

LAB-ammattikorkeakoulu
Liiketalous Lappeenranta
Liiketalouden koulutusohjelma
Markkinointi

Johanna Hietala & Juulia Hämäläinen

Kaakkois-Suomen Eläinsuojeluyhdistys ry:n sijaiskotien asiakastyytyväisyys

Opinnäytetyö 2020

Tiivistelmä

Johanna Hietala & Juulia Hämäläinen
Kaakkois-Suomen Eläinsuojeluyhdistys ry:n sijaiskotien asiakastyytyväisyys 81 sivua, 2 liitettä
LAB-ammattikorkeakoulu
Liiketalous Lappeenranta
Liiketalouden koulutusohjelma
Markkinointi
Opinnäytetyö 2020
Ohjaaja: Sampo Kokkonen, LAB-ammattikorkeakoulu

Opinnäytetyön tarkoitus oli selvittää, kuinka tyytyväisiä sijaiskodit ovat olleet asiakassuhteeseen Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistys ry:n eli Kaseyn kanssa sekä sijaiskotiprosessin sujuvuuteen. Lisäksi haluttiin selvittää, kuinka Kaseyn sijaiskotitoimintaa voisi mahdollisesti parantaa.

Teoriaosuus koostuu asiakastyytyväisyydestä, sen muodostumisesta ja mittaamisesta sekä siihen liittyvistä tekijöistä. Lähteinä käytettiin aihealueiden kirjallisuutta. Lisäksi teoriaosuutta täydennettiin puolistrukturoidusta haastattelusta saaduilla tiedoilla.

Tutkimuksessa käytettiin kvantitatiivista ja kvalitatiivista tutkimusmenetelmää. Empiriaosuuden asiakastyytyväisyystutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena kyselylomakkeen muodossa kysely- ja raportointityökalu Webropolilla. Kyselyyn saatiin 46 vastausta, joita käsiteltiin Webropolissa. Kvalitatiivinen osuus toteutettiin puolistrukturoituna haastatteluna Zoom-ohjelmiston avulla.

Tutkimuksesta saadun aineiston perusteella pääteltiin, että sijaiskodit ovat olleet tyytyväisiä asiakassuhteeseen Kaseyn kanssa sekä sijaiskotiprosessin sujuvuuteen. Lisäksi tutkimuksesta saadun aineiston avulla saatiin vastauksia siihen, kuinka Kaseyn sijaiskotitoimintaa voi parantaa. Eniten parannusta vaativa osa-alue oli kommunikointi.

Avainsanat: asiakastyytyväisyys, asiakaskokemus, asiakaspalvelu, asiakassuhdemarkkinointi ja yhdistystoiminta

Abstract

Johanna Hietala & Juulia Hämäläinen
Southeastern Finland Animal Welfare Association's Foster Homes' Customer Satisfaction, 81 pages, 2 appendices
LAB University of Applied Sciences
Faculty of Business Administration, Lappeenranta
Degree Programme in Business Administration
Specialisation in Marketing
Bachelor's Thesis 2020
Instructor: Mr. Sampo Kokkonen, LAB University of Applied Sciences

The purpose of the study was to find out how satisfied the foster homes have been with the customer relationship with Southeastern Finland Animal Welfare Association (Kasey) and with the smoothness of the foster home process. Also, it was wanted to find out how Kasey's foster home process could possibly be improved.

Theoretical part of this thesis consist customer satisfaction and how it is built up, how it can be measured and related factors. The information was gathered from literature and Internet. The theoretical part was also supplemented by information from half-structured interview.

Both quantitative and qualitative research methods were used in the study. The customer satisfaction research of the empirical part was carried out as a quantitative study with questionnaire which was made by survey and reporting tool Webropol. Interview material was used to support the questionnaire. Forty-six responses were received to the survey. Responses were processed in Webropol. The qualitative part was carried out as a half-structured interview using Zoom software.

The result of this project show foster homes have been satisfied with the customer relationship with Kasey and the smoothness of the foster home process. In addition, the material from the study provided answers to how Kasey's foster home operations can be improved. The area that needs the most improvement is communication.

Keywords: customer satisfaction, customer experience, customer service, customer relationship marketing, association operation

Sisällys

1	Johdanto	6
1.1	Aiheen valinta	6
1.2	Aiheen yleinen kiinnostavuus.....	6
1.3	Teoreettinen viitekehys	7
1.4	Tavoite ja rajaus.....	8
2	Toimeksiantajan (Kasey) esittely.....	9
2.1	Toimintamuodot	9
2.2	Eläinkoti Pesä	10
2.3	Sijaiskotitoiminta	10
2.3.1	Sijaiskodiksi ryhtyminen.....	11
2.3.2	Sijaiskotina oleminen	11
2.3.3	Sijaiskodin päättyminen	11
2.4	Adoptio.....	12
2.5	Jäsenyys	12
3	Asiakastyytyväisyys	14
3.1	Asiakas	14
3.2	Asiakkaan odotukset.....	15
3.3	Asiakaskokemus	16
3.4	Positiivinen asiakaskokemus ja siihen vaikuttavat tekijät.....	16
3.5	Asiakastyytyväisyyden mittaaminen.....	18
3.6	Asiakastyytyväisyystutkimus	19
3.7	Asiakastyytyväisyystutkimuksen ja yrityskuvatutkimuksen erot	20
3.8	Asiakastyytyväisyystutkimuksen tietojen hyödyt	21
4	Asiakaspalvelu	23
4.1	Asiakaspalvelija	23
4.2	Asiakasnäkökulma	24
4.3	Asiakkaan kohtaaminen	25
4.4	Asiakaspalveluprosessi.....	26
4.5	Palvelun laatu	29
5	Asiakassuhdemarkkinointi.....	30
5.1	Asiakassuhdemarkkinoinnin tavoitteet ja päämäärät	30
5.2	Asiakassuhdemarkkinoinnin toteuttaminen	30
5.3	Asiakassuhteen elinkaari	32
6	Yhdistystoiminta	33
6.1	Yhdistyksen perustaminen	33
6.2	Jäsenyys yhdistyksessä.....	33
6.3	Yhdistyksen hallitus.....	34
6.4	Yhdistyksen toimihenkilöt.....	34
7	Tutkimuksen toteuttaminen	35
7.1	Tutkimuskysymykset.....	35
7.2	Laadullinen tutkimus	35
7.2.1	Haastattelun hyödyt ja haitat.....	35
7.2.2	Puolistrukturoitu haastattelu.....	36
7.3	Määrällinen tutkimus	37
7.3.1	Kysely	37
7.3.2	Operationalisointi	38
7.3.3	Otantamenetelmät	38
7.4	Kyselylomakkeen suunnittelu.....	39

7.4.1	Suljetut kysymykset	40
7.4.2	Avoimet kysymykset	41
7.4.3	Mittaaminen	42
7.5	Saatekirje	44
7.6	Kyselyn jakaminen	45
8	Tutkimustulokset	46
8.1	Haastattelututkimus.....	46
8.2	Kyselytutkimus	46
8.2.1	Perustiedot.....	47
8.2.2	Sijaiskotina toimiminen	49
8.2.3	Yhteydenpito.....	56
8.2.4	Muut tiedot	67
9	Yhteenveto ja johtopäätökset.....	75
9.1	Opinnäytetyöprosessiin vaikuttavat tekijät	76
9.2	Pohdinta.....	76
	Lähteet	80

Liitteet

- Liite 1 Asiakastyytyväisyyskysely Kaseyn sijaiskodeille
- Liite 2 Saatekirje

1 Johdanto

1.1 Aiheen valinta

Opinnäytetyön aihe on Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistys ry:n (Kasey) sijaiskotien asiakastyytyväisyys. Aihe valittiin kiinnostuksesta eläinten asemaa kohtaan. Lisäksi yhdistyksillä ei usein ole resursseja toteuttaa laajempia asiakastyytyväisyyskyselyitä, sillä suurin osa yhdistyksistä toimii vapaaehtoistyön voimin. Aihe rajautui sijaiskoteihin, koska heidän tyytyväisyytään ei ole aikaisemmin tutkittu. Yhteistyön kesto sijaiskotien ja Kaseyn välillä on pisin verrattaessa esimerkiksi eläimen adoptoineisiin. Aiheen valintaan vaikutti myös tekijöiden usean vuoden kokemus asiakaspalvelutyöstä ja kiinnostus asiakastyytyväisyyteen sekä siihen vaikuttaviin tekijöihin.

1.2 Aiheen yleinen kiinnostavuus

Aihe on kiinnostava, sillä Kasey ei ole aikaisemmin tutkinut sijaiskotien asiakastyytyväisyyttä. Sijaiskodit tekevät arvokasta työtä tarjoamalla kodin sitä tarvitseville eläimille ja heidän tyytyväisyytensä selvittäminen toimintaa kohtaan on siksi tärkeää. Selvitystyön avulla pystytään huomaamaan mahdollisia ongelmakohtia sijaiskotitoiminnassa ja kehittämään toimintaa paremmaksi. Toimintaan tyytyväiset sijaiskodit pysyvät sijaiskoteina todennäköisesti pidempään kuin tyytymättömät.

Aiheen kiinnostavuutta lisää se, että lähiaikoina on lisääntyvässä määrin pyritty saamaan ihmisiä adoptoimaan jo olemassa oleva eläin sen sijasta, että ostettaisiin uusi pentu. Moni saattaa haluta eläimen kotiinsa, mutta ei ole erinäisistä syistä johtuen valmis sitoutumaan siihen eläimen koko eliniän ajaksi. Tarjoamalla eläimelle sijaiskodin, on mahdollisuus tarjota eläimelle väliaikainen koti ennen varsinaisen kodin löytymistä ja antaa eläimelle sen tarvitsema huomio sekä vapaampi asuinympäristö.

1.3 Teoreettinen viitekehys

Tutkimuksen teoreettinen viitekehys koostuu viidestä pääosasta: asiakastyytyväisyydestä, asiakaskokemusta, asiakaspalvelusta, asiakassuhdemarkkinoinnista sekä yhdistystoiminnasta. Asiakastyytyväisyys-osio koostuu teoriasta, joka käsittelee asiakasta ja asiakkaan odotuksia sekä asiakaskokemusta ja sen muodostumista. Lisäksi käsitellään asiakastyytyväisyyden mittaamista ja siitä saatavien tietojen hyödyntämistä. Asiakaspalvelu-osio koostuu teoriasta, joka käsittelee asiakaspalvelua, asiakaspalvelijaa, asiakasnäkökulmaa, asiakkaan kohtaamista, asiakaspalveluprosessia sekä palvelun laatua. Asiakassuhdemarkkinoinnin osiossa käsitellään sen tavoitteet ja päämäärät, toteuttaminen sekä asiakassuhteen elinkaari. Yhdistystoiminnan osio koostuu teoriasta, jossa käsitellään yhdistystoiminta, yhdistyksen perustaminen, jäsenyys, hallitus ja toimihenkilöt.

Edellä mainitut teoriat valittiin tähän opinnäytetyöhön, koska ne liittyvät oleellisesti työssä tehtyyn tutkimukseen. Aihealueet auttavat ymmärtämään, mitä tulisi ottaa huomioon asiakastyytyväisyyttä muodostaessa. Teoriaosuudessa käytettiin usein käyttäneet yritys-termiä, mutta kerrotut asiat pätevät myös yhdistyksissä. Kaseyn olisi tärkeää huolehtia sijaiskotien asiakastyytyväisyydestä, koska tyytyväiset sijaiskodit jatkavat sijaiskotina tyytymättömiä todennäköisemmin.

Asiakkaita Kaseyn sijaiskotitoiminnassa ovat sijaiskodit. Asiakasrooli poikkeaa perinteisestä, sillä sijaiskodit eivät osta tuotetta tai palvelua. Sijaiskodin varsinaisen asiakkuus alkaa, kun sijaiskodiksi haluava ottaa ensimmäisen kerran yhteyttä Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistykseen. Asiakassuhde voi parhaimmillaan jatkua usean vuoden ajan.

Teoreettisen viitekehysten suunnittelun tukena toimi opinnäytetyön tutkimuskysymys, joka on, kuinka tyytyväisiä sijaiskodit ovat olleet asiakassuhteeseen Kaseyn kanssa sekä sijaiskotiprosessin sujuvuuteen. Lisäksi tutkimuskysymyksen avulla on tarkoitus selvittää, kuinka Kaseyn sijaiskotitoimintaa voisi mahdollisesti parantaa.

1.4 Tavoite ja rajaus

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää sijaiskotien tyytyväisyys asiakassuhteeseen Kaseyn kanssa ja sijaiskotiprosessin sujuvuus. Tutkimuksen avulla voi mahdollisesti kehittää Kaseyn ja sijaiskotien välistä asiakassuhdetta sekä sijaiskotiprosessin sujuvuutta.

Tutkimus rajataan koskemaan ainoastaan sijaiskoteja, sillä heidän kanssaan yhteistyön kesto on pisin verrattaessa esimerkiksi eläimen adoptoineisiin. Yhteistyö sijaiskotien kanssa voi kestää muutamasta kuukaudesta aina muutamiin vuosiin. Kasey on aikaisemmin tehnyt asiakastyytyväisyyskyselyn eläinkoti Pesällä työskenteleville hoitajille.

Opinnäytetyössä suoritetaan laadullinen ja määrällinen tutkimus. Laadullinen tutkimus on puolistrukturoitu haastattelu, joka toteutetaan eläinkoti Pesän vastavalle Laura Hölkille. Hölki valikoitui haastateltavaksi, sillä hän on työskennellyt yhdistyksellä syyskuusta 2017 alkaen. Lisäksi hän on vastannut kaikista yhdistyksen hallinnollisista asioista aina eläinkoti Pesän pyörittämiseen. Hölkin tietämystä hyödynnetään kyselylomaketta sekä teoriaosuutta tehdessä.

Määrällinen tutkimus on kyselytutkimus Kaseyn sijaiskodeille. Kyselytutkimuksen aihe on rajattu toteutettavaksi niille, jotka ovat ilmoittautuneet sijaiskodiksi vuonna 2019-2020. Rajaus on päätetty tehdä näin, koska tutkimuksessa halutaan selvittää sijaiskotien ja Kaseyn välistä asiakassuhdetta tällä hetkellä. Tämä takaa sen, että tutkimuksella saadaan ajankohtaista tietoa Kaseyn sijaiskotitoiminnan sujuvuudesta asiakkaan näkökulmasta. Sijaiskoteja on vuonna 2019 ollut yhteensä 101, joista eläimiä on tai on ollut sijaiskodissa Hölkin arvion mukaan 50-60. Kysely lähetetään noin 80 henkilölle. Perusjoukon yleistämiseksi pyrimme saamaan 40 vastausta. Kyselylomakkeen kysymykset rajataan niin, että niistä saadaan vastauksia tutkimuksen tutkimuskysymykseen.

2 Toimeksiantajan (Kasey) esittely

Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistys ry eli Kasey toimii Kaakkois-Suomen alueella Etelä-Karjalassa (Imatra, Lappeenranta, Lemi, Luumäki, Parikkala, Rautjärvi, Ruokolhti, Savitaipale ja Taipalsaari) ja Etelä-Kymenlaaksossa (Pyhtää, Kotka, Hamina, Virolahti ja Miehikkälä). Toimintaa on ollut Lappeenrannassa ja sen lähialueilla pitkään. Yhdistys on aloittanut toimintansa vuonna 1970 ja toimi silloin nimellä Lappeenrannan Sedun eläinsuojeluyhdistys ry. Yhdistystoiminta on siirtynyt vuodesta 2018 Etelä-Kymenlaakson alueille ja sen myötä yhdistyksen nimi on muuttunut kesällä 2019 Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistys ry:ksi.

Yhdistyksen kotipaikkakunta on Lappeenranta ja eläinkoti Pesä sijaitsee Lappeenrannan Hakalissa. Kasey on valtakunnallisen SEY:n eli Suomen eläinsuojelu ry:n paikallisyhdistys. Yhdistys toimii lähes kokonaan vapaaehtoisvoimin luokun ottamatta kahta osa-aikaista työntekijää. Näiden työntekijöiden vastuulla on eläinkoti Pesällä olevien eläinten hoito sekä yhdistysten asioiden hoitaminen. (Hölkki 2020 & Kasey 2020d.)

Yhdistyksen tarkoituksena on edistää eläinsuojelua ja suojella eläimiä parhaalla mahdollisella tavalla kärsimykseltä, kivulta ja tuskalta sekä edistää eläinten hyvinvointia ja hyvää kohtelua (Kasey 2020d).

2.1 Toimintamuodot

Kaseyn toimintamuotona on eläinsuojelutyö, johon kuuluu mm. eläinkodin toiminta, huostaanotettujen ja muiden kodittomien eläinten vastaanottaminen, hoitaminen sekä uudelleenkotiuttaminen. Lisäksi toimintaan kuuluu varainhankinta apua tarvitsevien eläinten auttamiseksi sekä eläinten leikkauksen, sirutuksen ja rokotusten järjestäminen. Kasey järjestää sekä osallistuu erilaisiin tapahtumiin ja valistaa eläinten pidosta ja eläinsuojelusta tapahtumien lisäksi mm. sosiaalisen median kautta. Kaseylla on myös nuorisotoimintaa ja he tekevät vaihtelevasti kouluvierailuja. Lisäksi he pitävät lemmikkien hautausmaata Lappeenrannan Muukossa. (Hölkki 2020 & Kasey 2020d.)

2.2 Eläinkoti Pesä

Eläinkoti Pesä on Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistyksen väliaikaissijoituspaikka niille eläimille, jotka tarvitsevat uuden kodin tai hoitopaikan. Enimmäkseen Pesälle päätyy kissoja suoraan sellaisista kodeista, jotka joutuvat luopumaan eläimestä esimerkiksi allergian vuoksi. Eläinkoti Pesä ei vastaanota löytöeläimiä. Pesällä on vierailuajat, jolloin ihmiset pääsevät tutustumaan kotia etsiviin eläimiin. (Kasey 2020b.)

Eläinkoti Pesällä on paikkoja ainoastaan kissoille ja sinne mahtuu kerrallaan noin 22 kissaa. Koirat, kanit sekä muut pieneläimet menevät suoraan sijaiskoteihin. Ennen vuoden 2016 kesää kaikki eläimet olivat sijaiskodeissa. (Hölkki 2020)

2.3 Sijaiskotitoiminta

Sijaiskotitoimintaa Kaseylla on ollut yli 10 vuotta. Vuodesta 2015 lähtien määrä on kasvanut räjähdysmäisesti, eikä yhdistys ole kerennyt varautua kasvuun. Vuonna 2019 yhdistyksellä oli sijaiskoteja 101, joista 68 ilmoitettiin kissojen sijaiskodiksi, 25 koirien sijaiskodiksi ja 8 pieneläinten sijaiskodiksi. Kaikkia sijaiskodeiksi ilmoittuneita ei pystytty hyödyntämään, koska yhdistyksellä ei ollut tarjota soveltuvaa eläintä kaikille sijaiskodeille. (Hölkki 2020 & Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistys ry:n toimintakertomus 2019)

Eläinkoti Pesän tilat ovat rajalliset, joten iso osa Etelä-Karjalan alueella olevista yhdistyksen eläimistä asuu sijaiskodeissa. Etelä-Kymenlaakson alueella yhdistyksellä ei ole eläinkotia, joten kaikki sen alueen kodittomat eläimet ovat sijaiskodeissa. Eri eläimillä on omat sijaiskotivastaavat ja Etelä-Karjalassa kissoilla on sijaiskotivastaavan lisäksi myös tiimiläisiä, sillä kissoja on sijaiskodeissa huomattavasti enemmän kuin muita eläimiä. Näin ollen yhden henkilön olisi mahdotonta vastata kaikista sijaiskodeissa olevista kissoista. Sijaiskotivastaava hoitaa sijaiskodin ja Kaseyn väliset paperiasiat ja toimii yhteyshenkilönä eläimen ollessa sijaiskodissa. (Hölkki 2020 & Kasey 2020a.)

2.3.1 Sijaiskodiksi ryhtyminen

Usein sijaiskodiksi haluava ottaa yhteyttä eläinkoti Pesään joko sähköpostitse tai soittamalla. Tämän jälkeen yhteydenottaja ohjataan täyttämään Kaseyn verkkosivuilta löytyvä sijaiskotihakemus. (Hölkki 2020)

Hakemuksen täyttäminen ja lähettäminen ei vielä sido mihinkään, mutta sen huolellisella täyttämällä osoitetaan, että asiaa on harkittu vakavasti. Hakemuksessa kysytään vastauksia mm. seuraaviin kysymyksiin

- miksi haluaa sijaiskodiksi
- mitä tietoa ja mistä on jo hankkinut kyseisestä eläinlajista
- kuka perheestä on pääsääntöisesti vastuussa eläimestä
- aikaisempi kokemus eläimen omistamisesta ja hoidosta
- kuinka kauan aikaa voi toimia sijaiskotina. (Kasey ry.)

Lomakkeen täyttämisen jälkeen Kaseyn henkilöstö käy tarkastamassa sijaiskodit. Tämän jälkeen tehdään sijaiskotisopimukset ja kun sopiva eläin löytyy, täytetään eläimen vastaanottolomake. Kasey pyrkii aina valitsemaan sijaiskodille sopivan eläimen varmistukseksi, että sijaiskoti pärjää eläimen kanssa sekä eläimellä on hyvä olla. (Hölkki 2020)

2.3.2 Sijaiskotina oleminen

Sijaiskoti hoitaa sijoitettua eläintä kuin omaansa. Sijaiskodin ei tarvitse kustantaa eläimen hoitoon ja ruokkimiseen vaadittavia asioita (esim. ruokakupit, hiekkalaitikko), vaan Kasey toimittaa tarvittavat välineet. Sijaiskodin niin halutessa on kuitenkin mahdollista kustantaa kaikki tai osa eläimen hoitoon ja ruokkimiseen vaadittavat asiat. Tämän avulla sijaiskoti pystyy tukemaan ja auttamaan rahallisesti Kaseyn toimintaa. Jos sijoitettu eläin tarvitsee lääkkeitä tai eläinlääkärinä, Kasey huolehtii myös niistä aiheutuvista kustannuksista. (Kasey 2020a.)

2.3.3 Sijaiskodin päättyminen

Sijaiskotitoiminta päättyy, kun sijaiskodiksi ilmoittautunut haluaa lopettaa sijaiskotina toimimisen. Sijaiskotina toimimisen lopettamiselle ei tarvitse olla mitään

suurempaa syytä vaan riittää, ettei halua enää toimia sijaiskotina. On myös mahdollista, että sijaiskoti päättyy Kaseyn toimesta, jos eläintä on kohdeltu huonosti tai sijaiskodissa on ilmennyt muita ongelmia. (Hölkki 2020)

2.4 Adoptio

Mikäli sijaiskoti haluaa adoptoida eläimen ja koti todetaan sopivaksi loppuelämän kodiksi, niin adoptio on mahdollinen. Kasey ei kuitenkaan ensisijaisesti toivo, että sijaiskodiksi tarjoutunut henkilö adoptoisi eläimen. Adoption tapahtuessa on todennäköistä, että sijaiskotina toimiminen loppuu. (Hölkki 2020)

Myös sijaiskotina toimimaton voi adoptoida eläimen ja jokaisen adoptiota harkitsevan tulee harkita eläimen hankintaa kunnolla. Kodintarjoajan tulee täyttää adoptiohakemus, joka ei kuitenkaan vielä sido mihinkään. Adoptiohakemuksen täyttäminen auttaa Kaseyta määrittämään, onko haluttu eläin sopiva hakijalle ja tarvitseeko hakija neuvontaa lemmikin hankinnassa tai sen hoidossa. Lisäksi lomakkeen täyttämällä osoitetaan, että adoptiota harkitaan tosissaan. (Kasey 2020c & Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistyksen adoptiohakemus.)

2.5 Jäsenyys

Kaseylle voi halutessaan liittyä jäseneksi. Jäsenyyksiä on erilaisia ja kaikille halukaille löytyy varmasti mieluinen vaihtoehto. Jäsenmaksut ovat pääosin vuosittaisia. Alla luettelo eri jäsenyyksistä

- nuorisojäsen (alle 15-vuotiaat) 23 €/vuosi
- varsinainen jäsen (ikä 15 v. tai yli) 33 €/vuosi
- perhejäsen 23 €/vuosi
- kannatusjäsen, 230 €/vuosi
- ainaisjäsen, kertamaksu 330 €

Kaikki jäsenyydet pitävät sisällään Kaseyn tiedotteet, jotka jaetaan pääosin sähköpostitse. Syksyisin jaetaan postitse isompi jäsenlehti, jossa kerrotaan vuoden toiminnasta sekä siihen liittyvistä asioista. Jäsenet saavat Kaseyn tiedotteiden sekä jäsenlehden lisäksi SEY-postit (Suomen eläinsuojelu), kuten esimerkiksi Eläintenystävälehden. Jäsenellä on mahdollisuus osallistua yhdistyksen yleisiin

kokouksiin, joita ovat kevät- ja syyskokous. Lisäksi jäsenellä (poisluettuna nuorisojäsen) on äänioikeus kokouksissa. Äänestys-oikeus antaa jäsenelle mahdollisuuden vaikuttaa Kaseyn toimintaan. (Hölkki 2020)

3 Asiakastyytyväisyys

Asiakastyytyväisyys on asiakkaan palveluun kohdistuvien odotusten sekä kokemusten suhde. Asiakastyytyväisyys on yritykselle yksi kilpailukeino. Tyytyväiset asiakkaat pysyvät asiakkaina todennäköisemmin kuin tyytymättömät sekä kertovat hyvistä kokemuksistaan eteenpäin. (Lahtinen & Isoviita 2001, 44 & 81.)

Asiakastyytyväisyys tarkoittaa sitä, kuinka tyytyväisiä asiakkaat ovat olleet yrityksen palveluihin tai tuotteisiin. Asiakastyytyväisyydestä voidaan puhua myös toiveiden tai odotusten täyttymisestä eli jos asiakkaan odotukset täytetään tai ylitetään, asiakas pysyy tyytyväisenä. Jos kuitenkin asiakkaan odotukset alitetaan, siitä seuraa yleensä pettymys tai suuttumus. Tämä heikentää yrityksen kuvaa ja sen luotettavuutta asiakkaan silmissä. (Numcore 2019)

Jotta asiakkaan odotukset palvelua kohtaan voidaan täyttää, on yrityksen tunnettava asiakkaansa. Yrityksen on tiedettävä asiakkaan todelliset motiivit eli mihin arvoihin valinnat ja päätökset perustuvat sekä minkälaisia tarpeita ja odotuksia asiakkaalla on. (Leivänen 2017)

3.1 Asiakas

Yritysmailmassa asiakas-käsite on usein selkeä. Asiakkaaksi luetaan henkilö, joka ostaa tuotteen tai palvelun. Toimialasta riippuen käsitys asiakkaasta voi olla epämääräinen, joten yrityksen asiakas-käsite kannattaa selkeyttää henkilöstölle. Asiakkaista puhuttaessa on tärkeää muistaa, että asiakkailla on asiakasrooli, ja se voi tarkoittaa jotain muuta kuin mitä yleisesti yhdistetään asiakkaaseen. (E. Selin & J. Selin 2005, 17 & 19.)

Kysynnän ylittäessä tarjonnan on yritysten kyettävä ymmärtämään asiakkaitaan paremmin. Lisäksi uudet sähköiset työkalut sekä kanavat ovat antaneet asiakkaille enemmän valtaa. Siksi on erinomaisen tärkeää, että menestyvällä yrityksellä on taitoa mitata, aistia ja tulkita ympäristön erityisesti asiakkaiden muutosta ja vaikutusta. (Hellman & Värilä 2009, 11-12.)

3.2 Asiakkaan odotukset

Asiakkaalla on yleensä odotuksia yritystoimintaa kohtaan. Yksi toimivimmista odotuslajienluokittelussa on kolmijako, joka koostuu ihanneodotuksista, ennakko-odotuksista sekä minimiodotuksista. Asiakkaan odotuksia voi olla vaikea arvioida, sillä jokaisella ne ovat henkilökohtaisia ja niihin vaikuttaa mm. henkilön tausta ja ominaisuudet.

1. **Ihaneodotuksella** tarkoitetaan, että henkilö on perustanut oman arvo maailman mukaisia toiveita, joita hän odottaa yritykseltä tai tuotteelta.
2. **Ennakko-odotuksella** tarkoitetaan, että henkilö on muodostanut yrityksestä/tuotteesta/eri ominaisuuksista (esim. laatu tai palvelu) odotustason. Käsitesisällöllisesti ennakko-odotukset ovat sama asia kuin imago eli kohdehenkilön mielikuva yrityksestä tai tuotteesta.
3. **Minimiodotuksella** tarkoitetaan sitä tasoa, jonka asiakas on asettanut itselleen vähimmäistasoksi, jota hän odottaa yrityksen tai tuotteen toiminnalta. Minimiodotukset ovat jokaisen henkilökohtaisia, mihin vaikuttaa muun muassa henkilön tausta ja ominaisuudet. (Rope & Pöllänen 1994, 31-36.)

Yritysten sekä palvelutehtävissä toimivien tulisi tietää, millaisia odotuksia asiakkailla on ja esimerkiksi vaihtelevatko asiakkaan odotukset eri tilanteissa. Lisäksi tulisi olla selvillä siitä, mitkä tekijät vaikuttavat perusodotusten muodostumiseen ja muuttuvatko odotukset ajan mittaan.

Asiakkaiden odotukset kohdistuvat seuraaviin asioihin

- palvelun lopputulos
- fyysinen ympäristö
- asiakaspalvelijoiden auttamishalu ja palvelun nopeus
- vakuuttavuus eli työntekijöiden tiedot ja kyvyt
- asiakkaan huomioon ottaminen. (Korkeamäki ym. 2000, 22.)

3.3 Asiakaskokemus

Asiakaskokemus on asiakkaan käsitys yrityksestä ja käsitys muodostuu kosketuspisteiden, mielikuvien sekä tunteiden perusteella. Joidenkin arvioiden mukaan jopa 2/3 asiakaskokemuksesta on tunnetta. On siis tärkeää kiinnittää huomiota asiakkaiden tunteiden huomioimiseen. (Brusi 2017)

Asiakaskokemus muodostuu kaikessa yrityksen ja asiakkaan välisessä vuorovaikutuksessa. Kyky luoda asiakaskokemuksia on yrityksen paras kilpailuetu. Osa asiakaskokemuksesta tapahtuu jo ennen varsinaista asiakassuhteen alkamista. (Eskelinen)

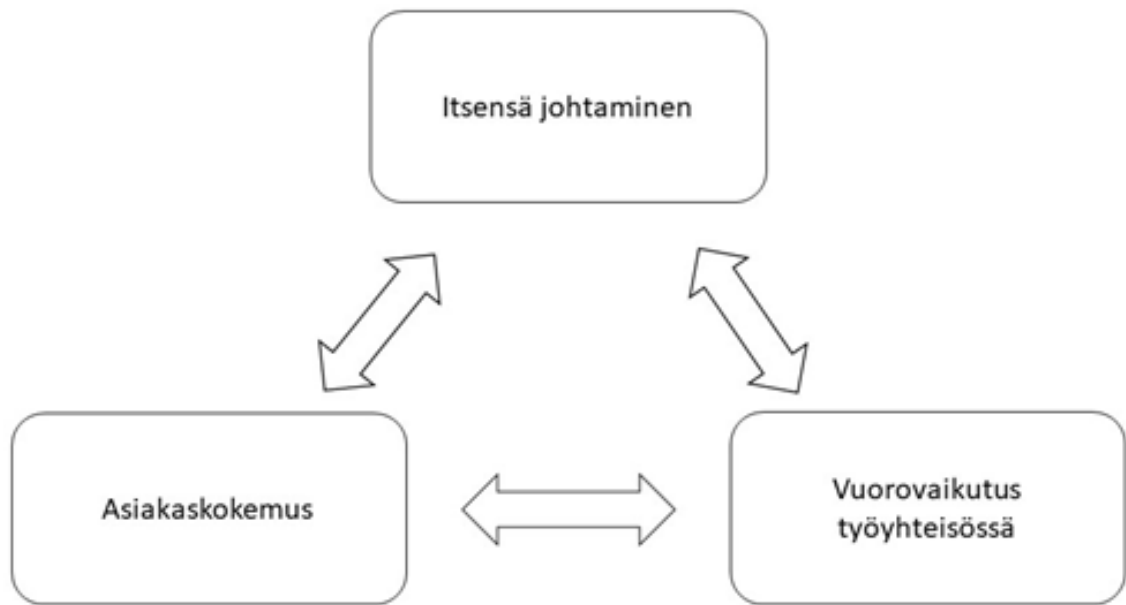
Asiakaskokemus alkaa siitä hetkestä lähtien, kun ihminen kiinnostuu yrityksestä ja löytää sen esimerkiksi Googlesta ja jatkuu siihen hetkeen saakka, että ihminen ei ole enää missään tekemisissä yrityksen kanssa. Asiakaskokemus koostuu siis sekä fyysisistä että digitaalisista kohtaamisista. (Pirhonen 2017)

Asiakaskokemus pitää sisällään ne tunteet ja kokemukset, mitkä saavat asiakkaan palaamaan uudestaan sekä jakamaan muille positiivisena kokemiaan asioita. Asiakaskokemukseen vaikuttaa asiakkaan odotusarvot ja on mahdotonta tietää, mitkä asiat mihinkin yksittäiseen kokemukseen vaikuttavat eniten. (Fischer & Vainio 2014, 9.)

3.4 Positiivinen asiakaskokemus ja siihen vaikuttavat tekijät

Positiivinen asiakaskokemus muodostuu, kun asiakas otetaan huomioon, häntä kuunnellaan ja pyritään ymmärtämään hänen tilanteensa. Asiakkaaseen myös pidetään yhteyttä ja mahdollisiin kysymyksiin vastataan viiveettä. Positiiviseen asiakaskokemukseen sisältyy myös lupauksien pitäminen ja korkea palvelun laatu.

Asiakaskokemukseen vaikuttavat tekijät on esitetty kuviossa 1.



Kuvio 1 Asiakaskokemukseen vaikuttavat tekijät (Fischer & Vainio 2014, 16)

Työyhteisön kokema työnilo on isossa roolissa positiivisen asiakaskokemuksen luomisessa, sillä työniloa kokevat henkilöt välittävät positiivista energiaa toisilleen sekä asiakkaille. Yksilön kokemaan positiivisuuteen työyhteisössä vaikuttaa kollegoilta saatu arvostus sekä kuinka merkityksellisenä oman työnsä kokee. Organisaatiossa jokaisen yksilön pitäisi ymmärtää, kuinka oma työtehtävä vaikuttaa koko palveluketjun onnistumiseen. Sen onnistumiseksi tarvitaan koulutusta organisaatiolta, läpinäkyvyyttä ja riittävän yksinkertaisia prosesseja. (Fischer & Vainio 2014, 9 & 11.)

Positiivisen asiakaskokemuksen tuottamiseen kuuluu lisäksi myös esimerkiksi negatiivisen palvelutapahtuman hoitaminen niin, että kokemus kääntyy lopulta positiiviseksi ja näin jopa vahvistaa asiakassuhdetta. On tärkeää muistaa, että positiivisen asiakaskokemus vaikuttaa usein suoraan siihen, ostaako asiakas uudelleen ja suosittelee hän yritystä muille ihmisille. (Avalon 2016)

3.5 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Asiakastyytyväisyyttä on tärkeä mitata, jotta yritys voi kasvaa ja menestyä. Sitä mittaamalla voidaan paikallistaa yrityksen palveluissa olevia ongelmakohtia. Tyytyväiset asiakkaat ovat uskollisia sekä suosittelevat palvelua ystävilleen ja jakavat kokemuksiaan sosiaalisessa mediassa. Yritys voi myös hyödyntää asiakastyytyväisyyttä markkinoinnissa, jolloin se vaikuttaa positiivisesti potentiaalisten asiakkaiden ostopäätöksiin. Näitä ovat esimerkiksi referenssit, joita näkee yritysten nettisivuilla. Näissä asiakkaat ovat esimerkiksi kehuneet saamaansa palvelua tai tuotetta. Tyytymättömät tai huonon kokemuksen saaneet asiakkaat voivat viedä suuren potentiaalisen asiakasjoukon. Negatiivisten kokemusten kertominen on lisääntynyt sosiaalisen median myötä ja negatiiviset kokemukset saavat usein positiivista kokemusta enemmän huomiota.

Asiakastyytyväisyyden mittaamisen voi toteuttaa eri tavoin, mutta tyypillisesti asiakastyytyväisyyttä mitataan kyselyn avulla. Kysely voidaan toteuttaa esimerkiksi välittömästi, kun asiakas on saanut yritykseltä palvelua tai ostanut heiltä tuotteen. Nykyisin kyselyt tehdään yleensä sähköisesti, jotta tulokset saadaan suoraan sähköiseen muotoon ja tämä nopeuttaa tulosten analysointia. Lisäksi kyselyjä kannattaa toistaa useamman kerran, jotta saadaan vertailukelpoisempia tuloksia. Kyselyjä voi myös muokata ja kehittää tarpeen vaatiessa. (Huttunen 2020)

Asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata asiakastyytyväisyystutkimuksella, joka on sama kuin markkinointitutkimus. Asiakastyytyväisyystutkimus kohdistuu yrityksen asiakaskontaktipinnan toimivuuteen. Tutkimuksen tavoitteena on selvittää asiakkaan kokemaa tyytyväisyyttä yrityksen toimintaan kohtaan. Asiakastyytyväisyystutkimuksen tekemiseen kannattaa hyödyntää normaaleja markkinointitutkimuksen toteutusperiaatteita, joita ovat

- **Validiteetti**, joka tarkoittaa, että asiakastyytyväisyystutkimus mittaa juuri niitä tyytyväisyyteen liittyviä asioita, joita tutkimuksella halutaan mitata. Validiteettiin pystyy vaikuttamaan mm. kysymysten muotoilulla sekä kysymysten järjestyksellä tutkimuslomakkeessa.

- **Reliabiliteetti**, joka tarkoittaa tutkimustulosten pysyvyyttä ja niiden luotettavuutta. Tämä tarkoittaa, että asiakastytyväisyystutkimus on toistettavissa ja sen pitäisi olla yhtenevä aikaisemmin toteutetun tutkimuksen kanssa, jos asiakastytyväisyudessa ei ole tapahtunut muutosta.
- **Järjestelmällisyys**, jolla tarkoitetaan mm., että tutkimus tulisi toteuttaa systemaattisesti. Tarkoituksena on, että asiakastytyväisyyden kehittymistä pystytään seuraamaan esimerkiksi vertailemalla eri vuosien asiakastytyväisyystuloksia keskenään.
- **Lisäarvon tuominen**, joka tarkoittaa, että asiakastytyväisyystutkimus on tehty siten, että sen avulla pystytään kehittämään sisäistä toimintaa ja markkinointia asiakassuhteen syventämiseksi.
- **Automaattinen toimintaan kytkeytyminen**, jolla tarkoitetaan, että asiakastytyväisyystutkimuksessa saadut tulokset tuottavat värähdyksiä toimintaan ja kehittämispäätöksiin. (Rope & Pöllänen 1994, 83-84.)

Asiakastytyväisyyden mittaamiseen liittyy myös ongelmia. Mittaamisen ongelmana on, että ne painottuvat historiatietoon ja ovat kertaluontoisia. Lisäksi ne eivät välttämättä yhdisty loogisesti yrityksen liiketoimintaan. Asiakastytyväisyyttä mitattaessa on tärkeää ottaa huomioon, että mittaukset eivät olisi esimerkiksi vain vuosittain tehtäviä vaan se olisi jatkuvaa, nimenomaisesti asiakkaan tilanteen mukaista mittaamista. On myös tärkeää, että mittaus pyrittäisiin tekemään tunnistetusti. Tämä mahdollistaa sen, että saadaan tarkkaa tietoa siitä, mihin asiakas on ollut tyytyväinen ja tyytymätön. (Hellman & Värilä 2009, 44.)

3.6 Asiakastytyväisyystutkimus

Asiakastytyväisyystutkimus mittaa tyytyväisyyttä. Tämä tarkoittaa, että kaikki eri tyytyväisyyteen kytkeytyvät osatekijät tulee sisällyttää tutkimukseen, jotta asiakastytyväisyys saadaan selvitettyksi. Asiakastytyväisyystutkimusta toteutettaessa tulee rakentaa tutkimusjärjestelmä. Asiakastytyväisyystutkimus ei ole koskaan jonkin toisen tutkimuksen liitännäinen, vaan se on selkeästi oma tutkimuslajinsa. (Rope & Pöllänen 1994, 85.)

3.7 Asiakastyytyväisyystutkimuksen ja yrityskuvatutkimuksen erot

Asiakastyytyväisyystutkimus on kontaktitapahtumakohtaista. Tämä aiheuttaa merkittävän eron yrityskuvatutkimuksen ja asiakastyytyväisyystutkimuksen välille. Yritystutkimuksen tarkoitus on selvittää mielikuvaa eli ennakoituja odotuksia kun taas asiakastyytyväisyystutkimuksen tarkoituksena on mitata asiakkaan tyytyväisyyskokemuksia yrityksen toiminnasta. Asiakastyytyväisyystutkimuksen ja yritystutkimuksen peruserot selvitetään kuviossa 2.

Tarkas- teltava asia \ Tutkimus- tyyppi	Yrityskuvatutkimus	Asiakastyytyväisyystutkimus
Tutkittava asia	Mielikuva (= odotukset) yrityksen toiminnasta	Kokemusten muodostama tyytyväisyys yrityksen toimintaa kohtaan
Tutkimuksen kohderyhmä	Potentiaalinen asiakaskunta (= asiakkaat ja ei vielä -asiakkaat)	Asiakkaat (kontakteittain), joilla on kokemuksia yrityksen toiminnasta
Tutkimusajankohta	Vapaa	Kontaktiin liittyvä
Otanta	Edustava otanta markkinasegmentistä	Kaikki toteutuneet asiakaskontaktit tai niistä määrätty otanta
Mahdollisuus tulla mukaan otantaan	Otossuuruuden tuottama todennäköisyys segmenttikoon perusteella	Otossuhteen perusteella kontakteista laskettuna
Tutkimuksen toistaminen	Säännöllisin väliajoin (yleensä 1-3 vuotta)	Jatkuva tutkimus tai säännöllisin väliajoin (yleensä ½ - 1 vuotta)
Tutkimuksen käyttökohteet	Imagon kehittäminen	Sisäisen toiminnan ja asiakassuhteiden kehittämien

Kuvio 2 Yrityskuva- ja asiakastyytyväisyystutkimuksen erot (Rope & Pöllänen 1994, 84)

Kuvio osoittaa sen, että näitä kahta tutkimusta ei voi yhdistää. Mikäli yritys haluaa selvittää näitä molempia asioita, tulee ne tehdä erillisenä tutkimuksena. Kuten kuvioista voidaan huomata, tutkittavan asian ero yrityskuvatutkimuksen ja asiakastyytyväisyystutkimuksen välillä on se, että asiakastyytyväisyystutkimuksessa halutaan selvittää kokemusten muodostavaa mielikuvaa, kun taas yritystutkimuksessa selvitetään odotuksia yrityksen toiminnasta. Tutkimuksen kohderyhmänä

yrittäjäkuvauksessa on potentiaaliset asiakkaat, kun taas asiakastytyvyyssuhteen tutkimuksessa kohderyhmänä ovat jo olemassa olevat asiakkaat eli yrityksen kontaktit. Tutkimusajankohta asiakastytyvyyssuhteen tutkimuksessa liittyy kontaktiin, kun taas yrittäjäkuvauksessa ajankohdalla ei ole niinkään väliä eli yritys voi sen määrittää itse. Otanta yrittäjäkuvauksessa edustaa markkinasegmenttiä. Asiakastytyvyyssuhteen tutkimuksessa otanta on kaikki toteutuneet kontaktit tai niistä määrätty otanta. Mahdollisuus tulla valituksi yrittäjäkuvauksen otantaan riippuu otossuuruuden tuottamasta todennäköisyydestä segmenttikoon perusteella. Asiakastytyvyyssuhteen tutkimuksessa mahdollisuus tulla mukaan otantaan määräytyy otossuhteen perusteella kontakteista laskettuna. Asiakastytyvyyssuhteen tutkimus on jatkuvaa ja se olisi hyvä tehdä säännöllisin väliajoin 1 – 2 kertaa vuodessa. Myös yrittäjäkuvaus tehdään säännöllisin väliajoin, kuitenkin sitä ei tarvitse tehdä niin useasti kuin asiakastytyvyyssuhteen tutkimusta. Riittää että tutkimus tehdään 1 – 3 vuoden välein. Tutkimuksilla on myös eri käyttötarkoitukset. Yrittäjäkuvauksella pyritään kehittämään imagoa, kun taas asiakastytyvyyssuhteen tutkimuksen tarkoitus on sisäisen toiminnan ja asiakassuhteiden kehittäminen. (Rope & Pöllänen 1994, 84-85.)

3.8 Asiakastytyvyyssuhteen tutkimuksen tietojen hyödyt

Asiakastytyvyyssuhteen tutkimuksessa saatua tietoa voidaan hyödyntää moniin eri käyttötarkoituksiin. Käyttöalueet voidaan listata seuraavasti

- yrityksen toiminnan laadun ongelmakohtien selvittäminen
- toiminnan tason ylläpitäminen
- kannuste-/johtamisjärjestelmän perustana toimiminen
- palautetiedon saaminen asiakkailta systemaattisesti / asiakkaiden arvostusten selvittäminen
- kanta-asiakkaisiin tai muihin asiakasryhmiin suuntautuvan markkinoinnin toteuttaminen.

Asiakastytyvyyssuhteen tiedon hyödyntämiseen liittyy kuitenkin vaikeuksia. Tämä johtuu siitä, että kaikkia hyödyntämiskohteita, jotka olisivat yritykselle mahdollisia tai tärkeitä ei ole etukäteen identifioitu eli tunnistettu. Tämän seurauksena tietoa

kerätään yleensä vain yhtä tai muutamaa hyödyntämisaluetta varten. (Rope & Pöllänen 1994, 61.)

4 Asiakaspalvelu

Asiakaspalvelu on sitä, mitä asiakas kokee ja kohtaa yrityksen kanssa asioidessaan. Asiointi voi tapahtua monessa eri tilanteessa esimerkiksi ostotapahtumassa, reklamaatiossa tai kun asiakas etsii tietoa sekä selvittää eri vaihtoehtoja ennen lopullista hankintapäätöstä. Asiakaspalvelu on asiakkaan ja asiakaspalvelijan välinen kohtaaminen, joka voi tapahtua esimerkiksi sähköpostitse, kasvokkain tai puhelimitse. (Niskanen 2018)

Asiakaspalvelu on tehokas tapa erottautua kilpailijoista ja asiakaspalvelua on kaikki asiakkaiden hyväksi tehty työ. Ratkaisevia asioita kokonaisuuden kannalta saattaa palvelutapahtumassa olla ne asiat, joita asiakas itse ei edes näe tai osallistu niihin. (Lahtinen & Isoviita 2001, 45.)

4.1 Asiakaspalvelija

Asiakaspalvelu on vuorovaikutusta sekä ihmisiin vaikuttamista. Hyvä asiakaspalvelija on sanavalmis, tilanteen tasalla, kiinnostunut asiakkaasta sekä valmis auttamaan päätöksen teossa. Asiakaspalvelija osaa lujittaa asiakkaan luottamusta sekä asiakasuskollisuutta. (E. Selin & J. Selin 2005, 168.)

Tehokkaan asiakaspalvelijan ominaisuuksia ovat mm.

- asiakassuuntautuneisuus
- myönteinen asenne
- hyvä itsetunto
- hyvä käytös ja siisti olemus
- kunnianhimo sekä vahva motivaatio työtä kohtaan
- ihmistuntemus
- yhteistyökyky. (Korkeamäki ym. 2000, 32.)

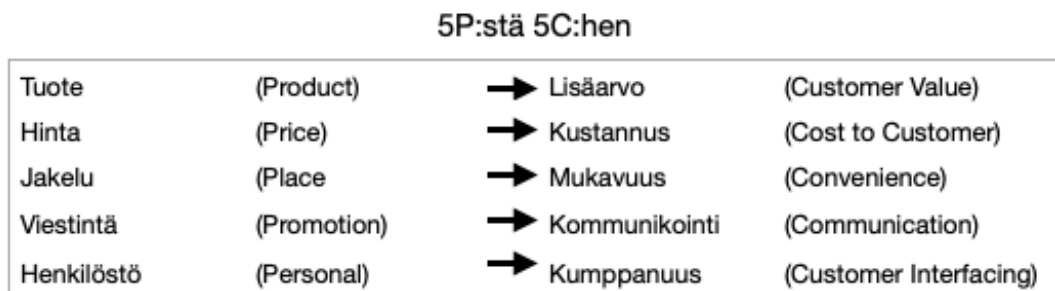
Useasti asiakaspalvelija on ainoa kontakti yrityksen ja asiakkaan välillä, joten asiakaspalvelija on suuressa roolissa asiakastyytyväisyyden sekä yritysmielikuvan luomisessa. Asiakkaan huono kokemus asiakaspalvelijan kanssa saattaa muuttaa mielikuvan negatiiviseksi yrityksestä, jota kyseinen asiakaspalvelija edustaa. (Haanpää.)

4.2 Asiakasnäkökulma

Asiakasnäkökulmalla tarkoitetaan astumista niin sanotusti asiakkaan saappaisiin. Asiakkaita kannattaa tarkastella asiakkaan ja asiakassuhteen näkökulmasta, koska tämä mahdollistaa uudenlaisen lisäarvon tuomisen asiakkaille. Asiakasnäkökulman ja asiakaslähtöisen ajattelun kulmakiviä ovat mm.

- Arvotuotanto eli mitä lisäarvoa yrityksen tuote- ja palvelukokonaisuus asiakkaalle tuottaa aidosti.
- Tuotetta tai palvelua tarkastellaan prosessina. Tällä tarkoitetaan sitä, että näkökulmaksi muodostuu kokonaisuus sisältäen myös asiakaskohtaamiset, eikä ainoastaan vain tuotetta tai palvelua.
- Asiakkuuden jatkuva kehittäminen ja asiakkaalle itselleen lisäarvoa tuottavien mahdollisuuksien tarjoaminen. (E. Selin & J. Selin 2005, 19-20.)

Philip Kotler on kuvannut seuraavan laisesti asiakasnäkökulman kuviossa 3.



Kuvio 3 Asiakasnäkökulma Philip Kotlerin mukaan (E. Selin & J. Selin 2005, 22)

Kuten kuvio 3 voidaan huomata, tulee yrityksen ottaa asiakkaan näkökulma huomioon yritystoiminnan kaikilla osa-alueilla. Tuotteen täytyy tuoda lisäarvoa asiakkaalle. Hintaa kannattaa miettiä siltä kannalta, että mitä asiakas saa kyseisellä kustannuspanoksella. Jakelussa tulee ottaa huomioon, että se on tehty asiakkaalle mahdollisimman helpoksi. Viestintä asiakkaan kanssa on kommunikointia, pikemminkin dialogia. Tämä mahdollistaa asiakkaan vaikuttamaan asioihin ja täten yrityksellä on mahdollisuus toimia parempana asiantuntijana. Lisäksi henkilöstöä pitää ajatella kumppanuutena. (E. Selin & J. Selin 2005, 22-23.)

Asiakaslähtöisyydellä ei kuitenkaan tarkoiteta sitä, että suostuttaisiin mihin tahansa asiakkaan pyyntöön. Tärkeämpää on saavuttaa yhteisymmärrys ja tehdä yhteistyötä. Asiakslähtöinen ammattilainen osaa myös kieltäytyä asiakkaan toiveista tai pyynnöistä niin, että asiakkaalle jää tapahtumasta silti hyvä mieli. (Kääntäjämestarin kirja.)

4.3 Asiakkaan kohtaaminen

Asiakasrajapinnassa ollaan ihmisen tai viestin kohdattaessa. Jokainen kohtaaminen on ensiarvoisen tärkeää ja ne muodostuvat eri tekijöistä. Tekijöiden sujuessa ja osuessa kohdalleen syntyy asiakkaan ja asiakaspalvelijan välille hyvä yhteisymmärrys. Alla on mainittu elementit, joiden avulla asiakkaaseen rakennetaan luottamusta, jotta asiakassuhde ja vuorovaikutus on mahdollista.

Asiakaskohtaamisen tärkeät elementit ovat

- omat asenteet ja uskomukset
- oma ennakkokäsitys ja –ajatus
- sanavalinnat
- oma ajankäyttö
- läsnäolo tilanteessa. (E. Selin & J. Selin 2005, 161.)

Edellä mainittavien elementtien avulla on hyvä miettiä itselleen työroolia. Myyntityötä tekevän on osattava käyttäytyä tilanteeseen sopivan roolin mukaisesti. Mitä tunnistettavammassa roolissa osaa toimia, sitä helpompi asiakkaan on suhtautua tilanteeseen ja rakentaa luottamusta. Jos myyjä ei osaa toimia rooliin kuuluvalla tavalla se voi vaikuttaa negatiivisesti ostotilanteeseen. (Havunen 2000, 28-29.)

Jokainen asiakas on yksilö. Asiakkaan käyttäytymiseen vaikuttaa mm. perimä, arvot sekä asenteet. Asiakkaan kohdatessa on tärkeää ymmärtää asiakkaan maailmankuva, jotta tarjonta voidaan kohdistaa oikein. Mitä enemmän onnistuu jättämään henkilökohtaisen arvomaailman taka-alalle ja viestimään asiakkaan maailmaan ja arvoihin sopivalla tavalla, sitä vahvemmin herää asiakkaan luottamus ja vakuuttuneisuus asian oikeellisuudesta.

Asiakaspalvelun avaintekijöitä ovat

- säännöllinen yhteydenpito
- asioimisen helppous
- selkeä palvelukokonaisuus

Yrityksen pitää pyrkiä luomaan asiakkailleen kokonaisvaltainen palvelupaketti, sillä se saa asiakkaat sitoutumaan vahvemmin yritykseen. (E. Selin & J. Selin 2005, 169-171.)

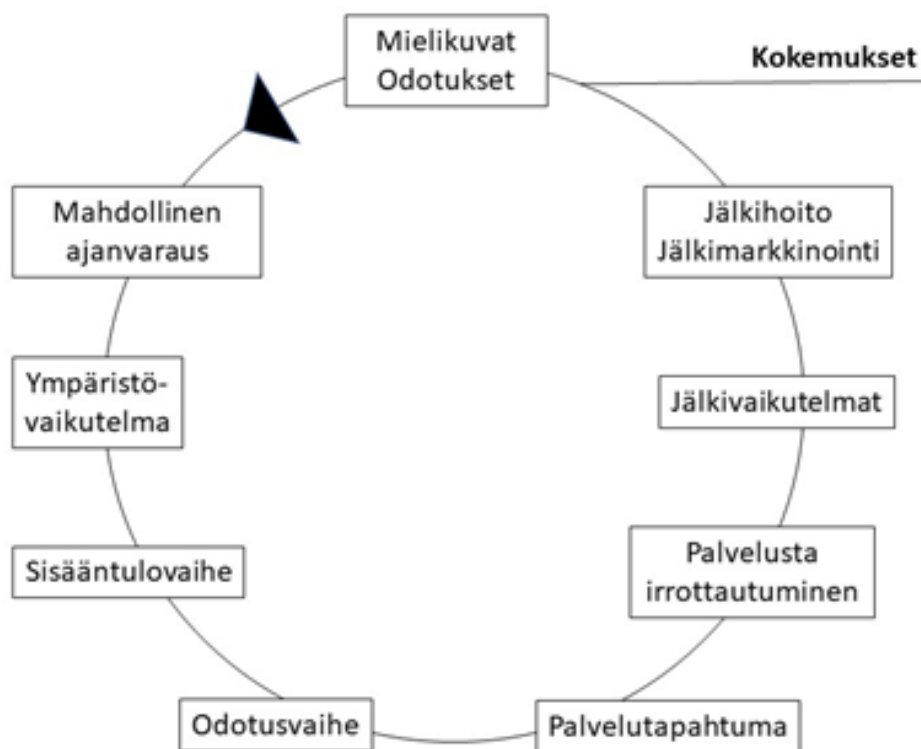
Asiakkaan kohtaaminen vaatii tilannetajua, koska ihmiset ovat erilaisia. Etukäteen voi miettiä sopivia keskustelun aloituksia ja ensisilmäyksellä voi esimerkiksi arvioida asiakkaan iän ja mukauttaa omaa puhetyyliään sen mukaisesti. Mitä paremmin tuntee kohderyhmän edustajia ja asiakkaita, sitä paremmin osaa heitä auttaa. Kiinnostuksen kohteet ja harrastukset voivat syventää tutustumista ja vaikka se saattaa aluksi vaatia epämukavuusalueelle menemistä, se palkitsee ajan kuluessa.

Asiakasta tulee lähestyä aikailematta, kuunnella häntä ja olla kiinnostunut. Kiinnostusta voi osoittaa esimerkiksi kysymällä tarkentavia kysymyksiä tai kysyä siitä, kuinka mahdolliset aikaisemmat kokemukset ovat sujuneet ja mikä on ollut hyvää tai missä olisi kehitettävää. Asiakkaan kohtaamisessa tulee olla oma itsensä, pitää myönteinen asenne ja osoittaa asiakkaan tärkeys myös elekielellä. Asiakaskohtaamisten laatua voi parantaa tarkkailemalla säännöllisesti omaa käytöstään ja tunnistaa reagointityylejään erilaisia asiakkaita kohdatessaan. Lisäksi voi pyytää palautetta omasta käytöksestä esimerkiksi perheenjäseniltä ja kollegoilta. (Kinnunen 2018)

4.4 Asiakaspalveluprosessi

Usein asiakkaalle on muodostunut jo ennen yrityksen tai organisaation palveluiden käyttämistä palveluodotuksia eli ennakkokäsityksiä siitä, kuinka palveluprosessi sujuu. Käsitykset ovat muodostuneet esimerkiksi yrityksen markkinointiviestinnästä tai kuulopuheista. (Korkeamäki ym. 2000, 19.)

Asiakaspalveluprosessin vaiheet on esitetty kuviossa 4.



Kuvio 4 Asiakaspalveluprosessin vaiheet (Korkeamäki ym. 2000, 18)

Kuviosta 4 käy ilmi, että asiakaspalveluprosessi on monivaiheinen ja sisältää yhteensä yhdeksän erilaista vaikuttavaa tekijää. Kaikki alkaa mielikuvista ja odotuksista. Tästä seuraava vaihe on **ajanvaraus**, joka voi tapahtua esimerkiksi puhelimitse, jolloin asiakas saa alustavan kokemuksen yrityksen palvelusta. Vaikuttavia tekijöitä kokemukseen on: joutuuko linjalle pääsyä odottamaan, kuulostaako puhelimeen vastaava iloiselta vai kyllästyneeltä, kuinka asiaa aletaan hoitamaan ja löytyykö asiaa hoitava henkilö helposti vai joudutaanko puhelinta kierrättämään ihmiseltä toiselle.

Ajanvarauksen jälkeen kuviossa 4 siirrytään **ympäristövaikutelmaan**, jonka asiakas luo yrityksen tai organisaation ulkoisen ympäristön tekijöiden perusteella. Vaikuttavia asioita ovat alueen viihtyisyys ja siisteys, mahdolliset muut rakennukset ympärillä, pysäköintipaikkojen sijainti sekä yrityksen oma julkisivu.

Seuraavaksi kuviossa 4 ollaan **sisääntulovaiheessa**, jossa asiakas kiinnittää ensimmäisenä huomiota siihen, kokeeko hän itsensä tervetulleeksi ja onko sisään

helppo mennä. Esimerkiksi esteetön sisäänkäynti (ei portaita), siisti liiketila, selkeät opasteet sekä henkilökunnan esilläolo ovat vaikuttavia tekijöitä tässä vaiheessa muodostuvaan kokemukseen.

Sisääntulovaiheen jälkeen kuviossa 4 on **odotusvaihe**, jolloin asiakas kiinnittää huomiota siihen, huomattiinko hänen sisääntulonsa eli ottaako henkilökunta häneen kontaktin katseella tai tervehtien. Huomiota kiinnitetään myös muihin asiakaisiin, jonotusjärjestelmään palvelua odottaessa, tilojen viihtyvyyteen sekä siihen, onko odottaville järjestetty jotakin ajankulua, esimerkiksi mahdollisuutta tutustua tarjolla oleviin palveluihin.

Odotusvaiheen jälkeen kuviossa 4 on esitetty varsinainen **palvelutapahtuma** – vaihe, jolloin asiakas haluaa tuntea olevansa tärkeä ja lisäksi että myös hänen asiansa on palvelevalle henkilölle tärkeä. Myös ydinpalveluksi kutsutun vaiheen aikana pyritään ratkaisemaan asiakkaan tarve.

Kun palvelutapahtumavaihe on ohi, seuraavana kuviossa 4 on palvelusta **irrottautuminen**, joka pitää sisällään kassatoiminnot, rahastuksen sekä hyvästelyn. Hyvän lähtövaikutelman voi antaa viipymällä asiakkaan läheisyydessä tämän tehdessä lähtöä.

Varsinaisen palvelutapahtuman jälkeen asiakkaan kokemuksiin koko palveluprosessista vaikuttaa vielä kuviossa 4 oleva **jälkivaikutelma** eli muilta ihmisiltä saadut kommentit, omat kokemukset palvelukokonaisuudesta, sekä muut sattumanvaraiset asiat. Joskus sattumanvarainen asia voi olla sellainen, johon yritys ei itse pysty vaikuttamaan, esimerkiksi asiakkaan saama pysäköintivirhemaksu asiointin aikana.

Kuvion 4 viimeisen kohdan eli **jälkimarkkinoinnin** avulla yritys voi tuottaa asiakkaalle hyvää mieltä. Jälkihoito voi sisältää esimerkiksi laskutuksen hoitamista tai ostetun tavaran toimittamista aikataulun mukaan. Pysyäkseen asiakkaan mielessä, yritys voi muistaa asiakasta myös esimerkiksi kiitoskirjeellä tai joulukortilla. (Korkeamäki ym. 2000, 18-21.)

4.5 Palvelun laatu

Palvelun todellinen laatu on asiakkaan näkemys palvelun onnistumisesta. Asiakkaan muodostamaan laatuarvioon vaikuttaa koko palveluprosessi. Laatuun vaikuttaviin tekijöihin sisältyy fyysiset tekijät sekä vuorovaikutustekijät, eli palvelun tuottajan osaaminen. Asiakkaan kokema laatu muodostuu vertaamalla odotuksia ja saatua palvelua.

Hyvän palvelun perusasioita ovat

- lupauksen pitäminen
- iloisuus ja innostuneisuus
- kaikkien tervehtiminen
- yrityksestä pelkästään hyvien asioiden puhuminen
- puhelimeen vastaaminen viiveettä
- myös tyytymättömistä asiakkaista huolehtiminen

Kaikki palvelutapahtumat ovat ainutkertaisia, koska asiakas arvioi sen laadun aina uudestaan. (Korkeamäki ym. 2000, 24-25.)

Jokainen työntekijä vaikuttaa palvelun laatuun, ja asiakkaat ovat niitä ketkä määrittävät palvelun laadun päättämällä mitä pitävät hyvänä laatuun. Lisäksi asiakkaat arvioivat koetun palvelun tason. Tuottaakseen hyvää laatua työntekijät tarvitsevat tietoa, palautetta sekä tukea. Hyvää laatua täytyy työstää jatkuvasti, eikä se ole koskaan valmis. (Lahtinen & Isoviita 2001, 57.)

5 Asiakassuhdemarkkinointi

Asiakassuhdemarkkinoinnilla tarkoitetaan pysyvien sekä kannattavien asiakassuhteiden luomista ja kehittämistä niin, että molemmat osapuolet ovat tyytyväisiä. Oleellista asiakassuhdemarkkinoinnissa on pitkä aikajänne. (Lahtinen & Isoviita 2001, 79.)

Asiakassuhdemarkkinointi on erilaista viesti – ja asiakassisällöllistä lähestymistä eri asiakassuhteen vaiheessa oleviin asiakassuhteisiin. Asiakassuhdemarkkinointi on hahmotettava laajana kokonaisuutena ja siinä toimitaan kaikkien kanssa, jotka kuuluvat yrityksen valitsemaan segmenttiin. (Rope & Pöllänen 1994, 131.)

5.1 Asiakassuhdemarkkinoinnin tavoitteet ja päämäärät

Asiakassuhdemarkkinoinnissa keskeistä on tavoitteet eli asiakkaalle annetut lupaukset, asiakassuhdetta ylläpitävä luottamus, sekä asiakkaan ja myyjän yhteiset edut. Asiakassuhdemarkkinoinnin päämääränä on tyytyväinen asiakas, joka on sitoutunut kestävään asiakassuhteeseen. Myös asiakkaan uskollisuus yritystä kohtaan on tärkeää ja uskollisista asiakkaista tulee yrityksen aktiivisia suosittelijoita. (Korkeamäki ym. 2000, 74 & Lahtinen & Isoviita 2001, 77 & 80.)

5.2 Asiakassuhdemarkkinoinnin toteuttaminen

Asiakassuhdemarkkinoissa asiakkuudet voidaan luokitella eri tavoin. Asiakkuudet jaetaan perusajatuksella seuraavanlaisesti

- **Kanta-asiakas**, joka ostaa säännöllisesti yrityksen tuotetta eikä kilpailevan yrityksen tuotteita.
- **Satunnaisasiakas**, joka on ostanut yritykseltä tuotteita, mutta ostanut myös kilpailijalta.
- **Ei vielä-asiakkaat**, jotka kuuluvat yrityksen segmenttiin, mutta eivät ole vielä ostaneet yritykseltä.
- **Entiset asiakkaat**, jotka ovat siirtyneet pois asiakaskunnasta käyttämään kilpailevan yrityksen tuotteita.

Asiakassuhdemarkkinointia toteutettaessa on otettava huomioon eri asiakkuudet, sillä eri asiakkuuden vaiheessa olevat asiakkaat käyttäytyvät eri tavalla. Esimerkiksi on yleensä helpompi saada aikaan lisämyyntiä, mitä syvempi asiakassuhde on. Lisäksi asiakassuhteen syventyessä markkinointi on helpompi kohdistaa ja markkinointikustannukset pienenevät. Kuviossa 5 kuvataan, kuinka markkinointipanos jaetaan eri asiakkuuksien kesken.

Kanta-asiakasmarkkinointi	40-60%
Satunnaisasiakasmarkkinointi	20-30%
Uusasiakashankinta	20-30%
Entisille asiakkaille markkinointi	10%

Kuvio 5 Markkinointipanostus asiakassuhteittain (Rope & Pöllänen 1994, 134)

Kuten kuviossa 5 huomataan, tulee yrityksen panostaa kanta-asiakasmarkkinointiin eniten (40-60 %), sillä ne ovat yritykselle tuottavin asiakkuusryhmä. Toiseksi tärkein asiakkuusryhmä on satunnaisasiakkaat (20-30 %). Kolmanneksi tärkein on uusasiakashankinta (20-30 %), jota yrityksen on hyvä toteuttaa tapauskohtaisesti. Viimeisenä tulevat entiset asiakkaat (10 %), joihin ei kannata markkinoinnissa kauheasti panostaa, sillä esimerkiksi pettyneen asiakkaan saaminen takaisin on vaikeaa. (Rope & Pöllänen 1994, 131-134.)

Asiakassuhdemarkkinointia varten yritys tarvitsee asiakasrekisterin. Asiakasrekisteriin kerätään asiakkaasta erilaisia tietoja esimerkiksi asiakkaan yhteystiedot, asiakassuhteen kesto, asiakkaan antamat palautteet ja niin edelleen. Asiakasrekisterin voi toteuttaa joko niille tarkoitettujen ohjelmien avulla tai jos kyseessä on pieni yritys niin asiakasrekisterin voi toteuttaa Excel-taulukkolaskentaohjelman avulla. (Yritystoiminta.)

Asiakassuhdemarkkinoinnin suunnitelmaa tehdessä on hyvä pohtia seuraavia asioita: kuinka aiotaan varmistaa, että pystytään palvelemaan asiakkaita eri kanavissa, miten ja missä kanavissa asiakkaille viestitään, mitä tietoa asiakkaista kerätään ja kuinka tuota tietoa hallinnoidaan ja hyödynnetään. (Matter 2017)

5.3 Asiakassuhteen elinkaari

Asiakkuus on vähitellen kehittyvä asia ja asiakas on mahdollista menettää missä vaiheessa tahansa. Asiakassuhteen elinkaarella tarkoitetaan tilannetta siitä hetkestä, jossa potentiaalinen asiakas ei vielä tunne yritystä siihen, että hän toimii yrityksen suosittelijana.

Yrityksen henkilökunta luo käytöksellään kuvaa yrityksestä. Saatuun kuvaan vaikuttaa myös tilat, joihin asiakas saapuu. Jos ostovaiheessa saadaan asiakas ostamaan ja luottamaan yritykseen, asiakkuus kehittyy edelleen. Kanta-asiakkuuden muodostumiseen vaikuttaa kulutusvaihe, jolloin asiakas pohtii pitääkö myyjän lupauksen paikkansa, täyttääkö tuote odotukset ja onko se myyjän kertomusten mukainen sekä kokeeko hän saaneensa vastinetta rahoilleen. Myös jälkihoitoon toimivuus vaikuttaa ensimmäisen ostokerran kokonaisprosessiin. Jos kokonaisprosessi osoittautuu toimivaksi, asiakassuhde voi edetä kanta-asiakkuuteen.

Asiakassuhteen hoitoa voidaan pitää onnistuneena silloin, kun asiakas ajattelee, että myyjä

- on uskottava
- pitää lupauksensa
- välittää hänestä asiakkaana
- hyväksyy myös ongelmien esittämisen
- myy hintansa arvoisia tuotteita. (Korkeamäki ym. 2000, 44-45.)

6 Yhdistystoiminta

Yhdistyksiä on paljon, arvioiden mukaan lähes 50 000. Yhdistykset voidaan ryhmitellä neljään osaan seuraavanlaisesti

- yksityisoikeudelliset aatteelliset yhdistykset
- julkisoikeudelliset aatteelliset yhdistykset
- yksityisoikeudelliset taloudelliset yhdistykset
- julkisoikeudelliset taloudelliset yhdistykset.

Suomessa esitetty nelijako ei ole täydellisesti kuitenkaan voimassa, koska myös sekatyypisiä yhdistyksiä voi olla.

Yhdistyksen tarkoitus on määriteltävissä säännöissä vapaasti, kuitenkin on otettava huomioon yhdistyslain ensimmäisen luvun säännökset. Säännöksien mukaan yhdistyksen tarkoituksen on oltava siten aatteellinen, eikä se saa olla laissa kielletty. Yhdistyksen säännöissä on ilmaistava tarkasti mihin yhdistystoiminnalla pyritään, niin että sen ulkopuolinenkin ymmärtää. (Halila & Tarasti 2006, 23 & 124.)

Yhteenliittymää pidetään yhdistyksenä käytännössä silloin, jos siinä on vähintään kolme jäsentä, sillä on aatteellinen tarkoitus ja toiminta on pysyväksi tarkoitettu. Yhdistystä voidaan kutsua myös muillakin nimillä ja yleisiä nimityksiä ovat osasto, kerho, seura ja klubi. (Loimu 2002, 17-19.)

6.1 Yhdistyksen perustaminen

Yhdistyksen perustaminen on niin vapaamuotoista, ettei aina ole selvää onko jokin yhteenliittymä yhdistys vai ei. Rekisteriin merkitsemätön yhdistys voidaan perustaa ilman muodollisuuksia. Rekisteriin merkittävän yhdistyksen perustaminen on melko yksinkertaista. (Loimu 2002, 27.)

6.2 Jäsenyys yhdistyksessä

Yhdistyksen jäsen voi olla luonnollinen henkilö eli ihminen tai oikeushenkilö eli esimerkiksi osakeyhtiö tai kunta. Usein yhdistyksen jäsenenä voi olla jompaa-kumpaa edellä mainituista, mutta myös sekamuotoisia yhdistyksiä on.

Jäsenyys yhdistyksessä voi syntyä seuraavilla tavoilla

- Henkilö on perustamassa yhdistystä ja liittyy jäseneksi samalla.
- Hakija tekee jäsenhakemuksen, jonka yhdistys hyväksyy.
- Konkludenttisesti eli jäsenyys ilman sanallista tahdonilmaisua. Silloin henkilö on täyttänyt yhdistyksen jäsenkriteerit ja jo pitkään osallistunut yhdistyksen toimintaan jäsenen tavoin sekä täyttänyt jäsenen velvollisuudet. (Loimu 2002, 37.)

6.3 Yhdistyksen hallitus

Yhdistyksellä on oltava hallitus, johon kuuluu vähintään kolme jäsentä. Hallitus edustaa yhdistystä sekä hoitaa huolellisesti lain ja sääntöjen sekä yhdistysten päätöksien mukaan yhdistyksen asioita. Hallituksella on oltava puheenjohtaja, joka ei saa olla vajaavaltainen sekä hallitusten jäsenten on oltava 15 vuotta täytäneitä. (Halila & Tarasti 2006, 465.)

6.4 Yhdistyksen toimihenkilöt

Toimivaltaan yhdistyksen sisällä voi liittyä myös kelpoisuus toimia yhdistyksen puolesta ulospäin. Yhdistys voi antaa kenelle tahansa kirjallisen valtuutuksen (valtakirjan) yhdistyksen edustamiseen. Edustus oikeutta voidaan rajata sisäisillä toimiohjeilla tai valtakirjassa. (Halila & Tarasti 2006, 512.)

Hallituksen jäsen tai yhdistyksen toimihenkilö ei saa osallistua hänen ja yhdistyksen välistä sopimusta koskevan eikä muunkaan sellaisen asian käsittelyyn eikä ratkaisemiseen, jossa hänen yksityinen etunsa saattaa olla ristiriidassa yhdistyksen edun kanssa (Halila & Tarasti 2006, 513).

7 Tutkimuksen toteuttaminen

Opinnäytetyössä tehtävä tutkimus on asiakastyytyväisyystutkimus. Tutkimuksessa on yhdistetty laadullinen ja määrällinen tutkimus. Laadullinen tutkimus toteutettiin puolistrukturoituna haastatteluna ja määrällinen tutkimus Internet-kyselyä hyödyntäen.

7.1 Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymyksenä on: Kuinka tyytyväisiä sijaiskodit ovat olleet asiakassuhteeseen Kaseyn kanssa sekä sijaiskotiprosessin sujuvuuteen. Lisäksi tutkitaan, kuinka Kaseyn sijaiskotoimintaa voisi mahdollisesti parantaa.

Tutkimuskysymyksien avulla on tarkoitus selvittää, kuinka tyytyväisiä sijaiskodit ovat olleet Kaseyn nykyiseen sijaiskotiprosessiin ja mitkä ovat mahdollisia ongelmakohtia prosessissa. Hölkin haastattelun aikana kävi ilmi, että yhteydenpito on ollut ongelmallista. Tutkimuksen kyselylomakkeessa huomioitiin tämä ongelma ja yksi kokonainen osio koostui yhteydenpitoon liittyvistä kysymyksistä.

7.2 Laadullinen tutkimus

Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus auttaa ymmärtämään tutkittavana olevaa kohdetta, esimerkiksi yritystä tai asiakasta ja selittämään sen käyttäytymisen sekä päätösten syitä. Käsiteltäviä tapauksia on yleensä pieni määrä, mutta analysointi pyritään tekemään mahdollisimman tarkasti. Laadullinen tutkimus sopii hyvin esimerkiksi toiminnan kehittämiseen ja tutkimuksen aineisto on usein tekstimuodossa. Perinteisen lomakehaastattelun lisäksi tietoa tutkimusta varten voi kerätä avoimilla haastatteluilla, teemahaastatteluilla tai ryhmäkeskusteluilla. (Heikkilä 2014, 15.)

7.2.1 Haastattelun hyödyt ja haitat

Haastattelun joustavuus on yksi suurimpia etuja aineistoa kerätessä. Haastattelu valitaan menetelmäksi usein esimerkiksi siksi, että haastateltava voi kertoa aiheesta laajemmin kuin tutkija pystyy ennakoimaan tai halutaan syventää saatavia tietoja. Myös lisäkysymyksiä voidaan esittää tarpeen vaatiessa. Haastattelun

etuna on myös haastateltavan tavoittaminen myöhemminkin, jos halutaan esimerkiksi täydentää jo saatua aineistoa. (Hirsjärvi 2014, 204-206.)

Haastatteluun liittyy myös ongelmia. Haastattelijan olisi hyvä olla koulutettu, jotta hänellä olisi riittävä tieto ja kokemus haastattelujen tekemiseen. Haastattelu vie myös paljon aikaa, sillä haastateltavan on mm. sovittava haastattelut, toteutettava itse haastattelu ja lisäksi litteroida (purkaa) haastatteluaineisto. Haastattelun katsotaan myös sisältävän monia virhelähteitä. Tällä tarkoitetaan esimerkiksi sitä, että haastattelun luotettavuutta saattaa heikentää haastateltavan taipumus antaa sosiaalisesti suotavia vastauksia. Lisäksi haastatteluaineiston analysointi ja tulkinta voi koitua ongelmaksi, koska valmiita malleja ei ole tarjolla. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 47.)

Tutkimuksen laadullinen osuus suoritettiin puolistrukturoituna haastatteluna etäkokouskäyttöön tarkoitetulla Zoom –ohjelmistolla. Tutkimukseen haastateltiin Kaseyn eläinkoti Pesän vastaavaa Laura Hölkkiä. Kysymykset mietittiin etukäteen ja lähetettiin Hölkillä sähköpostitse päivää ennen haastattelua. Päädyimme lähettämään kysymykset etukäteen, jotta Hölkillä olisi mahdollisuus valmistautua haastatteluun. Lisäksi ajattelimme, että haastateltavan olisi helpompi vastata kysymyksiin, kun kysymykset ovat entuudestaan tuttuja ja vastauksia olisi ehtinyt miettiä. Haastattelun aikana Hölkillä kysyttiin tarvittaessa tarkentavia lisäkysymyksiä.

7.2.2 Puolistrukturoitu haastattelu

Puolistrukturoidulle haastattelulle on ominaista, että jokin haastattelun näkökohta on lyöty lukkoon, muttei kaikkia. Tämä tarkoittaa sitä, että haastattelija kysyy haastateltavilta samat kysymykset, mutta halutessaan haastattelija voi vaihdella kysymysten järjestystä tai niiden sanamuotoja. Kysymyksiin vastattaessa haastateltava voi vastata kysymyksiin omin sanoin eli vastauksia ei ole sidottu vastausvaihtoehtoihin. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 47.)

7.3 Määrällinen tutkimus

Määrällinen tutkimus eli kvantitatiivinen tutkimus antaa yleisen kuvan mitattavien ominaisuuksien välisistä suhteista ja eroista. Tutkittava tieto tarkastellaan numeerisesti eli tutkittavia asioita ja niiden ominaisuuksia käsitellään numeroita hyödyntäen. Määrällinen tutkimusmenetelmä vastaa kysymyksiin, kuinka moni, kuinka paljon ja kuinka usein.

Määrällisessä tutkimuksessa on tiedettävä tarkalleen mitä tutkitaan, jotta voidaan tietää mitä mitataan. Tutkija valitsee tutkimukselleen sopivimman tutkimusvaihtoehdon, jonka avulla hän suorittaa tutkimuksen. Tutkimusaineiston voi kerätä kyselylomakkeella, haastattelulomakkeella, systemaattisella havainnoinnilla, käyttämällä valmiita tilastoja ja rekistereitä tai muita aineistoja. (Vilkka 2007, 13,14 & 35.)

7.3.1 Kysely

Määrällisen tutkimuksen voi tehdä esimerkiksi Internet-kyselyn avulla, mitä hyödynnetään tässä opinnäytetyössä. Kyselyssä kysymykset ovat standardoitu eli vakioitu. Vakioinnilla tarkoitetaan, että kysely on kaikille samanlainen eli kysymykset kysytään ja esitetään vastaajalle samalla tavalla sekä samassa järjestyksessä. Kysely soveltuu aineiston keräämistäväksi esimerkiksi silloin kun tutkittavia on paljon. (Vilkka 2007, 28.)

Tässä opinnäytetyössä Internet-kysely tehtiin Webropol-palvelua hyödyntäen. Webropol on palvelu, joka mahdollistaa esimerkiksi markkina- ja asiakastytyväisyystutkimusten sekä työtyytyväisyystutkimusten tekemisen. Päädyimme hyödyntämään Webropol-palvelua, koska LAB- ammattikorkeakoulun opiskelijoilla on käyttöoikeus kyseiseen palveluun. Lisäksi Webropolilla on mahdollista analysoida kyselyyn vastanneiden tuloksia. (Webropol)

Internetin avulla toteutettu kysely on nopeampaa ja edullisempaa, kun verrataan perinteiseen postikyselyyn. Lisäksi kysely tavoittaa vastaanottajat välittömästi ja tuloksia pystyy tarkastelemaan heti vastaamisen jälkeen. Sähköisessä kyselyssä on mahdollista ohjata vastaamista esimerkiksi rajaamalla vastauksen pituutta tai sallimalla vain yhden vastauksen merkitsemisen monivalintakysymyksessä.

Etuna on myös se, että vastaaja lähettää vastauksensa täytettyään lomakkeen, kun taas postikyselyssä vastaaminen saattaa jäädä puolitiehen tai täytetty lomake jää lähettämättä. Postikyselyssä pitäisi tallentaa vastaukset, mutta tämä vaihe jää Internet-kyselyssä pois, joten tulosten tallentamisesta johtuvat virheet vähenevät, kun erillistä tallennusta ei tarvita.

Sähköisessä kyselyssä voi olla myös huonoja puolia. Jos vastaaja on tottunut vastaamaan paperille, hän voi kokea ärsyttävänä liian ahtaat vastaustilat tai vastaamisen pakotetun etenemisen. Hankaloittava tekijä voi olla myös se, jos vastaaja täyttää kyselylomakkeen tilassa, jossa keskittyminen monimutkaisempiin kysymyksiin vaikeutuu, esimerkiksi työpaikalla. Lisäksi laajojen kohdejoukkojen tavoittaminen voi olla haastavaa, jos sähköpostiosoitteita ei ole saatavilla. (Berndtson & Lounasmaa 2004.)

7.3.2 Operationalisointi

Yksi tutkimuksen tärkeimmistä vaiheista on operationalisointi. Tämä tarkoittaa sitä, että tutkija muuttaa teoreettiset käsitteet ja teorian arkikielen tasolle sekä mitattavaan muotoon. Tämä on tärkeää tutkimuksen onnistumisen kannalta, koska jokaisen tutkimukseen vastaajan on ymmärrettävä käsitteet ja kysymykset samalla tavalla. Tämän epäonnistuessa tutkimustulos ei ole luotettava ja yleistettävissä. (Vilkkä 2007, 36-37.)

Tutkimuksessa käytettävien käsitteiden ja kysymysten ymmärrettävyys testattiin opinnäytetyön ohjaajallamme Sampo Kokkosella sekä toimeksiantajalla Laura Hölkillä. Testaamisen jälkeen korjasimme muutaman kysymyksen asettelun sekä kysymykset, joiden kohdalla saattoi olla mahdollisuus ymmärtää kysymys monella eri tavalla. Korjausten jälkeen lähetimme uuden version vielä kertaalleen tarkistettavaksi.

7.3.3 Otantamenetelmät

Määrällistä tutkimusta tehdessä on suoritettava otanta. Se tarkoittaa menetelmää, jolla otos poimitaan perusjoukosta. Otos muodostuu havaintoyksiköistä. Havaintoyksikkö on tilastoyksikkö, josta halutaan tietoa. Otos edustaa perusjoukkoa

eli se on perusjoukon osa, jolla voidaan saada kokonaiskuva koko kohderyhmästä.

Otantamenetelmät ovat seuraavat

- **Kokonaisotanta**, johon koko perusjoukko otetaan mukaan tutkimukseen.
- **Yksinkertainen satunnaisotanta**, jossa havaintoyksiköt valitaan sattumanvaraisesti.
- **Systemaattinen otanta**, jota käytetään silloin kun perusjoukko ei ole tarkkaan tiedossa. Otanta tapahtuu perusjoukon ominaisuuksien perusteella satunnaisessa järjestyksessä. Joukoissa ei tapahdu jaksottaista vaihtelua.
- **Ositettu otanta**, jossa ensimmäinen otokseen valittava havaintoyksikkö arvotaan kymmenen ensimmäisen havaintoyksikön joukosta. Loput havaintoyksiköt valitaan tasavälein.
- **Ryväsotanta**, jossa tutkimuskohteina ovat luonnolliset ryhmät kuten yritykset tai kaupunginosat. (Vilka 2007, 52.)

Tämän opinnäytetyön otantamenetelmäksi valikoitui yksinkertainen ryväsotanta. Tutkimuksessa päädyttiin yksinkertaiseen ryväsotantaan, koska tutkimuksessa oli tarkoitus selvittää tietynä vuosina toimineiden sijaiskotien tyytyväisyyttä. Tutkimuksen perusjoukosta otantaan valikoitui vuosina 2019-2020 toimineet sijaiskodit. Perusjoukosta rajattiin ulkopuolelle ennen vuotta 2019 toimineet sijaiskodit, jotta saataisiin mahdollisimman ajankohtaista tietoa sijaiskodeilta. Tutkimus lähetettiin 80 sijaiskodille ja tutkimukseen vastasi 46 sijaiskotia. (Hölkki 2020 & Tilastokeskus.)

7.4 Kyselylomakkeen suunnittelu

Toimivan kyselylomakkeen muodostamisen mahdollistamiseksi perehdyimme kirjallisuuteen sekä pohdimme tutkimusongelmaa. Tukena käytettiin lisäksi Kassey'n eläinkoti Pesän vastaavalle suoritettua haastattelua.

Kyselylomake muodostettiin perehtymällä tutkimuslomakkeen laatimiseen sisältyviin vaiheisiin. Vaiheita ovat tutkittavien asioiden nimeäminen, rakenteen suunnittelu.

nittelu, kysymysten muotoilu, lomakkeen testaus ja lomakkeen rakenteen ja kysymysten korjaaminen. Näiden vaiheiden jälkeen muodostetaan lopullinen lomake.

Tutkimuslomakkeen rakentamisessa noudateltiin hyvän tutkimuslomakkeen tunnusmerkkejä, joita ovat

- selkeys
- hyvä asettelu
- selkeät vastausohjeet
- vain yhden asian kysyminen kerrallaan
- looginen eteneminen
- juokseva numerointi kysymyksille
- alussa helppoja kysymyksiä
- jokaisen kysymyksen tarpeellisuuden harkinta
- lomakkeen esitestaaminen

Lisäksi tutkimuslomake tulee olla helppo syöttää ja käsitellä tilasto-ohjelmalla. (Heikkilä 2014, 46-47.)

Lomakkeen kysymysten toimivuutta testattiin lähettämällä kysymyspohja opin- näytetyön ohjaajana toimivalle Sampo Kokkoselle sekä Kaseyn eläinkoti Pesän vastaavalle Laura Hölkillä.

7.4.1 Suljetut kysymykset

Kyselylomakkeen kysymykset olivat pääosin suljettuja kysymyksiä. Niiden tarkoituksena on tehdä vastausten käsittelystä yksinkertaisempaa ja käyttämällä suljettuja kysymyksiä voidaan välttää myös tiettyjä virheitä. Ei voi olettaa, että kaikki vastaajat osaisivat muotoilla vastauksensa ja jotkut voivat välttää kritiikin antamista. Valmiita vastausvaihtoehtoja tarjoamalla esteeksi ei tule kielivaikeudet ja arvostelevia vastauksia on helpompi antaa. Etuna suljetuissa kysymyksissä on myös nopea vastaaminen.

Suljettujen kysymysten ominaisuuksia on

- ei liian suuri vaihtoehtojen lukumäärä

- sopiva vaihtoehto kaikille vastaajille
- toisensa poissulkevat vastausvaihtoehdot
- järkevät vaihtoehdot
- valittavien vaihtoehtojen lukumäärän ilmoittaminen selkeästi

Suljetuissa kysymyksissä on myös haittapuolia, joita on

- harkitsemattoman vastauksen antaminen
- “en osaa sanoa” -vastaus on houkutteleva
- vaihtoehdot ja niiden esitetty järjestys voivat olla johdattelevia
- jonkin vaihtoehdon puuttuminen
- jos luokittelu epäonnistuu, sitä on hankala korjata. (Heikkilä 2014, 49.)

Tutkimuksessamme käytetty asiakastyytyväisyyskysely koostui 20 suljetusta kysymyksestä, ja yhteensä kysymyksiä oli 22. Kysymys numero 18 oli suodatettu niin, että siihen ei ollut mahdollista vastata, jos edelliseen kysymykseen valitsi vastausvaihtoehdoksi “en”. Kahdessa kysymyksessä oli suljettujen vastausvaihtoehtojen lisäksi vastausvaihtoehto ”jokin muu, mikä?”. Kahdessa kysymyksessä päädyttiin kyseiseen vastausvaihtoehtoon, koska ei koettu järkeväksi listata kaikkia mahdollisia vastausvaihtoehtoja. Lisäksi emme voineet olla varmoja siitä, että listasimme kaikki tarvittavat vastausvaihtoehdot. Kysymyksissä 6, 12, 13 ja 16 jätettiin tietoisesti pois neutraali vastausvaihtoehto “en osaa sanoa”. Kyseinen vastausvaihtoehto päätettiin jättää pois, koska se mahdollistaisi tarkemman tiedon siitä ovatko sijaiskoodit olleet tyytyväisiä vai tyytymättömiä.

Neutraalin vastausvaihtoehdon pois jättämistä kannattaa harkita. Tämä siitä syystä, että se saattaa olla vastaajalle houkuttava vaihtoehto valita. Jos kyseisen vaihtoehdon jättää pois, vastaaja ”pakotetaan” ottamaan kantaa suuntaan tai toiseen. (Heikkilä 2014, 52.)

7.4.2 Avoimet kysymykset

Kyselomakkeeseen päädyttiin laittamaan kaksi avointa kysymystä. Esittämällä avoin kysymys, vastauksista on mahdollista saada uusia näkökantoja tai parannusehdotuksia. Kyselytutkimuksissa on useasti joitain avoimia kysymyksiä esitetty niin, että niissä jollakin tavalla rajataan vastaajan ajatusten suuntaa.

Avoimille kysymyksille tyypillistä on lisäksi

- helppo laatia, mutta työläs käsitellä
- houkuttelevat vastaamatta jättämiseen
- vastausten luokittelu on vaikeaa
- kysymys kannattaa sijoittaa lomakkeen loppuun
- vastauksille varattava tarpeeksi tilaa (Heikkilä 2014, 47-48.)

Tutkimuksessa käytetyssä kyselyssä oli kaksi avointa kysymystä. Kysymyksessä 19 kysyttiin sijaiskotina toimimisen loppumisen syytä, jos vastaaja oli lopettanut sijaiskotina toimimisen. Kysymys 22 mahdollisti vastaajalle kertoa mm. parannusehdotuksia koskien sijaiskotitoimintaa.

7.4.3 Mittaaminen

Tutkimusta tehdessä tutkijan tulee käyttää erilaisia asteikkoja, joita ovat asenneasteikot ja mitta-asteikot. Asenneasteikko mittaa henkilön kokemukseen perustuvaa mielipidettä, kun taas mitta-asteikkoja käytetään erittelemään muuttujien ilmaisemia asioita.

Asenneasteikoihin kuuluvat

- **Likertin asteikko**, joka on järjestysasteikko. Asteikkoa käytetään esimerkiksi mielipideväittämässä. Asteikon perusidea on, että asteikon keskikohdasta lähtien toiseen suuntaan samanmielisyys kasvaa ja toiseen se vähenee.
- **Osgoodin asteikko**, jonka idea on se, että ääripäihin sijoittuvat vastakkaiset adjektiivit.

Mitta-asteikoihin kuuluvat

- **Laatueroasteikko** eli nominaaliasteikko. Asteikolla voidaan mitata havaintoyksikön laadullisia ominaisuuksia, jotka voidaan jakaa ryhmiin tai luokkiin kuten sukupuolta tai kotipaikkakuntaa.

- **Järjestysasteikko** eli ordinaaliasteikko. Asteikolla voidaan samanlaisuuden ja erilaisuuden lisäksi esittää numeraalisesti myös luokkien järjestystä. Asteikolla mitataan esimerkiksi kokemukseen perustuvaa mielipidettä.
- **Välimatka-asteikko** eli intervalliasteikko. Asteikolla ilmaistaan havaintojen etäisyyttä toisistaan. Tyypillinen henkilöön liittyvä mitattava asia on esimerkiksi syntymävuosi.
- **Suhdelukuasteikko**, sillä voidaan mitata samoja asioita kuin välimatka-asteikolla. Asteikosta voidaan laskea moodi, mediaani sekä aritmeettinen keskiarvo. Mitattavia asioita on esimerkiksi ikä, aika ja hinta. (Vilka 2007, 45-50.)

Tässä tutkimuksessa käytettiin molempia asenneasteikoita eli Likertin ja Osgoodin asteikkoa. Asenneasteikot valikoituvat tutkimukseen, koska tutkimuksessa haluttiin saada selville havaintoyksiköiden mielipiteitä ja nähdä mielipide-erot selkeästi. Tutkimuksessa haluttiin saada mielipide esimerkiksi siihen, kuinka tyytyväisiä sijaiskodit ovat olleet yhteydenpitoon Kaseyn kanssa. Tutkimuksessa kysyttiin esimerkiksi "Yhteydenpito Kaseyn kanssa on ollut riittävää" ja vastausvaihtoehtoisissa oli käytetty Likertin asteikkoa sen sijasta, että vastausvaihtoehdot olisivat olleet ainoastaan "kyllä/ei". Tähän päädyttiin, jotta kysymykseen tulleista vastauksista saataisiin mahdollisimman paljon informaatiota ja vastaajien asenteita sekä käyttäytymistä pystyttäisiin mittaamaan. Lisäksi se helpottaisi tulosten analysointia.

Mitta-asteikosta käytettiin laatueroasteikkoa, järjestysasteikkoa sekä suhdeluasteikkoa. Asteikot valikoituvat sen perusteella, mitä kysymyksellä haluttiin selvittää eli mitata. Mitta-asteikoilla tutkimuksessa haluttiin selvittää numeraalisesti havaintoyksiköiden eroja. Tutkimuksessa kysyttiin esimerkiksi havaintoyksiköiden asuinpaikkakuntaa. Kysymyksen tarkoituksena on selvittää numeraalisesti, kuinka iso osa asuu Etelä-Karjalassa ja kuinka iso osa Etelä-Kymenlaaksossa. Lisäksi kysymyksen avulla pystytään tekemään havaintoja eri paikkakunnilla asuvien tyytyväisyyteen ja pohtimaan, mistä mahdolliset erot johtuvat.

7.5 Saatekirje

Kyselylomakkeen tueksi tehtiin saatekirje. Tutkimuslomake muodostuu varsinaisen lomakkeen lisäksi myös saatekirjeestä, jolla pyritään motivoimaan vastaajaa täyttämään lomake. Saatekirje voi olla ratkaisevana tekijänä siinä, täyttääkö vastaaja lomakkeen vai ei. Saatekirjeessä esimerkiksi ilmoitetaan tutkimuksen tavoite, tutkimuksen toteuttaja, määräaika vastaamiselle, kuinka tutkimustietoja käytetään ja kommentti tietojen luottamuksellisuudesta. (Heikkilä 2014, 59).

Saatekirje voi olla myös suullinen, jos tutkimus tehdään haastattelulomakkeen avulla. Suullisen ja kirjallisen saatteen tarkoituksena on, että vastaaja tietää mihin tarkoitukseen hän tietojaan ja mielipiteitään antaa sekä mihin kyseisiä tietoja käytetään. Saatekirjeen perusteella vastaaja voi tehdä päätöksen haluaako hän osallistua tai olla osallistumatta tutkimukseen. (Vilka 2007, 81.)

Kirjeessä tulisi kertoa lisäksi kyselyn tärkeydestä ja merkityksestä, rohkaista vastaamaan ja lomakkeen lopussa esittää kiitos vastaamisesta. Voi myös harkita, pystyykö lupaamaan tutkimuksen tuloksia tiivistelmänä tai muussa muodossa esitettynä. Jos kyseessä on postikysely, tulee huomauttaa, että postimaksu on maksettu. Lisäksi tulee miettiä, milloin on viisainta postittaa kysely ja esimerkiksi joulukuuta tulisi mahdollisuuksien mukaan välttää. (Hirsjärvi ym. 2014, 204.)

Kyselylomakkeen tueksi tehty saatekirje sisälsi tutkimuksen tekijöiden nimet, sekä kenelle tutkimus tehdään. Lisäksi siinä oli tutkimuksen tavoite, kommentti tietojen luotettavuudesta, mistä tutkimuksen pääsee katsomaan sekä vastaamiseen menevä aika. Saatekirjeessä oli myös yhteystietomme, jos vastaajalla olisi tutkimuksesta tai siinä olevista kysymyksistä kysyttävää. Saatekirjeen lopussa oli linkki, josta pääsi vastaamaan asiakastyytyväisyyskyselyyn.

Saatekirje hyväksyttiin työn ohjaajalla Sampo Kokkosella sekä Kaseyn eläinkoti Pesän vastaavalla Laura Hölkillä ennen sen lähettämistä sijaiskodeille. Tässä tutkimuksessa käytetty saatekirje on opinnäytetyön liitteenä.

7.6 Kyselyn jakaminen

Kysely lähetettiin linkkinä sijaiskodeille sähköpostitse Kaseyn kautta. Tutkimuksessa käytetty kyselylomake on opinnäytetyön liitteenä. Sähköposti koostui saatekirjeestä sekä linkistä, josta pääsi vastaamaan asiakastyytyväisyyskyselyyn. Asiakastyytyväisyyskysely lähetettiin Kaseyn kautta, sillä sen uskottiin lisäävän vastausprosenttia ja heillä oli valmiit yhteystiedot. Lähettäminen tehtiin Kaseylle helpoksi tekemällä valmis sähköpostipohja, jonka he pystyivät lähettämään sellaisenaan sijaiskodeille.

Kyselyn lähettämisen jälkeen seurattiin vastausprosenttia ja sitä, kuinka moni kyselyn on avannut, mutta jättänyt vastaamatta. Viikon kuluttua kyselyn lähettämisestä vastaamatta jättäneitä oli monia, joten päädyttiin lähettämään muistutusviesti sijaiskodeille. Viestin toimitti eläinkoti Pesän vastaava Hölkki ja viestintäkanavana käytettiin sijaiskotien Facebook-ryhmää sekä sijaiskotien WhatsApp-ryhmää. Tämän toivottiin lisäävän vastausprosenttia. Kyselyn sulkeutumista edeltävänä päivänä lähetettiin vielä toinen muistutusviesti, jonka toivottiin aktivoivan kyselyyn vastaamista. Muistutusviestien lähettäminen oli toimiva ratkaisu, koska molemmilla kerroilla kyselyyn saatiin lisää vastauksia lähes välittömästi muistutuksen lähettämisen jälkeen.

8 Tutkimustulokset

Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää asiakastyytyväisyyskyselyn avulla, kuinka tyytyväisiä sijaiskodit ovat olleet asiakassuhteeseen Kaseyn kanssa sekä sijaiskotiprosessin sujuvuuteen. Lisäksi haluttiin selvittää, kuinka Kaseyn sijaiskotitoimintaa voisi mahdollisesti parantaa.

Aineiston ja tutkimuksen luotettavuutta tarkastellaan validiteetilla sekä reliabiliteetilla. Tutkimuksen validiteetti on hyvä, koska asiakastyytyväisyystutkimuksella mitattiin juuri niitä asioita mitä haluttiin mitata. Validiteettiin vaikutettiin mm. kysymysten oikeanlaisella muotoilulla ja kyselylomakkeen tarkistuttamisella muilla henkilöillä. Lisäksi validiteettia vahvistaa se, että tutkimuksessa käytettiin siihen sopivia tutkimus- ja aineistonkeruumenetelmiä. Tutkimustulosten reliabiliteetti on onnistunut, koska asiakastyytyväisyystutkimus on toistettavissa ja sen tuloksia pidetään luotettavana. Jos Kasey päättää tehdä muutoksia sijaiskotitoimintaan tutkimuksen tulosten perusteella, uusi tutkimus ei välttämättä ole yhtenevä aikaisemmin toteutetun tutkimuksen kanssa.

8.1 Haastattelututkimus

Tutkimuksessa suoritettu puolistrukturoitu haastattelu koettiin onnistuneeksi. Haastateltavana ollut eläinkoti Pesän vastaava Laura Hölkki vastasi ennalta määritelyihin kysymyksiin (14 kappaletta) kattavasti ja antoi vastaukset myös haastattelun aikana ilmenneisiin lisäkysymyksiin.

Haastattelusta saatu tieto tuki kyselylomakkeen suunnittelua ja kysymysten muodostamista. Lisäksi saatua tietoa pystyttiin hyödyntämään työn teoriaosuudessa. Haastattelun aikana ilmeni, että Kasey tiedostaa jo muutamia ongelmakohtia sijaiskotitoiminnassa ja tämän tiedon avulla pystyttiin kiinnittämään enemmän huomioita niihin asioihin. Lisäksi ilmeni, että sijaiskodeilta on tullut toive asiakastyytyväisyyskyselyn tekemisestä heille.

8.2 Kyselytutkimus

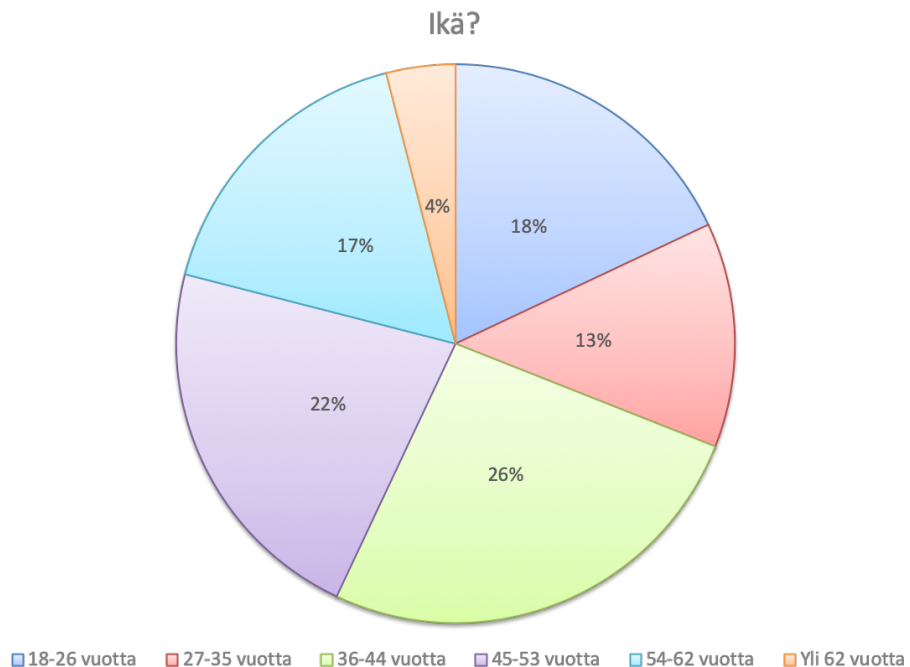
Kyselytutkimus lähetettiin 80 sijaiskodille ja tavoitteena oli saada vastaus 40 sijaiskodilta. Kyselytutkimukseen saatiin vastaus yhteensä 46 sijaiskodilta.

Koimme, että saimme sähköpostitse lähetettyyn kyselyyn hyvän määrän vastauksia, koska tavoite ylitettiin. Suurimpaan osaan kysymyksistä oli pakko vastata päästäkseen etenemään kyselyn täyttämässä. Yhteensä kaksi kysymystä oli sellaisia, joihin ei ollut pakko vastata. Lisäksi yksi kysymys oli suodatettu niin, että siihen ei pystynyt vastaamaan, jos sitä edeltävän kysymykseen oli vastannut kielteisesti. Kysymyksiä oli yhteensä 22.

8.2.1 Perustiedot

Vastaajan ikä

Kuviosta 6 käy ilmi, että vastaajista suurin osa eli 26 % oli iältään 36 – 44-vuotiaita ja vastaajista 22 % eli toiseksi eniten oli 45 – 53-vuotiaita. Kyselyn vanhinta ikäluokkaa edustivat yli 62-vuotiaat, joita vastaajista oli 4 %. Ikäjakaumasta voidaan päätellä, että sijaishoidiksi ryhtyminen ei katso ikää. Nuorimman ja toiseksi vanhimman ikäjakauman ero oli vain 1 %. Näiden kahden ikäluokan elämäntilanteet ovat yleensä ottaen erilaisia, mutta sillä ei ole suurta merkitystä sijaishoidiksi ryhtymisen kannalta.



Kuvio 6 Ikä

Vastaajan sukupuoli

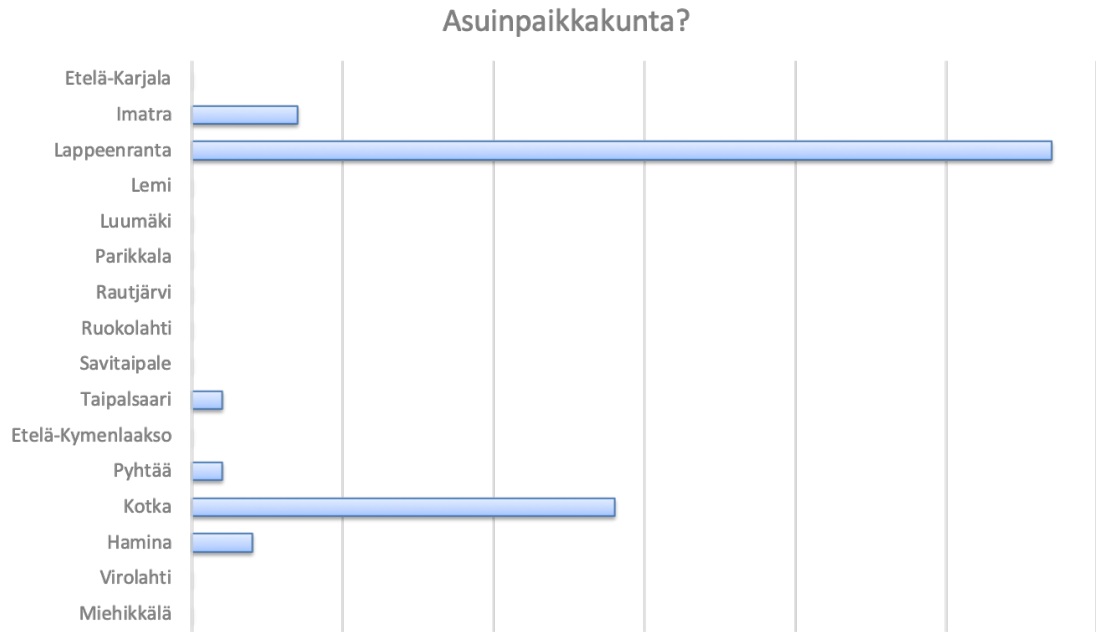
Vastaajista 100 % oli naisia. Sukupuolijakauma ei ole tasainen, joten vertailua ei voi tehdä sukupuolten välillä. Siitä, että 46 vastaajasta yksikään ei ollut sukupuolta "mies" tai "muu" voidaan päätellä, että sijaiskoteina toimivista valtaosa on naispuolisia. Voi myös olla mahdollista, että sijaiskotina toimii perheitä/pariskuntia, mutta nainen on antanut yhteystietonsa Kaseylle ja hoitaa kommunikoinnin heidän kanssaan.

Kaseyn (Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistyksen) jäsenyys

Vastaajista suurin osa eli 61 % ei ole Kaseyn jäsen. Kysymyksellä haluttiin selvittää, tulevatko sijaiskodit yhdistyksen jäsenistöstä. Tuloksen perusteella yli puolet vastanneista sijaiskodeista ei kuitenkaan kuulu kyseiseen yhdistykseen. Jos suurin osa tai jokainen vastaajista olisi ollut yhdistyksen jäsen, olisi voitu päätellä, että Kaseyn viestintäkanavissa ei ole esimerkiksi kerrottu tarpeeksi kattavasti sijaiskotina toimimisesta tai tavoitettu muita kuin yhdistykseen kuuluvia.

Asuinpaikkakunta

Kuviosta 7 ilmenee, että vastaajista valtaosa asuu Lappeenrannassa ja toiseksi suurin määrä vastaajista asuu Kotkassa. Vastaajista 66 % asuu Etelä-Karjalassa ja 34 % Etelä-Kymenlaaksossa. Kuviosta on tarkoituksella poistettu prosenttimäärät vastaajien anonymiteetin suojelemiseksi. Sijaiskotien lukumäärien erot asuinpaikkakuntien välillä voidaan selittää sillä, että Etelä-Karjalan alueella toimintaa on ollut vuodesta 1970 lähtien ja Etelä-Kymenlaaksossa toimintaa on ollut vasta vuodesta 2018 lähtien. Toiminta on siis todennäköisesti tutumpaa Etelä-Karjalan alueella asuville kuin Etelä-Kymenlaakson alueella asuville.



Kuvio 7 Sijaiskotien asuinpaikkakunnat

8.2.2 Sijaiskotina toimiminen

Vuosi/vuodet, jolloin on toiminut sijaiskotina

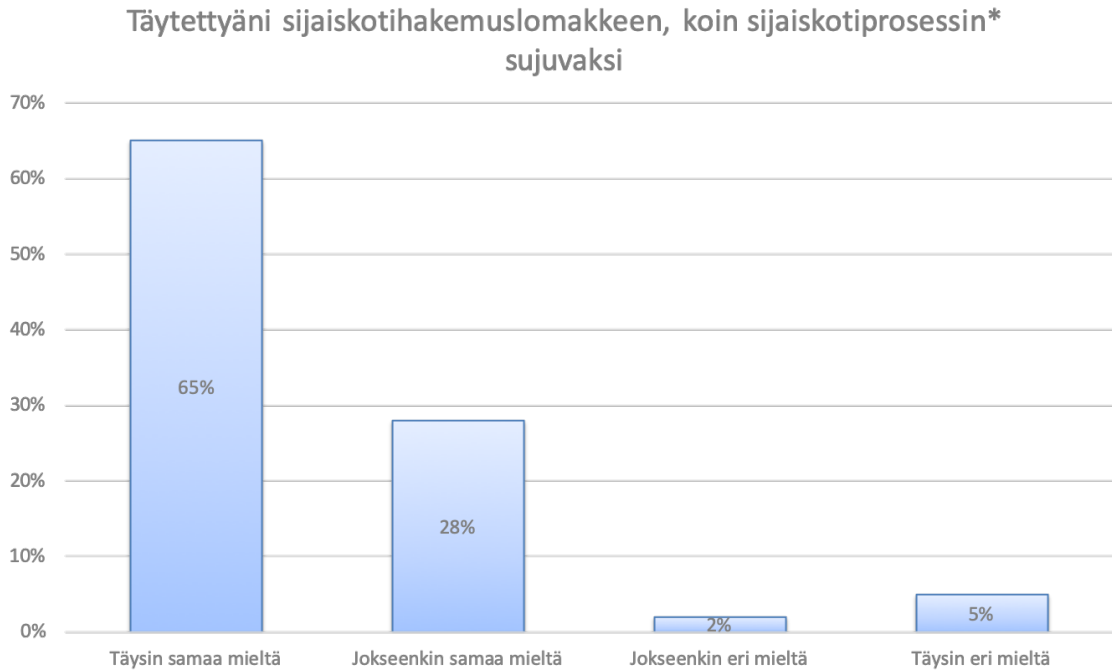
Vastaajista suurin osa on toiminut sijaiskotina ainakin vuosina 2019 (85 %) ja 2020 (63 %), mikä käy ilmi kuvioista 8. Vastauksien jakautuminen näille vuosille johtuu siitä, että kysely lähetettiin sijaiskodeille, jotka ovat toimineet sijaiskotina vuosien 2019-2020 välillä. Vähiten vastaajia on toiminut sijaiskotina vuonna 2018 (48 %) ja 2017 (13 %). Kysymyksessä pystyi vastaamaan useaan eri kohtaan ja valittuja vastauksia oli yhteensä 96. Tämä tarkoittaa, että moni on toiminut sijaiskotina useana eri vuotena. Vastausvaihtoehdot rajattiin vuoteen 2017 asti, sillä eläinkoti Pesä on ollut remontissa vuonna 2016. Tämä vaikutti eläimiin siten, että kaikki eläimet olivat kyseisenä ajankohtana sijaiskodeissa.



Kuvio 8 Sijaiskoti vuosiluvut

Sijaiskotiprosessin sujuvuus

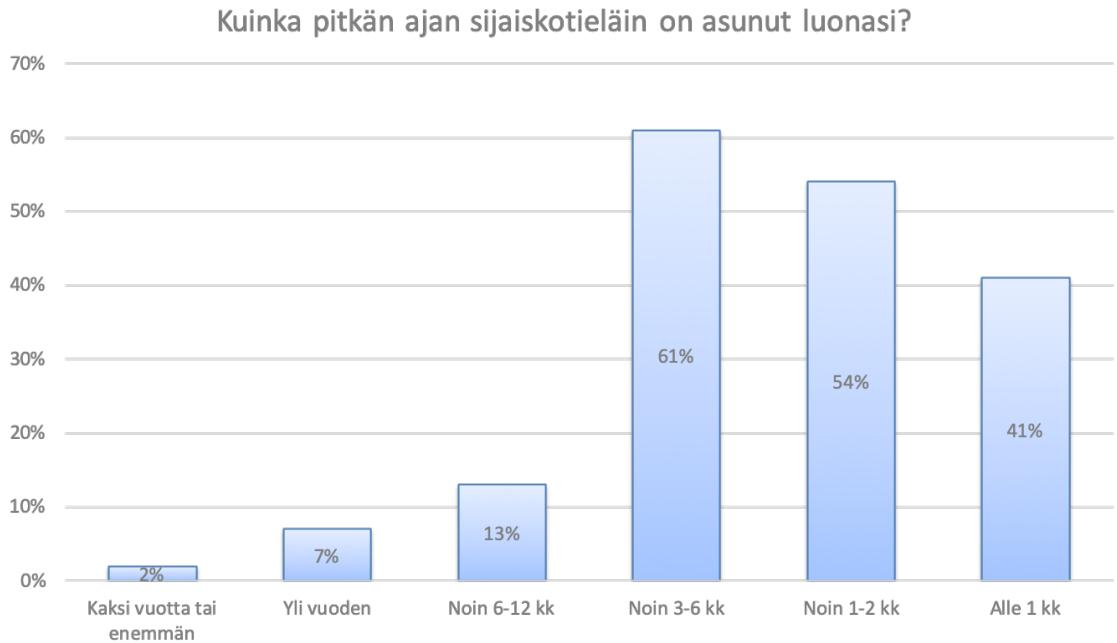
Kuviosta 9 näkee, että vastaajista suurin osa (65 %) vastasi olleensa täysin samaa mieltä, kun kysyttiin mielipidettä sijaiskotiprosessin sujuvuudesta sijaiskoti-hakemuslomakkeen täytettyään. Jokseenkin samaa mieltä väittämän kanssa oli 28 % vastaajista ja jokseenkin eri mieltä tai täysin eri mieltä väittämän kanssa oli yhteensä 7 % vastaajista. Vastauksen tuloksista voidaan päätellä, että sijaiskoti-prosessi (sijaiskoti-hakemuslomakkeen lähettämisen ja eläimen saapumisen välinen aika) koetaan sujuvaksi, mutta myös ääripäitä löytyy.



Kuvio 9 Sijaiskotiprosessin sujuvuus

Sijaiskotieläimen asumisaika

Kysymyksessä sijaiskotieläimen asumisajan pituudesta pystyi vastaamaan useaan eri kohtaan. Valittujen vastausten lukumäärä oli 82, sillä sijaiskodilla on voinut olla useita eri eläimiä, ja eläimet ovat voineet olla sijoitettuna eri pituisen ajan. Kuviosta 10 ilmenee, että vastaajista suurimmalla osalla (61 %) on ollut sijaiskotieläin luonaan asumassa noin 3-6 kuukauden ajan. Kuviosta käy ilmi hyvin myös se, että yleensä eläin on sijaiskodissa alle 1 kuukaudesta puoleen vuoteen asti ja harvemmin yli puolen vuoden ajan.

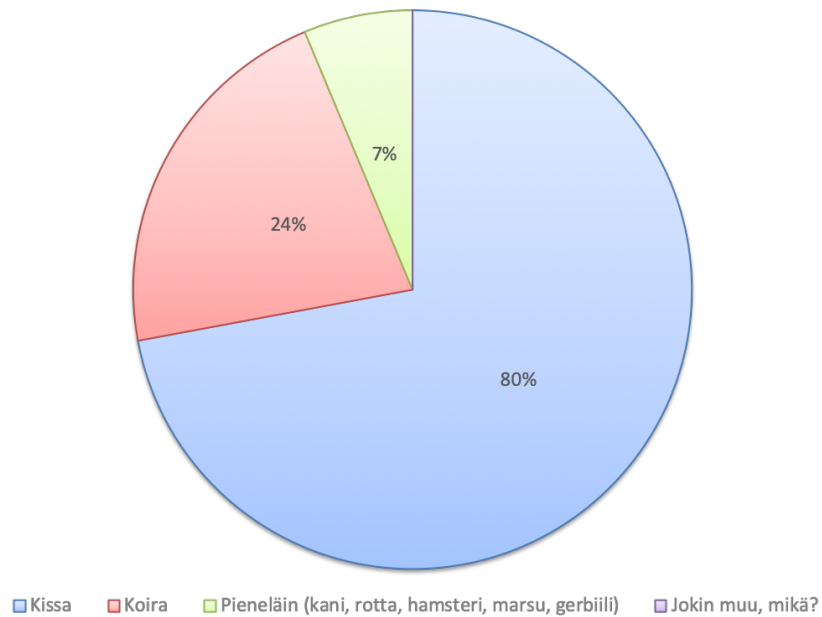


Kuvio 10 Eläimen asumisaika

Mille eläimelle/eläimille on toiminut sijaiskotina

Kuvio 11 osoittaa, että suurin osa sijaiskodeissa olleista eläimistä on ollut kissoja (80 %) ja toiseksi eniten sijaiskodeissa on ollut koiria (24 %). Loput eläimistä (7 %) ovat olleet pieneläimiä, joihin luokitellaan kanit, rotat, hamsterit yms. Kysymyksellä haluttiin selvittää, mitkä eläimet tarvitsevat eniten sijaiskoteja.

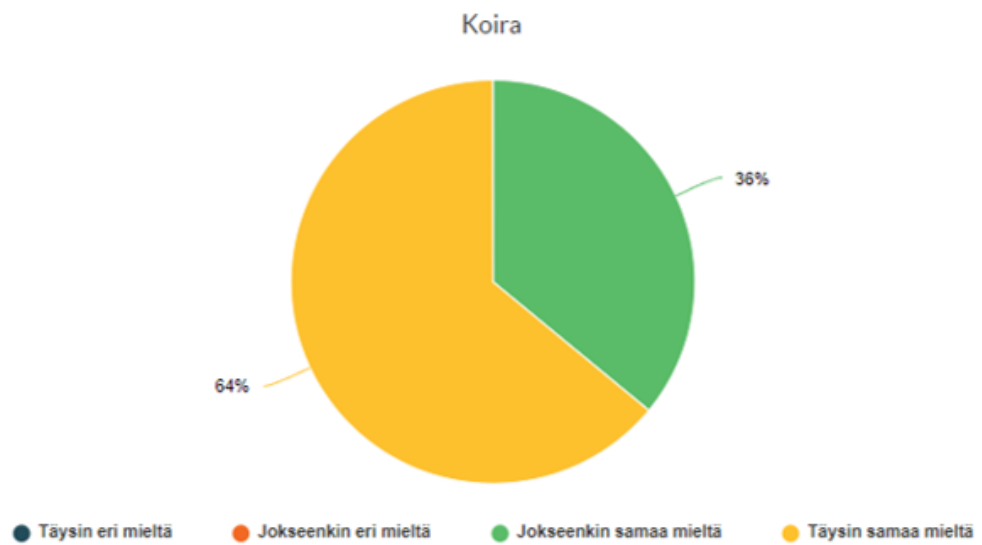
Mille eläimelle/eläimille olet toiminut sijaiskotina?



Kuvio 11 Eläimet sijaiskodeissa

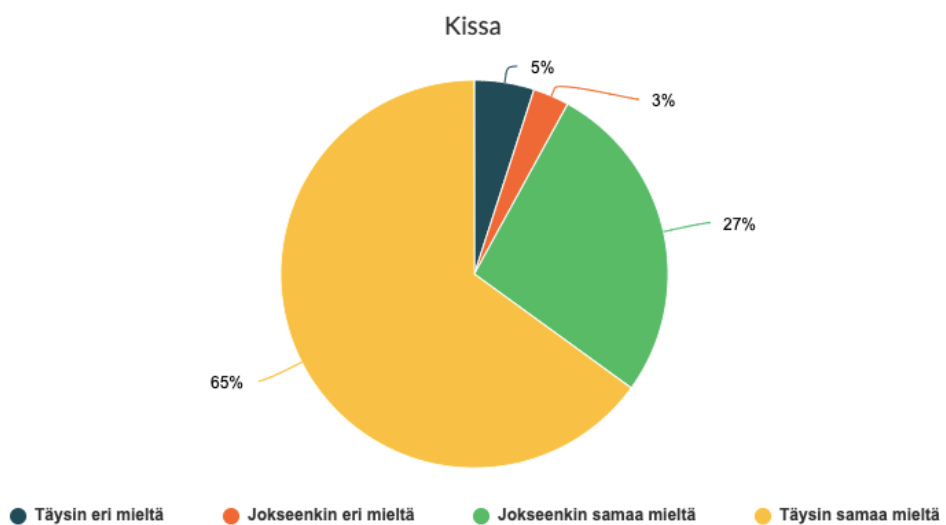
Lisäksi kysymyksellä haluttiin selvittää mahdollisia eroja eri eläinten sijaiskotiprosessien toimivuuden välillä. Vertailtavaksi valittiin eri eläimet (koira, kissa ja pieneläimet) ja sijaiskotien tyytyväisyys sijaiskotiprosessiin.

Kuvio 12 kertoo koirien sijaiskotien olleen tyytyväisiä sijaiskotiprosessiin. Vastajista 64 % oli täysin samaa mieltä ja 36 % jokseenkin samaa mieltä siitä, että sijaiskotiprosessi on toimiva. Yksikään vastaaja ei ollut tyytymätön sijaiskotiprosessin sujuvuuteen.



Kuvio 12 Koirien sijaiskotien tyytyväisyys sijaiskotiprosessiin

Kuviossa 13 voidaan huomata, että kissojen sijaiskotiprosessin sujuvuudesta ollaan oltu montaa eri mieltä. Vastaajista 5 % oli täysin eri mieltä sijaiskotiprosessin toimivuudesta. Kuitenkin vastaajista 65 % oli täysin samaa mieltä ja 27 % jokseenkin samaa mieltä sijaiskotiprosessin toimivuudesta. Tästä voidaan päätellä, että kun sijaiskoteja tarvitsevia kissoja on eniten, välttämättä kaikkia sijaiskotiprosesseja ei ehditä/pystytä hoitamaan samalla tavalla ja yhtä hyvin.



Kuvio 13 Kissojen sijaiskotien tyytyväisyys sijaiskotiprosessiin

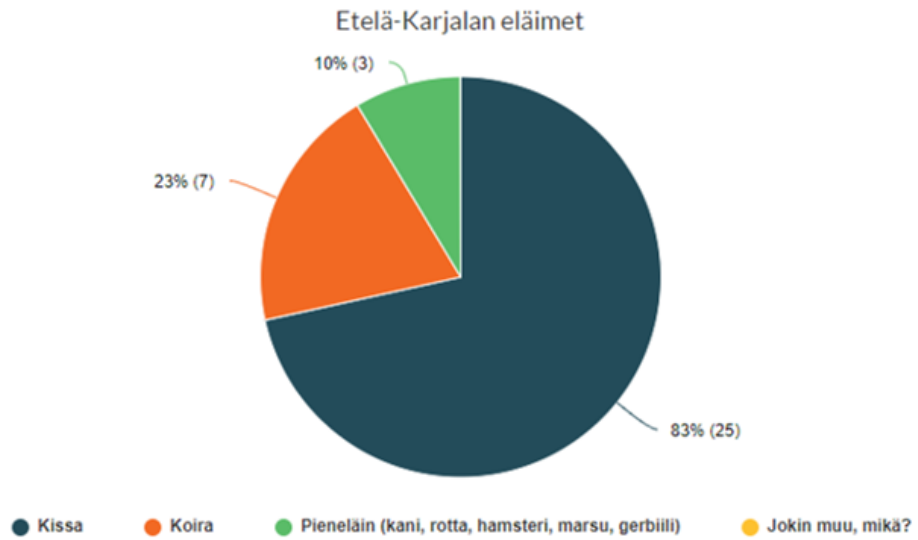
Kuviosta 14 voidaan havaita, että pieneläinten sijaiskodit ovat olleet tyytyväisiä sijaiskotiprosessiin. Vastaajista 67 % on vastannut olevansa täysin samaa mieltä sijaiskotiprosessin toimivuudesta ja 33 % jokseenkin samaa mieltä. Yksikään vastaajista ei ollut jokseenkin eri mieltä tai täysin eri mieltä. Tästä voidaan päätellä, että sijaiskotiprosessi pieneläinten kohdalla toimii hyvin.



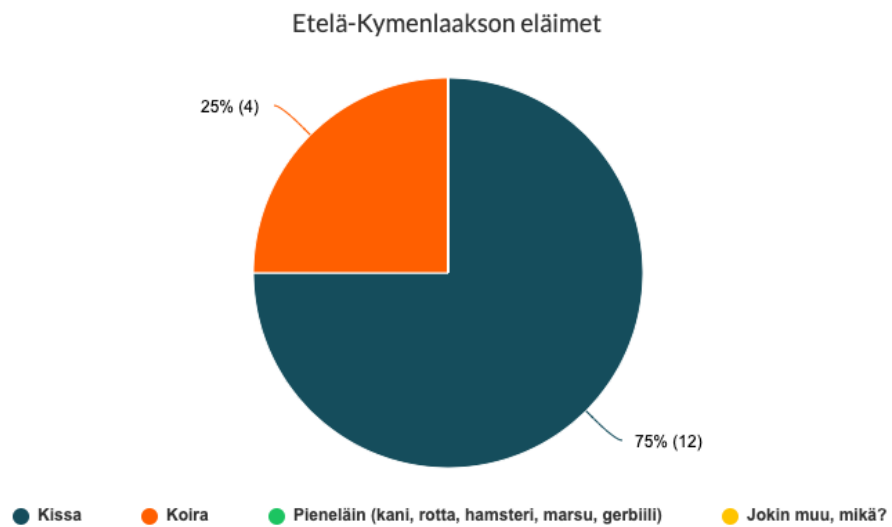
Kuvio 14 Pieneläinten sijaiskotien tyytyväisyys sijaiskotiprosessiin

Tulimme siihen tulokseen, että Kaseyn pitäisi kehittää sijaiskotiprosessia kissojen kohdalla. Emme näe tarpeelliseksi kehittää sijaiskotiprosessia koirien eikä pieneläinten kohdalla.

Lisäksi selvitimme, millä alueella on ollut minkäkin verran tiettyjä eläimiä, minkä näkee kuvioista 15 ja 16. Kyselyyn vastanneilla sijaiskodeilla kissoja on vuosina 2017-2020 ollut yhteensä 37, koiria 11 ja pieneläimiä kolme. Kissoista 25 on ollut sijaiskodeissa Etelä-Karjalassa ja 12 Etelä-Kymenlaaksossa. Koiria Etelä-Karjalassa on ollut 7 ja Etelä-Kymenlaaksossa 4. Pieneläimiä Etelä-Karjalassa on ollut kolme ja Etelä-Kymenlaaksossa ei yhtään. Tästä voidaan olettaa, että sijaiskoteja tarvitaan ainakin kissoille ja koirille tulevaisuudessakin molemmilla alueilla, sillä eläinmäärät ovat niiden kohdalla olleet suuret.



Kuvio 15 Etelä-Karjalan eläimet



Kuvio 16 Etelä-Kymenlaakson eläimet

8.2.3 Yhteydenpito

Sijaiskotien WhatsApp-ryhmä

Kyselyyn vastanneista 65 % kuuluu sijaiskotien WhatsApp-ryhmään. Loput 35 % ei kuulu kyseiseen WhatsApp-ryhmään.

Sijaiskotien Facebook-ryhmä

Vastaajista 72 % kuuluu sijaiskotien Facebook-ryhmään. Facebook-ryhmään ei kuulu 28 % vastaajista.

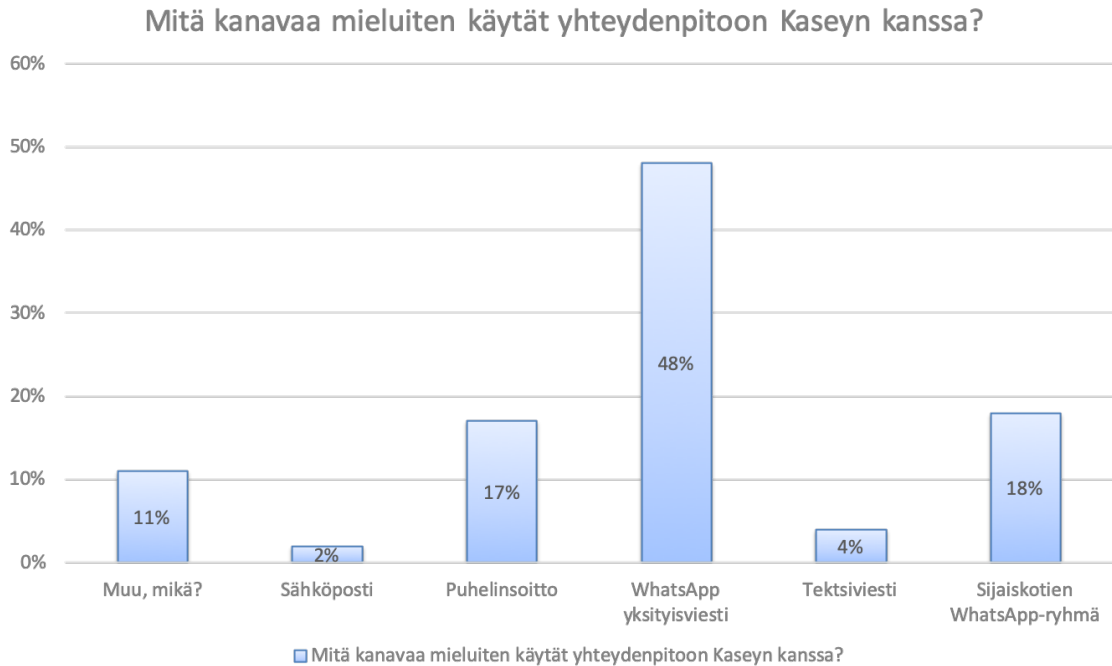
Tästä voidaan päätellä, että Facebook-ryhmän kautta tavoitetaan enemmän sijaiskoteja kerralla, kuin WhatsApp-ryhmän kautta. Kuvioista voidaan huomata Facebookin olevan suosituimpi kanava, joka voi johtua siitä, että WhatsAppia käytetään paljon myös henkilökohtaiseen viestintään. Ero WhatsAppin ja Facebookin välillä voi johtua myös siitä, että osa voi haluta pitää henkilökohtaisen puhelinnumerosa salaisena ja WhatsApp-ryhmään liittyessä on puhelinnumero kaikkien ryhmän jäsenten nähtävillä.

Lisäksi halusimme selvittää, kuinka moni sijaiskodeista ei kuulu kumpaakaan ryhmään (WhatsApp ja Facebook). Ilmeni, että seitsemän henkilöä ei kuulu kumpaankaan ryhmään. Kaseyn tulee ottaa tämä huomioon tiedottaessaan asioista, jotka koskevat kaikkia sijaiskoteja. Jos halutaan tavoittaa kaikki sijaiskodit, viestintäkanavaksi ei riitä ainoastaan WhatsApp- ja Facebook-ryhmät.

Mieluisin kanava yhteydenpitoon Kaseyn kanssa

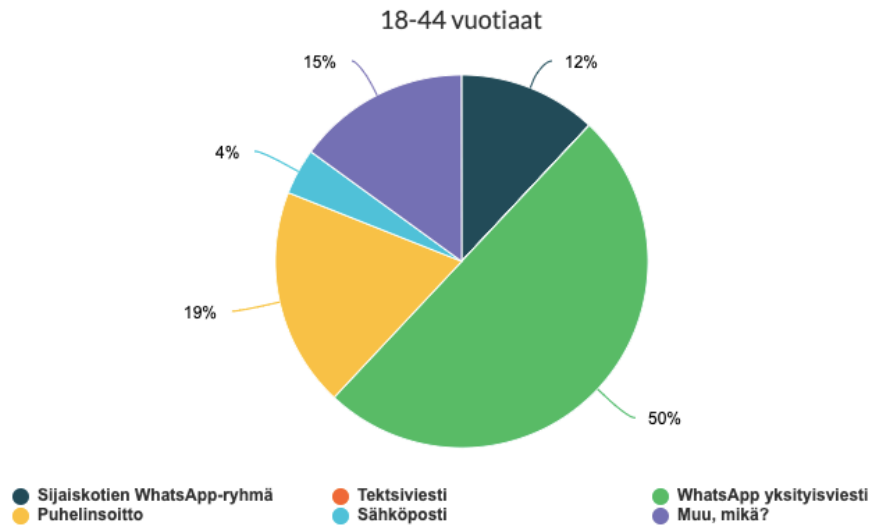
Kuviosta 19 käy ilmi, että vastaajista lähes puolet (48 %) käyttää mieluiten WhatsApp yksityisviestiä yhteydenpitoon Kaseyn kanssa. Kysymyksessä oli mahdollista kertoa myös jokin muu kuin valmiiksi annettu vaihtoehto ja siihen vastauksia antoi 11 % vastaajista. Muun vaihtoehdon antaneet käyttävät yhteydenpitoon mieluiten Facebookin Messengeriä. Tekstiviesti (4 %) ja sähköposti (2 %) on vähiten suosittu tavat olla yhteydessä Kaseyn kanssa.

WhatsApp yksityisviestin käyttäminen on suosituinta todennäköisesti siksi, koska sitä käytetään nykyisin paljon perinteisen tekstiviestin sijasta. Lisäksi kyseinen applikaatio mahdollistaa kuvien sekä videoiden jakamisen helposti. Tämän avulla sijaiskodit voivat halutessaan lähettää kuvia tai videoita sijaiskodissa olevista eläimistä ja niiden touhuista sekä kuulumisista Kaseyn henkilöstölle.

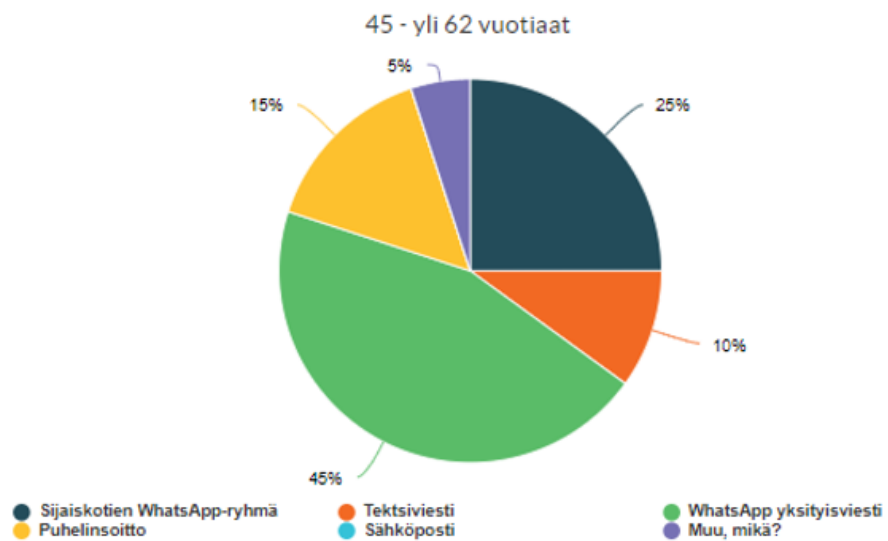


Kuvio 17 Viestintäkanavat

Lisäksi halusimme selvittää, vaikuttaako vastaajien ikä siihen, mitä viestintäkanavaa mieluiten käyttää yhteydenpitoon Kaseyn kanssa. Vertailtavat jaettiin kahteen ryhmään, joista ensimmäinen ryhmä koostui 18 – 24-vuotiaista ja toinen ryhmä 45 - yli 62-vuotiaista. Kuvioista 18 ja 19 huomataan, ettei ikäryhmien välillä ole suurta eroa siinä, mitä viestintäkanavaa mieluiten käyttää. WhatsApp yksityisviesti on molemmissa ikäryhmissä suosituin. Nuoremmissa ikäryhmässä WhatsApp yksityisviestiä käytti 50 % ja vanhemmassa ikäryhmässä 45 %. Suurimmat eroavaisuudet ikäryhmien välillä olivat ne, että nuoremmissa ikäryhmässä 4 % käytti sähköpostia ja vanhemmassa ikäryhmässä sähköpostia ei käytetty ollenkaan. Lisäksi vanhemmasta ikäryhmästä 10 % käytti mieluiten tekstiviestiä ja nuoremmassa ikäryhmästä ei yksikään.



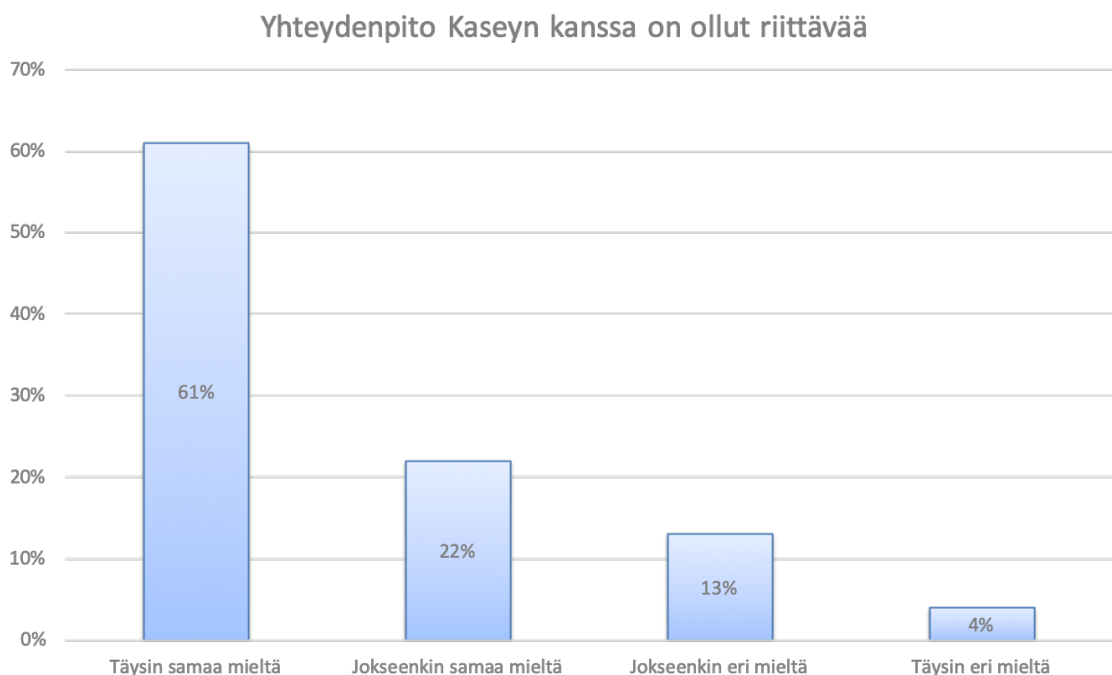
Kuvio 18 Viestintäkanava 18 – 44-vuotiaat



Kuvio 19 Viestintäkanavat 45 - yli 62-vuotiaat

Yhteydenpidon riittävyys Kaseyn kanssa

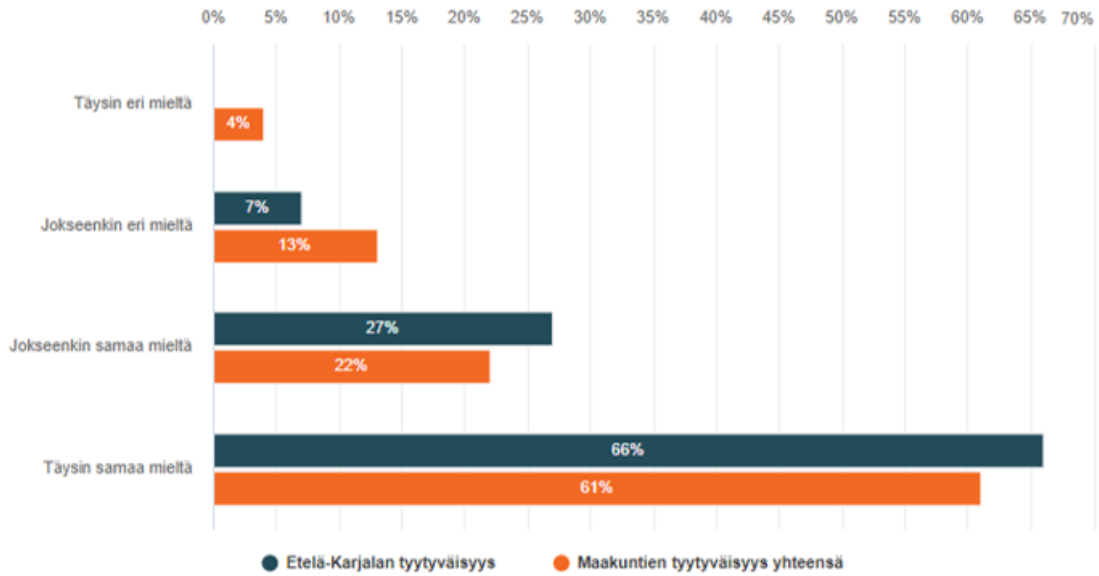
Yhteydenpito Kaseyn kanssa koetaan riittävänä. Kuvio 20 osoittaa, että 61 % vastaajista oli täysin samaa mieltä yhteydenpidon riittävydestä. Kuviosta voidaan huomata, että täysin eri mieltä yhteydenpidon riittämättömyydestä koki vain 4 % vastaajista. Täytyy kuitenkin ottaa huomioon, että vaikka suurin osa on ollut täysin samaa mieltä, niin jokseenkin eri mieltä ja täysin eri mieltä on ollut yhteensä 17 % vastanneista.



Kuvio 20 Yhteydenpito Kaseyn kanssa

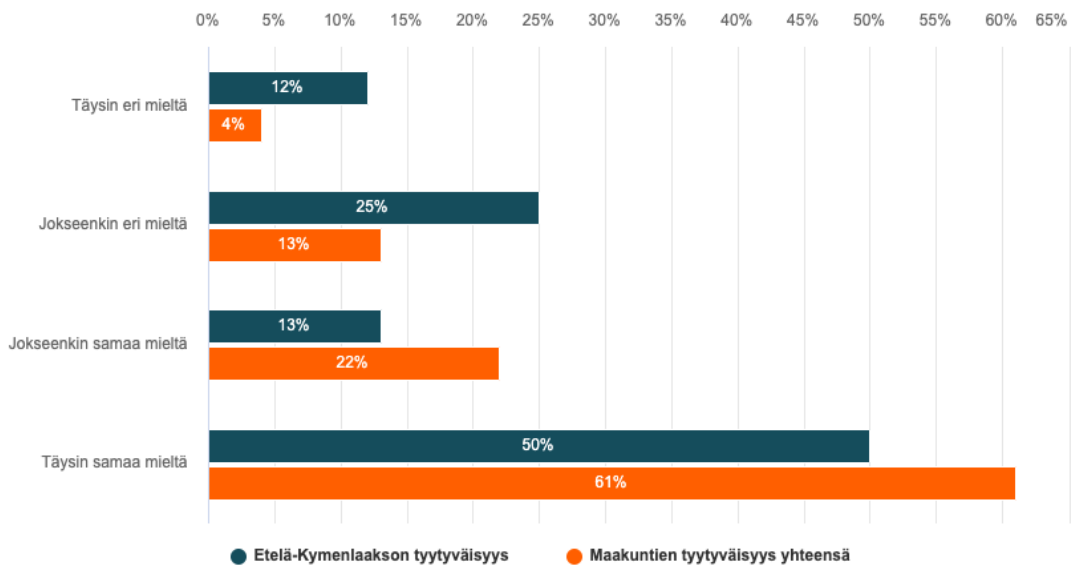
Halusimme lisäksi selvittää, millaisia eroja maakuntien välillä on tyytyväisyydessä yhteydenpidon riittävyyteen Kaseyn kanssa. Vertailun kohteeksi otettiin Etelä-Karjala, Etelä-Kymenlaakso sekä yhteydenpidon riittävyys Kaseyn kanssa.

Kuviosta 21 käy ilmi, että Etelä-Karjalaiset ovat olleet maakuntien keskiarvoa tyytyväisempiä yhteydenpidon määrään Kaseyn kanssa. Kukaan Etelä-Karjalan alueella asuvista ei ollut täysin eri mieltä väittämän "yhteydenpito Kaseyn kanssa on ollut riittävää" kanssa. Jokseenkin eri mieltä oli 7 %, jokseenkin samaa mieltä 27 % ja täysin samaa mieltä 66 %.



Kuvio 21 Etelä-Karjalan tyytyväisyys yhteydenpitoon Kaseyn kanssa

Kuviosta 22 huomataan, että Etelä-Kymenlaaksossa asuvat ovat olleet tyytymättömämpiä yhteydenpidon riittävyteen Kaseyn kanssa kuin maakuntien yhteenlaskettu keskiarvo. Etelä-Kymenlaaksolaiset ovat olleet täysin eri mieltä 12 % yhteydenpidon riittävyteen Kaseyn kanssa. Jokseenkin eri mieltä 25 %, jokseenkin samaa mieltä 13 % ja täysin samaa mieltä 50 %.

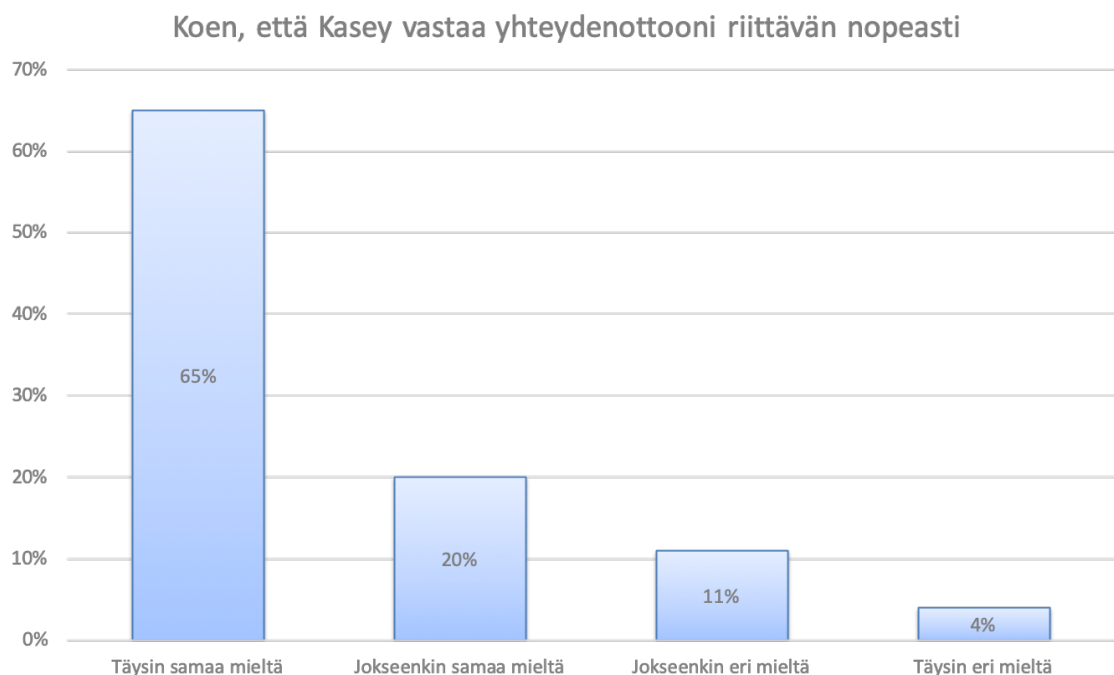


Kuvio 22 Etelä-Kymenlaakson tyytyväisyys yhteydenpitoon Kaseyn kanssa

Vertailun tuloksista voidaan päätellä, että Etelä-Kymenlaaksossa asuvat sijaisto-
dit eivät koe yhteydenpidon olevan niin riittävää Kaseyn kanssa, kuin Etelä-Kar-
jalassa asuvat. Vaikuttavana tekijänä eroon voi olla eläinkoti Pesän sijaitseminen
Etelä-Karjalassa ja se, että Etelä-Kymenlaaksossa ei ole kissavastaavan tukena
tiimiläisiä. Kissoja Etelä-Kymenlaaksossa oli kuitenkin 12, joka on suuri määrä
yksin vastattavaksi.

Kaseyn vastaamisen nopeus yhteydenottoon

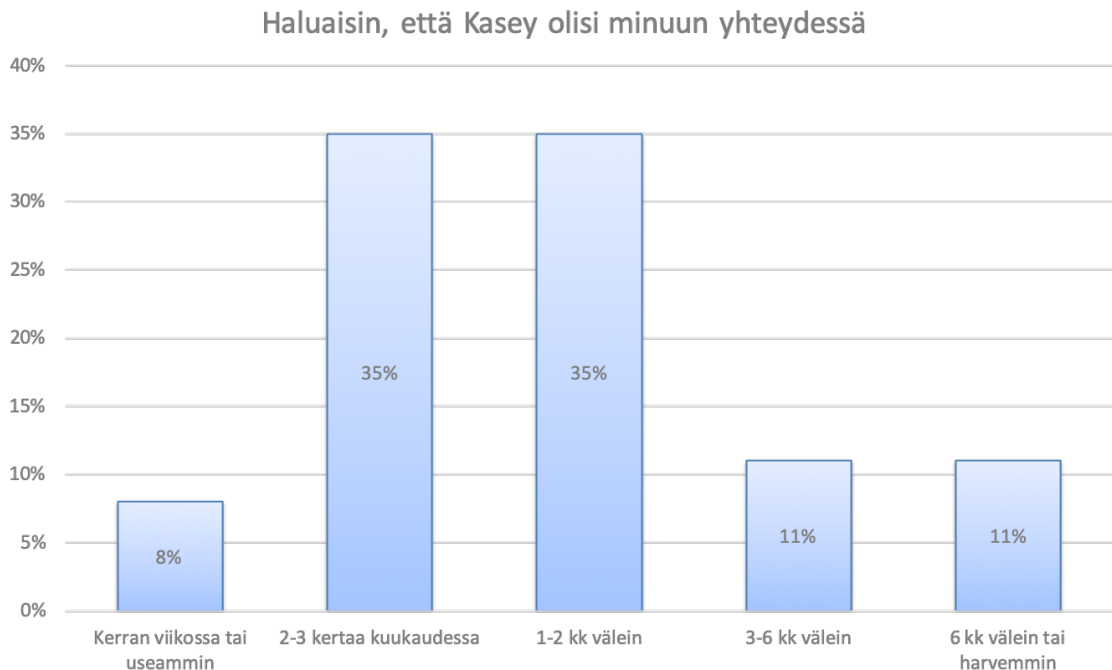
Kuviosta 23 ilmenee, että vastaajista suurin osa (65 %) kokee, että Kasey vastaa
yhteydenottoon riittävän nopeasti. Asian kanssa täysin eri mieltä olevia oli vas-
taajista 4 %. Tästä voidaan päätellä, että Kasey vastaa yhteydenottoihin riittävän
nopeasti. Eroavaisuudet vastauksien välillä voi johtua eri viestintäkanavien käy-
töstä. Esimerkiksi sähköpostiviestiin vastaaminen vie todennäköisesti kauemmin
aikaa kuin WhatsApp-viestiin vastaaminen.



Kuvio 23 Yhteydenoton vastausaika

Kaseyn yhteydenotto sijaiskotiin

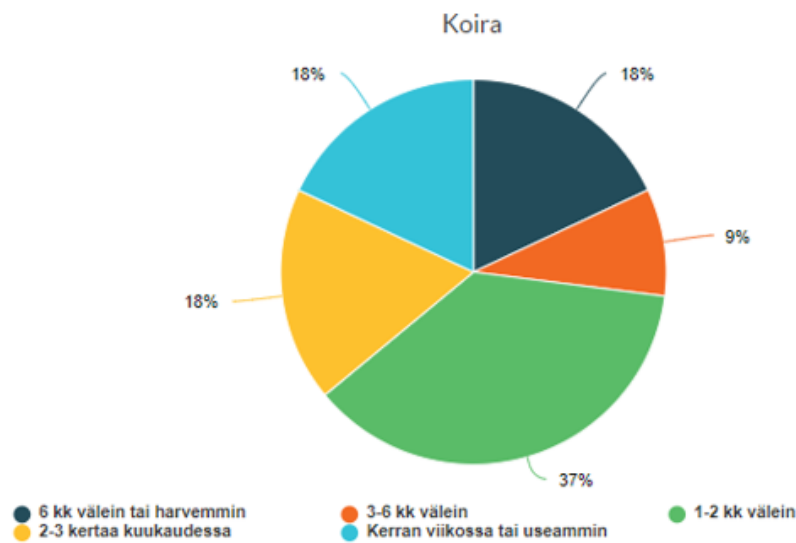
Kuvio 24 osoittaa, että 35 % haluaisi Kaseyn olevan sijaiskotiin yhteydessä 2 – 3 kertaa kuukaudessa. 35 % vastaajista haluaisi Kaseyn olevan yhteydessä 1 – 2 kk välein. Vastaajista 8 % haluaisi Kaseyn olevan sijaiskotiin yhteydessä kerran viikossa tai useammin ja 11 % haluaisi Kaseyn olevan yhteydessä 3 – 6 kk välein tai 6 kk välein tai harvemmin.



Kuvio 24 Kaseyn yhteydenotto sijaiskotiin

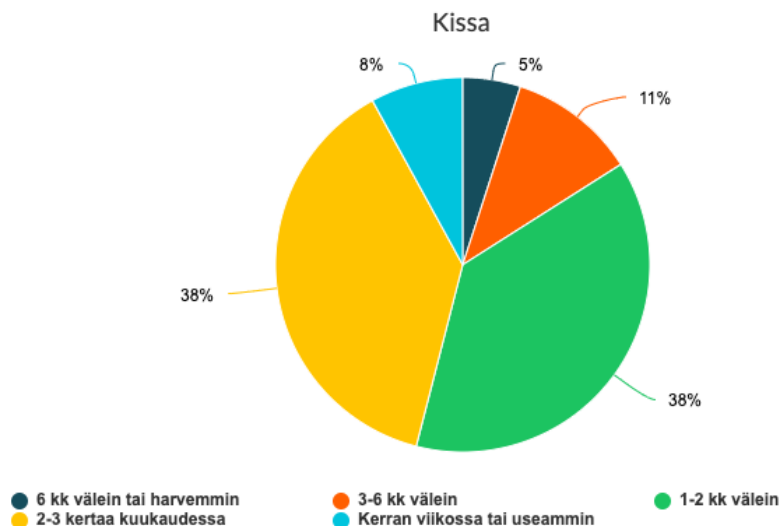
Halusimme lisäksi selvittää mahdollisia eroja sijaiskotieläimen (koira, kissa, pieneläin) ja sen välillä, kuinka usein haluaisi Kaseyn olevan yhteydessä.

Kuviosta 25 käy ilmi, että enemmistö (37 %) koirien sijaiskotina toimivista toivoisi, että Kasey olisi yhteydessä 1 – 2 kuukauden välein. Toiseksi eniten (18 %) toivottiin yhteydenpidon tapahtuvan kerran viikossa tai useammin, 2 – 3 kertaa kuukaudessa tai 6 kuukauden välein tai harvemmin. Kaseyn tulee siis huomioida, että koirien sijaiskodeilla on hyvin erilaisia tarpeita. Jotkut haluavat yhteydenpidon tapahtuvan kerran viikossa tai useammin ja yhtä moni kokee tarpeelliseksi olla yhteydessä puolen vuoden välein tai harvemmin.



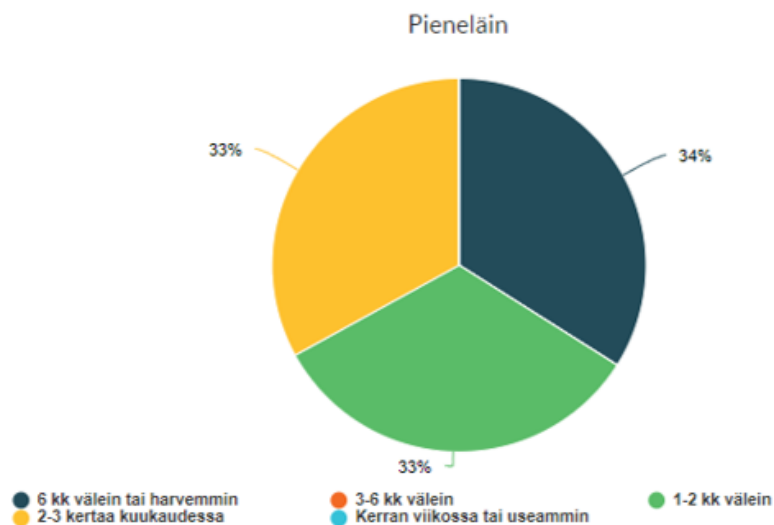
Kuvio 25 Koirien sijaiskotien tarve Kaseyn yhteydenotossa

Kuviossa 26 nähdään, kuinka usein kissojen sijaiskoteina toimivat haluaisivat Kaseyn olevan heihin yhteydessä. Eniten vastauksia saivat 2 – 3 kertaa kuukaudessa ja 1 – 2 kuukauden välein, molemmissa luku on 38 %. Tästä voidaan päätellä, että sijaiskodit, jotka tarjoavat kodin kissoille toivovat aktiivista yhteydenpitoa Kaseylta. Tämä voi johtua siitä, että kissat ovat luonteeltaan hyvin erilaisia sekä osa kissoista tulee huonoista olosuhteista, jolloin sopeutuminen voi olla haastavaa. Tässä tilanteessa sijaiskoti tarvitsee yleensä enemmän tukea kuin tilanteessa, jossa kissa sopeutuu uuteen elinympäristöönsä hyvin.



Kuvio 26 Kissojen sijaiskotien tarve Kaseyn yhteydenotossa

Kuviosta 27 ilmenee, että pieneläimille sijaiskotina toimivista yksikään ei toivo yhteydenpidon tapahtuvan 3 – 6 kuukauden välein eikä kerran viikossa tai useammin. Prosentuaalisia eroja ei käytännössä ole, sillä vastauksia oli tullut sama määrä kaikkiin eri kohtiin, joten kaikissa pitäisi olla sama prosenttimäärä. Analysoinnissa käytetty Webropol-ohjelma kuitenkin pyöristi yhden vastausprosentin 34 prosenttiin, jotta tarvittava 100 % tulisi täyteen. Vastanneista osa toivoo yhteydenoton tapahtuvan 6 kuukauden välein tai harvemmin, osa 2 – 3 kertaa kuukaudessa ja loput 1 – 2 kuukauden välein. Pienet erot voi selittyä sillä, että kodeissa on ollut eri pieneläimet ja toiset ovat vaatineet enemmän apua eläimen sopeuttamisessa kuin toiset.



Kuvio 27 Pieneläinten sijaiskotien tarve Kaseyn yhteydenotossa

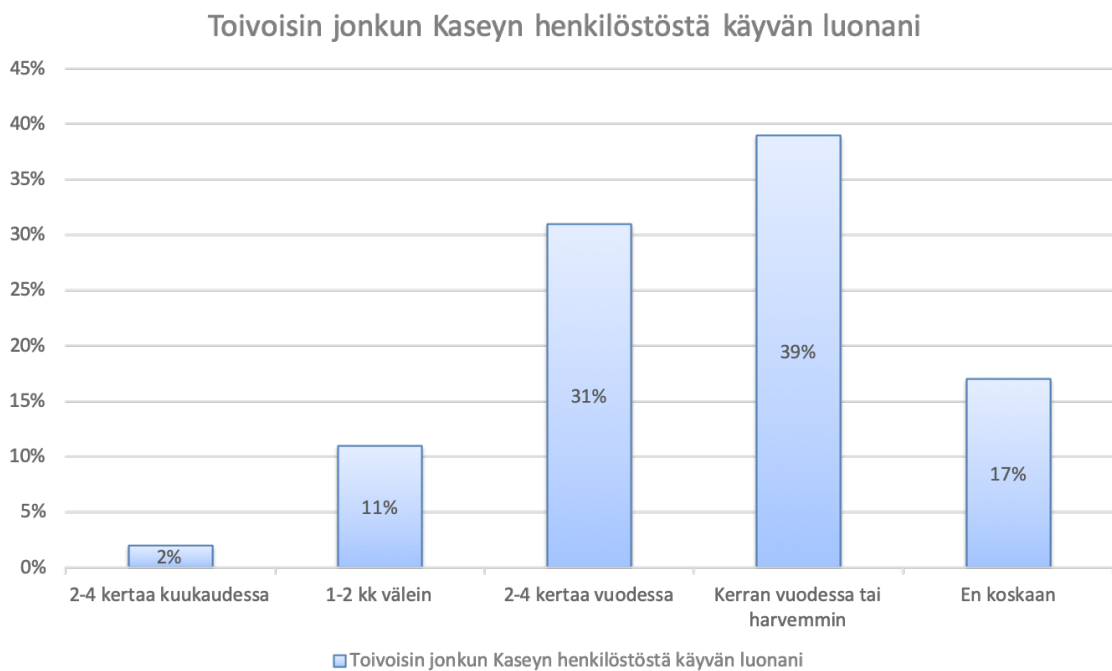
Vertailua tehdessä selvisi, että kaikkien eri eläinten (koirat, kissat, pieneläimet) sijaiskodit toivoisivat eniten, että Kasey olisi heihin yhteydessä 1-2 kuukauden välein. Täytyy kuitenkin ottaa huomioon, että eri eläimillä ja niiden sijaiskodeilla on eri tarpeita. Jotkut saattavat tarvita enemmän apua esimerkiksi eläimen sopeutumisen kanssa ja näin ollen haluta Kaseyn olevan heihin yhteydessä useammin. Parasta olisi, jos Kasey voisi selvittää jokaisen eri sijaiskodin kohdalla tarpeen siitä, kuinka usein sijaiskodit haluaisivat Kaseyn olevan yhteydessä heihin.

Kaseyn henkilöstön vierailu sijaiskodissa

Kuviosta 28 käy ilmi, että suurin osa (39 %) vastaajista toivoisi jonkun Kaseyn henkilöstöstä käyvän luonaan kerran vuodessa tai harvemmin, vastaajista toiseksi suurin osa (31 %) 2 – 4 kertaa vuodessa ja kolmanneksi suurin osa (17 %) ei koskaan. Osa vastaajista (2 %) toivoisi kuitenkin jonkun henkilöstöstä käyvän luonaan 2 – 4 kertaa kuukaudessa ja osa (11 %) 1 – 2 kk välein.

Kaseyn henkilöstön vierailun vähäinen tarve voidaan selittää sillä, että eläimet ovat sijaiskodeissa yleensä 1 – 6 kk. Esimerkiksi yhden kuukauden aikana ei välttämättä ehdi tulla tilannetta, jolloin toivottaisiin Kaseyn henkilön vierailevan

sijaiskodissa. Usealle todennäköisesti riittää yhteydenpito esimerkiksi puhelimitse. Osa sijaiskodeista voi olla kokemattomampia eläinten kanssa, joten he voivat olla epävarmempia eläimen hoitamisen kanssa ja siksi kokea tarpeelliseksi Kaseyn henkilöstön vierailemisen useammin. Joillakin voi olla paljon kokemusta eläinten hoidosta, joten he eivät välttämättä siksi koe Kaseyn henkilöstön vierailua tarpeellisena. Tämä asia tulisi kuitenkin selvittää jokaisen sijaiskodin kanssa erikseen.

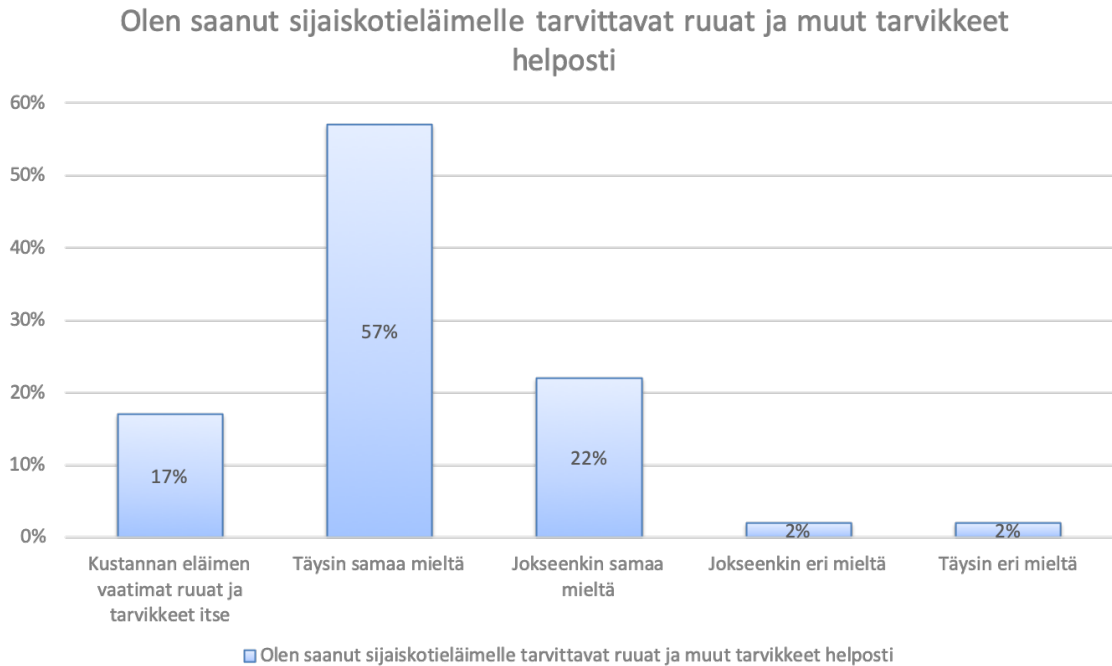


Kuvio 28 Kaseyn henkilöstön vierailu sijaiskodissa

8.2.4 Muut tiedot

Sijaiskotieläimen ruuat sekä tarvikkeet

Sijaiskodeista yli puolet (57 %) on täysin samaa mieltä siitä, että eläimelle tarvittavat tarvikkeet ja ruuat on saatavilla helposti. Kuvioista 29 ilmenee myös se, että 17 % kustantaa tarvikkeet ja ruuat itse. Väittämän kanssa jokseenkin eri mieltä tai täysin eri mieltä oli yhteensä 4 % vastaajista. Tästä voidaan päätellä, että sijaiskodit saavat eläimelle sen tarvitsemat ruuat sekä tarvikkeet vaivattomasti. Yllätyimme positiivisesti siitä, kuinka moni sijaiskoti kustantaa itse eläimen vaatimat ruuat ja tarvikkeet.

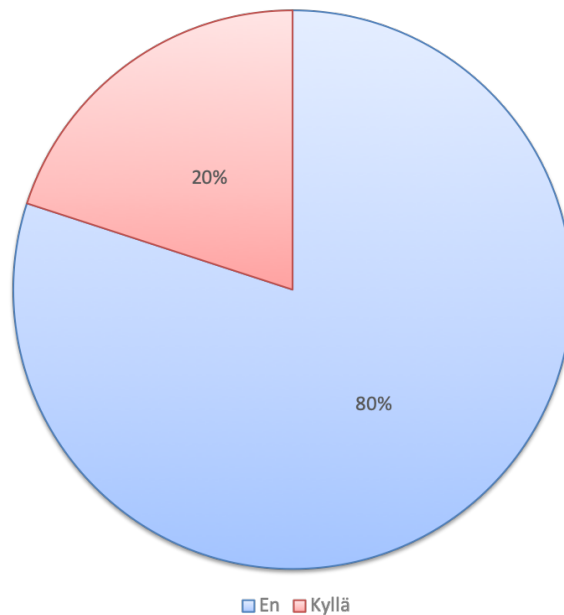


Kuvio 29 Sijaiskotieläimen ruuat ja tarvikkeet

Sijaiskotieläimen adoptointi

Kuviosta 30 näkee, että vastaajista suurin osa (80 %) ei ole adoptoinut sijaiskotieläintä. Se, vastasiko kysymykseen ”kyllä” vai ”ei” määritti sen, pystyikö seuraavana olevaan kysymykseen vastaamaan. Kasey ei ensisijaisesti toivo, että sijaiskodit adoptoivat eläimen, koska moni eläimen adoptoinut lopettaa sijaiskotina toimimisen. On siis positiivista, että vastaajista vain 20 % on adoptoinut sijaiskotieläimen. Kysymyksessä, jossa sijaiskodeilta kysyttiin syytä sijaiskotina toimimisen loppumiseen, moni kertoi syyksi eläimen adoptoimisen.

Oletko adoptoinut sijaiskotieläimen?

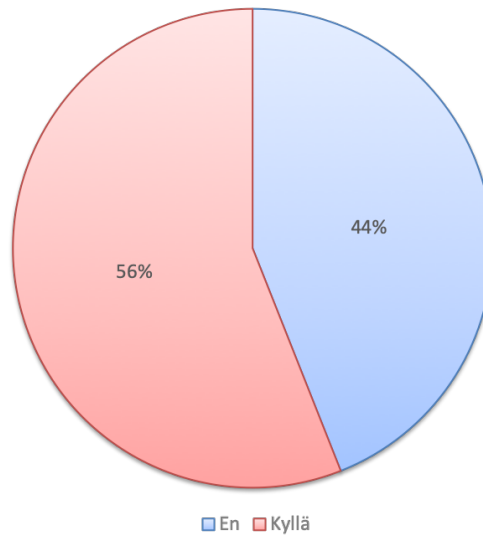


Kuvio 30 Sijaiskotieläimen adoptointi

Seuraavassa kysymyksessä kysyttiin sijaiskotieläimen adoptoineilta, ovatko he adoptoinnista huolimatta jatkaneet toimimista sijaiskotina. Kuvio 31 osoittaa, että niistä henkilöistä, jotka ovat adoptoineet sijaiskotieläimen, 56 % on jatkanut sijaiskotina toimimista ja 44 % on lopettanut sijaiskotina toimimisen. On hyvä, että useampi sijaiskoti on jatkanut sijaiskotina toimimista adoptoinnista huolimatta. Kuitenkin lähes puolet vastaajista on lopettanut sijaiskotina toimimisen adoptoinnin jälkeen. Tästä voidaan päätellä, että adoption tapahtuessa on aina riski, että sijaiskoti lopettaa sijaiskotina toimimisen. Sijaiskodin menettäminen tuo myös lisää työtä Kaseyn henkilöstölle, sillä uuden sijaiskodin kanssa täytyy sijaiskotiprosessi aloittaa aina alusta. Sijaiskotiprosessiin kuuluu mm. sijaiskodin soveltuvuuden tarkistaminen.

Kysymys oli suodatettu niin, että edelliseen kysymykseen (oletko adoptoinut sijaiskotieläimen?) "en"-vastauksen antaneet eivät pystyneet vastaamaan tähän kysymykseen.

Jos vastasit edelliseen kysymykseen kyllä, oletko silti jatkanut sijaiskotina toimimista? Jos vastasit edelliseen kysymykseen en, siirry kysymykseen 19.



Kuvio 31 Sijaiskotina jatkuminen adoption jälkeen

Jos et toimi enää sijaiskotina, mikä sai sinut lopettamaan sijaiskotina toimimisen?

Kysymys oli avoin, eikä siinä ollut vastaamispakkoa. Vastauksia toivottiin niiltä, jotka ovat syystä tai toisesta lopettaneet sijaiskotina toimimisen. Kysymykseen vastanneita oli 17. Vastauksista kävi ilmi, että sijaiskotina toimimisen lopettamiseen syynä on ollut esimerkiksi allergisoituminen, eläimen sopeutumattomuus sijaiskotiin, elämäntilanteen muutokset, kiintyminen eläimeen sekä sijaiskotieläimen adoptointi.

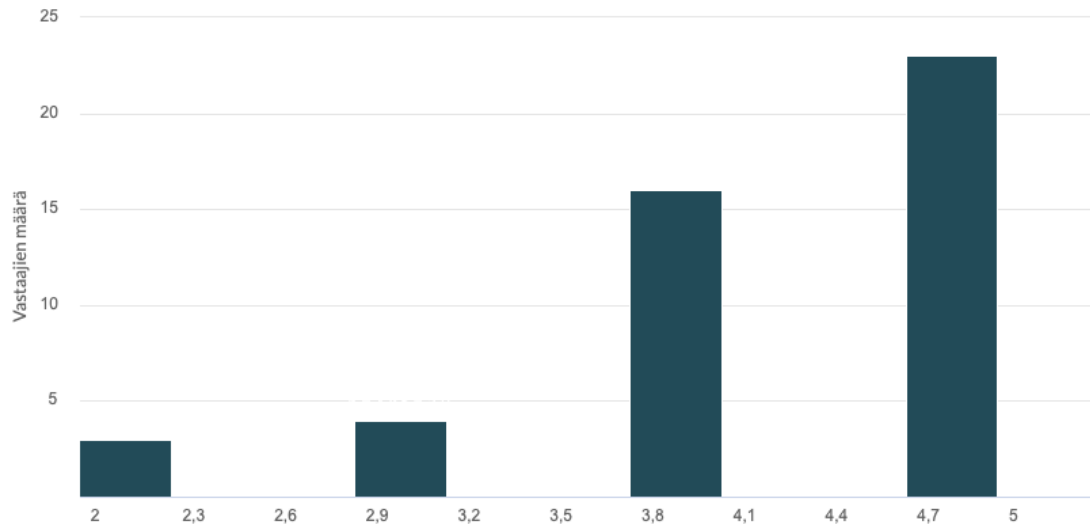
Tyytyväisyys sijaiskotina toimimiseen

Kyselyssä haluttiin selvittää sijaiskotien tyytyväisyys sijaiskotina toimimiseen. Kysymykseen vastattiin käyttämällä liukukytkintä, jossa pienin arvo (1) tarkoitti erittäin tyytymätöntä ja suurin arvo (5) tarkoitti erittäin tyytyväistä. Arvoksi pystyi siis valita joko 1, 2, 3, 4 tai 5.

Kuviosta 32 käy ilmi, että sijaiskodit ovat olleen enemmän tyytyväisiä kuin tyytymättömiä sijaiskotina toimimiseen.

20. Kuinka tyytyväinen olet ollut sijaiskotina toimimiseen?

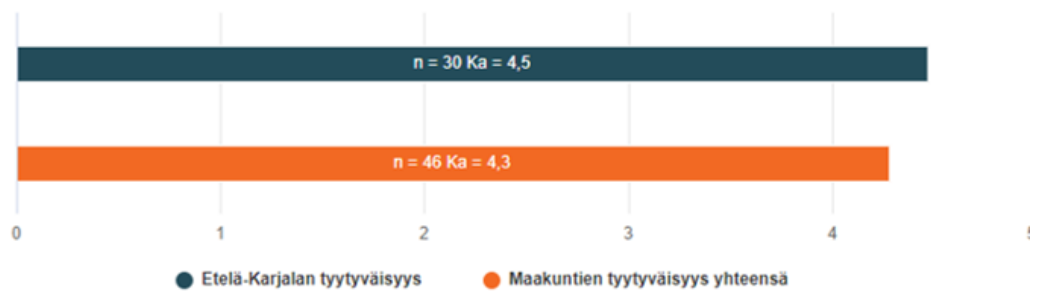
Vastaajien määrä: 46



Kuvio 32 Tyytyväisyys sijaiskotina toimimiseen

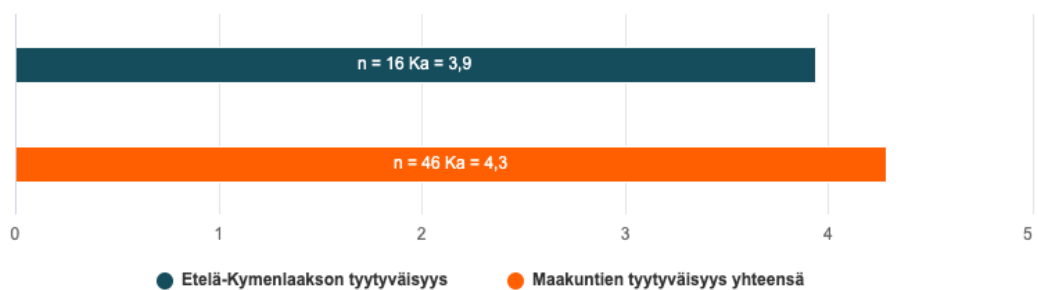
Halusimme lisäksi selvittää mahdollisia eroja tyytyväisyydessä sijaiskotina toimimiseen eri maakuntien (Etelä-Karjala ja Etelä-Kymenlaakso) välillä. Kuvioista 33 ja 34 käy ilmi, että tyytyväisyyden keskiarvo on ollut suurempi Etelä-Karjalassa, kuin Etelä-Kymenlaaksossa. Tästä voidaan päätellä, että Etelä-Kymenlaaksossa sijaiskotina toimimiseen ei olla yhtä tyytyväisiä, kuin Etelä-Karjalassa. Ero voi johtua erilaisista sijaiskotina toimimiseen liittyvistä asioista, kuten siitä, että Etelä-Kymenlaaksossa ei ole eläinkotia. Siellä apu olisi lähellä mahdollisissa ongelmatilanteissa, joissa kaivattaisiin kasvokkain tapahtuvaa kommunikointia. Vastauksia tyytymättömyyteen Etelä-Kymenlaaksossa asuvilta saatiin myös kyselyn avoimeen vastauskohtaan, jossa kysyttiin kehitysideoita sijaiskotitoiminnan parantamiseen tai muuta mitä vastaaja haluaisi sanoa. Vastauksista ilmeni, että tyytymättömyyttä on esimerkiksi Kaseyn henkilöstön viiveellisestä vastaamisesta yhteydenottoihin ja siitä, ettei eläimen kuulumisia kysellä tarpeeksi.

Kuviosta 33 ilmenee, että Etelä-Karjalassa tyytyväisyyden keskiarvo sijaiskotina toimimiseen on 4,5 ja sekä Etelä-Karjalan että Etelä-Kymenlaakson tyytyväisyyden keskiarvo on 4,3.



Kuvio 33 Etelä-Karjalan tyytyväisyys

Kuviosta 34 ilmenee Etelä-Kymenlaakson tyytyväisyyden keskiarvo sijaiskotina toimimiseen, joka on 3,9. Etelä-Karjalan sekä Etelä-Kymenlaakson tyytyväisyyden keskiarvo on 4,3.



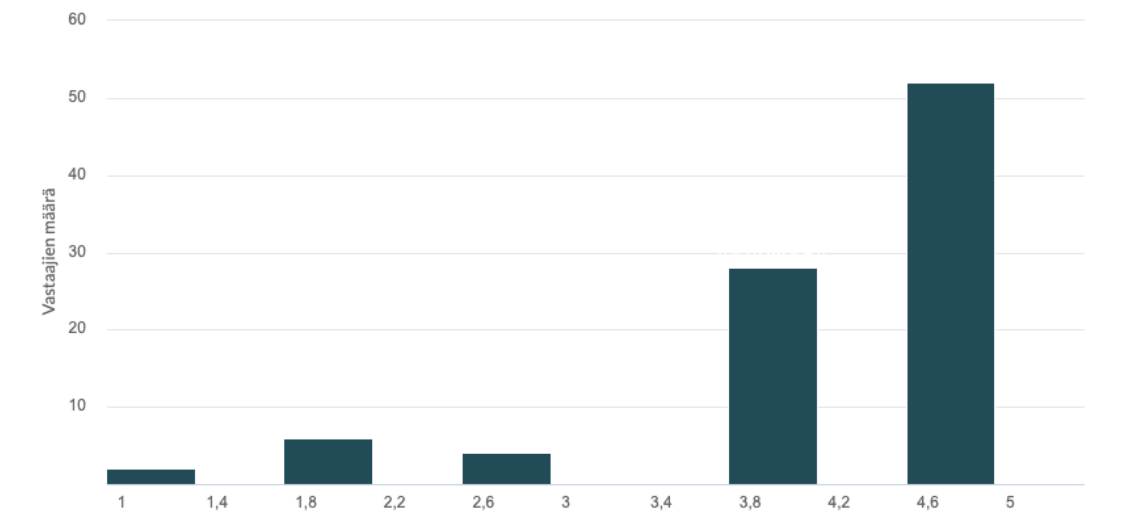
Kuvio 34 Etelä-Kymenlaakson tyytyväisyys

Sijaiskotina toimimisen suosittelu

Kysymys 35 oli rakennettu samalla tavalla kuin edellä käsitelty kysymys. Pienin arvo (1) tarkoitti, että suosittelisi erittäin epätodennäköisesti ja suurin arvo (5) tarkoitti että suosittelisi erittäin todennäköisesti. Vastaajista 57 % vastasi suurimman arvon ja 30 % toiseksi suurimman arvon. Pienimmän arvon valitsi vastaajista 2 % ja toiseksi pienimmän 7 % vastaajista. Keskiarvoksi muodostui 4,33, josta voidaan olettaa, että vastaajat ovat saaneet positiivisen kokemuksen sijaiskotina toimisesta Kaseylla ja suosittelisivat sitä muillekin.

21. Kuinka todennäköisesti suosittelisit sijaiskotina Kaseylla toimimista muille?

Vastaajien määrä: 46



Kuvio 35 Sijaiskotina toimimisen suosittelu

Olisiko sinulla kehitysideoita sijaiskotitoiminnan parantamiseen, tai muuta mitä haluaisit sanoa?

Kysymyksellä haluttiin selvittää, onko sijaiskodeilla kehitysideoita sijaiskotitoiminnan parantamiseen tai jotain muuta, mitä he haluaisivat sanoa. Kysymys oli avoin, eikä siihen ollut pakko antaa vastausta.

Vastauksia tuli yhteensä 20 ja niistä ilmeni, että sijaiskodit ovat välillä kokeneet ongelmia ja sekavuutta kommunikoinnissa sijaiskotivastaavien kanssa. On esimerkiksi koettu, että Kasey ilmoittaa liian lyhyellä aikavälillä mahdolliset aikataulumuutokset ja eläinten kuulumisia ei kysellä tarpeeksi. Myös nopeampaa vastausta yhteydenottoihin kaivattiin. Sijaiskotia tarvitsevista eläimistä ei myöskään vastaajien mielestä kerrota tarpeeksi selkeästi. Lisäksi Kaseyn tulisi ottaa huomioon se, että kaikki eivät välttämättä ole Facebookissa, jossa koteja etsivistä eläimistä ilmoitetaan.

Kaivattuja kehitysideoitakin sijaiskotitoimintaan tuli. Esimerkiksi pitkään sijaiskotina toimineiden toivottiin saavan enemmän tunnustusta ja lisäksi toivottiin tietoa eläimen historiasta, esimerkiksi käytöstavoista sekä lempiruuuista. Tämä auttaisi eläimen sopeutumisessa sijaiskotiin.

Toiminta sai myös positiivista palautetta ja osa oli sitä mieltä, että kaikki toimii moitteettomasti. Avoimeen kysymykseen annetuista vastauksista voidaan päätellä, että Kaseylla on kehitettäviä osa-alueita sijaiskotitoiminnassa. Kehitettävät ongelmakohdat tulivat vastauksissa hyvin selville. Kaikkia vastauksia ei kerrota julki vastaajien anonymiteetin suojelemiseksi.

9 Yhteenveto ja johtopäätökset

Opinnäytetyön tutkimuskysymykseen saatiin vastaus. Tutkimuskysymys oli:

Kuinka tyytyväisiä sijaiskodit ovat olleet asiakassuhteeseen Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistys ry:n eli Kaseyn kanssa sekä sijaiskoti –prosessin sujuvuuteen

Tutkimuksessa selvisi, että sijaiskodit ovat olleet pääosin tyytyväisiä asiakassuhteeseen Kaseyn kanssa. Kysyttäessä yhteydenpidon riittävydestä Kaseyn kanssa ilmeni, että 61 % oli täysin samaa mieltä väittämän kanssa. Sijaiskodeista 65 % oli täysin samaa mieltä siitä, että Kasey vastaa yhteydenottoon riittävän nopeasti. Vastaajista 57 % oli täysin samaa mieltä siitä, että on saanut sijaiskotieläimelle tarvittavat ruuat ja muut tarvikkeet helposti. Kysyttäessä kuinka tyytyväinen sijaiskoti on ollut sijaiskotina toimimiseen, kaikkien vastauksien keskiarvoksi saatiin 4,3 (asteikolla 1 – 5). Lisäksi kysyimme kuinka todennäköisesti sijaiskoti suosittelisi sijaiskotina Kaseylla toimimista muille. Vastauksen keskiarvoksi saatiin 4,3 (asteikolla 1 – 5).

Lisäksi selvisi, että sijaiskodeista 65 % oli täysin samaa mieltä ja 28 % jokseenkin samaa mieltä siitä, että sijaiskotiprosessi on ollut sujuva. Vastaajista 2 % oli jokseenkin eri mieltä ja 5 % täysin eri mieltä sijaiskotiprosessin sujuvuudesta. Selvitimme sijaiskotien eroavaisuuksia tyytyväisyydessä sijaiskotiprosessiin eri eläinten (koirien, kissojen ja pieneläinten) välillä. Suurin eroavaisuus sijaiskotiprosessin tyytyväisyyteen löytyi niiltä, kenellä on ollut sijaiskodissa eläimenä kissa. Kyseinen ryhmä oli ainoa, jossa oli sijaiskotiprosessiin täysin tyytymättömiä sekä jokseenkin tyytymättömiä sijaiskoteja.

Edellä mainituista asioista voidaan päätellä, että Kaseyn sijaiskodit ovat olleet melko tyytyväisiä asiakassuhteeseen sekä sijaiskotiprosessiin. Vastauksista ilmeni, että jokaisessa asiakassuhteeseen liittyvässä kysymyksessä sijaiskodit ovat olleet enemmän tyytyväisiä kuin tyytymättömiä.

Lisäksi opinnäytetyössä haluttiin selvittää:

Kuinka Kaseyn sijaiskotitoimintaa voisi mahdollisesti parantaa

Myös tähän kysymykseen saatiin vastaus. Sijaiskodeilta tuli yhteensä 20 vastausta siihen, olisiko sijaiskotitoimintaan kehitysideoita tai muuta mitä haluaisi sanoa. Suurin parannettava osa-alue on tehdyn tutkimuksen perusteella kommunikointi sijaiskodin ja Kaseyn välillä. Parannettava kommunikointi pitää sisällään esimerkiksi nopeamman vastaamisen sijaiskodin yhteydenottoon, kuulumisien kyselyn sijaiskodeilta, avoimen kanssakäymisen ja selkeämmän viestinnän esimerkiksi mahdollisten aikataulumuutosten kohdalla. Vastauksista ilmeni lisäksi, että sijaiskodit kaipaisivat enemmän tietoa esimerkiksi eläimen käytöstavoista ja ruokailutottumuksista. Tutkimuksessa selvisi, että Kaseyn olisi hyvä tehdä muutoksia kissojen sijaiskotien sijaiskotiprosessiin, sillä tämän eläimen sijaiskotiprosessissa koettiin tyytymättömyyttä.

Lisäksi tutkimuksesta selvisi, että Kaseyn kannattaisi käyttää Facebookin lisäksi myös jotain muutakin viestintäkanavaa ilmoittaessa vapaana olevista sijaiskotieläimistä. Tämä tulisi ottaa huomioon kaikessa muussakin yhdistykseen liittyvässä viestinnässä, sillä kaikki eivät käytä Facebookia.

9.1 Opinnäytetyöprosessiin vaikuttavat tekijät

Tutkimuksessa käytettäviä kirjallisuuslähteitä olisi todennäköisesti ollut enemmän, jos koronapandemia ei olisi sulkenut kirjastoja, vaan ne olisivat olleet normaalisti avoinna ja kirjoja olisi pystynyt lainaamaan tasaiseen tahtiin läpi opinnäytetyön tekemisen. Kirjallisuuslähteet jouduttiin valitsemaan ja lainaamaan jo ennen varsinaista opinnäytetyön aloittamista.

9.2 Pohdinta

Mielestämme tutkimus oli onnistunut ja uskomme, että Kasey saa tutkimuksesta paljon tietoa parantaakseen sijaiskotien ja heidän välistä asiakassuhdetta sekä sijaiskotiprosessin sujuvuutta. Opinnäytetyön teoreettinen viitekehys tuki tutkimusta ja sitä käytettiin tukena asiakastytyväisyyskyselyä muodostaessa. Teoreettinen viitekehys tukee myös tutkimustuloksia, koska se lisää tutkimustulosten ymmärrettävyyttä.

Tutkimuksen loppuvaiheessa huomasimme Kaseyn Facebook-sivulla päivityksen, jossa kerrottiin Etelä-Kymenlaaksoon perustetusta eläinkodista. Yhdistyksen tarkoituksena on auttaa hädänalaisia eläimiä. Eläinkodin avaaminen saattaa vaikuttaa Kaseylla sijaiskotien toimivien määrään Etelä-Kymenlaakson alueella. Jos Kaseyille suoritettaisiin myöhemmin asiakastytyvääisyystutkimus, se saattaisi antaa ilman parannustenkin tekoa parempia tuloksia, koska mahdollisesti usea Kaseylla toimiva Etelä-Kymenlaakson alueen sijaiskoti saattaa siirtyä toimimaan Etelä-Kymenlaakson eläinkotiin, jos se tarjoaa mahdollisuuden toimia sijaiskotiina. Päätelemme tämän siitä, että tutkimuksessa ilmeni tyytymättömyyttä Etelä-Kymenlaakson sijaiskodeissa.

Huomasimme, että kyselyyn oli aloittanut vastaamaan 50 henkilöä, vaikka vastaajamäärä kyselyyn oli 46. Pohdimme, että tähän saattoi vaikuttaa kyselyn pituus. Vaikka kyselyn pituus tiedostettiin, niin mitään kysymystä ei kuitenkaan koettu tarpeettomana tai hankalana vastata. Kysymykset pyrittiin muodostamaan mahdollisimman lyhyiksi sekä yksinkertaisiksi. Lisäksi avoimiin kysymyksiin ei ollut pakko vastata.

Pohdimme mahdollista jatkotutkimusta ja tulimme siihen lopputulokseen, että jatkotutkimuksena voisi selvittää sijaiskotivastaavien sekä mahdollisten tiimiläisten tyytyväisyyttä. Tutkimuksen avulla pystyisi selvittämään, kokevatko sijaiskotivastaavat/tiimiläiset tyytymättömyyttä sijaiskotiprosessiin ja/tai asiakassuhteiden hoitoon. Lisäksi Kasey ei ole tehnyt eläimen adoptoineille asiakastytyvääisyyskyselyä, joten sekin olisi mahdollinen jatkotutkimus. Tutkimuksen avulla voitaisiin saada lisää tietoa siitä, miten asiakassuhteita voisi parantaa entisestään.

Kuviot

Kuvio 1 Asiakaskokemukseen vaikuttavat tekijät (Fischer & Vainio 2014, 16). 17	
Kuvio 2 Yrityskuva- ja asiakastyytyväisyystutkimuksen erot (Rope & Pöllänen 1994, 84).....	20
Kuvio 3 Asiakasnäkökulma Philip Kotlerin mukaan (E. Selin & J. Selin 2005, 22)	24
Kuvio 4 Asiakaspalveluprosessin vaiheet (Korkeamäki ym. 2000, 18).....	27
Kuvio 5 Markkinointipanostus asiakassuhteittain (Rope & Pöllänen 1994, 134)	31
Kuvio 6 Ikä.....	47
Kuvio 7 Sijaiskotien asuinpaikkakunnat.....	49
Kuvio 8 Sijaiskoti vuosiluvut	50
Kuvio 9 Sijaiskotiprosessin sujuvuus.....	51
Kuvio 10 Eläimen asumisaika.....	52
Kuvio 11 Eläimet sijaiskodeissa	53
Kuvio 12 Koirien sijaiskotien tyytyväisyys sijaiskotiprosessiin	54
Kuvio 13 Kissojen sijaiskotien tyytyväisyys sijaiskotiprosessiin.....	54
Kuvio 14 Pieneläinten sijaiskotien tyytyväisyys sijaiskotiprosessiin.....	55
Kuvio 15 Etelä-Karjalan eläimet	56
Kuvio 16 Etelä-Kymenlaakson eläimet.....	56
Kuvio 17 Viestintäkanavat	58
Kuvio 18 Viestintäkanava 18 – 44-vuotiaat	59
Kuvio 19 Viestintäkanavat 45 - yli 62-vuotiaat.....	59
Kuvio 20 Yhteydenpito Kaseyn kanssa	60
Kuvio 21 Etelä-Karjalan tyytyväisyys yhteydenpitoon Kaseyn kanssa	61
Kuvio 22 Etelä-Kymenlaakson tyytyväisyys yhteydenpitoon Kaseyn kanssa... 61	
Kuvio 23 Yhteydenoton vastausaika	62
Kuvio 24 Kaseyn yhteydenotto sijaiskotiin.....	63
Kuvio 25 Koirien sijaiskotien tarve Kaseyn yhteydenotossa.....	64
Kuvio 26 Kissojen sijaiskotien tarve Kaseyn yhteydenotossa.....	65
Kuvio 27 Pieneläinten sijaiskotien tarve Kaseyn yhteydenotossa	66
Kuvio 28 Kaseyn henkilöstön vierailu sijaiskodissa	67
Kuvio 29 Sijaiskotieläimen ruuat ja tarvikkeet.....	68

Kuvio 30 Sijaiskotieläimen adoptointi	69
Kuvio 31 Sijaiskotina jatkuminen adoption jälkeen	70
Kuvio 32 Tyytyväisyys sijaiskotina toimimiseen.....	71
Kuvio 33 Etelä-Karjalan tyytyväisyys.....	72
Kuvio 34 Etelä-Kymenlaakson tyytyväisyys.....	72
Kuvio 35 Sijaiskotina toimimisen suosittelu	73

Lähteet

- Avalon 2016. Kuinka rakennetaan positiivinen ja kokonaisvaltainen asiakaskokemus? 2016. Avalon-blogi 18.5.2016. <https://www.avalon.fi/pinnalla/puhuttu-positiivinen-kokonaisvaltainen-asiakaskokemus>. Luettu 14.5.2020.
- Berndtson, T. & Lounasmaa, J. 2004. Tilastokeskus. Tuotteet ja palvelut. Tietoaika. Internet tutkijan työkaluna. https://www.stat.fi/tup/tietoaika/tilaajat/ta_06_04_internet_tyokaluu.html. Luettu 21.5.2020.
- Brusi, P. 2017. Tunne osana asiakaskokemusta. Futurelab-blogi 6.2.2017. <https://www.futurelab.fi/tunne-osana-asiakaskokemusta/>. Luettu 15.5.2020.
- Eskelinen, K. Asiakaskokemuksen määritelmä – mitä asiakaskokemus on, miten se rakentuu ja miten sitä johdetaan? Trustmary-blogi. <https://www.trustmary.com/fi/blogi/asiakaskokemus/asiakaskokemuksen-maaritelma-mita-asiakaskokemus-on/>. Luettu 14.5.2020.
- Fischer, M. & Vainio, S. 2014. Potkua palvelubisnekseen: asiakaskokemus luodaan yhdessä. Helsinki: Talentum.
- Haanpää, M. Syvennä osaamistasi. Ajatuksiamme. Mikä tekee hyvän asiakaspalvelijan? <https://finland.bisnode.fi/syvenna-osaamistasi/ajatuksiamme/mika-tekee-hyvan-asiakaspalvelijan/>. Luettu 14.5.2020.
- Halila, H. & Tarasti, L. 2006. Yhdistysoikeus. Helsinki: Talentum.
- Havunen, R. 2000. Uusinäkökulma asiakkaaseen – oivaltamisen kautta tuloksiin. Helsinki: Oy Edita Ab.
- Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.
- Hellman, K. & Värilä, S. 2009. Arvokas asiakas. Hämeenlinna: Talentum Media Oy.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu, Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.
- Hirsjärvi, S. 2014. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.
- Huttunen, K. 2020. Asiakastyytyväisyys ja sen mittaaminen. Zoner-blogi 13.5.2020. <https://www.zoner.fi/asiakastyytyvaisuus-ja-sen-mittaaminen/>. Luettu 17.5.2020.
- Hölkki, L. 2020. Eläinkoti Pesän vastaava. Lappeenranta. Haastattelu 17.4.2020.
- Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistys ry. Toimintakertomus 2019. Luettu 15.5.2020.

Kasey ry 2020a. Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistys. Sijaiskotitoiminta. <https://sey.fi/kaakkois-suomi/kaakkois-suomen-elainsuojeluyhdistys/toiminta/sijaiskotitoiminta/>. Luettu 30.4.2020.

Kasey ry 2020b. Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistys. Toiminta. Eläinkoti Pesä. <https://sey.fi/kaakkois-suomi/kaakkois-suomen-elainsuojeluyhdistys/toiminta/elainkoti-pesa/>. Luettu 7.5.2020.

Kasey ry 2020c. Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistys. Kotia etsivät. Adoptioinfo ja hinnasto. <https://sey.fi/kaakkois-suomi/kaakkois-suomen-elainsuojeluyhdistys/kotia-etsivat/adoptioinfo-ja-hinnasto/>. Luettu 21.5.2020.

Kasey ry 2020d. Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistys. Yhdistys. <https://sey.fi/kaakkois-suomi/kaakkois-suomen-elainsuojeluyhdistys/yhdistys/> Luettu 13.5.2020.

Kasey ry. Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistys. Kotia etsivät. Adoptioinfo ja hinnasto. Adoptiohakemus. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfVqvtZ-dl6FUplQScW7vHlk-GjE15_-bs0ggsR2OCdy5NcPQw/viewform?c=0&w=1. Luettu 21.5.2020.

Kasey ry. Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistys. Sijaiskotitoiminta. Sijaiskoti-hakemus. https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSeM1Vlep9YmaWANoL-gogglCLcB4AYPhDFT0ZboNZGgu-iu_IQ/viewform?c=0&w=1. Luettu 30.4.2020.

Kinnunen, S. 2018. Messukeskus. 4 vinkkiä asiakaskohtaamisiin. <https://messukeskus.com/blogs/4-vinkkia-asiakkaan-kohtaamiseen/>. Luettu 15.5.2020.

Korkeamäki, A., Pulkkinen, I. & Selinheimo, R. 2000. Asiakaspalvelu ja markkinointi. Porvoo: WSOY.

Kääntäjämestarin kirja. Brändin hallinta. Asiakasnäkökulman ymmärtäminen. <http://www.kaantajamestarikirja.fi/luku-3/asiakasn%C3%A4k%C3%B6kulman-ymm%C3%A4rt%C3%A4minen>. Luettu 17.5.2020.

Lahtinen, J. & Isoviita, A. 2001. Asiakaspalvelun ja markkinoinnin perusteet. Tampere: Avaintulos.

Leivänen, K. Onko asiakastytyväisyys aidosti yksi liiketoimintamittareistasi? Digimarkkinointi-blogi. <https://www.digimarkkinointi.fi/blogi/onko-asiakastytyvaisyys-aidosti-yksi-liiketoimintamittareistasi>. Luettu 12.5.2020.

Loimu, K. 2002. Yhdistystoiminnan käsikirja. Helsinki: WSOY.

Matter 2017. Asiakassuhdemarkkinointi – yhden illan jutusta pitkäikäiseen kumppanuuteen 5.6.2017. Matter-blogi. <https://matter.fi/asiakassuhdemarkkinointi-ei-yhden-illan-jutuille/>. Luettu 15.5.2020.

Niskanen, J. 2018. 4 tapaa toteuttaa asiakaspalvelu. Novia-blogi 27.8.2018. <https://www.noviafinland.fi/blogi/4-tapaa-toteuttaa-asiakaspalvelu/>. Luettu 14.5.2020.

Numcore 2019. Miksi asiakastyytyväisyys on niin tärkeää? Numcore-blogi 7.8.2019. <http://numcore.fi/miksi-asiakastyytyvaisuus-on-niin-tarkeaa/> Luettu 13.5.2020.

Pirhonen, J. 2017. Asiakaskokemus – mitä, miksi, onko pakko? Tovari-blogi 4.4.2017. <https://tovari.fi/asiakaskokemus/>. Luettu 14.5.2017.

Rope, T. & Pöllänen, J. 1994. Asiakastyytyväisyysjohtaminen. Juva: WSOY.

Selin, E. & Selin, J. 2005. Kaikki on kiinni asiakkaasta, avaimia asiakastajapintojen hallintaan. Pieksamäki: Tietosanoma.

Tilastokeskus. Haastattelu- ja tutkimuspalvelut. Otossuunnittelu ja otokset. https://www.stat.fi/tup/htpalvelut/haastutk_toiminta_otos.html. Luettu 15.5.2020.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa, määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Kustannusyhtiö Tammi.

Webropol. Käyttötarkoitukset. <https://webropol.fi/kayttotarkoitukset/> Luettu 13.5.2020.

Yritystoiminta. Markkinointi. Asiakassuhdemarkkinointi. <http://www.tieto.osaa-vayrittaja.fi/asiakassuhdemarkkinointi/>. Luettu 15.5.2020.

Kasey, asiakastyytyväisyyskysely sijaiskodeille

1. Ikä? *

- 18-26 vuotta
- 27-35 vuotta
- 36-44 vuotta
- 45-53 vuotta
- 54-62 vuotta
- Yli 62 vuotta

2. Sukupuoli? *

- Nainen
- Mies
- Muu

3. Oletko Kaseyn (Kaakkois-Suomen Eläinsuojeluyhdistyksen) jäsen? *

- En
- Kyllä

4. Asuinpaikkakunta? *

- Etelä-Karjala
- Imatra
- Lappeenranta
- Lemi
- Luumäki
- Parikkala

- Rautjärvi
- Ruokolahti
- Savitaipale
- Taipalsaari

Etelä-Kymenlaakso

- Pyhtää
- Kotka
- Hamina
- Virolahti
- Miehikkälä

5. Minä vuonna/vuosina olet toiminut sijaiskotina? *

- 2017
- 2018
- 2019
- 2020

6. Täytettyäni sijaiskoti hakemuslomakkeen, koin sijaiskotiprosessin* sujuvaksi *

*sijaiskotiprosessilla tarkoitetaan sijaiskoti hakemuslomakkeen lähettämisen ja eläimen saapumisen välistä aikaa.

- Täysin eri mieltä
- Jokseenkin eri mieltä
- Jokseenkin samaa mieltä
- Täysin samaa mieltä

7. Kuinka pitkän ajan sijaiskotieläin on asunut luonasi? *

Jos olet toiminut sijaiskotina useammin kuin kerran, voit valita useamman vaihtoehdon. Esim. yksi eläin on ollut alle 1 kk ja toinen noin 3-6 kk, valitse molemmat vaihtoehdot.

- Alle 1 kk
- Noin 1-2 kk
- Noin 3-6 kk
- Noin 6-12 kk
- Yli vuoden
- Kaksi vuotta tai enemmän

8. Mille eläimelle/eläimille olet toiminut sijaiskotina? *

- Kissa
- Koira
- Pieneläin (kani, rotta, hamsteri, marsu, gerbiili)
- Jokin muu, mikä?

9. Kuulutko sijaiskotien WhatsApp-ryhmään? *

- En
- Kyllä

10. Kuulutko sijaiskotien Facebook-ryhmään? *

- En
- Kyllä

11. Mitä kanavaa mieluiten käytät yhteydenpitoon Kaseyn kanssa? *

- Sijaiskotien WhatsApp-ryhmä
- Tekstiviesti
- WhatsApp yksityisviesti
- Puhelinsoitto

Sähköposti

Muu, mikä?

12. Yhteydenpito Kaseyn kanssa on ollut riittävää *

Täysin eri mieltä

Jokseenkin eri mieltä

Jokseenkin samaa mieltä

Täysin samaa mieltä

13. Koen, että Kasey vastaa yhteydenottooni riittävän nopeasti *

Täysin eri mieltä

Jokseenkin eri mieltä

Jokseenkin samaa mieltä

Täysin samaa mieltä

14. Haluaisin, että Kasey olisi minuun yhteydessä *

6 kk välein tai harvemmin

3-6 kk välein

1-2 kk välein

2-3 kertaa kuukaudessa

Kerran viikossa tai useammin

15. Toivoisin jonkun Kaseyn henkilöstöstä käyvän luonani *

En koskaan

Kerran vuodessa tai harvemmin

2-4 kertaa vuodessa

Saatekirje

Olemme kaksi liiketalouden opiskelijaa LAB-ammattikorkeakoulusta, Lappeenrannan kampukselta. Teemme opintoihimme kuuluvaa opinnäytetyötä Kaakkois-Suomen eläinsuojeluyhdistykselle.

Opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, kuinka tyytyväisiä sijaiskodit ovat olleet asiakassuhteeseen Kaseyn kanssa sekä sijaiskotiprosessin sujuvuuteen. Lisäksi selvitetään, kuinka Kaseyn sijaiskotitoimintaa voisi mahdollisesti parantaa.

Vastauksenne käsitellään luottamuksellisesti. Tutkimuksen tuloksista sinua ei voi tunnistaa vastaajaksi. Tutkimusaineisto kerätään ainoastaan tutkimukseen, johon tämä saatekirje liittyy. Aineiston numeraalisen tallentamisen jälkeen vastauslomakkeet hävitetään.

Tutkimuksemme valmistuu kesällä 2020. Opinnäytetyöhön ja sen tuloksiin voi tutustua Theseuksessa (www.theseus.fi), johon ammattikorkeakoulujen opinnäytetyöt julkaistaan.

Vastaamiseen menee noin 6 minuuttia ja kysely on auki 2 viikkoa. Vastaamalla kyselyyn mahdollistatte sijaiskotitoiminnan parantamisen sekä opinnäytetyömme tavoitteen onnistumisen.

Jos sinulla on kysyttävää asiakastyytyväisyyskyselyyn liittyen, voit olla yhteydessä sähköpostitse johanna.hietala@student.lab.fi / juulia.hamalainen@student.lab.fi.

Alla linkki asiakastyytyväisyyskyselyyn:

<https://webropol.com/s/kaseyn-asiakastyytyvaisyyskysely>

Kiitos jo etukäteen vastauksistanne!

Ystävällisin terveisin,
Johanna Hietala ja Juulia Hämäläinen, LAB-ammattikorkeakoulu