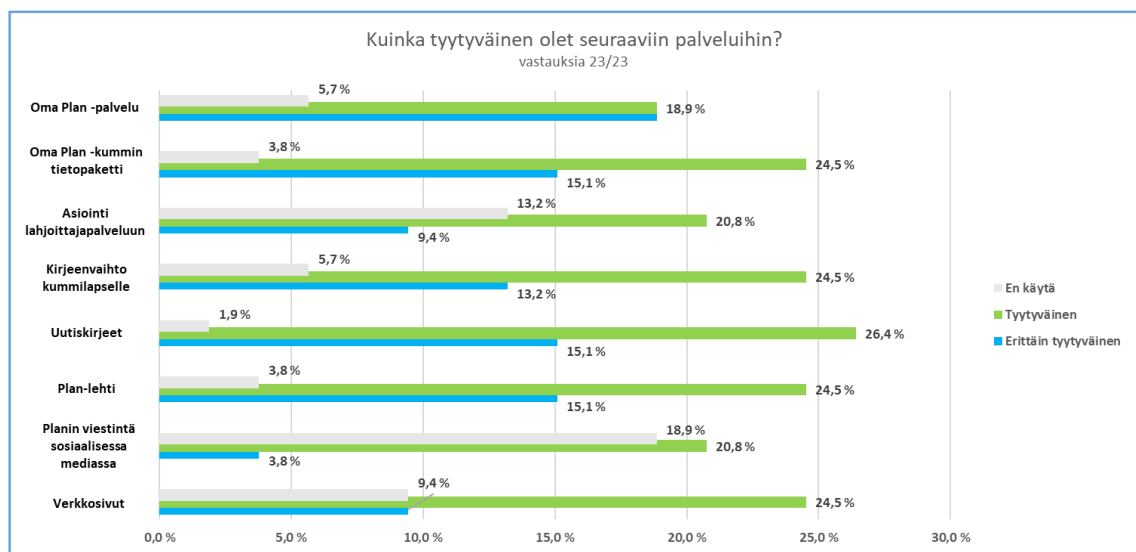
Pitkäaikaiset kummit kuvailivat Plania eniten sanoilla liittyen luotettavuuteen, vastuullisuuteen, sekä tärkeyteen. Neljäntenä mainittiin lapset ja työt. Muita eniten käytettyjä sanoja kuvailemiseen olivat sanat avoin, hyväntekijä, välittävä, auttavainen, hyvä, sekä arvokas. Sanat ovat positiivisia ja niistä heijastuu kummien arvostus Planin toimintaa kohtaan. Seuraavaksi kummeilta kysyttiin kuinka tyytyväisiä he ovat olleet kummiuteensa Planilla (kuvio 23).



Kuvio 23. Pitkäaikaisten kummien tyytyväisyys kummiuteen (N = 23)

Kuusi kummiä (26,1%) vastasi olevansa erittäin tyytyväisiä. Melko tyytyväisiä eli arvon 9 antaneita oli kahdeksan kummiä (34,8%) ja arvon 8 antaneita oli seitsemän kummiä (30,4%). Neutraaleja arvoja 7 ja 5 vastattiin osuukin 4,3% eli yksi kummi molempia arvoja kohden. Keskiarvoksi muodostui 8,5. Seuraavaksi kummeilta kysyttiin olisiko jokin voinut mennä paremmin kummiuden aikana, joka toimi edellisen kysymyksen jatkokysymyksenä. Tähän kysymykseen vastasi 14 kummiä, eli yhdeksän jätti vastaamatta. Vastauksista nousi erityisesti ilmi se, että osa kummeista olisi halunnut toimia itse aktiivisemmin (liite 13).

Pitkäaikaiset kummit ovat olleet tyytyväisiä palveluihin, erityisesti uutiskirjeisiin osuudella 14 kummiä (26,4%). Mikäli kummit eivät olleet tyytyväisiä, olivat he erittäin tyytyväisiä tai eivät käytä kyseisiä palveluita. Kukaan ei kertonut olevansa tyytymätön tai erittäin tyytymätön mihinkään palveluun. 10 kummiä (19%) kertoi, ettei käytä Planin sosiaalista mediaa. Seuraavassa kuviossa (kuvio 24) havainnollistetaan kaikkien palveluiden tyytyväisyydentasoa.

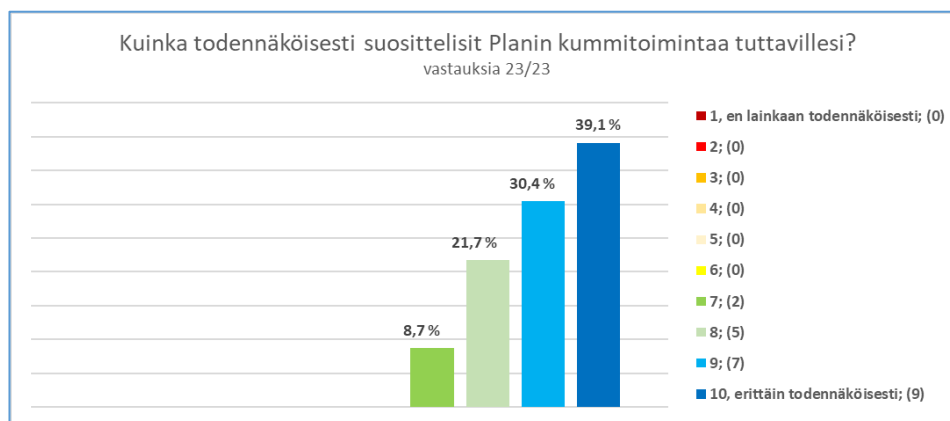


Kuvio 24. Pitkäaikaisten kummien tyytyväisyydentaso palveluihin (N = 23)

Kummit perustelivat miksi eivät käytä kyseisiä palveluita (liite 13). Käyttämättömyyden pääsimmäisiksi syiksi he nimesivät ajanpuutteen tai sen, etteivät koe tarvitsevänsä kyseistä palvelua. Muut kommentit liittyivät lähinnä postien vastaanottamiseen ja siihen, että kummit toivoisivat lukemattomiin lehtiin sijoitetut rahat laitettavan lasten hyväksi. Seuraavaksi kummeilta kysyttiin ovatko he kirjautuneet Oma Plan -palveluun viimeisen puolen vuoden aikana. 18 kummiä (78,3%) vastasi, että on kirjautunut Oma Plan -palveluun, viisi kummiä (21,7%) ei ole. Mikäli kummi vastasi ettei ole kirjoittanut Oma Plan -palveluun, pyydettiin heitä perustelemaan vastauksena. Viisi kummiä perusteli pääsimmäiseksi

syyksi sen, että eivät ole joko muistaneet, ehtineet, kokeneet tarpeelliseksi tai löytäneet aikaa. Yksi kummi kertoi, että ei halua kirjautua palveluun. Seuraavaksi pitkäaikaisille kummeille annettiin mahdollisuus kertoa yksi asia, jonka Planin tulisi toteuttaa heidän mielestään (liite 13). 10 kummiä vastasi kyseiseen kysymykseen. Kummit ehdottivat muun muassa, että Plan voisi kertoa kuinka helposti ja nopeasti kummi saisi pidettyä yhteyttä kummilapseensa kiireisen arjen keskellä, sekä Plan voisi järjestää tiedotustyyppisiä tilaisuuksia esimerkiksi tietyn kohdemaan tilanteista kiinnostuneille. Osa kummeista toivoi, että kirjeet voisi toimittaa nopeammin perille, ja Plan raportoi kummilapsen perheestä sekä annetusta avusta esimerkiksi tarinoita hyödyntäen.

Kummeilta kysyttiin kuinka todennäköisesti he voisivat suositella Planin kummitoimintaa tuttavillessa (kuvio 25). Vastaajista yhdeksän kummiä (39,1%) voi suositella erittäin todennäköisesti. Arvon 9 antoi seitsemän kummiä (30,4%), ja arvon 8 antoi viisi kummiä (21,7%). Arvon 7 antoi kaksi kummiä (8,7%). Kyselyssä käytetyn oman mittarin mukaan 39,1% voi suositella erittäin todennäköisesti, 52,3% melko todennäköisesti, ja 8,7% vastasi neutraalisti.



Kuvio 25. Pitkäaikaisten kummien suositteluhalukkuus kummitoiminnasta (N = 23)

NPS-mittarin mukaan pitkäaikaisista kummeista suosittelijoita on 69,5% ja passiivisia 30,4%. NPS-luvuksi muodostui 69,5, joka voidaan pyöristää kokonaisluvuksi 70. Suosittelevien jälkeen arvojen 8–10 antaneilta kysyttiin perusteluja antamillensa arvoille (liite 14). 17 kummiä perusteli arvonsa, ja niistä nousi esille erityisesti se, että kummit kokevat lahjoittamisen luotettavaksi Planin kautta, he tietävät lahjoitusten menevän oikeaan paikkaan, sekä lahjoittaminen on helppo tapa parantaa maailmaa ja auttaa lapsia.

Kummeille annettiin mahdollisuus kertoa tarinoita kummivuosiensa ajalta, johon vastasi kuusi kummiä. Tarinat löytyvät liitteestä 14, ja niistä löytyy lähinnä positiivisia komment-

teja. Yksi kummeista kertoi, että kummius on konkreettinen muistutus siitä, miten erilaisissa tilanteissa lapset kasvavat. Kummitarinoiden jälkeen kummit kertoivat Planille terveiset (liite 14). Kahdeksan kummiä kertoi terveisensä, jotka olivat pelkästään positiivisia ja kannustavia. Yksi kummeista mainitsi, että #eihymyilytä-kampanja oli hänestä loistava. Terveisten jälkeen kummeilta kysyttiin Hyvä testamentti -kampanjaan liittyvät kysymykset.

Kukaan kummeista ei ole tutustunut Hyvä testamentti -sivustoon, mutta neljä kummiä (17,4%) ovat kiinnostuneita. Yksi kummeista (4,3%) on ajatellut voivansa testamentata osan omaisuudestaan Planin toimintaan, 15 kummiä (65,2%) ei ole ajatellut testamenttaavansa, ja 7 kummiä (30,4%) voisi ehkä testamentata osan omaisuudestaan. Kukaan kummeista ei ole tehnyt testamenttia, jossa tuettaisiin edes osittain Planin toimintaa. Yksi kummi on kiinnostunut testamentti-illoista ja yksi kummi vastasi muu vaihtoehtoon, johon hän kirjoitti että auttaminen kiinnostaa (liite 14).

6 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

Opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää kuinka tyytyväisiä eri ajan mukana olleet kummit ovat olleet asiakkuuteensa ja Planin toimintaan. Lisäksi tuloksista haluttiin selvittää onko kummeilla mahdollisia kehitysehdotuksia, ja ovatko kummien mielipiteet yhtenäisiä yrityksen viestimän mielikuvan kanssa. Johtopäätöksillä perustellaan vastausten pohjalta ilmenneitä havaintoja asetettuihin tutkimusongelmiin.

Opinnäytetyön tuloksia ei voida verrata aiempiin tuloksiin, eikä kaikista kolmesta kyselystä saatuja vastauksia voida suoranaisesti verrata toisiinsa, kuten raportissa aiemmin mainittiin. Asiakkaiden tyytyväisyyteen vaikuttaa moni osatekijä, joita käsiteltiin luvussa 3. Näitä osatekijöitä ovat muun muassa odotettu ja koettu laatu palvelusta, sekä ostajan psykologiset tekijät. Odotettu laatu sisältää muun muassa viestinnän, asiakkaiden tarpeet ja arvot. Koettu laatu sisältää puolestaan teknisen laadun ja toiminnallisen laadun. Ostajan psykologiset tekijät koostuvat esimerkiksi yksilön arvoista, tarpeista ja motiiveista. Kummien kuvailemat sanat Planista ja eroavaisuudet muista järjestöistä vahvistivat sen, että kummien arvot ja mielipiteet ovat linjassa Planin viestimän mielikuvan kanssa. Myös kummien odotettu palvelun laatu kohtasi lähtökohtaisesti koetun palvelun laadun kanssa.

Kaikki kummit olivat kysytyihin palveluihin tyytyväisiä. Mikäli kummit eivät olleet tyytyväisiä, kertoivat he etteivät käytä kyseisiä palveluita. Lähes kolmasosa kummeista eivät käytä Planin sosiaalista mediaa tai verkkosivuja. Tämä johtuu todennäköisesti kummien iästä, sillä lähes 60% kummeista kuuluvat joko ikäryhmään 50–59 tai 60 ja yli. Iäkkäämmät ihmiset eivät todennäköisesti käytä yhtä paljon sosiaalista mediaa tai nettiä kuin nuorempi sukupolvi. Vastauksista selvisi myös se, että monella ei ole aikaa seurata Planin toimintaa näiden kanavien kautta. Kummeilla ei ilmennyt erityisemmin tyytymättömyyttä palveluihin. Kummit olivat jossain määrin tyytymättömiä kirjeenvaihtoon kummilapsen kanssa, erityisesti monivuotiset kummit, joka johtuu lähinnä kirjeiden vaihtamisesta paperisesta sähköiseen. Kyseisen kummiryhmän tyytymättömyys kohdistui myös uutiskirjeisiin, joita perusteltiin lähinnä liiallisella postinsaannilla ja puutteellisella viestinnällä omasta kummilapsesta. Kokeneemmilta kummeilta kysytyn Hyvä testamentti -osuuden vastauksista ilmeni, että kummeille aihe on vielä vieras, eikä moni ole tällä hetkellä kiinnostunut testamenttaamaan osaa omaisuudestaan Planin toimintaan.

Tulosten pohjalta näyttää siltä, että tuoreet kummit ovat kokonaisuudessaan positiivisia kummiutensa suhteen. Alle vuoden kummien NPS-luvuksi muodostui 49, joka on hyvällä tasolla. Heidän vastauksistaan nousi erityisesti esille se, että kummikirjeiden kirjoittamiseen tarvitaan lisäohjeita ja vinkkejä, mistä lapselle voisi kirjoittaa. Pidempään toimineiden

kummien tulokset viittaavat taas siihen, että he ovat pääosin tyytyväisiä, mutta heidän mielestään kehityskohteita löytyy. Monivuotisten kummien NPS-luvuksi muodostui 33, joka on kaikista kyselyistä matalin. Heidän palautteistaan nousi esille erityisesti se, että kirjeenvaihdon muuttaminen sähköiseksi ei ollut kummeille mieleinen ratkaisu. Vastauksista ilmeni, että moni kummeista ei tiedä miksi tähän ratkaisuun on päädytty, ja näin toivoisikin takaisin paperista kirjeenvaihtomahdollisuutta. Pisimpään mukana olleiden kummien tulokset olivat erittäin positiivisia, eikä heidän palautteistaan löytynyt erityistä huomioitavaa. Pitkäaikaisten kummien NPS-luku oli 70 eli erittäin hyvä. Tämän suhteen tulee olla kriittinen, sillä alhaisen vastausprosentin myötä kyseisen kummiryhmän mahdolliset negatiiviset vastaukset ovat jääneet huomiotta, joka laskee huomattavasti tulosten reliabiliteettia.

Kaikki kummiryhmät mainitsivat olevansa jossain määrin tyytymättömiä Planin viestintään ja kummikirjeiden kirjoittamiseen. Viestinnän tyytymättömyys johtuu siitä, että moni kummeista kokee saavansa liian usein sähköpostiviestejä tai muuta postia kaikesta muusta, paitsi kummilapsesta ja hänen yhteisön tilanteesta. Kummikirjeiden kirjoittamiseen ollaan tyytymättömiä lähinnä siksi, että kummeilla ei ole enää mahdollisuutta lähettää pieniä lahjoja kummilapselle kirjeen ohella kirjeiden siirrettyä sähköiseen muotoon, eikä sähköinen kirjeenvaihto ole kummien mielestä yhtä aitoa kirjeenvaihtoa kuin paperisesti toteutettava. Osa kokee tämän lisäksi verkossa kirjoitettavan kummikirjeen hankalaksi Oma Plan -palvelun kautta, tai ei tiedä kuinka se tehdään. Nämä palautteet viittaavat siihen, että kummien mielestä tekninen ja toiminnallinen laatu on jokseenkin puutteellista viestinnän ja kummikirjeiden kohdalla. Kuten alaluvussa 3.1.1 mainittiin, asiakkaan näkökulmasta oleellisin on se, mitä hän saa yritykseltä vastineeksi palvelusta ja kuinka kyseinen hyödyke hänelle tarjotaan. Tähän viitaten, kummien palautteista ilmenee, että viestinnässä tekninen laatu ei kohtaa heidän odotuksiansa eli kummit eivät saa sitä mitä odottavat tai haluaivat. Vastaavasti kirjeenvaihdon kohdalla toiminnallinen laatu ei kohtaa kummien odotuksia, eli kummit eivät koe saavansa palvelua haluamallaan tavallaan, joka on tässä tapauksessa kirjeiden toteutustavan muuttuminen. Nämä vaikuttavat olennaisesti kummien kokemaan kokonaislaatuun heikentävästi, ja siten tyytyväisyyden tasoon. Näiden lisäksi erityisesti kummien tyytymättömyys viestinnästä vaikuttaa alaluvussa 3.2.1 mainittuun asiakashallintaan, jossa tarkoituksena on ymmärtää asiakkaita kokonaisvaltaisesti. Kun osa kummeista kokee saavansa liian usein sähköpostiviestejä ja osa puolestaan liian vähän tietoa kummilapsestaan, tulisi kummeille antaa mahdollisuus kertoa ja valita, millaista viestintää kukin kummi haluaa vastaanottaa. Näin kummien tarpeita kuunnellaan, heidän tarpeitansa ymmärretään paremmin, ja ne voidaan huomioida toiminnan parantamisessa.

Tulosten pohjalta ei ilmennyt suuria kehityskohteita, mutta näillä pienilläkin muutoksilla voidaan parantaa huomattavasti kummien asiakastyytyväisyyttä. Taulukossa 6 ollaan esitetty kehityskohteet ja niihin kehitysehdotukset ongelman ratkaisemiseksi.

Taulukko 6. Kehitysehdotukset tulosten pohjalta ilmenneisiin kehityskohteisiin

Kehityskohteet	Kehitysehdotukset
Kummikirjeiden kirjoittaminen	➤ Step-by-step –ohjenurkkaus, hyödyntäen mm. videoita kirjeenvaihdon eri vaiheista ➤ Vinkkikulma eri aiheista, mahdollisesti huomioiden kummilapsen taustat ➤ Perinteinen kirje lapselle 1krt/vuosi
Sähköpostiviestit ja muut postit	➤ Kummeille mahdollisuus valita, millaista postia vastaanottaa ja kuinka usein
Viestintä	➤ Kummeille teemailtoja mm. tietyn kohdemaan tilanteesta ➤ Planin konkreettisista tuloksista uutiskirjeisiin ja Oma Planiin ➤ Plan-lehden lukuvalinta > paperinen tai verkossa, osa varoista ohjelmatoimintaan
Raportointi kummilapsesta	➤ Useammin ja selkeämmin mm. Oma Plan –palveluun hyödyntäen tarinoita ja kuvia

Kummien palautteista ilmeni, että moni heistä kokee sähköisen kummikirjeen kirjoittamisen hankalaksi, eivätkä välttämättä tiedä kuinka kirje kirjoitetaan Oma Planissa. Tämän lisäksi alle vuoden kummien kohdalla kirjoittamattomuus johtuu esimerkiksi siitä, että ei tiedetä mitä tuoreena kummina voisi kirjoittaa kummilapsellensa. Näin ollen kummeille kannattaisi luoda yksityiskohtaiset ohjeet kummikirjeen kirjoittamisen prosessista alusta loppuun asti, sekä kirjallisesti että hyödyntäen videoita. Oma Plan -palveluun voisi luoda myös niin sanotun vinkkikulman, josta heille löytyisi aiheita kummikirjeiden kirjoittamiseen huomioiden esimerkiksi kummiuden vaiheen ja kummilapsen taustat. Näin saataisiin parannettua kyseisen palvelun toiminnallista laatua. Samalla pienennettäisiin alaluvussa 3.1.2 käsiteltyä SERVQUAL-mallin laatuvaatimusten kuilua ja koetun palvelun kuilua niin, että asiakkaiden vaatimukset kohtaavat saatuun palveluun. Todella moni kummi toivoisi perinteistä kirjeenvaihtomahdollisuutta takaisin. Toimeksiantajan kanssa käydyissä keskusteluissa on ilmennyt, että tämä ei ole mahdollista, sillä linjaus on tehty asian suhteen kansainvälisellä tasolla. Tästä huolimatta ehdotan kummien pyyntöjen pohjalta, että Plan voisi harkita mahdollisuutta perinteisen kirjeen lähettämiseen esimerkiksi kerran vuodessa syntymäpäivien johdosta. Mikäli tämä ei ole missään määrin mahdollista, tulisi kummeille kertoa, miksi kyseiseen ratkaisuun ollaan päädytty esimerkiksi Oma Planissa ja uutiskirjeessä. Näin pienennettäisiin SERVQUAL-mallin viestinnän kuilua, eli vähennettäisiin viestintäpuutoksia, jotta asiakkaat olisivat paremmin selvillä tehdyistä ratkaisusta, niiden syistä ja seurauksista. Tämä lisää asiakkaiden luottamusta yritykseen, ja näin nostaa tyytyväisyyden tasoa. Seuraavana kehityskohteena olisi sähköpostiviestien ja muiden postien vastaanottaminen. Suuri osa kummeista koki vastaanottavansa liikaa erilaisia sähkö-

postiviestejä. Kummeille voitaisiin antaa mahdollisuuden valita, millaisia sähköpostiviestiviestejä he haluavat vastaanottaa, vaikka kyseinen muutos veisikin huomattavasti aikaa toteuttaa. Kummi voisi tehdä valintansa esimerkiksi Oma Planin kautta. Uskon, että tällä toimenpiteellä saataisiin erityisesti kummien tyytyväisyyden tasoa nostettua. Tämän toteuttamalla pienennettäisiin palvelun laadun kuilua, jossa asiakkaan odottama palvelu ei kohtaa koetun palvelun kanssa.

Kolmas kehityskohde liittyy näkyvämpään viestintään. Muutama kummeista ehdotti, että haluaisi tavata Planin kasvotusten esimerkiksi teemailtojen merkeissä, joissa keskusteltaisiin ennalta valituista aiheista. Teemaillat voisi toteuttaa mahdollisuuksien mukaan Planin toimistolla tai virtuaalisesti, jolloin kaikki halukkaat kummit pääsisivät osallistumaan paikasta riippumatta. Kummit ihmettelivät myös osittain omien tukien ja lisälahjoituspyyntöjen käyttökohteita. Näistä kannattaisi tiedottaa ajoittain esimerkiksi Oma Plan -palvelussa. Tukien käyttökohteiden raportoisessa hyödynnettäisiin tarinoita, kuvia ja videoita mahdollisuuksien mukaan. Lisälahjoituspyyntöjen käyttökohteista tiedotettaisiin esimerkiksi lahjoituspyynnön yhteydessä. Kummien palautteista ilmeni myös se, että osa haluaisi mahdollisuuden lukea Oma Plan -lehteä kokonaan sähköisesti, osa taas säilyttää paperisen version. Näin ollen kummeille voitaisiin antaa mahdollisuuden valita, haluavako he vastaanottaa Oma Plan -lehteä paperisessa muodossa lainkaan. Valinta tehtäisiin esimerkiksi Oma Planin kautta. Tämän avulla molemmat osapuolet hyötyisivät ja painamattomien lehtien varat voitaisiin ohjata kummien palautteiden mukaisesti Planin ohjelmatyöhön. Viimeinen kehityskohde koskee Planin raportointiin kummilapsesta ja lapsen yhteisöstä. Todella moni kummi kertoi, että haluaisi saada useammin tietoa kummilapsensa ja yhteisön tilanteesta esimerkiksi tarinoiden, kuvien ja videoiden avulla. Kummit voisivat kertoa Oma Planin kautta, haluavatko he saada aktiivisesti tietoa kummilapsen tilanteesta. Mikäli kummit eivät halua, kerrotaisiin heille kummilapsen tilanteesta esimerkiksi kaksi kertaa vuodessa, kun taas muille kummeille viestittäisiin kerta kuukaudessa kummilapsen tilanteesta Oma Plan -palveluun tai sähköpostiin. Näin huomioidaan sekä aktiivisena ja passiivisena toimivat kummit. Edellä mainituilla toimenpiteillä vähennettäisiin kummien ja Planin välistä viestintäpuutosta, vahvistettaisiin asiakkaiden odottamaa palvelunlaatua, sekä parannettaisiin toiminnallista laatua eli sitä, kuinka asiakas saa palvelunsa. Kuten alaluvussa 3.2.2 on kerrottu, yrityksen toiminnan kannalta ihanteellista olisi pitää uskolliset asiakkaat. Toteuttamalla viestintään liittyvät kehitysehdotukset, parannettaisiin huomattavasti asiakassuhteiden jatkuvuutta ja asiakasuskollisuutta, kun asiakkaiden näkökulmasta merkittävimmät tarpeet on huomioitu kummitoiminnassa. Näin ollen myös lisättäisiin yrityksen toiminnan kannattavuutta, kun olemassa olevia asiakkaita kuunnellaan ja pidetään tyytyväisenä.

7 Pohdinta

Mielestäni opinnäytetyö sujui kokonaisuudessaan hyvin, vaikka etenin niin sanotusti väärässä järjestyksessä, eli suunnittelin ja toteutin asiakastyytyväisyyskyselyt ennen teorian valmistumista. Käytin runsaasti aikaa tutkimuksen suunnittelemiseen alkuvaiheessa, kuten rakenteen, sisällön ja kyselyiden muotoilemiseen. Suunnitteluvaiheessa huomasin, että raporttini sisällön tasapuolinen jakautuminen raportin lukujen kesken ei välttämättä toteudu, sillä tutkimus sisälsi kolme asiakastyytyväisyyskyselyä. Pyrin huomioimaan tämän suunnitteluvaiheessa.

Teoriaosuuden kirjoittaminen sujui kohtalaisesti kyselyiden toteuttamisen ohella. Teorian kirjoittamista helpotti se, että olin alustavasti etsinyt aihealueita ja lähteitä, joita ajattelin hyödyntää omassa työssäni. Huomasin kirjoittaessani sen, että osa teoriasta olivat vanhempia, ja niihin oli hankalaa löytää ajantasaisia lähteitä. Tämän lisäksi kansainvälisten lähteiden löytäminen ilman koulun tietokoneita ja kirjastoa tuotti omat haasteensa. Sain teoriaosuuden hiottua valmiiksi sen jälkeen, kun olin lähettänyt analysoidut tulokset toimeksiantajalle, vaikka tarkoitukseni oli tehdä nämä toisin päin. Näin ollen opinnäytetyön prosessin alussa tekemäni projektisuunnitelma muuttui hieman matkanvarrella. Muutoksiin vaikutti muun muassa oman elämäni tilanne, joka pakotti minut pitämään pidemmän tauon opinnäytetyöstäni. Tästä huolimatta pysyin lähes siinä aikataulussa, jonka olin projektisuunnitelmaani ilmoittanut. Tulosten analysoimisessa ei ilmennyt erityisiä ongelmia, sillä sain tulokset Excel-tiedostossa, jossa analysoin dataa kätevästi hyödyntäen Excelin ominaisuuksia. Sain tulokset nopealla aikataululla valmiiksi, jonka jälkeen kävimme yhdessä toimeksiantajan kanssa läpi tulokset ja kehitysehdotukset.

Kokonaisuudessaan koen opinnäytetyöni sujuneen hyvin huomioiden mainitsevani hankaluudet. Olen tyytyväinen, että asetettuihin tutkimusongelmiin saatiin toimeksiantajan näkökulmasta valideja vastauksia, ja uskon että ne yhdessä työssä esitetyn teorian kanssa auttavat toimeksiantajaa. Työn aikana pääsin kokeilemaan minulle uutta työkalua kyselyiden luomiseen, sekä hyödyntämään jo kerättyjä taitojani MS Officen työkaluista. En ole aikaisemmin tehnyt vastaavanlaista tutkimusta, joten arvostan tästä työstä saamaani uutta oppia, varsinkin tieteellisestä näkökulmasta kirjoittaen. Toimeksiantajan toimiala oli minulle vieras ennen opinnäytetyön aloittamista, joten opin uutta toimialasta prosessin aikana. Jos aloittaisin uuden opinnäytetyön kirjoittamisen, kirjoittaisin teoriaosuuden ennen tutkimuksen toteuttamista. Ajattelen, että tämä olisi varmasti helpottanut tekemistäni ja aikataulujen toteutumista opinnäytetyöprosessin etenemisen aikana.

Lähteet

Armstrong, G. & Kotler, P. 2018. Principles of Marketing. Pearson Education Limited. Harlow. Iso-Britannia.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Edita Publishing Oy. Keuruu.

Bernazzani, S. 14.2.2020. How to Calculate Net Promoter Score [Formula]. Luettavissa: <https://blog.hubspot.com/service/how-to-calculate-nps>. Luettu: 23.3.2020.

Birkett, A. 28.5.2019. What is Customer Effort Score (CES)?. Luettavissa: <https://blog.hubspot.com/service/customer-effort-score>. Luettu: 11.4.2020.

Farnsworth, B. 11.6.2019. Qualitative vs Quantitative Research – What Is What? Luettavissa: <https://imotions.com/blog/qualitative-vs-quantitative-research/>. Luettu: 13.4.2020.

Frenay, D. 4.7.2016. Customer Satisfaction Score (CSAT): The Happy Customer KPI. Luettavissa: <https://blog.emolytics.com/customer-experience/customer-satisfaction-score-csat-kpi/>. Luettu: 11.4.2020.

Grönroos, C. 2015. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Alma Talent. Helsinki.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Edita Publishing Oy. Helsinki.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Kustannusosakeyhtiö Tammi. Helsinki.

Järvinen, R. 28.1.2020. Feissarityö ja sen merkityksellisyys. Luettavissa: <https://plan.fi/feissarityo-ja-sen-merkityksellisyys>. Luettu: 18.2.2020.

Kananen, J. 2011. Kvantti: Kvantitatiivisen opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Tampereen yliopistopaino Oy. Jyväskylä.

Lovelock, C. & Wirtz, J. 2018. Essentials of Services Marketing. Pearson Education Limited. Harlow. Iso-Britannia.

Marr, B. 2019. What Is The Customer Effort Score (CES) And How Do You Measure It? Luettavissa: <https://www.bernardmarr.com/default.asp?contentID=1526>. Luettu: 11.4.2020.

Mulder, P. 2018. SERVQUAL Model. Luettavissa: <https://www.toolshero.com/quality-management/servqual-model/>. Luettu: 9.4.2020.

Piitulainen-Ramsay, P. 1.6.2017. Hyvä suomalaiset – lähes kolme neljästä osallistuu hyväntekeväisyyteen. Luettavissa: <https://www.talouselama.fi/uutiset/hyva-suomalaiset-lahes-kolme-neljasta-osallistuu-hyvan-tekevaisyyteen/5e7c8b63-a653-3cf1-9cb1-30849413bfb7>. Luettu: 17.2.2020.

Plan International 2019a. Plan International Worldwide Annual Review 2019. Luettu: 6.2.2020.

Plan International 2019b. The Organisation. Luettavissa: <https://plan-international.org/organisation>. Luettu: 6.2.2020.

Plan International Suomi 2018. Toiminta 2018. Luettavissa: <https://plan.fi/toiminta2018/>. Luettu: 8.2.2020.

Plan International Suomi 2019. Toiminta 2019. Luettavissa: <https://plan.fi/toiminta2019/>. Luettu: 7.2.2020.

Plan International Suomi 2020a. LinkedIn. Luettavissa: <https://www.linkedin.com/company/plan-finland>. Luettu: 8.2.2020.

Plan International Suomi 2020b. Rahoitus. Luettavissa: <https://plan.fi/rahoitus>. Luettu: 7.2.2020.

Plan International Suomi 2020c. Ryhdy kummiksi. Luettavissa: <https://plan.fi/lahjoita/kummiksi>. Luettu: 7.2.2020.

Plan International Suomi 2020d. Usein kysyttyä. Luettavissa: <https://plan.fi/usein-kysyttya>. Luettu: 7.2.2020.

Retently. 6.6.2018. What is Customer Effort Score (CES) & How to Measure It? Luettavissa: <https://www.retently.com/blog/customer-effort-score/>. Luettu: 12.4.2020.

Siipola, S. 24.5.2017. Yhdistyksen verotus ja verovapaus. Luettavissa: <https://www.talousverkko.fi/yhdistyksen-verotus-ja-verovapaus/>. Luettu: 8.2.2020.

Suomen Punainen Risti. 17.5.2019. Vuosikertomus 2018. Luettavissa: https://www.punainenristi.fi/sites/frc2011.mearra.com/files/tiedostolataukset/vuosikertomus_2018_su_allekirjoitettu_pakattu.pdf. Luettu: 17.2.2020.

Suomen Unicef ry 2018. Vuosikertomus 2018. Luettavissa: <https://unicef.studio.crasman.fi/pub/public/pdf/Suomen-UNICEF-vuosikertomus-2018.pdf>. Luettu: 8.2.2020.

TJS Opintokeskus. 15.12.2016. 100 vuotta järjestötoimintaa Suomessa – järjestöt muutoksessa. Luettavissa: <https://www.tjs-opintokeskus.fi/ajankohtaista/100-vuotta-jarjestotoimintaa-suomessa-jarjestot-muutoksessa>. Luettu: 17.2.2020.

Verohallinto. 1.4.2011. Milloin yhdistys tai säätiö on yleishyödyllinen? Luettavissa: https://www.vero.fi/yritykset-ja-yhteisot/tietoa-yritysverotuksesta/tuloverotus/yhdistys-ja-saatio/milloin_yhdistys_tai_saatio_on_yleishyo/. Luettu: 8.2.2020.

World Vision Finland 2018. Child Rights Programme: "Every Child Counts" Annual Report 2018. Luettavissa: <https://www.worldvision.fi/sites/worldvision.fi/files/pdf/mfa-annual-report-2018.pdf>. Luettu: 17.2.2020.

Liitteet

Liite 1. Saateviestit ja muistutusviestit

Saateviesti alle vuoden kummeille

Nyt sinulla on mahdollisuus vaikuttaa!

Hei Plan -kummi,

Olen 3. vuoden tradenomiopiskelija Haaga-Heliasta ja teen opinnäytetyötä yhdessä Plan International Suomen kanssa asiakastytyväisyyden kartoittamiseksi. Tavoitteenamme on selvittää kummien tyytyväisyyttä, ja näin parantaa Planin toimintaa. Täten kysymmekin juuri Sinulta, alle vuoden mukana olleelta kummilta, kuinka tyytyväinen olet ollut Planin toimintaan? Onko kummius vastannut odotuksiasi? Oletko tyytyväinen Oma Plan -palveluun? Oletko saanut erinomaista asiakaspalvelua ja apua tarvittaessa?

Kyselyyn vastaaminen vie noin 5-10 minuuttia. Ollisimme todella kiitollisia Sinun vastauksistasi! Kyselyyn voi vastata alla olevan linkin kautta. Pyydämme ystävällisesti vastaamaan 11.3.2020 mennessä. Vastaukset käsitellään nimettömästi.

https://forms.office.com/FormsPro/Pages/ResponsePage.aspx?id=V20wlrldexE2lvSKg5cwKqzNbwRsXkihOmFS_UWiM5GdUMkNGNzFaTzhYSjBXQlpXU1NENlgzMU1OTy4u

Kiitos vastauksistasi ja mukavaa kevään odotusta!

Ystävällisin terveisin,
Nelli Kana

Saateviesti monivuotisille kummeille

Nyt sinulla on mahdollisuus vaikuttaa!

Hei Plan -kummi,

Olen 3. vuoden tradenomiopiskelija Haaga-Heliasta ja teen opinnäytetyötä yhdessä Plan International Suomen kanssa asiakastytyväisyyden kartoittamiseksi. Tavoitteenamme on selvittää kummien tyytyväisyyttä, ja näin parantaa Planin toimintaa. Täten kysymmekin juuri Sinulta, monivuotiselta kummilta, kuinka tyytyväinen olet ollut Planin toimintaan? Onko matkasi Planin kummina sujunut vaivattomasti? Toivoisitko saavasi jostain vielä lisätietoja? Tiesitkö, että Planilla sinun on mahdollisuus testamentata osa omaisuudestasi hyväntekeväisyyteen, ja Plan tarjoaa siihen lakimiehen apua?

Kyselyyn vastaaminen vie noin 5-10 minuuttia. Ollisimme todella kiitollisia Sinun vastauksistasi! Kyselyyn voi vastata alla olevan linkin kautta. Pyydämme ystävällisesti vastaamaan 11.3.2020 mennessä. Vastaukset käsitellään nimettömästi.

https://forms.office.com/FormsPro/Pages/ResponsePage.aspx?id=V20wlrldexE2lvSKg5cwKqzNbwRsXkihOmFS_UWiM5GdUMkNGNzFaTzhYSjBXQlpXU1NENlgzMU1OTy4u

Kiitos vastauksistasi ja mukavaa kevään odotusta!

Ystävällisin terveisin
Nelli Kana

Saateviesti pitkäaikaisille kummeille

Nyt sinulla on mahdollisuus vaikuttaa!

Hei pitkäaikainen Plan -kummi,

Olen 3. vuoden tradenomiopiskelija Haaga-Heliasta ja teen opinnäytetyötä yhdessä Plan International Suomen kanssa asiakastytyväisyyden kartoittamiseksi. Tavoitteenamme on selvittää kummien tyytyväisyyttä, ja näin parantaa Planin toimintaa. Täten kysymmekin juuri Sinulta, pitkäaikaiselta ja sitoutuneelta kummilta, kuinka tyytyväinen olet ollut Planin toimintaan? Onko matkasi Planin kummina sujunut vaivattomasti? Onko mielessäsi jokin asia, mikä meidän tulisi tehdä? Tiesitkö, että Planilla sinun on mahdollisuus testamentata osa omaisuudestasi hyväntekeväisyyteen, ja Plan tarjoaa siihen lakimiehen apua?

Kyselyyn vastaaminen vie noin 5-10 minuuttia. Ollisimme todella kiitollisia Sinun vastauksistasi! Kyselyyn voi vastata alla olevan linkin kautta. Pyydämme ystävällisesti vastaamaan 11.3.2020 mennessä. Vastaukset käsitellään nimettömästi.

https://forms.office.com/FormsPro/Pages/ResponsePage.aspx?id=V20wlrldexE2lvSKg5cwKqzNbwRsXkihOmFS_UWiM5GdUMkNGNzFaTzhYSjBXQlpXU1NENlgzMU1OTy4u

Kiitos vastauksistasi ja mukavaa kevään odotusta!

Ystävällisin terveisin
Nelli Kana

Muistutusviesti 9.3.

Vielä on aikaa vaikuttaa!

Hei Plan -kummi,

Mukavaa alkanutta viikkoa! Mikäli et ole vielä vastannut asiakastytyväisyysskyselyymme, haluaisimme ystävällisesti muistuttaa, että sinulla on muutama päivä aikaa vastata, ja näin vaikuttaa Planin toimintaan. Ollisimme todella kiitollisia Sinun vastauksistasi! Voit vastata alla olevan linkin kautta. Pyydämme ystävällisesti vastaamaan 11.3.2020 mennessä. Vastaukset käsitellään nimettömästi.

https://forms.office.com/FormsPro/Pages/ResponsePage.aspx?id=V20wlrldexE2lvSKg5cwKqzNbwRsXkihOmFS_UWiM5GdUMkNGNzFaTzhYSjBXQlpXU1NENlgzMU1OTy4u

Kiitos vastauksistasi!

Ystävällisin terveisin
Nelli Kana

Muistutusviesti 12.3.

Viimeinen tilaisuus vaikuttaa!

Hei Plan -kummi,

Mukavaa torstaita! Haluamme antaa sinulle lisäaikaa vastata asiakastytyväisyysskyselyymme. Vielä ehdit käyttää mahdollisuutesi vaikuttaa Planin toimintaan! Ollisimme todella kiitollisia, mikäli voisit käyttää hetken ajastasi kyselyyn vastaamiseen. Vastaaminen vie noin 5-10 minuuttia. Voit vastata alla olevan linkin kautta. Pyydämme ystävällisesti vastaamaan 15.3.2020 mennessä. Vastaukset käsitellään nimettömästi.

https://forms.office.com/FormsPro/Pages/ResponsePage.aspx?id=V20wlrldexE2lvSKg5cwKqzNbwRsXkihOmFS_UWiM5GdUMkNGNzFaTzhYSjBXQlpXU1NENlgzMU1OTy4u

Kiitos vastauksistasi ja mukavaa loppuviikkoa!

Ystävällisin terveisin
Nelli Kana

Liite 2. Toteutettu kysely alle vuoden kummeille



Plan-kummien asiakastyytyväisyyskysely

Alle vuoden kummit

* Pakollinen

1. Sukupuoli *

☒ nainen
☐ mies
☐ muu
☐ en halua vastata

2. Ikä *

☐ Alle 20
☒ 20-29
☐ 30-39
☐ 40-49
☐ 50-59
☐ 60 ja yli

3. Maakunta *

Välitse vastauksesi

4. Kuvaa Plania kolmella sanalla

Kirjoita vastaus

5. Kuinka mielestäsi Plan eroaa muista järjestöistä?

Kirjoita vastaus

6. Mitä kautta kuulet Planin toiminnasta? *

☐ Sosiaalinen media (mm. Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn)
☐ Nettiliivit
☐ Media
☐ Ystävältä
☐ Plan-vapaaehtoiselta
☐ Plan-keisari
☐ Muu

7. Oletko saanut riittävästi tietoa kummiudestaasi? *

☒ Kyllä
☐ En

8. Tiedätkö kuinka tukesi käytetään ja mitä vaikutuksia työllämme on? *

☒ Kyllä
☐ Ei

9. Kuinka valvottomaksi koet kummitukien maksamisen? *

Erittäin hankalaa 1 2 3 4 5 Erittäin Valvottua
☐ ☐ ☐ ☐ ☒

10. Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin palveluihin *

	En käytä	Erittäin tyytymätön	Tyytymätön	Tyytyväinen	Erittäin tyytyväinen
Oma Plan -palvelu	☒	☐	☐	☐	☐
Oma Plan -kummin tietopaketti	☐	☐	☐	☐	☒
Asiointi lahjoittajapalveluun	☐	☐	☐	☐	☒
Kirjeenvaihto kummilapselle	☐	☐	☒	☐	☐
Uutiskirjeet	☐	☐	☒	☐	☐
Plan -lehti	☐	☐	☐	☒	☐
Planin viestintä sosiaalisessa mediassa	☐	☐	☐	☒	☐
Verkkosivut	☐	☐	☐	☐	☒

11. Voisitko kertoa miksi olet tyytymätön, erittäin tyytymätön tai et käytä palveluita?

Kirjoita vastaus

12. Oletko kirjoittanut kummilapsellesi? *

- ☐ Kyllä
☒ En

13. Mikä vaikuttaa siihen, ettei ole kirjoittanut kummilapsellesi?

- ☐ En osaa kieltä
☐ en tiedä kuinka
☐ Ei ole aikaa
☐ Muu

14. Toivoisin seuraavaa sisältöä Oma Plan -palveluun

- ☒ Kummitarinointia
☐ Uusia Planin toiminnasta kohteissa
☐ videoita
☐ Muu

15. Mikäli et käytä Oma Plan -palvelua, mikä siihen vaikuttaa?

- ☒ En tiedä tunnustani
☐ En halua käyttää
☐ Muu

16. Kuinka todennäköisesti suosittelet Planin kummitoimintaa tuttavillesi? *

En lainkaan todennäköisesti 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Erittäin todennäköisesti

17. Voisitko perustella miksi?

Kirjoita vastaus

18. Terveiset Planille

Kirjoita vastaus

Lähetä

Liite 3. Toteutettu kysely monivuotisille kummeille



Plan-kummien asiakastytytyväisyyskysely

Monivuotiset kummit

*** Pakollinen**

1. Sukupuoli *

☒ nainen

☐ mies

☐ muu

☐ en halua vastata

2. Ikä *

☐ Alle 20

☒ 20-29

☐ 30-39

☐ 40-49

☐ 50-59

☐ 60 ja yli

3. Maakunta *

Valitse vastaukseksi

4. Kuvaille Plania kolmella sanalla

Kirjoita vastaus

5. Kuinka tyytyväinen olet ollut kummitteesi Planilla? *

Erittäin tyytymätön 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Erittäin tyytyväinen

6. Entä olisiko jokin voinut mennä paremmin kummitteessasi?

Kirjoita vastaus

7. Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin palveluihin *

	En käytä	Erittäin tyytymätön	Tyytymätön	Tyytyväinen	Erittäin tyytyväinen
Oma Plan -palvelu	☒	☐	☐	☐	☐
Oma Plan -kummin tietopaketti	☒	☐	☐	☐	☐
Asiointi lahjoittajapalveluun	☐	☐	☐	☐	☒
Kirjeenvaihto kummilapselle	☐	☐	☐	☐	☒
Uutiskirjeet	☐	☐	☐	☒	☐
Plan -lehti	☐	☒	☐	☐	☐
Planin viestintä sosiaalisessa mediassa	☐	☐	☐	☒	☐
Verkkosivut	☐	☐	☒	☐	☐

8. Voisitko kertoa miksi olet tyytymätön, erittäin tyytymätön tai et käytä palveluita?

Kirjoita vastaus

9. Oletko kirjautunut Oma Plan -palveluun viimeisen 6kk aikana? *

☐ Kyllä

☒ En

10. Kerro miksi et ole käyttänyt palvelua

Kirjoita vastaus

11. Kalpaisitko vielä lisätietoja kummitteesta tai Planin työstä? *

☒ Kyllä

☐ Ei

12. Mistä kalpaisit lisätietoja?

Kirjoita vastaus

13. Kuinka todennäköisesti suosittelet Planin kummitoimintaa tuttavillesi? *

En lainkaan todennäköisesti 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Erittäin todennäköisesti

14. Voisitko perustella miksi?

Kirjoita vastaus

15. Haluaisitko kertoa meille jotain kummitteestasi?

Vastatessasi annat luvan Planille käyttää tarinaasi mm. lahjoittajaviestinnässä. Tietoja käsitellään nimettömästi.

Kirjoita vastaus

16. Terveiset Planille

Kirjoita vastaus

Edellinen Seuraava

Hyvä testamentti -kampanja

Plan on ollut mukana Hyvä testamentti -kampanjassa jo vuosia. Sivuston tarkoituksena on lisätä tietoisuutta testamenttien tekemisen tärkeydestä ja mahdollisuudesta testamentata vaikka osa hyväntekeväisyyteen. www.hyvatestamentti.fi Planilla on myös oma sivusto, missä kerrotaan testamenttaamisesta. <http://plan.fi/lahjoita-testamenttilahjoitus>

17. Olen käynyt tutustumassa Hyvä testamentti -sivustoon *

☐ Kyllä

☐ En

☐ En, mutta olen kiinnostunut

18. Olen ajatellut, että voisin testamentata ainakin osan omaisuudestani Planin toimintaan *

☐ Kyllä

☐ En

☐ Enkä

19. Olen jo tehnyt testamentin, jossa tuetaan ainakin osin Planin toimintaa *

☐ Kyllä

☐ En

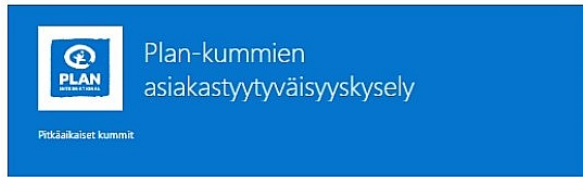
20. Testamenttaamisessa minua kiinnostaa

☐ testamentti-illat, joissa juristi kertoo testamenttaamiseen liittyvistä seikoista

☐ Muu

Edellinen Läheta

Liite 4. Toteutettu kysely pitkäaikaisille kummeille



* Pakollinen

1. Sukupuoli *

- ☒ nainen
- ☐ mies
- ☐ muu
- ☐ en halua vastata

2. Ikä *

- ☐ Alle 20
- ☒ 20-29
- ☐ 30-39
- ☐ 40-49
- ☐ 50-59
- ☐ 60 ja yli

3. Maakunta *

Ahvenanmaa

4. Kuvale Plania kolmella sanalla

Kirjoita vastaus

5. Kuinka tyytyväinen olet ollut kummitteesi Planilla? *

Erittäin tyytymätön 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Erittäin tyytyväinen

6. Entä olisiko jokin voinut mennä paremmin kummitteessasi?

Kirjoita vastaus

7. Kuinka tyytyväinen olet seuraaviin palveluihin *

	En käytä	Erittäin tyytymätön	Tyytymätön	Tyytyväinen	Erittäin tyytyväinen
Oma Plan -palvelu	☐	☐	☐	☒	☐
Oma Plan -kummin tietopaketti	☐	☐	☐	☒	☐
Asiointi lahjoittajapalveluun	☐	☐	☐	☐	☒
Kirjeenvaihto kummitteelle	☐	☒	☐	☐	☐
Uutiskirjeet	☒	☐	☐	☐	☐
Plan -lehti	☐	☐	☐	☐	☒
Planin viestintä sosiaalisessa mediassa	☐	☐	☒	☐	☐
Verkkosivut	☐	☐	☒	☐	☐

8. Voisitko kertoa miksi olet tyytymätön, erittäin tyytymätön tai et käytä palveluita?

Kirjoita vastaus

9. Oletko kirjautunut Oma Plan -palveluun viimeisen 6kk aikana? *

- ☐ Kyllä
- ☒ En

10. Kerro miksi et ole käyttänyt palvelua

Kirjoita vastaus

11. Kerro meille yksi asia, mikä meidän tulisi tehdä?

Kirjoita vastaus

12. Kuinka todennäköisesti suosittelet Planin kummitoimintaa tuttavillesi? *

En lainkaan todennäköisesti 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 Erittäin todennäköisesti

13. Voisitko perustella miksi?

Kirjoita vastaus

14. Haluaisitko kertoa meille jotain kummitteestasi?

Vastatessasi annat luvan Planille käyttää tarinaasi mm. lahjoittajaviestinnässä. Tietojä käsitellään nimeettömästi.

Kirjoita vastaus

15. Tervetset Planille

Kirjoita vastaus

Edellinen

Seuraava

Hyvä testamentti -kampanja

Plan on ollut mukana Hyvä testamentti -kampanjassa jo vuosi. Sivuston tarkoituksena on lisätä tietoisuutta testamenttien tekemisen tärkeydestä ja mahdollisuudesta testamentata vaikka ota hyväntekijäsi mukaan. www.hyvatestamentti.fi Planilla on myös oma sivusto, missä kerrotaan testamenttaamisesta. <https://plan.fi/lahjoita-testamenttilahjoitus>

16. Olen käynyt tutustumassa Hyvä testamentti -sivustoon *

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ En, mutta olen kiinnostunut

17. Olen ajatellut, että voisin testamentata ainakin osan omaisuudestani Planin toimintaan *

- ☐ Kyllä
- ☐ En
- ☐ Ehkä

18. Olen jo tehnyt testamentin, jossa tuetaan ainakin osin Planin toimintaa *

- ☐ Kyllä
- ☐ En

19. Testamenttaamisessa minua kiinnostaa

- ☐ testamentti-illat, joissa juristi kertoo testamenttaamiseen liittyvistä seikoista
- ☐ Muu

Edellinen

Lähetä

Liite 5. Avoimet vastaukset Planin kuvailemiseen

Kuvaile Plania kolmella sanalla	"vastuullinen, tyttöjä tukeva, ajan hermoilla"	"auttava, kansainvälinen, hellyyttävä"	"Agressiivinen feissaja/Vastuullinen toimija/aktiivinen viestijä"	"Luotettava. Välittävä. Nykyaikainen."	"Tekee hyvää"
Alle vuoden kummit	"Suunnitelmallinen. Byrokraattinen. Laaja."	"Tärkeä Luotettava Avoin"	"Tärkeä, Vastuullinen, Luotettava"	"Aikaansaava, luotettava ja helppo"	"On oikealla asialla."
"Kansainvälinen hyväntekeväisyys järjestö"	"Hyväntekijä"	"Antaa lapselle mahdollisuus"	"vastuullinen, valpas, tehokas"	"Tekee tärkeää työtä"	"Toiveikas, tärkeä, auttava"
"Kansainvälinen, paikallisesti avustava."	"Asiallinen, tiedottaa hyvin, monipuolinen toiminta"	"Aikaansaava, helppo, luotettava"	"Maailman tärkeimpiä asioita"	"Auttava, välittävä, humaani"	"luotettava, hyvin hoidettu järjestö"
"vastuullinen, välittävä, rehellinen"	"Minun pitäisi tutustua paremmin"	"auttavainen, rohkea ja yritteliäs"	"..."	"Hydyllinen"	"Aktiivinen, välittävä ja"
"Tehokas, pystyvä, toimiva"	"Eettinen, luotettava, innostava"	"Luotettava, mutkaton/sujuva prosessiltaan, ajankohtainen"	"asia on hyvä"	"Tarpeellinen edistys"	
			"Hyväntekijä, luotettava, turvallinen"	"Luotettava"	
				"Asiantunteva, käytännöllinen, monipuolinen"	
Monivuotiset kummit	"Järjestö, vapaaehtoistointaan perustuva"	"Auttaa, tukee, avartaa"	"Hyväntahtoinen, jäykkä, positiivinen"	"Varma, luotettava, sympaattinen"	"hyvää tarkoittava, aikaansaava, esimerkillinen"
"tavoitteellinen, laadukas, luotettava"	"Luotettava, tunnettu, oikeudenmukainen"	"Järkevä, realistinen, positiivinen"	"Helppo, luotettava, pitkäaikainen"	"Todella hyvin toimiva avustusjärjestö"	"Hyvä, apua,"
"Auttava, opettava, luotettava"	"Luotettava, kansainvälinen, kehittyvä"	"Apu, lapset, tytöt"	"Hyväntekeväisyttä harrastava yritys"	"Internationell hjälporganisation"	"Tekee hyvää työtä"
"Tärkeä, luotettava, aikaansaava"	"Tärkeä, yhdessä, tulevaisuus"	"vastuuntuntoinen, luotettava, turvallinen"	"Hienoa, hyvää toimintaa!"	"sininen kansainvälinen vastuullinen"	"hyväntekijä, tyttöjen oikeudet, välittävä"
"rohkea vastuullinen turva"	"En osaa sanoa mitään"	"tyttöjen oikeuksien puolustaja"	"Hyväntekijä, heikkojen auttaja"	"luotettava, merkittävä, välittävä"	"Selkeä, vastuun kantava."
"hyväntekeväisyys"	"Globaali humaani tulevaisuuteenkatsova"	"Avoin, toimiva, auttava"	"Arvot, viestintä, positiivisuus"	"Tarpeellinen, luotettava, mielenkiintoinen"	"arvokasta, inhimillistä työtä"
"Tasa-arvo, koulutus, naisten asema"	"Yleishyödyllinen eettinen käytännöllinen"	"hyvä"	"Tärkeä, vaikuttava, luotettava"	"Luotettava, suurella sydämellä,"	"Auttava, suuri, etäinen"
"tyttöjen ja naisten asialla"	"turvallinen, lämmintehkeä, perinteinen"	"Autta lapsia"	"Keskiössä kehitykseen lapset."	"Hyvä tapa vaikuttaa"	"Vastuullinen, luotettava, hyväntahtoinen"
"auttavainen, läpinäkyvä, kiva"		"Auttava, kouluttava, hyvinvointia edistävä"	"Vaikuttava, välittävä, inhimillinen"	"Merkityksellinen, tärkeä, raikas"	"Etäinen, hyväntekijä, järjestö"
Pitkäaikaiset kummit	"Tuttu, turvallinen ja välittävä"	"Yhteisöllinen, kantaaottava, vastuullinen."	"Tekee arvokasta työtä"	"hyödyllinen pakitseva hyväntekevä"	
"luotettava, vastuullinen, kansainvälinen"	"Lapset, kehitykseen, auttaminen"	"Luotettava, naisasiassa, ruohonjuuritason"	"Luotettava, laadukas, välittävä"	"Hyvin organisoitu"	
"Hyväntekeväisyys, kummus, lahja"	"Asiantunteva, luotettava, tehokas"	"Hyvä, oikeamielinen, luotettava"	"Vaikuttava, arvokas, tärkeä"	"Tärkeä, vastuullinen, toivoa antava"	
"Luotettava, inhimillinen, hyvällä asialla oleva toimija."	"Mahdollistaa auttamisen helposti"	"hyvä, asiallinen, luotettava"	"Luotettava, uskottava, avoin"	"perustava, parantava, puolueeton"	
	"Luottamusta herättävä, vastuullinen."	"Lapsia auttava järjestö"	"Plan on kannatettava"	"Tärkeä, avoin, luotettava"	

Liite 6. Alle vuoden kummit: eroavaisuus järjestöistä ja palveluiden tyytymättömyys

Kuinka mielestäsi Plan eroaa muista järjestöistä? "Mielestäni Planin toiminnalla läpinäkyvyys on parempi kuin muissa." "Focus naisissa ja tytöissä ja sitä kautta vaikuttaminen yhteisöihin." "Lahjoittamani rahan käyttötarkoitukset tulevat näkyviksi kummilapsen kautta. Myös selkeästi rajattu toimintakenttä lisää ymmärrettävyyttä." "Luotettava, helppo ja sympaattinen" "Läpinäkyvyys on hyvä"	"En tunne tarkasti kaikkien muiden järjestöjen toimintaa, mutta yksi ero lienee se, että Plan tuo sponsorin lähelle kummilasta. Kirjeenvaihto ja kertomukset ilahduttavat. On hyvä kuulla, että tuella on vaikutusta konkreettisesti kummilapsen elämään." "Tässä on hieno yksilöllinen ote. On mukava saada uutisia kummilapsesta." "Positiivinen mielikuva" "Konkreettisia toimia" "- x 3	"Toivottavasti kulut alittavat tuoton" "Plan on ns. helposti lähestyttävä. Konsepti on toimiva, kummin näkökulmasta sujuva ja helppo mikä madalta osallistumiskynnystä. Toiminta vaikuttaa luotettavalta ja informaatio on ajantasaista. Vaikuttaa siltä, että auntarpeen seuranta on tehokasta." "Avoin, luotettava..... ainakin nyt tuntuu siltä 😊" "parhaiten tietää mihin lahoitus käytetään" "tiedät lahjoituskohteen"	"Enemmän ruohonjuuritöitä" "Minulla ei juurikaan ole kokemuksia toisista järjestöistä, mutta mielestäni Plan tekee auttamisesta henkilökohtaisempaa. Vaikka apu luonnollisesti kohdistetaan sitä eniten tarvitseville, tullee kuitenkin se tunne, että juuri minä olen auttanut juuri kummini." "Ei kokemusta muista" x2 "Ei mielestäni eroa erityisesti mitenkään. En tosin ole ollut muiden järjestöjen lahjoittajana."	"Plan tukee tyttöjen koulutusta ja elämää ja sitä kautta vaikuttaa kaikkeen maailmassa. Tytöistä kasvaa naisia jotka kasvattavat tulevat sukupolvet. Kouluttamalla tyttöjä pitämään huolta itsestään koulutetaan heitä pitämään huolta tulevaisuudesta." "Henkilökohtaisempi?" "sinnikäs" "On paneutunut siihen mitä tekee." "en osa sanoa" x 8	"En osaa sanoa tekkekö kaikki näitä, tää on eka hyväntekeväisyysjärjestö jossa on lahjoittajana. Pystyn halutessani laittamaan viestiä kummille ja seuraamaan miten sil mennee. Plan lehti tulee kans kotiin." "Kummios mielestäni "yksityinen", ei mediarummutusta koko ajan -> hyvä asia, joka ottaa kummilapsen, tietää itse mihin ryhtyy" "Lahjoittaminen on henkilökohtaisempaa ja tuntuu vähemmän epämiellyttävältä, läheisempää."
Voisitko kertoa, miksi olet tyytymättömän, erittäin tyytymättömän tai et käytä palveluita? "En ehdi lukea palautteita lehteä." "Olen lupautunut kummiksi mutta en halua saada muuta postia, esim. lisälahjoituspyyntöjä tms." "En ole vielä ehtinyt käydä esim. kirjeenvaihtoa. Tarkoitus kyllä on nyt alkaa. En ole myöskään aktiivinen sosiaalisen median/verkkosivujen käyttäjä."	"Sähköpostia tulee mielestäni turhan usein." "ei muutenkaan somessa" "Haluan vain antaa hiukan tukea toisille. En koe, että lahjoittamisen täytyisi välttämättä olla henkilökohtaista." "Laiskuus, mutta haluan auttaa" "En jaksa lukea lehteä" "Ei ole tullut vastaan sos. mediassa, en käytä" "en ole jaksanut paneutua koko asiaan, eikä pääasia ole avustus" "En ehdi." x 3	"En käytä itse sos. median järjestelmiä ja kummilapselle kirjoittaminen ei ole ollut vielä ajankohtaista" "Ei ole ollut aikaa paneutua, puolivahingossa jouduin kummiksi" "mulla ei ole mitään profiilia netissä jolla seuraila, mun mielestä uutiskirjeitä ei oo viel tullu" "Olen tyytyväinen kuitenkin siihen, että pystyn kauttanne auttamaan. Aika ei riitä kaiken tulevan informaation läpikäymiseen." "- x2	"Oma Plan-palvelu on kuitenkin sellainen johon pitää erikseen varata aikaa ja suorittaa omatoimista asiointia. Olen valittavasti sen verran laiska, että kun asia tulee mieleen, en yleensä ole siinä tilanteessa että voisin siihen ryhtyä, ja muuten se tuuppaa unohtumaan." "kaikki toimii" "Haluan vain antaa rahallisen tukeni, enkä kaipaa sille vastiketta." "En ole itse somessa, joten en käytä sen takia"	"Olen sillä tavoin sairas, että jaksan kaikkein välttämättömykselliset arkiset toimet, minun on vaikea keskittyä lukemiseen ja kirjoittamiseen. Ajattelen, että riittää kun maksan kummilapselleni perusmaksun, enempää en pysty maksamaan pienestä eläkkeestä l." "olen jo niin iäkäs, etten tiedä kuinka kauan voin jatkaa tukemista" "En ole erityisen tyytymättömän, kaikki on ok."	"En tarvitse, en muutenkaan käytä SoMea." "Ei ole ollut vielä tarvetta käyttää" "Tärkeintä itselleni on, että maksan tukimaksun ja voin olla varma että se menee perille" "Plan lehdessä jutut joskus aika yksipuolisia. En käytä enää juurikaan sosiaalista mediaa (facebook)" "Ei ole aikaa ja luotan siihen mitä minulle kerrottiin, kun lähden mukaan." "En ehdi enkä osaa. Maksaminen tuottaa ongelmia oman heikon rahatilanteen vuoksi"

Liite 7. Alle vuoden kummit: kummikirjeet ja Oma Plan -palvelu

Mikä vaikuttaa siihen, ettet ole kirjoittanut kummilapsellesi?	"En tiedä mitä kirjoittaisin lapselle, jonka linkki minuun on vain rahani. "	"Katso yllä. (= Oma Plan-palvelu on kuitenkin sellainen johon pitää erikseen varata aikaa ja suorittaa omatoimista asiointia. Olen valitettavasti sen verran laiska, että kun asia tulee mieleen, en yleensä ole siinä tilanteessa että voisin siihen ryhtyä, ja muuten se tuuppaa unohtumaan.)"	"En halua \”henkilökohtais ta sidettä\” keneenkään, haluan vain tehdä osaltani hieman hyväntekeväisyyttä rahatilanteeni sen salliessa."	"En jaksa, ks vastaus kysymykseen 11. (= Olen sillä tavoin sairas, että jaksan kaikkein välttämättömmimmät arkiset toimet, minun on vaikea keskittyä lukemiseen ja kirjoittamiseen. Ajattelen, että riittää kun maksan kummilapselleni perusmaksun, enempää en pysty maksamaan pienestä eläkkeestä l.)"
"Kirjoitan kyllä lähiaikoina. Kuvien valitseminen/lisääminen hieman hankalaa"	"Liian pieni lapsi siihen"	"Ei ole asiaa"	"anonymyys riittää"	
"laiskuus"	"En ole vain saanut aikaiseksi. "		"Ei ole ollut vielä ajankohtaista, kummios on minulle uusi asiaa "	

Toivoisin seuraavaa sisältöä Oma Plan - palveluun	Mikäli et käytä Oma Plan - palvelua, mikä siihen vaikuttaa?	Katso yllä (= Oma Plan-palvelu on kuitenkin sellainen johon pitää erikseen varata aikaa suorittaa omatoimista asiointia. Olen valitettavasti sen verran laiska , että kun asia tulee mieleen, en yleensä ole siinä tilanteessa että voisin siihen ryhtyä, ja muuten se tuuppaa unohtumaan.)"	" En jaksa, ks vastaus 11. (= Olen sillä tavoin sairas, että jaksan kaikkein välttämättömmimmät arkiset toimet, minun on vaikea keskittyä lukemiseen ja kirjoittamiseen. Ajattelen, että riittää kun maksan kummilapselleni perusmaksun, enempää en pysty maksamaan pienestä eläkkeestä l.)"
"Ohjeistus omien valokuvien liittamisestä kirjeeseen. (En onnistunut 😊)"	"Käytän"		
"Olen passiivinen auttaja"	"Ei ole ollut aikaa/kiinnostusta tutustua"		
"en tarvitse"	"En osaa"		
"En tiedä"	"aika"		
	"Katso edellinen (= Olen passiivinen auttaja)"		
	"anonymyys riittää"		
	"ei ole asiaa"		
	"Aikapula"		

Liite 8. Alle vuoden kummit: suosittelut ja terveiset

Voisitko perustella miksi? (voisit/et voisi suositella Planin kummitoimintaa)	"Vaivaton, kuitenkin luotettava.... tiedät kenen hyväksi raha menee. Voit käydä tapaamassa, jos haluat nähdä omin silmin." "Oma myönteinen kokemus. Olen ollut alle vuoden nyt kummina, mutta perheyhteykselläni olen ollut aikanaan Plan-kummilapsi, jonka koulunkäyntiä tuumme. Siitä jäi hyvä mieli ja varmuus siitä, että tuki menee perille."	"On oikealla asialla." "Tämä on hieno tapa olla avuksi." "Hyvää on mukava tehdä" "Kaikki toimii vaivattomasti" "pieni summa, suuri hyöty ja oman lapsen hyvä ymmärtää että maailma on yhteinen ja opetella jakamaan omastaan" "Vaikuttaa luotettavalta rahankäyttöä ajatellen" "Vahva kyllä" "voi auttaa lapsia"	"Tärkeää avustustyötä, johon erittäin helppoa osallistua" "Helppo tapa parantaa maailmaa" "Plan kummi on helppo ja henkilökohtainen tapa antaa apua sitä eniten tarvitseville." "Helppo tapa auttaa ihmisiä lapsia" "Koska panostamalla tyttöjen tulevaisuuteen panostaa koko maailman tulevaisuuteen." "vaikuttaa rehelliseltä toiminnalta"	"Helppo tapa auttaa maailman lapsia. Koen auttamiseni tärkeäksi" "Plan tekee erittäin arvokasta työtä ja on luotettava, rahat menee sinne minne pitääkin." "Hyvä tapa auttaa vähempiosaisia" "Kummiudesta tulee hyvä mieli kun voi olla tukena pienen ihmisen elämässä" "Jos haluaa helpon tavan auttaa!" "Lahjoittamisella saa itselleen myös hyvän olon."	"Tuntuu siltä, että apu menee kohteeseen." "Levittää omaa hyvää oloa muille" "Koen että tukimaksun maksaminen on helppoa ja apu menee perille" "Uskon planin tekevän hyvää, ja ihmisten pitäisi auttaa, jos siihen vaan pystyy. Harmi että kummimaksu on niin korkea, näin pienituloiselle 30 e kuukaudessa on liikaa, vaikka haluaisi auttaa"	"Tunnen voivani vaikuttaa" "Mitä enemmän tytöt oppivat lukemaan, sitä enemmän he pystyvät vaikuttamaan" "Kaikki on susujunt vaivattomasti ja voin kirjoittaa ja saan kirjeitä ja kuvia kummilapsesta. Plan tuntuu luotettavalta."
Terveiset Planille	"Pari kysymystä liittyen kirjeenvaihtoon kummilapsen kanssa: Voiko lapselle kirjoittaa muuten kuin OmaPlanissa olevalle kirjepohjalle? En osannut lähettää lomakkeen liitteenä kuvia onedrivesta. Kyse on varmaankin omasta osaamattomuudestani. Ehkä keksi keinoja vielä. Kiitos yhteydenpidosta kummeihin, Plan-järjestö!"	"Jatkakaa entiseen malliin!" x2 "<3" "Asiakokonausdet vaikuttavat mietityltä" "Kiitos" x2 "Voimia ja Jaksamista!" "Kiitos tärkeästä työstänne!" "Kaikkien meidän apuamme ja toimiamme tarvitaan. Jos ette feissaisi jne. minäkään en olisi kummi, siis jatkakaa samaan malliin"	"Sellainen mahdollisuus että voisi vain lahjoittaa rahaa ilman jatkuvaa viesteillä pommitusta ja muuta ärsyttävää kommunikointia ritelmää olisi enemmän kuin tervetullut!" "Planin työ on korvaamattoman tärkeä. Uskon, että arvostatte minunkin panostani, vaikka en voi muuta kuin maksaa kummilapselleni."	"Planilla lahjakortteja" tytöille, olisiko tulevaisuudessa mahdollista, jos kaupoissa olisi enemmän vaihtoehtoja kohteisiin, ja esim 10e vaihtoehto? Sellainen olisi erittäin helppo heräteostos". "Teette hyvää ja arvokasta työtä. Tsemppiä" "Toivoisin ehkä tarkempaa tietoa siitä kuinka juuri minun lahjoitukseni on avustanut minun kummilastani"	"Plan-lehti on mukava, mutta onko sitä mahdollisuus saada sähköisessä muodossa. Muuten jatkakaa samaan malliin 🙏" "Hyvää työtä, jatkoa samalla tavalla." "Hienoa, että tyttöjen koulutus ja hyvinvointi on teille tärkeää!" "Kummikirjeisiin olisi kiva saada vähän inspiraatiota, kuulumisten kertominen ja kysely vielä tässä vaiheessa tuntemattomalta tuntuu kovin vaikealta." "kaikkea hyvää"	

Liite 9. Monivuotiset kummit: olisiko jokin voinut mennä paremmin kummiudessa

Entä olisiko jokin voinut mennä paremmin kummiudessa-sasi? "Kummilapselta ei koskaan ole tullut mitään postia meille. Se on harmittanut omia lapsiani aika paljon." "ei tule mieleen mitään erityistä" "Kyllä. Nyt ei henkilöistä kontaktia kummilapsen syntynyt. Lisäksi pyydettiin tyttöä ja saatiin poika." "Yhteydenotto melko hankalaa"	"Yhteys kummilapsen on jäänyt nyt alun innostuksesta" "Ehkä raportteja kummilapsesta voisi tulla useammin ja ne voisivat olla yksityiskohtaisempia" "Olen itse aika passiivinen" "Läpinäkyvyyttä lisää planin toimintaan" "Enemmän olen kaivannut tietoa oman kummilapseni elämästä ja yhteisönä elämästä" "Kaikki hyvin!"	"Ei kommentoitavaa" "Laitoin kahdeksan, koska haluan osallistua vain rahallisella tuella." "Kaikki on mennyt omalta kohdaltani hyvin." "Raporttia kummilapsesta olisi mukava saada hieman useamminkin" "Oma aktiivisuus" x5 "Toivoisin, että saisin useammin viestejä tai tietoja kummilapsesta"	"Kirjeenvaihto kummilapsen tai hänen vanhempien kanssa voisi ehkä jotenkin toimia vähän paremmin, tai nopeammin." "Jäsentietojen käsittely" "Tekisin mielelläni kummivierailun, mutta Thaimaanmatka on turhan kallis kun sinne ei kannata viikonlopuksi lähteä." "Litet strul i början. Hade önskat en liten flicka, erbjöds en betydligt äldre. Fick byta."	"Vähän liikaa tulee ylimääräistä postia" "Käytännössä ei, mutta toki enemmän henkilökohtaista infoa kummilapsen ja perheen tilanteesta olisi mukava kuulla." "Yhteys kummilapsen vähäinen, vaikea tietää miten hänelle ja perheelleen on kerrottu kummistaan. Raportit hiukan vaikeaselkoisia, yleisellä tasolla. Niiden uskottavuus on epäselvä."	"Katukaupusteluna" (Feissari) aikoinaan ryhdyin kummiksi koska katutapahtuman teemana oli "Tyttöjen puolella". Erityisesti korostin, että haluan kummilapseksi tytön. No ei tullut tyttö vaan poika. Tämän perusteella väitän, että toimintamme on hosuvaa ja epätarkkaa, periaatteella "eihän se nyt ole niin tarkkaa mitä mummoille kerrotaan". Tällä menettelyllä ette voita mitään. Mummoilla on laaja ystäväpiiri, joka saa tiedon toiminnastamme." "Ilmoitin alussa etten halua kummilapsen kirjeitä käännettävän suomeksi sillä puhun sujuvasti hänen kieltä. Silti kirjeet on aina suomennettu ja se latisti minut heti alussa. Teillä toimitaan kaavan mukaan, ei yksilöllisesti. Enpä sitten olekaan kirjoittanut mitään kummilapselleni. Lähetän vain rahan. Kiitos teidän!" "Plan voisi vielä aktiivisemmin muistuttaa yhteydenpidosta omaan kummilapsen ja laittaa muistutusviestejä esim. kummilapsen oman maan sesonkeihin yms. liittyen. Arjen kiireessä viestin lähettäminen aina jää ja aiheita on usein vaikea keksiä, kun itse elää yltäkylläisyydessä ja toinen jatkuvassa puutteessa." "Toivoin sellaista kummeutta, että voin olla yhteydessä lapseen. Ei ole onnistunut. Jos olen laittanut viestin oma plan-sivuston kautta, niin siihen ei ole ikinä lapsi vastannut."
"Oliisi pitänyt enemmän olla henkilökohtaisesti yhteydessä kummilapseni. Oma viitseliäisyyteni on ontunut." "Aloitin kummuden juuri siihen aikaan, kun paperikirjeistä luovuttiin. Pakko sanoa, että fiilis ei ole ihan sama kuin mitä ystäväni aiemmin ovat kuvailleet kun ovat saaneet 'oikeita' kirjeitä. Kummiuteni kohokohta olikin aloittamisen lisäksi se, kun kerran sain lapsen terveiset ja kuvan tulostettua postitse, kun olin unohtanut käydä avaamassa kirjeen netissä. Se oli kaikkein paras saamani kirje ja motivoi kirjoittamaan takaisin. Oliisi mukavaa, jos olisi joku vaihtoehto missä kirjeitä ja kuvia voisi vielä saada ja lähettää postitse. Vaikka sitten lisämaksusta."	"Kysymys on varsin epärelevantti. Ei ole kysymys kummin 'tyytyväisyydestä', vaan pyrkimyksestä auttaa lähtökohtaisesti heikommassa asemassa olevia. Kun tämä toteutuu kustannustehokkaasti ja vaikuttavasti, on kumminkin pakko olla 'tyytyväinen'."	"Itse olisin toivonut ehkä jollain tasolla henkilökohtaisempaa suhdetta, mutta kaikkea ei voi aina saada. Ehkä jonkinlaista tukea ja apua järjestöltä olisin toivonut jolla saada tällainen suhde luotua, muutenkin kuin vuosittaiset kuvapaketit siitä miten kummilapsella menee."	"Yhteydenpito kummilapsen. Kummiuden aikana (kotivierailu) on käynyt ilmi, etten ole saanut pojan kirjeitä sellaisina kuin hän on ne kirjoittanut, vaan niitä on muokattu kertomatta asiasta minulle. Poika oli kirjoittanut ns. kiellettyjä asioita, kuten toiveita lahjoista ja negatiivisia asioita Planin toiminnasta, mutta kyllä kummin pitäisi vähintään saada tietoa tilanteesta sen sijaan että kirjeet on sensuroitu osapuolten tietämättä. Ei herätä luottamusta Planin toimintaa kohtaan. Myös vierailussa paikanpäällä oli muutamia hiukan erikoisia seikkoja - kuten se, että meidät vietiin kesken vierailua ravintolaan syömään ilman kummiperhettä, minkä jälkeen menimme heille kotiin kylään. Tuntui äärimmäisen kiusalliselta mennä sinne vatsat täynnä. Onneksi tajusimme ravintolasta ottaa heille ruokaa mukaan, mutta kyllä lähtökohtaisesti olisi pitänyt mennä ravintolaan joko yhdessä, tai olla kokonaan menemättä."	"Annan mielelläni sovittu kuukausittaisen summan, mutta en ehdi/halua paneutua kirjeiden ym. lähettämiseen. Pyyntö näistä saavat omantuntoni soimaamaan. Toivon, että voin olla vain lahjoittaja ilman muita velvollisuuksia."	"Kummiksivärävyys oli todella aggressiivista. Ilman näin aggressiivista väräystä en olisi liittynyt mutta se jäi myös kaivelemaan. En myöskään pidä testamenttitoiminnasta sillä näen sen vanhusten hyväksikäyttönä. Kolmas ärsytys koskee sitä että käytössä on vain email eli en voi lähettää kummilapselle paperista korttia/kirjetä vaikka maksaisin postimaksun. Toivoisin myös mahdollisuutta lähettää rahalahja tai paketti."
"Haluaisin lähettää ihan oikeita kirjeitä kummilapselleni ja mukana jotain pientä esim. syntymäpäiväksi (tarroja, kiitokuvia, valokuvia). Koen, että kummilapsen muistaminen on kankeaa. En haluaisi saada niin paljon viestejä ja postia Planilta. Toivon, että niidenkin tuottamiseen laitettut rahat käytettäisiin mieluummin kummilapseni hyväksi. Esim. kotiin tuleva lehti on ihan turha. Katsaus kummilapsen tilanteeseen ja hänen alueellaan tehtyihin toimenpiteisiin kerran vuodessa riittäisi minulle."					

Liite 10. Monivuotiset kummit: palveluiden tyytymättömyys

Voisitko kertoa, miksi olet tyytymätön, erittäin tyytymätön tai et käytä palveluita?	"Lehdet (muutkin) usein kasaantuu ja jää lukematta." "En ole tarkemmin perehtynyt verkkopalveluun vielä" "Minulle riittää että saan olla kummitäti ja saan välillä tietoa kummilapsesta." "Ei ole tarvetta käyttää. Kaikki oleellinen tieto tulee minulle sähköpostitse." "En ole saanut aikaiseksi. En käytä yleensä sosiaalista mediaa tms."	"En käytä nettiä ylipäätään, minulla on ainoastaan sähköposti työn takia" "Haluan tukea vain rahallisesti." "Olen käynyt Oma Plan -palvelussa, mutta Planin verkkosivuille tai lahjoittajapalveluun ei ole ollut erikseen asiaa. Kummimaksu veloitetaan suoramaksulla tililtäni kerran kuussa." "Ajanpuute" "Omaa syytäni."	"En ymmärrä mitä tarkoitti "asiointi lahjoittaja-palveluun". Myöskään viestintää somessa en erityisemmin seuraa." "Lähetäisin mieluummin oikeaa postia lapselle, kortteja, tarroja jne" "Ei ole ollut asiaa lahjoittajapalveluun. Kummimaksu menee suoraan tililtä kuukausittain."	"Toivoisin, että saisin useammin viestejä tai tietoja kummilapsesta" "Haluan olla vain lahjoittaja. Miksi tämä ei riitä teille?" "Henkilökohtais et syyt, mm. resurssipula" "En koe niiden tarjoavan minulle mitään." "Är inte på insta, Facebook, twitter" "Haluan vain lahjoittaa enkä kirjoittaa kirjeitä tms."	"En käytä tietokonetta" "Olen ollut viime aikoina itse kovin passiivinen. Siksi jää käyttämättä. Kummilapseni ei kirjoita minulle päin, vaikka kai kumpaankin suuntaan voi viestiä laittaa." "En halua olla aktiivinen, kuukausi lahjoitus riittää. Synttärikirjeen lähettäisin valmiilla pohjalla, mutta käyttö on liian monimutkainen"
---	---	--	---	--	---

"Ei kiinnostu. Kummityttären isän lähettämä kirje sai minut kyyneliin ja en halua sitä. Koitan saada maailmaa omalta osaltani paremmaksi enkä tahdo sen vaikuttavan millään tavoin tasapainooni. (Empatiakyyneleet toki vähiten negatiivinen seikka)"

"Katso kohta 6 (= "Katukaupusteluna" (Feissari) aikoinaan ryhdyin kummiksi koska katutapahtuman teemana oli "Tyttyöjen puolella". Erityisesti korostin, että haluan kummilapseksi tytön. No ei tullut tyttö vaan poika. Tämän perusteella väitän, että toimintanne on hosuvaa ja epätarkkaa, periaatteella "eihän senyt ole niin tarkkaa mitä mummoille kerrotaan". Tällä menettelyllä ette voita mitään. Mummoilla on laaja ystäväpiiri, joka saa tiedon toiminnastanne)"

"Minut bongattiin Planin toimesta rautatieasemalla. Suostuin kummiksi, kun olin jonkin aikaa sitä jo suunnitellut. En voinut paneutua siihen, mistä kummilapsi tulee ja hänen taustansa. Eihän sillä suurta väliä tietenkään ole, mutta se jäi kuitenkin mietittävään."

"Oma plan in kautta yhteydenpito ei ole kovin sujuvaa, vaan jähkyä. Vapaampi kirjemuoto olisi hyvä. Enemmän valokuvia tai jopa videoita lapsesta ja kylästä saisi olla. Enemmän tietoa mitä juuri minun avustuksellani on saatu hankittua"

"Ks. Edellisen kysymyksen vastaus. (= Haluaisin lähettää ihan oikeita kirjeitä kummilapselleni ja mukana jotain pientä esim. syntymäpäiväksi (tarroja, kiitokuvia, valokuvia). Koen, että kummilapsen muistaminen on kankeaa. En haluaisi saada niin paljon viestejä ja postia Planilta. Toivon, että niidenkin tuottamiseen laitettut rahat käytettäisiin mieluummin kummilapseni hyväksi. Esim. kotiin tuleva lehti on ihan turha. Katsaus kummilapsen tilanteeseen ja hänen alueellaan tehtyihin toimenpiteisiin kerran vuodessa riittäisi minulle.)

"Lue yllä. (= Ilmoitin alussa etten halua kummilapsen kirjeitä käännettävän suomeksi sillä puhun sujuvasti hänen kieltä. Silti kirjeet on aina suomennettu ja se latisti minut heti alussa. Teillä toimitaan kaavan mukaan, ei yksilöllisesti. Enpä sitten olekaan kirjoittanut mitään kummilapselleni. Lähetan vain rahan. Kiitos teidän!)"

"Plan on jotenkin etäinen. Ei tällainen vanhan kansan mies oikein osaa noteerata standardimuotoisia sähköpostiviestejä. Jospa Plan joskus kutsuisi sponsoreita kahville ja esittelisi aikaansaannoksia ja suunnitelmia face-to-face?"

"En jaksaa lukea uutiskirjeitä ja sosiaalisen median viestejä sillä ne on usein sellaista jada jada jada tylsää puuroa. Verkkosivut voisivat olla helpokäyttöisemmät ja selkeämmät. Lahjoittajapalveluun ei ole tarvinnut ottaa yhteyttä ja kummikirjeenvaihtoon olen tyytymätön koska paperisten korttien ja kirjeiden lähetys loppui."

"En seuraa Plania sosiaalisessa mediassa aktiivisesti, koska koen että saan tarvittavan tiedon käymällä verkkosivulla ja uutiskirjeiden muodossa."

"Harmittaa kun kaksi ensimmäistä kummivuotta sain lähettää kummilapselle kirjekuorissa tarroja ja postikortteja, joista hän piti valtavasti, ja sitten kirjeenvaihdon muututtua sähköiseksi en voi enää lähettää tarroja/kiitokuvia/kortteja. Nyt mietin, luuleeko pieni lapsi etten enää halua lähettää hänelle näitä pieniä lahjoja, tai onko kummilapsen perheille kerrottu että toimintatapa muuttui, ja siksi lahjat jäivät pois. Olisi ollut hyvä ratkaisu että kirjeenvaihto olisi muuttunut sähköiseksi vasta sitä mukaa kun tulee uusia kummeja/kummilapsia, ja ns. vanhojen käytäntö olisi jatkunut ennallaan, mutta ymmärrän ettei tämä ehkä olisi ollut mahdollista. Mutta asia on mietityttänyt lapsen kannalta, miten hän muutoksen mahtoi ottaa."

"Todellisuus ei ole ollut sitä mitä luvattiin. En saa tietoa niin usein kun pitäisi. En kummilapsesta enkä siitä mitä on tehty yhteisön hyväksi ja mitä yhteisöllä tässä tarkoitetaan oikeasti. Lisäksi kirjeenvaihto ei ole onnistunut. Ikinä ei kummilapsi ole vastannut. Lisäksi tulee kokoaja pyyntöjä sähköpostiin, jossa pyydetään lahjoittamaan lisää. Tulee olo ettei mikään riitä vaan yritetään lypsää kokoajan lisää."

"Yllä olevista vastausvaihtoehdoista puuttui kohta ""en osaa sanoa"". Nyt laitoin ""tytymätön"" tarkoittamaan ""en osaa sanoa"".

Olen vain harmissani, kun en osaa hoitaa kirjeenvaihtoa ja se turhauttaa minua. Pitäisi vain ottaa aikaa ja joku nuori perheestäni perehdyttämään minut siihen. Mutta, kun heilläkin on omat perheensä ja kiireensä... Kun aloitin kummiuden, toivon tyttöä kummilapsekseni. Se, että sain pojan ilahdutti minua kuitenkin paljon ja haluaisin luoda elävän yhteyden häneen. Toivoisin, että Planin lehdessä ja jutuissa olisi välillä tarinoita pojistakin ja poikien elämästä. Heillähän on monasti kovia paineita jatkaa perinteistä miehistä, naista sortavaa kulttuuria. Nyt välillä tuntuu, että Plan on tarkoitettu parantamaan vain tyttöjen elämää. Toki tiedän, että naisten koulutustason ja aseman parantaminen on yhteiskunnallisen kehityksen kulmakivi ja, että tyttöjen asema alikehittyneissä maissa vaatii voimakkaita toimia mm. koulutuksen parantamiseksi ja lapsiavioliittojen lopettamiseksi. Mutta silti, pojan kummi kun olen..."

"En koe saavani "vastinetta" lahjoittamaani rahasummaan, esim. tietoa kummilapseni todellisesta tilanteesta riittävästi. Epäilyttää meneeko rahani siihen mihin tarkoitan sen menevän."

"Kts. Ylläoleva vastaus liittyen kummikirjevaihtoon. (= Yhteydenpito kummilapseen. Kummiuden aikana (kotivierailu) on käynyt ilmi, etten ole saanut pojan kirjeitä sellaisina kuin hän on ne kirjoittanut, vaan niitä on muokattu kertomatta asiasta minulle. Poika oli kirjoittanut ns. kiellettyjä asioita, kuten toiveita lahjoista ja negatiivisia asioita Planin toiminnasta, mutta kyllä kummin pitäisi vähintään saada tietoa tilanteesta sen sijaan että kirjeet on sensuroitu osapuolten tietämättä. Ei herätä luottamusta Planin toimintaa kohtaan.)"

Liite 11. Monivuotiset kummit: Oma Plan, lisätiedot ja suosittelut

Kerro miksi et ole käyttänyt palvelua (miksi ei kirjautunut Oma Planiin 6kk aikana?)	"katso kysymys 6. (= yhteys kummilapseen on jäänyt nyt alun innostuksesta)	"Sähköinen viestintä on aina hiukan haastavaa, eikä mieluista."	"Sama kuin edellä, en käytä nettiä. Ympäristöteko: netti on valtava energiankuluttaja. Plan käyttää sitä järkeviin tarkoituksiin, mutta siellä on muuten niin paljon turhaa etten halua sitä kannattaa."
"En ole muistanut, täytyykin nyt."	"MAksan vain"	"Ajan puutteen vuoksi."	"Ks. Kohdat 6 ja 8. (= Annan mielelläni sovitun kuukausittaisen summan, mutta en ehdi/halua paneutua kirjeiden ym. lähettämiseen. Pyyntö näistä saavat omantuntoni soimaamaan. Toivon, että voin olla vain lahjoittaja ilman muita velvollisuuksia. Haluan olla vain lahjoittaja, miksi tämä ei riitä teille?)"
"On muita kiireitä"	"Näin on hyvä"	"En muista tai ehdi tai jakda"	"Ks edellinen vastaus (= Ajanpuute enkä koe tarpeelliseksi seurata somea. Uutistulva on kaikkialla niin valtaisa että valikoin tarkoin, mitä seuraan.)"
"Luen vain lehdet"	"Ei kiinnosta."	"Viitseliäisyyden puuttuessa"	
	"En tarvitse"	"Puhelimella koen hankalaksi. Ei appia"	
	"Haluan vain lahjoittaa enkä kirjoittaa kirjeitä tms."		
Mistä kaipaisit lisätietoja?	"Kuten edellä kirjoitin, haluaisin saada kirjeenvaihdon jouhevaksi ja helpoksi."	"Kaikki, minkä Plan vain ehtii tärkeemmän lomassa tiedottaa, kiinnostaa!"	"Toivoisin pari kertaa vuodessa tietoa kummilapsesta suoraan meiliini. Sitten kun hän on hieman vanhempi, voin laittaa tervehdyskiä. Ensimmäiseksi haluan auttaa tätä lasta käymään koulua, en tehdäkseni tuttavuutta."
"Tiedot planin rahoituksesta ja kummilapsitoiminnan osuudesta koko potisfa ja meneekö joka sentti kummilapselle"	"Kuten yllä, enemmän tietoa kummilapsen ja perheen henkilökohtaisesta tilanteesta."	"Kiinnostaisi tietää, millaisia tulevaisuuden vaihtoehtoja kummilapsella on? Voiko kummi osallistua enemmän lapsen varttuessa?"	"Kuinka olla kummi muutenkin kuin vain pelkkänä rahoittajana. Haluaisin pystyä tekemään myös jotain konkreettisempaa, mutta tuntuu, että vain rahani on se mitä halutaan."
"Edellä mainittua" (= enemmän tietoa kummilapsen ja yhteisön elämästä)	"Työstä mistä oma kummilapsi ja hänen kylänsä hyötyy."		"Oman kummilapseni tilanteesta, onko hän ja hänen yhteisönsä oikeasti hyötynyt tuestani vai onko raha mennyt johonkin mihin en ole tarkoittanut eli ns. väärään tarkoitukseenoikeas"
			"Siitä, mitä rahalla tapahtuu ja mitä kummilapselle kuuluu"
Voisitko perustella miksi ? (voit tai et voi suosittel Planin kummitoimintaa)	"Monet eivät tiedä toiminnasta."	"Lue yllä. Toimittane automaattina, ette yksilöllisesti."	"On ilo olla mukana auttamassa ja mahdollistaa omalla toiminnallaan ja lahjoituksilla tyttöjen aseman sekä oikeuksien kehittyminen ympäri maailman."
"Laadukas toimija"	"Koska se on hyvä väylä auttaa"	"Planin kautta on mahdollista auttaa heikommissa asemassa olevia lapsia ja nuoria"	"Mahdollisuus auttaa maailmaa parempaan suuntaan"
"Tuntuu hyvältä olla mukana auttamassa ja Planista ei ole kuulunut negatiivista palautetta"	"Se summa, jonka kuukaudessa maksan, on arvokas saajalle."	"Tärkeää työtä!"	"Ett bra sätt (av många) att hjälpa"
"Koen asian globaalisti tärkeäksi."	"Oletan (?) että esim kummilapseni hyvinvointi paranee tätä kautta"	"toimiva, itselläni ei ole ollut mitään huonoja kokemuksia"	"Tunnen suurta tarvetta auttaa tyttöjä eri puolilla maapalloa"
"Kuva työstä hyvin selkeä, viestintä johdonmukaista ja työ hyvin tärkeää."	"Luotan Planiin. Henkilökohtainen kirjeenvaihto kummilapsen kanssa on helppoa."	"Tärkeä asia"	"Plan kummios on hyvä tapa ottaa vastuuta maailman lapsista."
"Tärkeää työtä varsinkin tyttöjen koulutus. Ratkaisee monta ongelmaa kerralla"	"Kuva tapa auttaa kehityksensä lapsukaisia"	"Helppo tapa tukea ja melko varmasti tuki menee perille"	"Luotettava järjestö"
	"Mahdollisuus koulutukseen ja terveydenhuoltoon tulisi olla kaikilla."	"Lasten tulevaisuus ja hyvinvointi on minulle tärkeää."	
		"Se on tärkeää yhteiskunnallista vaikutustyötä"	
		"Toimii"	
			"Koska ei toimiteta sitä tietoa mitä luvataan ja pyydetään vaan lähettämään vielä lisää rahaa milloin mihinkin projektiin tai muuhun vastaavaan"
			"Hyvän asian puolesta."
			"Hyvä tapa auttaa, tietää avun menevän lapsen yhteisön hyväksi."
			"Hyvä keino vaikuttaa."
			"Paras tapa vaikuttaa maailmaan on lapsien oikeudet"
			"Voi parantaa ainakin jonkun lapsen elämää."
			"Uskon lahjoitusten menevän oikeaan tarkoitukseen."
			"8 on jokseenkin maksimi omalla asteikollani. En ylipäänsä suosittele mitään muille ihmisille... he tekevät omat päätöksensä omista lähtökohdistaan, joita minä en välttämättä tunne. Voin kertoa omista kokemuksistani, mutta se onkin sitten siinä."
			"Koen että kummiudessa yhdistyy hienolla tavalla sekä tarve auttaa että tietynlainen jaettu kokemus kummilapsen ja hänen perheensä kanssa. Lahjoitukseni eivät mene vain kasvottomalle massalle jonnekin, vaan tiettyyn yhteisöön josta saan säännöllisesti kuulla ja tutustua kummilapseni elämään. Kummikirjeiden lukeminen ja niihin vastaaminen tuottaa minulle todellista iloa, ja yhteydenpito sekä lahjoittaminen ovat helppo tapa tukea hyväntekeväisyyttä."
			"Olen kokenut saavani kummiuden kautta myös muuta tärkeää tietoa ihmisoikeuksien tilasta ja lasten hyväksi tehtävästä työstä maailmalla. Olen myös jo suositellut Plan-kummiksi ryhtymistä ystäväilleni, perheelleni, tuttavilleni tai ylipäänsä kaikille jotka vain ovat suostuneet kuuntelemaan."
			"Konsepti on hyvä. Erityisesti pidän siitä, että apu menee koko yhteisölle, eikä kyse ole yksittäisen lapsen auttamisesta. Vaikka kummiudella näin kasvot ja nimi onkin."
			"Jokainen voi tehdä oman pienen roolinsa, jotta kaikilla maailman ihmisillä olisi mahdollisuus ihmisarvoiseen, tasavertaiseen ja tasa-arvoiseen elämään."

Liite 12. Monivuotiset kummit: tarinoita kummivuosilta, terveiset ja testamentti

Haluaisitko kertoa meille jotain kummivuositasi?

"Yli 20v. sitten oli kummilapsi Perusta johon kontakti tullut uudestaan facebookin kautta."

"Tunnen enemmän ja enemmän vastuuta kummiudestani mitä kauemmin olen ollut (rahoittanut) kummilapsen elämässä"

"_"

"Sorry. En rupea kirjoittamaan romaania kännykän näppiksellä. Joku toinen kerta."

"Olen ollut tyytyväinen, että toimin kummina ja voin tukea taloudellisesti yksittäistä lasta. Enempää en kaipaa"

"Tunnen suhteellisen vähäisellä kontribuutiollani voivani vaikuttaa edes yhden perheen arkeen."

"Minulla on kahden ystäväni kanssa yhteinen kummilapsi. Se tuo meitä yhteen ja on toivottavasti myös mukavaa kummilapsellem me."

"Rahaa lähtee joka kuukausi tililtä muutaman kymppin verran. Joskus tulee jokin kirje tai kuvapaketti kummilapsesta. Siinäpä se."

"Olen iloinen, että yksi tyttö on jo saatu täysi-ikäiseksi. Toinen tyttö on jo menossa."

"Halusin lahjoittaa rahaa Indonesian koska olen rukoillut sen maan ihmisten puolesta noin 15 vuoden ajan ja Plan oli luotettava väylä lahjoittamiseen."

"Menee kaiken muun toiminnan ohella. En koi isoksi vaivaksi."

"Ei ole mitään positiivista sanottavaa omasta näkökulmasta,"

"En"

"Hyvä ystäväni työskenteli Planilla eräänä kesänä. Hän tiesi minun jo vuosia puhuneen kummitoimintaan ryhtymisestä. Teen töitä erittäin matalapalkkaisella alalla, tuloni ovat todella pienet, joten olen joutunut karsimaan menoistani kaiken ylimääräisen. Hänen innostuksestaan päätin kuitenkin tarttua tilaisuuteen. Ajattelin, että jos pienet tuloni riittävät täällä meillä pohjolassa elämiseen, niin ne varmasti riittävät myös moneen muuhunkin. Ja tällä tiellä olen edelleen. Olen mielenkiinnolla seurannut kummilapseni elämää, lähetellyt hänen kanssaan joitakin kirjeitä ja toivon todella, että Planin kautta olen onnistunut tuomaan hänen kotiyhteisönsä edes jotain muutosta. Tiedän että oma henkilökohtainen panokseni on pieni (meidän tulisi tehdä vielä niilin paljon enemmän), mutta toivon silti, että pienistä puroista kasvaa isoja jokia."

"Kummivuodet ovat olleet hyvin antoisia, parasta ovat lasten kirjeet ja vuotuiset raportit kuvien kera. Lapset ovat toistaiseksi pieniä, joten odotan kirjeenvaihdon vielä ajan mittaan rikastuvan. On hauska verrata, miten erilaisia kirjeitä kirjoittavat eri kulttuurien ihmiset."

"Kaksi nuorta feissaria lähestyi minua ystävällisesti Helsingin Vuosaaren Columbuksessa useita vuosia sitten. En ollut sitä ennen kuullutkaan järjestöstä. He saivat minut innostumaan, ja ryhdyin kuukausilahjoittajaksi. Siitä on aikaa jo kymmenisen vuotta. Olen lähettänyt muistaakseni yhden kirjeen kummilapselleni, ja vastavuoroisesti hän on lähettänyt myös minulle. Pitäisi viitsiä huolehtia paremmin vastavuoroisuudesta. Haluan kuitenkin uskoa, että lahjoitukseni on tukenut ja tukee edelleenkin Dorothya, olipa se siten koulu, opiskelua tai muuta toimintaa. Hänhän on kasvanut jo aikuiseksi tänä aikana."

"Minulla on pieni kummityttö Tansaniassa. Hän oli neljä kun aloitin sponsoroinnin. Nyt hän on koulussa. Olen kirjoitellut todella harvoin hänelle, syystä ettei hän itse vielä vastaa vaan joku sukulainen vastaa hänen puolestaan. Toivoisin saavani tavata hänet jossain vaiheessa. Myös toinen tyttäristäni on kiinnostunut kummiudestani. Ajauduin mukaan toimintaan tyttöjen auttamisen vuoksi."

"On hyvä, että on mahdollisuus yrittää auttaa ja kirjeenvaihto lapsen äidin kanssa on aina kivaa ja saada lapsen kuulumisia myös Planilta. Kokemukseni on hyvä."

"Olin vuosia miettinyt ja suunnitellut hankkivani kummilapsen. Koin Planin tekemän työn tärkeäksi. Nyt on kuitenkin ja valitettavasti hiukan epävarma olo. En voi olla varma siitä onko rahani ns. mennyt perille vai höynäyttyäkö joku järjestön pitkässä ketjussa, esim. kohdemaassa minua ja Plania."

"Olen ollut vuosittain yhteydessä kummilapseni ja kirjeisiin on aina vastattu. Olen lisäksi lähettänyt kuvia mm. talvesta ja lumesta sekä linnuista ja oravista. Vähän harmittelen sitä etten pysty auttamaan suoraan esim. kummilapsen luokkaa mm. värituskynillä ja vihkoilla koulun käyntiä varten."

"Olen itse vähän huonosti seurannut heidän (kummilasten) kasvamista mutta ilahdun suunnattomasti kun tulee kirje  on niin kiva tietää että omani on tavoittanut heidät"

Terveiset Planille

"Jos käy niin, että kummilapsi muuttaa pois alueelta jossa Plan toimii, olisi kummilapsen vaihdosta hyvä tiedottaa etukäteen sekä antaa mahdollisuus itse vaikuttaa uuden kummilapsen valintaan. Joillain kummeilla voi olla periaatteellisia perusteita, esim. sukupuoli ja/tai ikä jolla kummilapsi valitaan. Itselläni kävi niin, että ensimmäinen kummilapseni muutti pois kummitoiminnan alueelta. Tuolloin alin tukisumma oli 27€/kk. Sen kummemmin tiedottamatta minulle ilmoitettiin tästä muutosta ja että minulle on valittu uusi kummilapsi. Kun kerroin, että haluaisin itse valita omien kriteerieni mukaan uuden kummilapsen, se sopi, mutta summa muutettiin 30€/kk, joka oli uusi alin summa, mutta siitä ei vaivauduttu minulle kertomaan. Periaatteessa joo, muutama euro sinne tänne, mutta prosentuaalisesti nousua oli yli kymmenen pykälää, ja lisäksi ihan periaatteekin vuoksi pitäisi osata kertoa tällaisista asioista. Moni kummeista saattaa olla ja varmasti onkin pienituloinen, jolloin tällaisetkin pienet asiat merkitsevät."

"Olen valinnut Plan-kummilapsen ainoaksi lahjoituskohteekseni pienen Amnesty-lahjoituksen ohella. Tieto avustajajärjestöjen väärinkäytöksistä varjostaa, toimikio systeemi oikeasti niin kuin luvataan. Olen ihmetellyt avustajajärjestöjen suomalaisten pomojen suuria palkkoja, mikä ei mielestäni ole oikein. En ole selvittänyt tätä PLAN-osalta."

"Läpinäkyvyyttä budjetista, kaikki osiot, kummilapsen (lasten) osuus, henkilökunnan palkkojen ja palkkioiden osuus, tilojen, feissafeiden ym vapaaehtoisten rekrytoinnin ym osiot auki ja näkyville. Yksittäisesimerkkejä rahoituspuolesta, ei vain ympäröityä juttuja."

"Ei erityisiä terveisiä. Kaikki on sujunut toistaiseksi moitteettomasti."

"Voisitko tehdä Plan lehteen juttuja Perun lapsista."

"Kiitos. Kiitos. Kiitos! Kiitos tästä valtavan hienosta ja arvokkaasta työstä jota teette. Uskon, että olette sitä kautta kyenneet tuomaan muutosta sekä merkitystä monien elämään."

"Harkitsen lopettavani Plan kummiuden ja sijoittavani summan toiseen hyväntekeväisyysorganisaatioon"

"Hienoa työtä mielestäni teette ja olen hyvin iloinen voidessani pienellä panoksella olla mukana."

"Kiitokset hyvästä ja arvokkaasta työstä lasten ja koko yhteisön hyväksi"

"Kiitokset teille kaikille mukana olevista hyvän asian puolesta tekemästänne työstä."

"Kiitos hyvästä työstä!"

"Kiitos, iso kiitos tärkeästä ja merkityksellisestä työstä!"

"Toivon lisää tietoa yllä mainitsemistani seikoista. Meneekö apu perille jne."

"Kiitos näistä kuluneista vuosista, ja erityismaininta mahtavalle asiakaspalvelulenne sekä feissari-työntekijöille - sitä kautta minutkin saatiin mukaan kummiksi reilu kolme vuotta sitten ja muistan hyvin miten miellyttävä kokemus se oli (toisin kuin useimmat suoramynttilänteet)."

"Kaikkea hyvää jatkossakin, ja nettittömänä tietenkin toivon että kummikirjeiden lähetys ja raporttien ja lehden saanti edelleen tulee toimimaan myös perinteisin menetelmin."

"Jatkakaa hyvää työtä :)"

"Vähemmän erillis sähköpostiviestejä joissa pyydetään lisää lahjoituksia."

"Keep it up!" "Jaksakaa ja jatkakaa."

"Kiitos tärkeästä työstänne!"

Testamenttaamisessa minua kiinnostaa

"Tieto hyvin nettisivuilla" "Ajatus"

"Se että lopetatte tämän kyseenalaisen toiminnan mitä monet uskonlahkotkin käyttäät hyötyäkseen varsinkin vanhoista ja vajaakuntoisista ihmisistä."

Liite 13. Pitkäaikaiset kummit: olisiko jokin voinut mennä paremmin kummiudes- sasi, palveluiden tyytymättömyys, Oma Plan ja kehitysehdotukset

Entä olisiko jokin voinut mennä paremmin kummiudessa?	"En ole ehtinyt kirjoittaa kirjoja kuin vain pari alussa. Se harmittaa ja nyt myöhemmin on tosi vaikea aloittaa alusta kirjojen kirjoittamista. En edes kehtaa vierailla OmaPlanissa, koska en ole pitänyt yhteyttä. Maksan kuitenkin maksut ajallaan, siitä ainakin on apua. Ja mielessä on aloittaa kirjojen kirjoittaminen uudestaan, kunhan vain pääsen tämän nolotuksen tunteen ylitse ja saan kunnolla aikaa. Sitten siitä tulee hyvä rutiini/arki." "Olen itse ollut todella passiivinen eli siinä olisi hlokohtaisesti parannettavaa." "Tuskinpa vaan..."	"Ei" "Voisin itse olla aktiivisemmin yhteydessä kummilapseni." "Nykyisen kummilapsen ikä oli hakusessa, mutta se oli ymmärrettävää ja asia selvisi." "Olin itse aktiivisempi. Nyt en ole kirjoittanut kummilapselleni." "Itse olisin voinut olla aktiivisempi ja vuorovaikutteisempi." "Oma aktiivisuus kirjeenvaihdossa" "Itse olisin voinut olla aktiivisempi."
Voisitko kertoa, miksi olet tyytymätön, erittäin tyytymätön tai et käytä palveluita?	"En käytä palveluita, koska ei ole valittavasti aikaa (OmaPlan, kirjeenvaihto ja verkkosivut) ja joihinkin ei ole tarvetta (lahjoittajapalvelu, sosiaalinen media). Työkiireet kuormittivat sähköpostin ja muun elämän jokunen vuosi sitten ja vasta nyt olen ehtinyt purkaa näitä. Toivon tulevaisuudessa voivani käyttää OmaPlania ja olla kirjeenvaihdossa. Lehti on tosi hyvä!" "En osaa sanoa. OmaPlan vaatii jälleen yhden kirjautumisen. Kirjautun varmaan 100 kertaa eri ohjelmiin työssäni, en ehkä halua ottaa uutta kirjautumista haltuun."	"ei ole aikaa roikkua sosiaalisessa mediassa" "Olen melko passiivinen lahjoittaja." "Painetun lehden voisi jättää pois, ja keskittää varat itse ydintoimintaan eli avustustyöhön. Sähköiset tiedotukset harvemmin riittäisivät." "Aika on kortilla, joten keskityn vain itselle olennaisiin asioihin." "En käytä: elämä on kiireistä - kaikkea ei voi tai jaksa seurata." "En käytä sosiaalista mediaa"
Kerro miksi et ole käyttänyt palvelua (miksikä kirjautunut Oma Plan palveluun 6kk aikana)	Kerro meille yksi asia, mikä meidän tulisi tehdä? "Kirjeet nopeammin perille" "Olisi ehkä kiva saada tietoa kummilapsen perheestä" "Tarinat annetusta avusta ja vaikutuksista ovat mielenkiintoisia." "Vaikea sanoa." "Jos löytyisi vielä joku keino, miten tällainen ruuhkavuosiä elävä perheenäiti saisi helposti ja nopeasti pidettyä kummilapsen yhteyttä."	"Jatkaa hyvää toimitustyötä Plan-lehden tiimoilta. Sitä lukee meillä kaikki. Teini-ikäiset saavat siitä hyvää näkökulmanlaajennusta elämäänsä." "Valmiit kummikirjepohjat tai pienet lahjat olisi hyvä olla käytettävissä." "Keskittyminen avustustyöhön kohdemaissa." "Järjestää tietokutyyppisiä tilaisuuksia esim. tietyn kohdemaan tilanteesta lapsinäkökulmasta. Vetonaulana voisi olla esim. joku julkisuuden henkilö, joka haluaa kantaa kortensa kekoon." "Jatkakaa toimintaa"

Liite 14. Pitkäaikaiset kummit: suosittelut, tarinoita kummivuosilta, terveiset ja testamentti

Voisitko perustella miksi? (miksi voi/ei voi suosittelaa Plania)	"Plan tekee hyvää työtä tyttöjen aseman parantamiseksi kehitysmaissa ja toivon mahdollisimman monen voivan osallistua toiminnan tukemiseen"	"Helppo tapa saada kummilapsi" "Miksi ei?"
"On palkitsevaa auttaa lapsia eteenpäin"	"Luotan järjestön toimintaan ja että apu menee oikeasti perille"	"Plan on luotettava."
"Olen kokenut kumiuden nimenomaan Planin kautta luotettavaksi. Myös poliittinen ja uskonnollinen sitoutumattomuus ovat minulle tärkeitä."	"Asia on hyvä ja toiminta tuntuu luotettavalta."	"Mahdollisuus tehdä hyvää työtä jonkun hyväksi"
"Toiminnalla saa paljon hyvää aikaiseksi!"	"toimiva tapa auttaa lapsia maailmalla"	"Etenkin somen ja näkyvyyden kautta on käynyt selväksi, että apu menee sinne minne pitääkin. Hyvä opastus kummeille (joskim esim. kirje aiheideoita voisi olla enemmän ja eri-ikäisille)"
"Toimii hyvin ja viestitys helppoa"	"Plan tekee tärkeää työtä ja vaikuttaa lapsen lisäksi hänen ympäristöönsä. Plan tiedottaa hyvin toiminnastaan. Antaa kanavan osallistua."	"Lasten auttaminen on tärkeää"
"Helppo tapa auttaa."		"Hienoa toimintaa."
Haluaisitko kertoa meille jotain kummivuositasi?	"Kummitus on konkreettinen muistutus siitä, miten erilaisissa tilanteissa lapset kasvavat. Ensimmäinen kummilapseni oli liikuntavammaisen tyttö, joka teini-iässä perheen kertoman mukaan muutti jonkun sukulaisen luo pois Planin toiminta-alueelta. Olen miettinyt usein, mihin hän päätyi ja mitä hänelle on käynyt."	
"ei kerrottavaa"	"En. Haluan vain auttaa."	
"Ihania kirjeitä ja piirroksia kummilapselta ja uutta tietoa lapsen kotimaasta"	"Olen iloinen siitä, että kummitukeni avulla lapset ympäri maailmaa saavat paremman elämän."	
"Kolmas kummilapsi nyt. Kaksi aikaisempaa ilmeisesti muuttivat perheineen jonnekin muualle. Muuten mielelenkiintoista.."		
Terveiset Planille	"Kiitos hienosta työstä!"	Testamenttaamisessa minua kiinnostaa
"ei terveisiä"	"Hi 5!"	"En osaa nyt sanoa."
"Tsemppiä hyvän työn jatkamiselle!"	"kiitos että olette!"	"Auttaminen"
"Teette arvokasta työtä."	"Kiitos tärkeästä työstä! #eihymyilytä-kampanja on loistava!"	
"😊👍"		