

Susanna Seppänen

SUOMEN KOTITYÖPALVELUYHDISTYS RY TOIMINTA JA
MARKKINOINTI

Liiketalouden koulutusohjelma
2014

SUOMEN KOTITYÖPALVELUYHDISTYS RY TOIMINTA JA
MARKKINOINTI

Seppänen, Susanna
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma
Toukokuu 2014
Ohjaaja: Myntti, Yki
Sivumäärä: 38
Liitteitä: 2

Asiasanat: Suomen kotityöpalveluyhdistys ry, yhdistys, markkinointi

Opinnäytetyön aiheena oli Suomen kotityöpalveluyhdistys ry jäsenkysely ja markkinointi. Opinnäytetyössä perehdyttiin Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toimintaan ja sen markkinointiin. Tämä opinnäytetyö oli kvalitatiivinen eli laadullinen opinnäytetyö. Työn alussa oli johdanto ja johdannon jälkeen oli opinnäytetyön menetelmän esittelyä. Teoria osion alussa oli esittely Suomen kotityöpalveluyhdistys ry. Tämän jälkeen oli markkinoinnin teoriaa ja sitä sovellettuna Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toimintaan. Markkinointia tarkastellessa luotiin kehitysideoita Suomen kotityöpalveluyhdistys ry. Jäsenkyselyn analysointi, havainnointi ja päätelmä olivat opinnäytetyön lopussa.

Opinnäytetyön johdosta toteutettiin jäsenkysely koskien yhdistyksen markkinointia, viestintää ja yhdistyksen toimintaa. Jäsenkysely oli kaksi sivuinen kysely, jossa kysyttiin valintavaihtoehtoilla ja tavalla, jossa vastaaja sai itse kertoa oman mielipiteensä vapaalla sanalla. Jäsenkysely lähetettiin sähköpostin välityksellä yhdistyksen jäsenkirjeen mukana ja jokaisella jäsenkirjeen vastaanottajalla oli mahdollisuus vastata jäsenkyselyyn. Jäsenkyselyn vastausaika oli ensin noin kuukausi, mutta vähän vastaajamäärän takia vastausaikaa jatkettiin toisella kuukaudella ja tammikuun 20. päivä oli viimeinen palautuspäivä jäsenkyselylle. Jäsenkyselyn vastaanotti 93 jäsentä, joista vastattuja jäsenkyselyitä saatiin takaisin 12.

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry on vuonna 2010 perustettu kotityöpalvelualan yhdistys, jonka tarkoituksena on verkostoida alan ammattilaisia ja muita alasta kiinnostuneita. Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toimii ympäri Suomea ja sillä on jäseniä ympäri Suomea. Yhdistys järjestää seminaareja ja tapahtumia ympäri vuoden ja tarjoaa jäsenilleen räätälöityjä jäsenetuja. Jäseniä yhdistyksellä oli vuoden 2012 mukaan 93.

FINNISH ASSOCIATION OF HOUSEWORK SERVICE ACTIVITY AND MARKETING

Seppänen, Susanna
Satakunta University of Applied Sciences
Degree Programme in Bachelor of Business Administration
May 2014
Supervisor: Myntti, Yki
Number of pages: 38
Appendices: 2

Keywords: Finnish association of housework service, marketing, association

The topic of this thesis was Finnish association of housework service inquiry for the members and marketing. This thesis focused on Finnish Association of housework service activities and its marketing. This thesis was a qualitative dissertation. At the beginning of the theory was preface and then was thesis's method introduction. The theory section was followed by a presentation of Finnish Association of housework service. After this was marketing theory and applied to the Finnish Association of housework service activities. Marketing examines the development of ideas to created Finnish Association of housework service. Member of the survey analysis, observation and conclusion of the thesis was at the end.

Thesis was carried out due to a member survey regarding the association of marketing, communications and activities of the association. The survey was a member of a two-page questionnaire, which asked about the choice of alternatives and the way in which the defendant was himself having their say on neutral words. Member of the survey was sent via e-mail correspondence with the member of the association and each member of the recipient of the letter had the opportunity to meet a member of the survey. Member The response time was the first in about a month, but due to low number of respondents, the response time was extended in the second month and January 20th was the last day of the survey. The survey was sent to 93 members and we got 12 answers back.

Finnish association of housework service was founded in 2010 household services organization it purpose is to connect people and others interested in the field. Finnish Association of housework service operates all around Finland and has members from all over Finland. The association organizes seminars and events throughout the year and offers its members a customized membership benefits. The organization had 93 members in 2012.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	OPINNÄYTETYÖN TUTKIMUSMENETELMÄ	6
	2.1 Kvalitatiivinen tutkimus	6
	2.2 Tutkimuksen toteutus.....	6
	2.3 Havainnointi.....	7
3	YHDISTYKSEN MERKITYS.....	7
	3.1 Aattellinen yhdistys	7
	3.2 Yhdistys	7
4	KOTITYÖPALVELU	9
	4.1 Kotityöpalvelun merkitys	9
	4.2 Palvelun käsite	9
	4.3 4Q laatumalli.....	10
	4.4 Palvelualojen kehitys tulevaisuudessa	12
5	SUOMEN KOTITYÖPALVELUYHDISTYS RY.....	13
	5.1 Yhdistyksen tarkoitus	13
	5.2 Jäsenet	14
	5.3 Jäsenten kasvu.....	14
	5.4 Jäsenedut	15
	5.5 Kotityöpalvelun laatujärjestelmä	18
6	YHDISTYKSEN MARKKINOINTI.....	19
	6.1 Nykyiset markkinointikanavat.....	19
	6.2 Mahdollisuudet	21
	6.3 Markkinoinnin tehostaminen	22
	6.4 Verkostoituminen.....	23
7	JÄSENKYSELY	24
	7.1 Jäsenkyselyn tarkoitus	24
	7.2 Kyselylomakkeen analysointi	25
	7.3 Havainnot.....	26
8	YHTEENVETO	31
	LÄHTEET.....	33
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli luoda lukijalle käsitys siitä, mikä on Suomen kotityöpalveluyhdistys ry ja mitä yhdistyksen toiminta pitää sisällään. Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia yhdistyksen nykyistä markkinointia ja kuinka markkinointia voitaisiin nykyisestä parantaa ja kehittää. Tutkielmassa tuodaan ideoita markkinoinnin edistämiseksi ja sen parantamiseksi tuleville vuosille. Tutkimuksen tarkoituksena oli ottaa selvää, mitä jäsenet ovat tällä hetkellä mieltä Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toiminnasta. Jäseniltä kysyttiin, mitä muutoksia he haluaisivat yhdistyksen toimintaan ja kuinka toimintaa voitaisiin parantaa. Opinnäytetyön tutkimusongelma oli Suomen kotityöpalveluyhdistys ry markkinoinnin näkökulmasta yhdistyksen näkyvyys ja yhdistyksen toiminta. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on luoda Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toimintaa luova työkalu, josta on yhdistykselle apua seuraavina vuosina.

Opinnäytetyössä oli tarkoitus tehdä tutkimusta yhdistyksen nykyisistä jäsenistä ja heidän tarpeistaan yhdistyksen toimintaa kohtaan. Tutkimusta aloittaessa päädyttiin toteuttamaan tutkimus kyselylomakkeena, joista kerätään tutkimustiedot tähän opinnäytetyöhön. Kyselylomake jaettiin sähköisen jäsentiedotteen yhteydessä jäsenille. Kyselylomake jaettiin jäsenille marraskuun 2013 alussa ja jäsenillä oli noin kuukausi aikaa vastata kyselyyn. Pienen vastaajamäärän takia kyselylomake lähetettiin uudestaan tammikuussa 2014 jäsenille paremman vastaajamäärän toivossa. Kyselylomakkeita saatiin lisää muutama kappale.

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry on vuonna 2010 perustettu kotityöpalvelualan yhdistys, joka toimii ympäri Suomea. Jäseniä yhdistyksellä on tällä hetkellä noin 100. Yhdistyksen tarkoituksena on luoda alan yrittäjille, yrityksille, oppilaitoksille ja jäsenille verkostoitumista ja tunnustusta laadukkaasta palvelusta.

2 OPINNÄYTETYÖN TUTKIMUSMENETELMÄ

2.1 Kvalitatiivinen tutkimus

Laadullista eli kvalitatiivista tutkimusaineistoa pyritään yleensä tutkittavan kohteen tai ilmiön syvällisempään ymmärtämiseen kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Kvalitatiiviseen tutkimukseen mukaan tulevat henkilöt usein valitaan, eli heitä ei poimita kvantitatiivisen tutkimusotteen mukaisin tilastollisin otantamenetelmin. Laadullinen tutkimus tarjoaa mahdollisuuden tutkia tutkimuksellisia ongelmia, joiden selvittäminen ei onnistu hyvin tai ei onnistu lainkaan perinteisellä kvantitatiivisella tutkimuksella. Esimerkkeinä tämäntyyppisistä tutkittavista teemoista ovat kohderyhmän tuntemukset, tunteet, asenteet ja motiivit. Kvantitatiivinen tutkimus pyrkii vastaamaan ensisijaisesti kysymyksiin mitä, missä ja koska, niin kvalitatiivinen tutkimus pyrkii selvittämään, miksi ja miten ihmiset toimivat niin kuin toimivat. Laadullinen tutkimus eroaa kvantitatiivisesta sekä aineiston keruun että sen analysoinnin osalta. Keskeisenä laadullisen tutkimuksen etuna on, että se tuottaa tutkimusaineistoa, joka ei ole määrämuotoista ja osaltaan lisää ymmärrystä tutkittavasta teemasta. (Mäntyneva, Heinonen & Wrangé, 69. 2008.)

2.2 Tutkimuksen toteutus

Opinnäytetyössä laadullinen tutkimus on toteutettu sähköisenä jäsenkyselynä. Alustavasti mietittiin, että jäsenkyselyn ohessa toteutetaan yksittäisiä haastatteluita jäseniltä. Jäsenkyselyiden analysointia aloittaessa todettiin, että haastatteluita ei tarvita. Suomen kotityöpalveluyhdistys ry jäsenkysely on liitteenä tässä opinnäytetyössä.

2.3 Havainnointi

Suunnitelmallinen havainnointi tarkoittaa järjestelmällistä tietojen keräämistä seuraamalla havainnoinnin kohteena olevia henkilöitä. Havaintojen tekemisen tulee perustua havainnointisuunnitelmaan eli suunnitteluun, missä, mitä ja miten havainnoidaan, ja havainnoinnilla saatava tieto tulee koota systemaattisesti. Havainnoin avulla mahdollista tulkita ja mitata tarkkailtavien todellista käyttäytymistä ja seurata, mitä tarkkailtavassa tilanteessa tehdään. Mitä tarkemmin tutkittava ongelma pystytään rajaamaan, sitä paremmin havainnointitoimet pystytään kohdentamaan. (Mäntyneva, Heinonen & Wrangle, 85. 2008.)

3 YHDISTYKSEN MERKITYS

3.1 Aatteellinen yhdistys

Aatteellinen yhdistys on vähintään kolmen tai useamman aikovan yhteisön, yksityisen henkilön tai säätiön sopimuksella perustama yhdistys kirjoittaa Tilastokeskus. Aatteellisen yhdistyksen tulee olla merkitty Patentti- ja rekisterihallituksen pitämään yhdistysrekisteriin. Näin ollen aatteellisessa yhdistyksessä ei saa olla tarkoituksena hankkia voittoa tai muuta taloudellista ansiota jäsenille. Aatteellinen yhdistys voi harjoittaa elinkeinoa tai muuta ansiota jos tästä on määräys yhdistyksen säännöissä tai jos sitä on pidettävä taloudellisesti vähäarvoisena. (Tilastokeskus 2013.)

3.2 Yhdistys

Yhdistystiedon mukaan yhdistys on jotakin tarkoitusta varten perustettu organisaatio. Yhdistys muodostuu, kun vähintään kolme jäsentä harjoittavat johonkin aatteelliseen tarkoitukseen tähtäävää pysyvää toimintaa. (Yhdistystieto 2013.)

Yhdistyksen jäsenet voivat olla ihmisiä, yhdistyksiä, osakeyhtiötä jne. Yhdessä yhdistyksessä voi olla useita erilaisia jäseniä, esim. muita yhdistyksiä ja ihmisiä kirjoittaa yhdistystiedon sivusto.

Yhdistyksen aatteellisuus on laaja käsite, joka kattaa nykyään monenlaisen toiminnan. (Yhdistystieto 2013.)

Yhdistystiedon mukaan aatteellisuus voi tarkoittaa esimerkiksi:

- Aatesuunnan edistämistä
- Ryhmän etujen valvontaa
- Hyväntekeväisyyttä
- Jäsenpalvelujen tuottamista
- Yhdessäolomahdollisuuksien lisäämistä

(Yhdistystieto 2013.)

Aatteellisuutta ei ole taloudellinen toiminta tai voiton tavoittelu. Yhdistys voi pyrkiä tuottamaan jäsenilleen taloudellista hyötyä välillisesti esimerkiksi tekemällä työtä palkkojen nostamiseksi. (Yhdistystieto 2013.)

Pysyvyys tarkoittaa, että lähitulevaisuudessa ei ole näkyvissä hetkeä, jolloin yhdistyksen työ on tehty ja sen voi lopettaa tarpeettomana. Yhdistys voi toimia myös yhden selkeän tavoitteen eteen, jonka saavuttamisen jälkeen yhdistys voidaan purkaa. Yhdistyksien elinkaarelle ei ole mitään sääntöä, kuinka kauan yhdistystoiminnan pitää jatkua. (Yhdistystieto 2013.)

Yhdistys voi olla rekisteröity tai rekisteröimätön. Kun yhdistyksen nimen perässä on kirjaimet ry, tarkoittaa se sitä, että yhdistyksen nimi on rekisteröity.

4 KOTITYÖPALVELU

4.1 Kotityöpalvelun merkitys

Sosiaalihuoltolain (710/82) mukaisesti kotipalvelulla tarkoitetaan asumiseen, henkilökohtaiseen hoivaan ja huolenpitoon, lasten hoitoon ja kasvatukseen sekä muuhun tavanomaiseen elämään kuuluvien tehtävien ja toimintojen suorittamista tai niissä avustamista (Toljamo & Perälä 2008, 8). Sosiaalihuoltoasetuksen 9§:n mukaan kotipalvelut ovat kodinhoitajan tai kotiavustajan antamaa kodissa tapahtuvaa yksilön tai perheen työapua, henkilökohtaista huolenpitoa ja tukemista. (Sosiaali- ja terveystieteiden ministeriö 2005, 15.)

Kotityöpalveluyritykset, joiden alaa on kotipalveluiden tuottaminen auttavat asiakasta arjen erilaisissa tehtävissä asiakkaan tarpeiden mukaan. Palveluita voivat olla kaupassa käymyminen asiakkaan puolesta, koiran ulkoiluttaminen, asiakkaan kodin siivoaminen ja apteekissa käymyminen asiakkaan puolesta. (Suomen kotityöpalveluyhdistys ry, 2014.) Edellä mainittujen tietojen perusteella on tärkeää, että näitä palveluja tarjotaan, koska palveluja eivät tarvitse vain vanhukset. Niitä tarvitsevat ihmiset, jotka käyvät töissä, liikuntarajoittuneet ja sairastuneet ihmiset, joilla ei ole hetkellisesti tai pitkäaikaisesti kykyä käydä hoitamassa omia arjen asioita.

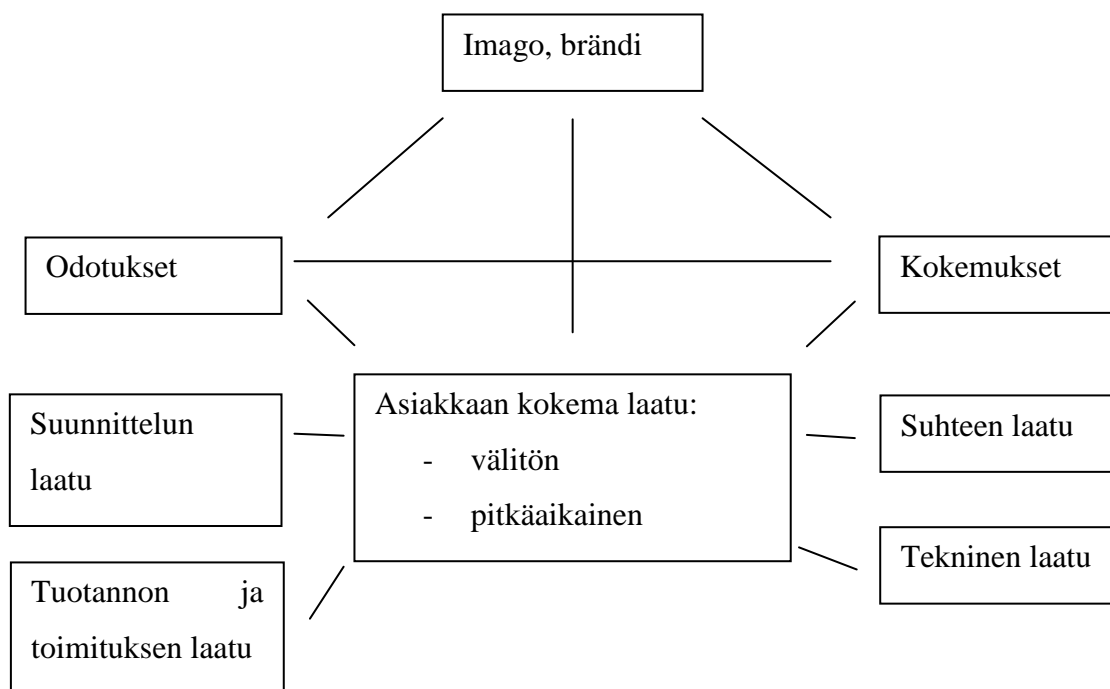
4.2 Palvelun käsite

Grönroosin mukaan palvelun käsitettä on monimutkainen selittää. Käsitteellä on monia merkityksiä palvelusta tuotteena henkilökohtaiseen palveluun tai tarjoomana. Melkein jokaisesta tuotteesta voi tehdä palvelun, jos myyjän tarkoituksena on räätälöidä tuotetta asiakkaan yksityiskohtien vaatimusten mukaiseksi. Palvelussa voi olla fyysinen tuote kuten esimerkiksi tietokone, mutta yksityiskohtainen tapa toimittaa asiakkaille hyvin toteutettu ja suunniteltu tietokone on palvelua. (Grönroos 2010, 76.)

Useimmiten palveluun sisältyy jonkinlaista vuorovaikutusta palveluntarjoajan kanssa, mutta asiakas ei aina ole henkilökohtaisesti vuorovaikutuksessa palveluyrityksen kanssa. Grönroosin mukaan palvelu on ainakin jossain määrin aineettomien toimintojen sarjasta koostuva prosessi, jossa toiminnot tarjotaan ratkaisuna asiakkaan ongelmiin ja toimitetaan yleensä, muttei välttämättä, asiakkaan, palvelutyöntekijöiden ja/tai fyysisten resurssien tai tuotteiden ja/tai palveluntarjoajan järjestelmien välisessä vuorovaikutuksessa. (Grönroos 2010, 76.)

Grönroosin mukaan palveluilla on yleisesti ottaen kolme yleisluonteista peruspiirrettä. Palvelut ovat prosesseja, jotka koostuvat joukoista toimintoja ja toiminnoista. Palvelut kulutetaan ja tuotetaan jossain määrin samanaikaisesti. Asiakas osallistuu jossain määrin palvelun tuotantoprosessiin kanssatuottajana. (Grönroos 2010, 76.)

4.3 4Q laatumalli



Gummessonin 4Q-laatumalli (Grönroos 2010, 109).

4Q-laatumallia voidaan soveltaa Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toiminnassa ja sen jäsenissä. Grönroosin mukaan malli on kehitetty auttamaan laadun kehittämisessä ja hallinnassa. (Grönroos 2010, 109). Suomen kotityöpalveluyhdistyksellä on imago, jota asiakkaat eli jäsenet muodostavat yhdistyksestä. Samalla jäsenet luovat kokemuksia ja odotuksia yhdistyksestä kun käyttävät sen jäsenetä tai osallistuvat toimintaan. Suomen kotityöpalveluyhdistys ry on tiedettävä millaisia kokemuksia jäsenet odottavat ja millaisia odotuksia jäsenillä on.

Asiakkaan eli jäsenen kokema laatu on joko välitön tai pitkäaikainen. Jäsenen kokemaan laatuun vaikuttaa neljä laatukäsitettä: suunnittelun laatu, tuotannon ja toimituksen laatu, tekninen laatu ja suhteen laatu. Suunnittelun laatu tarkoittaa miten hyvin palveluja tuote-elementit suunnitellaan, kehitellään ja yhdistetään toimivaksi paketiksi. (Grönroos 2010, 110.) Käytännössä tämä tarkoittaa yhdistyksen kohdalla sitä, kuinka yhdistyksen päivittäiset tai pidempi aikajaksoiset asiat yhdistyksessä suunnitellaan, kehitellään ja yhdistetään toimivaksi.

Tuotannon ja toimituksen laatu tarkoittaa paketin ja sen osien tuotantoon ja toimitukseen. Jos toimituksessa on ongelmia tai laadussa on virheitä, syntyy laatuongelma. (Grönroos 2010, 110.) Käytännössä tämä tarkoittaa yhdistyksen kohdalla sitä, että jos tärkeät jäsenkirjeet eivät mene perille tai jäsenkirjeissä on väärää tietoa, on silloin kyseessä laatuongelma.

Tekninen laatu tarkoittaa palvelun tai tuotteen pitkän tai lyhyen aikavälin hyötyjä. (Grönroos 2010, 110). Yhdistyksen osalta voidaan verrannollistaa tätä asiaa niin, että kun yhdistys on järjestänyt tapahtuman, jossa jaetaan yhdistyksen omia lahjatuotteita, esimerkiksi kyniä tai vihkoja ja jostakin sattuneesta syystä osassa tuotteissa on vikaa ja niitä ei voida jakaa. Tällöin tulee olla varatatoimenpide, jolloin saadaan markkinoitua jollakin muulla tavalla tai muulla tavalla. Yhdistys tuottaa palvelua kuten tapahtumia, seminaareja ja jäsenpalveluja.

Suhteen laatu viittaa siihen, millaiseksi asiakas kokee laadun palveluprosessin aikana. Suhteen laatuun vaikuttavat suotuisasti asiakaskeskeiset, palvelualttiit, empaattiset ja osaavat työntekijät, ja tähän laatuun voi vaikuttaa myös fyysisten tuotteiden mukauttamisella. (Grönroos 2010, 110.) Yhdistyksen sisällä voidaan tätä verrannollistaa niin, että työntekijät ovat yhdistyksen ylläpitäjiä, jotka pitävät yhdistystä koossa. Jäsenten kannalta on tärkeää, että yhdistys pystyy palvelemaan yhdistyksen jäseniä niin kuin se on luvannut ja pitämään lupauksensa palvelun laadusta.

4.4 Palvelualojen kehitys tulevaisuudessa

Pääpaino on tulevaisuudessa ihmisissä ja ihmisten välisissä suhteissa. Liiketoiminta on asiakaslähtöistä ja asiakkaiden tarpeet ja tavat huomioidaan entistä enemmän. Olemme menossa kohti tietoista verkkoyhteiskuntaa, jossa hyvinvointiala on kehittymässä suureksi kuluttajalähtöiseksi markkinaksi. Samalla työpaikkamme ja yhteiskuntamme monikulttuuristuvat, jolloin suvaitsevaisuus nousee kilpailutekijäksi. Suullinen ja kirjallinen kielitaito kommunikoinnissa on myös tulevaisuudessa tärkeää erilaisten asiakkaiden ja työyhteisössä olevien henkilöiden kesken. (Elinkeinoelämän keskusliitto, 2006a 3, 14, 22.)

Palvelualoille ennakoitaan palveluiden automatisointia, jolloin palvelutyö eriytyy asiakkaiden tekemäksi itsepalveluksi, palvelimien ja päätelaitteiden hoitamiin tehtäviin sekä näiden ylläpitoon ja tukeen liittyvään taustatyöhön. Palvelu käsite tulee tulevaisuudessa laajenemaan, eikä ole vain ihmisten lähellä tapahtuvaa kohtaamispalvelua. Palveluliiketoiminta jakautuu tuotteisiin tai tuotantoon yhdistettyihin palveluihin, teknologian mahdollistamiin uusiin palveluihin sekä osaamisvaltaisiin liike-elämän palveluihin. Tulevaisuuden yritykset erikoistuvat ja luovat asiakkaille lisäarvoa tuote- ja palvelukokonaisuuksilla. (Elinkeinoelämän keskusliitto, 2006a, 37, 41.)

Ihmisten vauraustumisen myötä kiinnostus omaan ja läheisten hyvinvointiin ja niiden palveluiden käyttämiseen nousee. Elinkeinoelämän keskusliiton (2006), mukaan tulevaisuuden yhtenä kulmakivenä ovat osaava ja luova henkilöstö, joista tulee

olemaan kilpailua yritysten välillä. Tulevaisuuden yrityksissä tulee työskentelemään tekijöitä, soveltajia ja näkijöitä. Tekijät toteuttavat työtehtäviä, soveltajat soveltavat osaamista asiakkaiden tarpeiden mukaisesti ja näkijät kehittävät ja luovat uutta. Työtehtävät tulevat laajalaistumaan ja eri ammattiryhmien rajat tulevat häviämään. Johtamisen alueella korostuu erityisesti ihmisten johtaminen, mikä onkin tulevaisuuden liiketoimintaosaamisen ydinalue. (Elinkeinoelämän keskusliitto, 2006a, 3, 24.) Aalto, Ahokas ja Kuosa (2008) arvioivat, että tulevaisuudessa henkilöt tekevät työtä erilaisissa verkostoissa ja työura muodostuu palkkatyöstä, yrittäjyydestä ja kolmannella sektorilla toimimisesta. Ihmisillä tulee olemaan monta erilaista ammattiuraa. (Aalto, Ahokas & Kuosa, 2008, 21.)

5 SUOMEN KOTITYÖPALVELUYHDISTYS RY

5.1 Yhdistyksen tarkoitus

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toimii edunvalvonta- ja jäsenorganisaationa kotityö- ja avustamispalveluja kotiin ja kodinomaisiin olosuhteisiin tarjoaville yrityksille. Suomen kotityöpalveluyhdistys ry on perustettu Helsingissä 10. marraskuuta vuonna 2010. Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toimii Suomessa ympäri maata. (Suomen kotityöpalveluyhdistys ry 2014.)

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry tarkoituksena on;

- Yhdenmukaistaa ja kehittää yksityisten kotityö- ja avustamispalvelujen tarjontaa valtakunnallisesti.
- Edistää palvelujen tasalaatuisuutta ja kysyntää
- Kehittää palveluja tarjoavien yritysten liiketoiminnallista ja ammattillista osaamista sekä edistää yritysten kannattavuutta.
- Vaikuttaa alan lainsäädäntöön sekä yleisten toimintaedellytysten ja imagon parantamiseen.
- Kehittää ja edistää kotityö- ja avustamispalvelujen yhteistyötä kaupunkien ja kuntien kanssa.
- Edistää jäsentensä välistä vuorovaikutus- ja verkostotoimintaa.

(Suomen kotityöpalveluyhdistys ry 2014.)

5.2 Jäsenet

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry jäsenet koostuvat yrityksistä, työnantajayrityksistä, oppilaitoksen edustajista tai kannattajajäsenistä jotka noudattavat ja sitoutuvat toimimaan näiden toimintaperiaatteiden mukaisesti. Vuonna 2012 jäsenten määrä oli 93. Sertifioidut palveluyritysjäsenet, jotka omaavat kotityöpalvelun laatusertifikaatin ja tarjoavat kotityö- ja avustamispalveluja. Jäseninä ovat oppilaitokset, jotka tuottavat laatujärjestelmän koulutus- ja auditointi alan ammatillista tutkintoa. Oppilaitokset ja erilaiset yhteisöt voivat liittyä jäseniksi. Kannattajajäsenet ovat yhdistyksen jäseniä, jotka tukevat yhdistyksen toimintaa ja tarkoitusta taloudellisesti. Ensimmäinen vuosi on maksuton kotityöpalvelun laatujärjestelmän suorittaneille yrityksille. Toisena jäsenvuotena jäseniltä peritään jäsenmaksu. Jäsenmaksun suuruus on 100 euroa. (Suomen kotityöpalveluyhdistys ry 2014.)

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry voi liittyä muut alan yritykset, erilaiset yhteisöt ja oppilaitokset. Yhdistys päättää ja hyväksyy kannattajajäsenistä yhdistyksen hallituksen kokouksessa. Yhdistyksen liittymislomake löytyy Suomen kotityöpalveluyhdistys ry omilta kotisivuilta. (Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toimintasuunnitelma.)

5.3 Jäsenten kasvu

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry perustettiin vuonna 2010. Vuonna 2011 jäsenten määrä oli 76, joista 4 jäsentä oli kannattajajäsentä. Vuoden 2012 loppuun jäsenten määrä oli 93. Jäsenistä vuonna 2012 oli yritysjäseniä 75, kannattajajäseniä oli 8 ja oppilaitosjäseniä 10. Näiden tietojen perusteella vuoden aikana kannattajäsenten määrä oli tuplaantunut ja oppilaitoksen jäsenten määrä kasvoi, koska vuonna 2011

oppilaitosjäseniä ei tiedettävästi ollut. (Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toimintasuunnitelma.)

5.4 Jäsenedut

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry tarjoaa jäsenille omat jäsenedut. Oppilaitoksen edustajalla ja sertifioitu yritysjäsenellä on erilaiset jäsenedut ja jäsenyysmuoto vaikuttaa siihen, millaiset jäsenetuudet jäsen saa. Jäsenet saavat neljä kertaa vuodessa jäsenkirjeen sähköisesti. (Suomen kotityöpalveluyhdistys ry.)

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry mukaan sertifioidun yritysjäsenen edut ovat:

- Yhdistyksen jäsenenä on mahdollisuus vaikuttaa ja ottaa kantaa toimialan ja ammattiryhmän edunvalvonta- ym. alaa koskeviin kysymyksiin ja lainsäädännöllisiin muutoksiin.
- Mahdollisuus osana yhdistystä edistää alan kehittymistä ja imagon kohottamista.
- Mahdollisuus verkottua yhdistyksen muiden yrittäjä- ja yhteisöjäsenten kanssa
- Mahdollisuus esitellä organisaation omaa toimintaa ja tarjontaa kotityöportaalisivuilla.
- Mahdollisuus osallistua kotityöpalveluyhdistyksen vuosittain järjestämille Kotityöpalvelupäiville sekä muuhun tarpeelliseksi katsottuun koulutukseen ja tapahtumiin, joissa yrityksillä on mahdollisuus esitellä omaa toimintaansa (20% alennus mahdollisesta osallistumismaksusta yhdeltä yrityksen edustajalta). Lisäksi oppilaitokset antavat tarpeen mukaan tietoa ammatillisen osaamisen kehittämismahdollisuuksista ja ohjaavat kiinnostuneita osallistumaan esimerkiksi tutkintoon johtavaan ammatilliseen koulutukseen.
- Sertifioidun yrityksen yhteystiedot ja palvelut näkyvät www.kotityopalvelut.fi- sivustolla olevassa sertifioitujen yritysten rekisterissä.

- Yrityksellä on käytössään salasanat, joilla se saa käyttöönsä kaiken www.kotityopalvelut.fi- sivustolla salasanan takana olevan aineiston käyttöönsä kuten laatujärjestelmän dokumentaation ja sertifikaattitunnukset.
 - Mahdollisuus tilata Puhtaus- ja Palvelusektori lehti 20 eurolla/vuosi (norm. 77 euroa/vuosi)
 - Mahdollisuus ostaa Suomen Yrittäjien Suomen tarjoama laaja palvelupaketti 56 €/vuosi (norm. 142 euroa).
- Suomen yrittäjien laaja palvelupaketti sisältää Yrittäjäsanomien-jäsenlehti 11 numeroa vuodessa, yrittäjäinfo kuusi kertaa vuodessa, yrittäjäkalenteri, neuvontapalvelut, jäsenkortti ja -edut, seminaarit jäsenhintaan, näkyvyys yrityshaussa jäsenen niin halutessaan, omien tietojen tarkistaminen ja päivitys sähköisesti, omat jäsensivut, Suomen Yrittäjien uutiskirje kerran kuukaudessa, niin halutessaan. Laajan palvelupaketin ostaneet saavat käyttää Suomen Yrittäjien jäsenetuja.

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry mukaan auditoivan oppilaitosjäsenen edut ovat:

- Yhdistyksen jäsenenä on mahdollisuus vaikuttaa ja ottaa kantaa toimialan ja ammattiryhmän edunvalvonta- ym. alaa koskeviin kysymyksiin ja lainsäädännöllisiin muutoksiin.
- Mahdollisuus osana yhdistystä edistää alan kehittymistä ja imagon kohottamista.
- Mahdollisuus verkottua yhdistyksen muiden yrittäjä- ja yhteisöjäsenien kanssa.
- Mahdollisuus osallistua kotityöpalveluyhdistyksen järjestämille kotityöpalvelupäiville sekä muihin yhteistapahtumiin, (20% alennus mahdollisesta osallistumismaksusta yhdeltä oppilaitoksen edustajalta.
- Oppilaitoksen yhteystiedot näkyvät www.kotityopalvelut.fi- sivustolla. Oppilaitoksella on käytössään salasanat, joilla se saa käyttöönsä kaiken www.kotityopalvelut.fi- sivustolla salasanan takana olevan aineiston käyttöönsä kuten laatujärjestelmän dokumentaation.

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry mukaan kotityöpalveluyrityksen jäsenedut ovat:

- Yhdistyksen jäsenenä on mahdollisuus vaikuttaa ja ottaa kantaa toimialan ja ammattiryhmän edunvalvonta- ym. alaa koskeviin kysymyksiin ja lainsäädännöllisiin muutoksiin.
- Mahdollisuus osana yhdistystä edistää alan kehittymistä ja imagon kohottamista.
- Mahdollisuus verkottua yhdistyksen muiden yrittäjä- ja yhteisöjäsenten kanssa
- Mahdollisuus esitellä organisaation omaa toimintaa ja tarjontaa kotityöportaalisivuilla.
- Mahdollisuus osallistua kotityöpalveluyhdistyksen vuosittain järjestämille Kotityöpalvelupäiville sekä muuhun tarpeelliseksi katsottuun koulutukseen ja tapahtumiin, joissa yrityksillä on mahdollisuus esitellä omaa toimintaansa (20% alennus mahdollisesta osallistumismaksusta yhdeltä yrityksen edustajalta). Lisäksi oppilaitokset antavat tarpeen mukaan tietoa ammatillisen osaamisen kehittämismahdollisuuksista ja ohjaavat kiinnostuneita osallistumaan esimerkiksi tutkintoon johtavaan ammatilliseen koulutukseen.

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry mukaan yhteisö- ja oppilaitosjäsenten edut ovat seuraavat:

- Yhdistyksen jäsenenä on mahdollisuus vaikuttaa ja ottaa kantaa toimialan ja ammattiryhmän edunvalvonta- ym. alaa koskeviin kysymyksiin ja lainsäädännöllisiin muutoksiin.
- Mahdollisuus osana yhdistystä edistää alan kehittymistä ja imagon kohottamista.
- Mahdollisuus verkottua yhdistyksen muiden yrittäjä- ja yhteisöjäsenten kanssa.
- Mahdollisuus osallistua kotityöpalveluyhdistyksen järjestämille kotityöpalvelupäiville sekä muihin yhteistapahtumiin, (20% alennus mahdollisesta osallistumismaksusta yhdeltä oppilaitoksen edustajalta.

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry mukaan kannattajäsenen edut ovat seuraavat:

- Mahdollisuus osana yhdistystä edistää alan kehittymistä ja imagon kohottamista.
- Mahdollisuus verkottua yhdistyksen muiden yrittäjä- ja yhteisöjäsenten kanssa.
- Mahdollisuus olla esillä ja esitellä yrityksen toimintaa www.kotityopalvelut.fi- sivustolla.
- Mahdollisuus osallistua kotityöpalveluyhdistyksen järjestämiin seminaareihin sekä muihin yhteistapahtumiin, jossa yrityksillä on mahdollisuus esitellä palvelutarjontaansa (20% alennus mahdollisesta osallistumismaksusta yhdeltä yrityksen edustajalta). Mahdollisesta näytteilleasettajapaikasta 50% alennus.

(Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toimintasuunnitelma.)

5.5 Kotityöpalvelun laatujärjestelmä

Kotityöpalvelun sertifikaatti on myönnetty tunnustus yksityiselle palveluntuottajalle siitä, että yrityksen palvelut ja toiminta täyttävät valtakunnallisen kotityöpalvelun laadunhallintajärjestelmän laatuksiteerit. Laatuksiteerit koskevat yrityksen toimintaa viideltä eri osa-alueelta, jotka ovat: kotityöpalveluyrityksen johtaminen, toiminnan suunnittelut, ohjaus ja seuranta, kotityöpalveluyrityksen henkilöstö ja osaaminen, kotityöpalveluyrityksen resurssit ja kotityöpalveluyrityksen prosessit. (Suomen kotityöpalveluyhdistys ry.)

Kotityöpalvelun laatusertifikaattiin ei kuulu sairaanhoidollinen palvelu, jonka tekijältä edellytetään sairaanhoidon koulutusta, esimerkiksi sosiaali ja terveystalan koulutusta. (Kotityöpalveluyhdistys ry.)

6 YHDISTYKSEN MARKKINOINTI

6.1 Nykyiset markkinointikanavat

Markkinoinnin maailman mukaan markkinointikanavat muodostavat tuottajat ja lopulliset ostajat sekä näiden lisäksi niin sanotut välittäjät, joiden kautta tuote tai tieto siitä kulkee. Kanavassa olevia välittäjiä ovat hankkijat, jälleenmyyjät eli tukku- ja vähittäiskaupat, ja agentit ja verkostomarkkinoijat, jotka välittävät tuotteita itsenäisinä yrittäjinä ja avustajat, kuten kuljetusliikkeet, mainostoimistot ja pankit. Pienelle tuottajalle markkinointikanava on tärkeämpi kuin suurelle. Pienelle tuottajalle voi olla tärkeää esimerkiksi se, että välikädet hoitavat mainonnan ja tuotteiden huollon, kun taas suuri tuottaja voi hoitaa tällaiset toimet itse. Markkinointikanavan valinta tulee eteen useissa eri tilanteissa. Tyypillisin ajankohta on uuden yrityksen perustaminen. Kanavavalinta tulee harkittavaksi myös, kun yritys lanseeraa uuden tuotteen, tuotteella on uusi kohderyhmä tai kilpailija avaa esimerkiksi uuden myyntipisteen. Markkinointikanavan valinnassa yrityksen on ratkaistava kanavan pituus eli välikäsien määrä, kanavan valikoivuus eli selektiivisyys: millaisia yrityksiä pyritään saamaan välittäjiksi, rinnakkaisten kanavien käyttö ja yksittäisten yritysten valinta. (Bergström & Leppänen, 2007, 153, 154.)

Kanavan selektiivisyys eli valikoivuus tarkoittaa sitä, miten paljon ja millaisia jälleenmyyjä kanavan kullekin portaalle otetaan mukaan. Valikoivuudeltaan kanavat voivat olla tehokkaita, valikoivia ja yksinmyynti. Tehokkaissa kanavissa on monta eri jälleenmyyjää. Valikoivassa kanavassa on tiettyjä jälleenmyyjä, jotka yritys on valinnut itse. Yksinmyynnissä on vain yksi jälleenmyyjä, jolle tuote annetaan myyntiin. (Bergström & Leppänen, 2007, 155.)

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry markkinointi voidaan jakaa sisäiseen ja ulkoiseen markkinointiin. Sisäisessä markkinoinnissa on palaverit, kokoukset, sisäiset tiedotteet, tapahtumat, sähköposti ja Internet-sivut. Ulkoiseen markkinointiin kuuluu seminaarit, koulutukset, tapahtumat, sähköposti, Internet-sivut, jäsenrekrytointi ja muut tiedotteet. Yhdistys on käyttänyt montaa eri markkinointikanavaa kuten

radiomainontaa, tapahtumamainontaa, kannattajajäsenten markkinointia ja yhdistyksen sisällä jäsenten kesken mainontaa. (Suomen kotityöpalveluyhdistys ry).

Radiomainontaa Suomen kotityöpalveluyhdistys ry käytti ennen kotityöpalvelu teemaviikkoja, jolloin Radio Novalla pyöri mainos koko viikon. Radiomainonta viikko toteutettiin vuonna 2013 viikolla 41 eli lokakuun 7. päivästä lokakuun 13. päivä. (Suomen kotityöpalveluyhdistys ry 2013.)

Tapahtumainonta on toteutunut erilaisilla kotityöpalvelumessuilla ja kotityöpalveluseminaareilla, joihin yhdistyksen jäsenet ovat osallistuneet ja markkinoineet yhdistystä messuilla. Viikolla 41 vietettiin laatuista lokakuuta viikkoa. Laatuista lokakuuta -seminaari pidettiin 9. lokakuuta 2013 Kuopiossa. Laatuista lokakuuta -seminaarissa aiheina olivat laatutyön tukeminen kotityöpalveluyrityksissä – hankkeen aikana on kehitetty materiaalia omavalvonnan laatimiseen kotiin annettavissa palveluissa ja sosiaalisen median hyödyntämistä kotityöpalveluyrityksissä. Seminaarissa kuultiin hankkeen satoa. Seminaarissa esiintyi alan yrittäjiä ja muita alan henkilöitä.

Tammikuussa 2014 vietettiin valtakunnallisia kotityöpalvelupäiviä, jolloin Helsingissä järjestettiin 17. ja 18. päivä tammikuuta kahden päivän kestävä tapahtuma. Valtakunnallisten kotityöpalvelupäivien teemana oli turvallisuudesta laatua. Ohjelmassa oli esiintyjä ja esittelyjä kotityöpalvelualaan liittyen. (Suomen kotityöpalveluyhdistys ry.)

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry on Internet-sivut, joiden avulla yhdistyksen toiminnasta löytää tietoa. Internet-sivuilla on mahdollista tutustua kotityöpalvelualaan, Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toimintaan, ajankohtaisiin uutisiin ja jäsenille omat kirjautumispalvelut. Internet-sivut ovat kattavat, mutta aloittaessani kirjoittamaan tätä opinnäytetyötä ne mielestäni vaativat päivitystä visuaalisesti. Sain opinnäytetyön aikana esitteen Suomen kotityöpalveluyhdistys ry ja mielestäni Internet-sivujen tulisi olla yhtenevät tämän esitteen kanssa. Esite on mielestäni visuaalinen ja onnistunut, lyhyet ja ytimekkäät tekstit ja kiinnostusta herättävä esite. Muissa yhdistyksen esitteissä ja kutsuissa tämä sama visuaalinen ilme toteutuu, mutta ei Internet-sivuilla. Suomen kotityöpalveluyhdistys ry Internet-

sivuilla on kannattajajäseninä esimerkiksi Sini siivoustuotteiden valmistaja ja väestöliitto. Yhdistyksellä on muitakin kannattajajäseniä. (Suomen kotityöpalveluyhdistys ry).

Yhdistyksellä on käytössään markkinointimateriaalina paperinen esite, jota voidaan jakaa kiinnostuneille. Esiteessä on tärkeämpiä asioita liittymisestä yhdistykseen ja esittelyä yhdistyksestä. Suomen kotityöpalveluyhdistys ry on tehty lehtijuttu Puhtaus&palvelusektori- lehdessä. Suomen kotityöpalveluyhdistys ry tapahtumiin ja seminaareihin jaetaan esitteitä ja kutsuja. (Suomen kotityöpalveluyhdistys ry.)

Yhdistyksellä on käytössään markkinointilahjoja, kuten kyniä, roll-up esite, folderit, silmälasienpuhdistusliinoja, juomapulloja ja muistiinpanokirjoja ja paitoja. Nämä tuotteet ovat hyviä markkinointilahjoja tilaisuuksissa tai alan messuilla, joissa voidaan markkinoida yhdistystä. (Suomen kotityöpalveluyhdistys ry.)

6.2 Mahdollisuudet

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry on monia mahdollisuuksia markkinoinnin kannalta. Jäseniä on mielestäni reilusti ja markkinointikanavia on käytössä. Yhdistyksen markkinoinnin kannalta on tärkeää ensin miettiä, mitä ja millaista hyötyä yhdistyksen markkinoinnilla halutaan saavuttaa. Miten oikeat henkilöt tavoitetaan ja miten heidät saadaan kiinnostuneeksi Suomen kotityöpalveluyhdistys ry kohtaan.

Markkinoinnin näkökulmasta mielestäni Suomen kotityöpalveluyhdistys ry tulisi enemmän painottaa yhdistyksen merkityksen antavaa tunnustusta. Kun kotityöpalveluita tarjoaja taho on Suomen kotityöpalveluyhdistys ry jäsen, on tarjoajalla tunnustus siitä, että toimii lain ja asetusten mukaisesti kotityöpalvelualalla ja antaa asiakkaille turvaa ja laadukasta palvelua unohtamatta omaa yrityksensä sisäistä ja ulkoista esimerkillistä toimintaa. Näin asiakkailta olisi suuri paino huomata nämä toimijat ja valita heistä mieluisin toimija omaan käyttöön. Tämän tulisi markkinoinnin näkökulmasta näkyä Suomen kotityöpalveluyhdistys ry Internet-sivuilla. Osa jäsenistä ei ole suorittanut laatusertifikaattia ja jäsenet kannattaa jakaa

tämän takia suorittaneisiin ja ei suorittaneisiin. Yrityksien esittelykohdassa voi olla jokin tunnus, josta ulkopuoliset tietävät, ketkä ovat suorittaneet jäsenistä laatusertifikaatin. Jäseneduista olisi mielestäni hyvä mainita Suomen kotityöpalveluyhdistys ry Internet-sivuilla, koska sivuilla vierailijat eivät tiedä eduista ilman liittymistä yhdistykseen. Jäsenetujen mainitseminen ja mainostaminen olisi markkinointia, jolla saadaan houkuteltua uusia liittymään yhdistyksen jäseneksi. Jäsenetuja on paljon, mutta tärkeämmät ja huomattavat jäsenedut voisivat olla houkutteenä liittymään Suomen kotityöpalveluyhdistys ry.

Sosiaalisen median hyödyntäminen yhdistyksen kannalta voisi olla järkevää. Facebookin avulla voitaisiin tavoittaa nykyisiä asiakkaita ja mahdollisia uusia asiakkaita. Nykypäivänä moni on kirjautuneena Facebookiin ja sitä kautta voidaan mainostaa ja kohdentaa markkinointia kiinnostuneille. Välttämättä yhdistyksen ei tarvitse käyttää Facebookia mainostamiseen, mutta yhdistykselle voi luoda omat sivut Facebookiin ja sitä kautta pitää yhteyttä esimerkiksi jäseniin tai luoda kontaktia uusiin. Facebook –palveluun on mahdollista lisätä suljettuja ryhmiä, joissa jäsenet voisivat keskustella ja verkostoitua. Suljetussa ryhmässä vain ryhmän jäsenet näkevät kirjoitukset ja tällä estettäisiin, ettei ryhmän asiat ja keskustelut leviä ulkopuolisille. Yhdistyksen Facebook-sivuilla voitaisiin tiedottaa tulevista tapahtumista ja muista yhdistykselle merkittävistä asioista. Jäsenillä on mahdollisuus osallistua yhdistyksen tapahtumiin ja messuille ja olla toiminassa sitä kautta mukana.

6.3 Markkinoinnin tehostaminen

Markkinoinnin mailman mukaan markkinointiviestinnän suunnittelussa on tunnettava segmentin eli kohderyhmän mediakäyttö eli esimerkiksi, mitä lehtiä ja ohjelmia mahdollinen ostaja seuraa vai onko hänet helpompi tavoittaa postin tai Internetin välityksellä. On myös tiedettävä, millainen viesti puhuttelee ostajaa ja onko henkilökohtainen kontakti järkevin tapa saada ostaja vakuuttuneeksi. Markkinointitoimenpiteiden onnistumista on tärkeää seurata yrityksessä jatkuvasti ja toimenpiteistä on hyvä pitää kirjaa ja kirjata mitä on tehty ja milloin ja mitkä ovat olleet lopputulokset. Toimenpiteitä muutetaan segmentin ostokäyttäytymisen

mukaan, minkä vuoksi seurannan on tuotettava tietoa siitä, mitä segmentissä tapahtuu. Yrityksen on tärkeää saada tietää esimerkiksi, jos yrityksen viestintä ei tavoita segmenttiä tai segmentti on käynyt niin pieneksi, ettei markkinointi ole sille enää kannattavaa. (Bergström & Leppänen. 2007, 78.)

Yhdistyksen markkinointi on ollut tähän saakka tasaista. Markkinoinnin kannalta suurin muutos tulee olemaan keväällä 2014 Internet-sivujen päivitys, joista näillä näkymin tulee visuaalisesti ja jäsenille monipuolisemmat. Markkinoinnin tulee olla yhteneväistä ja samalla aikaa laadukasta, jotta markkinointi toimii.

Omana ajatuksena Internet-sivuista tuli ensimmäisenä ajatuksena, mitä hyötyä on liittyä Suomen kotityöpalveluyhdistys ry. Jäseneduista ei sivuilla ollut mainintaa ja usein liittyään johonkin, että verkostoidutaan ja saadaan itseään kiinnostavista jutuista jotakin hyötyä, esimerkiksi alennuksia. Jäsenetuja on paljon jäsenyydestä riippuen, joten osasta hyvästä jäsenedusta voisi olla mainintaa Internet-sivuilla.

Itse olen lähtenyt tutkimaan asiaa markkinoinnin kannalta niin, että olen tutustunut alaan ja yritän saada yhdistyksen jäsenille painoarvoa olla jäsen Suomen kotityöpalveluyhdistys ry. Mielestäni jäsenedut ovat kattavat yhdistyksen kokoon nähden.

6.4 Verkostoituminen

Mikään organisaatio ei ole itseriittoinen vaan kaikki ovat riippuvaisia sidosryhmistä. Näitä ovat paitsi asiakkaat myös yhteistyökumppanit, rahoittajat, toimittajat, konsultit, erilaiset asiantuntijaorganisaatiot ja viranomaistahot. Verkostoyhteistyön onnistumisen edellytys on se, että kaikki osapuolet saavat siitä konkreettista hyötyä. Verkostoitumisen merkitys tulee kasvamaan. Verkostojen avulla voidaan nopeuttaa tuotekehitystä ja innovaatioiden löytymistä. Kyky löytää sopivia partnereita ja liittoutua oikeiden kumppaneiden kanssa kasvattaa yrityksen kilpailukykyä. (Lecklin & Laine 2009, 45, 46.)



(Suomen kotityöpalveluyhdistys ry 2014.)

7 JÄSENKYSELY

7.1 Jäsenkyselyn tarkoitus

Tutkielman myötä päätettiin toteuttaa Suomen kotityöpalveluyhdistys ry jäsenille jäsenkysely, jossa jokaisella yhdistyksen jäsenellä oli mahdollisuus vastata kyselyyn. Kyselyn tarkoituksena oli selvittää, mitä jäsenet kaipaavat lisää Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toimintaan ja miten yhdistyksen tulisi ajaa kotityöpalvelualan asioita eteenpäin. Suomen kotityöpalveluyhdistyks ry yksi suurimmista tapahtumista vuodessa on kotityöpalvelupäivät ja kyselyssä selvitettiin jäsenten osallistumista tapahtumaan. Kyselylomakkeessa tärkeänä kehityksen osana oli yhdistyksen viestintä ja sen muuttamiseen tai parantamiseen kaivattiin yhdistyksen jäsenten mielipiteitä. Kyselylomakkeen tarkoituksena oli ottaa suoraa kontaktia jäseniin ja heidän tarpeisiin. Jäsenkysely lähetettiin Suomen kotityöpalveluyhdistys ry jäsenille joulukuussa 2013 ja vastausaikaa oli noin kuukausi. Vähän vastausmäärän takia vastausaikaa pidennettiin ja viimeinen vastauspäivä oli 20. tammikuuta 2013.

Jäsenkyselylomakkeessa oli kaksitoista kysymystä. Näihin mukaan lukien kuului viimeinen kohta, jossa jäsen sai kommentoida vapaasti mitä mielessä oli. Kyselylomakkeen ensimmäisessä kohdassa kysyttiin, onko vastaaja yksityrittäjä, työntajayrittäjä, oppilaitoksen edustaja vai kannattajajäsen. Toisena vastaajalta kysyttiin, onko osallistunut kotityöpalvelupäiville. Kolmas kysymys oli toisen kysymyksen osakysymys, jossa haluttiin selvittää miksi vastaaja ei ole osallistunut kotityöpalvelupäiville jos vastattiin edelliseen eli lomakkeen toiseen kysymykseen ei. Neljännessä kysymyksessä kysyttiin vastaajan tyytyväisyyttä kotityöpäivistä. Viidennessä kysymyksessä vastaaja sai ehdottaa jotakin uutta tai lisäystä kotityöpalvelupäiville. Kuudennessa kysymyksessä kysyttiin onko jäsenyydestä ollut hyötyä vastaajan toiminnassa. Samassa kysymyksessä oli lisäkysymys, jossa pyydettiin kertomaan miten jäsenyys on auttanut vastaajaa toiminnassaan. Seitsemännessä kysymyksessä kysyttiin yhdistyksen viestinnän riittävydestä. Kahdeksannessa kohdassa vastaajalta kysyttiin, onko yhdistyksen viestinnässä jotakin mitä jäsen haluaisi muuttaa. Kohdassa yhdeksän kysyttiin, onko jotain asioita, mitä jäsen haluaisi, että yhdistys ajaisi tai tekevän. Kohdassa kymmenen kysyttiin jäsenhankinnan parantamisesta, miten jäsenhankintaa voisi parantaa. Kohdassa yksitoista vastaaja pääsi kertomaan laadukkaiden kotityöpalveluviikkojen parannusehtoduksia. Viimeisessä kohdassa eli kaksitoista kohdassa vastaaja sai kommentoida jäsenkyselyyn mitä mieleen tuli.

7.2 Kyselylomakkeen analysointi

Vastauksia saatiin yhteensä kaksitoista vastauslomaketta. Osa vastauslomakkeista oli vajaita ja niissä oli vastattu vain osaan kysymyksistä. Suurimmassa osassa vastauslomakkeista oli kirjoitettu pitkästi ja vastattu jokaiseen kysymykseen. Joudumme hyödyntämään jokaisen kyselylomakkeen vaikka osassa kyselylomakkeita oli vähän vastauksia. Saamme jokaisesta kyselylomakkeesta jotain tärkeää tietoa yhdistyksen kannalta. Näiden tietojen avulla voimme kehittää yhdistyksen toimintaa ja kehittää sitä.

Kyselylomakkeen pääosina olivat Suomen kotityöpalveluyhdistys ry järjestämät Kotityöpalvelupäivät, yhdistyksen viestintä, yhdistyksen toiminta ja yhdistyksen jäsenhankinta.

7.3 Havainnot

Vastauksien havainnoinnissa tuodaan esille kaikki vastaukset jäsenkyselystä. Osa vastauksista nostetaan tekstin ohessa esille enemmän, koska ne ovat jäsenkyselyn toteutuksen ja onnistumisen kannalta huomattavia asioita.

Vastaajista kolme oli yksityisrittäjiä. Seitsemän vastaajista oli työnantajayrittäjiä ja kaksi oppilaitoksen edustajia. Yksi vastaajista oli yksityisrittäjä sekä kannattajajäsen. Näiden tietojen perusteella saatiin vastauksia jokaiselta jäsenryhmästä.

Kotityöpalvelupäiville osallistujien määrä oli vastaajista kymmenen ja kaksi vastaajista vastasi, ettei ole osallistuneet kotityöpalvelupäiville. Yksi vastaajista ei päässyt osallistumaan kotityöpalvelupäiville kiireen takia ja toinen vastaajista pitkän matkan takia ei ole aina päässyt osallistumaan kotityöpalvelupäiville.

Suurin osa vastaajista oli tyytyväinen kotityöpalvelupäiviin ja niiden sisältöön. Kaksi vastaajista ei ollut vastannut mitään tähän kohtaan, joten emme voi tietää vastausta.

Kuusi vastaajista ei halunnut mitään muutoksia kotityöpalvelupäiville. Kokoan seuraavaksi mitä vastaajat vastattiin kotityöpalvelupäivien muutoksiin. Toivottiin kotityöpalvelupäivien muuttamista yksi päiväiseksi, yrittäjien toimintaa esille, esittelyille enemmän aikaa, tiivistä ja ajankohtaista tietoa mm. siivous- ja puhtausalan opeista, tutustumista jokaiseen kotityöpalvelupäiville osallistujiin eli enemmän verkostoitumista, ja yrittämisessä tulleita ongelmatilanteiden keskustelua ja laadukkaiden ja uutuuksien siivousvälineiden ja teknikoiden esille tuontia.

”Yritykseni palvelut ovat hyvin asiakaskohtaisia henkisellä tasolla, mutta siivousvälineistä ja teknikoista olen ollut aina kiinnostunut ja niiden uutuuksista, arvostan laadukkaita puhdistusmenetelmiä.”

”Pika esittäytyminen pienryhmissä (verkostoitumista!!). Jokaisella aikaa 2-3 min esitellä itsensä ja yrityksensä, sitten voi pienryhmälle jakaa vaikka omat käyntikorttinsa. Sitten ryhmän vaihtamien... jotenkin niin, että kaikki ovat toisensa nähneet ja kuulleet. Osallistujaluettelot ja nimikyltit saattavat jäädä epäselviksi mutta pikaesittäytyminen ei.”

Kohdassa kuusi kysyttiin, onko Suomen kotityöpalveluyhdistys ry jäsenyydestä ollut hyötyä heidän toiminnassaan. Kymmenen vastaajista vastasi kyllä, yksi ei ja yksi oli liittynyt vasta jäseneksi, joten ei osannut vastata. Samassa kysymyksessä oli jatkokysymys miten. Vastauksista tuli esille tietoa ja verkostoitumista, laatujärjestelmän kehittäminen ja yrityksen toiminnan kehittäminen, koulutukset ja laatuasiat hyviä, koulutukset ja puheenvuorot kotityöpalvelupäivillä, kontakteja, näkyvyyttä ja tietoa, tiedon saanti ammattiasioista.

”Mielestäni on tärkeä olla tällainen yhdistys, koska se vie yhteiskunnassa eteenpäin tietoutta alan olemassaolosta, antaa arvoa alalle, on vaikuttamiskanava. Jäsenyydestä on hyötyä, että saan yhteystietoja tärkeisiin henkilöihin, joilta voi kysyä neuvoa ja tietoja. Kunniapuheenjohtajan olemassaolo antaa arvoa ja arvokkuutta alalle.”

”Viimeisintä, uutta tietoa omaa alaa koskien. Alan laadun, arvon ja imagon nouseminen. Oma ja yrityksen kehittyminen. Rahalliset edut; uomen yrittäjien edut, Suomen kotityöpalveluyhdistys ry:n edut/alennukset. Oman alueen verkoston kehittyminen ja siitä tulleet hyödyt; koulutukset, yrittäjien tuki, vapaa ajan toiminta.”

”Olemme olleet mukana rakentamassa koko toimintaa. Toimialan tunnistaminen tuo esille myös koulutusta.”

”Olemme ollut mukana perustamassa yhdistystä ja kehittämässä laatujärjestelmää. Jäsenyyden mahdollinen hyöty konkretisoituu vasta myöhemmin.”

Kohdassa seitsemän kysyttiin, onko yhdistyksen viestintä ollut riittävää. Yhdessä jäsenkyselyssä ei ollut vastattu kysymykseen. Neljässä jäsenkyselyssä vastattiin ei ja seitsemässä oli vastattu kyllä.

”Sähköpostikirjeitä alasta useammin: muutoksista esim. kotitalousvähennyksen muutoksista, merkittävistä seminaareista ja koulutuksista. Muutama ”kannustus, tsemppi sähköpostikirje” kesäterveiset; muistathan pitää lomaa, syksyllä muistutus kotityöpalveluviikosta ja joulukiireisen helpottamisesta ennakkoinnilla... tms. Voisiko yhdistyksellä olla julkiset, jonkin helppokäyttöisen, sosiaalisen median sivut?”

Kahdeksan kohdassa yhdistyksen viestinnästä, onko siihen jotakin mitä jäsenet haluaisivat muuttaa, esimerkiksi viestintätapaa, kirjeiden saanti useammin jne. Kuusi vastaajista jätti vastaamatta kysymykseen tai ei osannut sanoa. Loput vastaajista eli seitsemän vastasi seuraavia vastauksia kuten nettisivujen uudistus ja ajantasaisuus, sähköpostin olevan hyvä viestintämuoto, tiedotusviestejä/kirjeitä kaivataan enemmän, tiedotteita säännöllisesti, yhdistyksen asiakirjoja jäsenten esille esimerkiksi salasanojen taakse.

”Ehkä useammin, sähköposti ja kirjeet tarpeellisia huomioiden huomioiden toimialan luonne. Monet yksinyrittäjät eivät kiinnitä huomiota tulevaan posttiin, joten tapoja tulee olla monia.”

”Valitettavasti s-postia tulee liian paljon ja hyviä asioita saattaa hautaava.”

Kohdassa yhdeksän kysyttiin jäseniltä, onko jotain asioita, mitä he toivoisivat yhdistyksen ajavan/tekevän. Kuusi vastaajista ei vastannut mitään tai ei osannut sanoa. Osa vastauksista oli pitkiä ja laitan tähän lyhempiä vastauksia mitä tuli ilmi. Alan ajankohtaisista asioista tiedottaminen yrityksille – kaikki kotityöpalvelujen toimialat, toimialan näkyvyys ja toimialan imagon nostoa ja yhteistyökumppani Rainbow tulisi esille yhteistyökumppanina esimerkiksi Internet-sivuilla ja muissa tilaisuuksissa.

”Arvolisäverottomuuden alaraja 50000 € vuodessa olisi hyvä asia ajettavaksi. Saattaa ollakin jo tekeillä. Yksinyrittäjyyden helpottaminen jonkinlaisen osaamiskeskuksen avulla, enemmän kuin pelkkä starttirahan anominen ja myöntäminen. Kokeneempien neuvontaa (mentorointia) edullisesti käsi kädessä systeemillä sanomalehti-ilmoittelulla mainostettuna. Omia osaavia tilitoimistoja erikoistuneena esim tiedottamaan Internet mainonnan ongelmakohdista, tarjoajia on liikaa, aloittelijan on vaikea erottaa joukosta mikä on oleellista ja mikä ei.”

”Kotityöpalvelualan nostaminen ”otsikoihin” → tärkeä ammattiala! Yhteys eduskuntaan, hallitukseen ja kuntiin → kotitalousvähennyksen tärkeys ja ammattilan tärkeys! Yhteys sosiaali- ja terveydenhuollon puolelle → kuntien kotihoidosta pois päällekkäisyyksiä, kaikkiin töihin ei tarvitse olla terveydenhuollon ammattitutkintoa (esim. lähihoitaja) vaan kotityöpalvelualan ammattitutkinnolla voi tehdä tavallisimpia kotona asuvan ihmisen tarvitsemia avustustöitä. Tiedottamista; koulutuksista ym alan asioista. Yhdistys voisi korostaa tulevaisuudessa alan koulutuksen tarpeellisuudesta ja kertoa ammattitutkintojen suorittamisen helppoudesta myös alalla oleville työntekijöille/yrittäjille. Yrittäjien ja työntekijöiden jaksaminen fyysisesti ja henkisesti; ”kaveria ei jätetä” ...

Laatukäsikirjan tehneet ja laatusertifoidut yritykset jatkaisivat laatutyöskentelyä sekä tekisivät uudelleen sertifiointin.”

Kohdassa kymmenen kysyttiin, miten yhdistys voisi parantaa jäsenhankintaa. Kuusi vastaajista ei vastannut tähän kysymykseen tai ei osannut sanoa. Jäsenhankinnan parantamiseksi vastattiin seuraavia asioita; lobbaus, rekrykirje yrittäjille, tietoa TE – ja uusyrityskeskuksiin, kampanjoimalla enemmän, esillä oloa, toimialan imagon nostolla, suosittelulla, henkilökohtaisella kontaktilla ja palkkioilla.

”Suomen kotityöpalveluyhdistys ry voisi tehdä pienen ”täsmä” power point – esityksen, jota jäsenet voisivat käyttää esittelytyökalunaan. Edut, hyödyt. Oppilaitokset esittelisivät alan opiskelijoille. Yrittäjät kaikille mahdollisille sidosryhmilleen; toiset yrittäjät, muut verkostot.”

Kohdassa yksitoista kysyttiin parannusehdotuksia laadukkaille kotityöpalveluviikolle. Seitsemän vastaajista ei osannut sanoa tai ei vastannut kysymykseen mitään. Neljä vastaajista oli tyytyväinen tällaisensä. Vastauksista tuli esille jonkun räväkän keksiminen ja muistuttaminen ajoissa jäsenjärjestöille.

”Oli hyvä, että tapahtuma järjestettiin muualla Suomessa kuin pääkaupunkiseudulla. Tarvitaan valtakunnallisuutta!”

*”Samanlaisia huippuesiintyjä kuin tähänkin asti!
Ei kuluteta aikaa tyhjään vaan tiivistä asiaa ajankohtaisista asioista. Yrittäjät haluavat rahalleen vastinetta silloin kun irrottaudutaan työkuvioista ja lähdetään toiselle puolelle Suomea.”*

Kohdassa kaksitoista sai kommentoida vapaasti, joten laitoin osuvampia kommentteja tähän. Kommentointeja ei voi ryhmitellä mitenkään, koska kysymyksessä ei kysytty varsinaisesti mitään.

”Yhdistyksen vahvuus = yhdistyksen jäsenten toiminnan vahvuus. joten hallitukselle voimia kannustaa kenttäväkeä näkymään ja toimimaan yhdessä.”

”On hienoa, että saamme lisää näkyvyyttä ja julkisuutta opinnäytetyön kautta. Kannustan alan ihmisiä menemään rohkeasti avoimella mielellä eteenpäin.”

”Hienoa, että meillä on oma yhdistys! Nyt lippu korkealle ja hihat heilumaan! Kotityöpalveluala on hieno ja kasvava toimiala!”

(Suomen kotityöpöveluyhdistys ry jäsenkysely vastaukset 2014.)

8 YHTEENVETO

Tämän opinnäytetyön myötä olen päässyt tutustumaan ja perehtymään kotityöpalvelualaan. Mielestäni kotityöpalveluala on tärkeä, koska tätä alaa tullaan tarvitsemaan aina, kukaan ei tule selviämään elämässään ilman toisen ihmisen apua.

Jäsenkysely oli tässä opinnäytetyössä ainoa suora kontakti jäseniin, jonka avulla saatiin yhteyksiä Suomen kotityöpalveluyhdistys ry jäseniin. Vaikka ensin vastattujen jäsenkyselyiden määrä vaikutti pieneltä ja saimme uuden muistutuksen avulla lisää vastattuja jäsenkyselyitä, silti sain mielestäni hyvin vastauksia jäsenkyselyistä. Tutkimusta ajatellen suurempi vastausmäärä olisi antanut mahdollisuuksia toteuttaa laajempaa tutkielmaa ja näin ollen olisi voitu toteuttaa jatkotutkimus. Jäsenkyselyissä tuli tärkeitä asioita esille jäseniä ja yhdistyksen perustajia ajatellen.

Ensinäkin jäsenkyselyn analysoitua minulle tuli ajatus, että moni jäsen haluaisi enemmän tukea ja verkostoitumista Suomen kotityöpalveluyhdistys ry:ltä. Monipuolisuutta viestintään ja mahdollista verkostoitumista sosiaalisen median kanssa. Verkostoitumista saataisiin ehostettua sosiaalisen median avulla. Joka vuosi yhdistys valitaan vuoden jäsenen ja hänestä tehtäisiin pieni esittely esimerkiksi Internet-sivuille. Ministeri Paula Risikko oli valinnut vuoden 2014 kotityöpalveluyhdistyksen, joka on jr artem/Riitan kotiapu. (TTS 2014.) Jokainen jäsen saisi äänestää vuoden jäsentä. Jäsenten tietojen tarkistus joka vuosi tai vähintään kahden vuoden välein, silloin yhdistys pysyy ajantasalla jäsenten yhteystiedoista.

Jäsenhankintaan kehitysideoina jäsenetujen tuominen esille niille, jotka ei ole jäseniä ja sen avulla voisi saada lisää jäseniä yhdistykseen. Jäsenille haltuun jäsenrekrytointia materiaalia, esimerkiksi power-point tai mainoksia. Internet-sivuille mahdollisesti ilmoitusta jäsenrekrytoinnin eduista, esimerkiksi joku rekrytointilahja. Oppilaitoksille Suomen kotityöpalveluala ry jäsenistä rekrytoimaan uusia jäseniä, mahdollisia uusia yrittäjiä. Voisiko Suomen kotityöpalveluyhdistys ry jäseneksi liittyä ilman maksua ja näin ollen karsia jäsenetuja niin, ettei siitä tulisi haittaa Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toiminnalle.

Markkinoinnin kannalta sosiaaliseen mediaan meno olisi tehokas markkinointitapa. Internet-sivujen päivitys valmiiksi ja sivujen päivitys ajankohtaisena. Internet-sivuilla jäsenille omia palveluja kuten esimerkiksi kommentointia tai muuta. Tällä hetkellä Internet-sivuilla tärkeää tietoa, mutta visuaalista ilmettä puuttuu. Tällä hetkellä sivuilla on kirjautumispalvelu, jonne jäsenet voivat kirjautua omilla tunnuksillaan ja nähdä tietoja, joita ulkopuoliset eivät näe. Olisiko tämän palvelun taakse mahdollista luoda verkostoitumista, jota monet jäsenet kaipasivat enemmän.

Tapahtumiin ja seminaareihin muutoksena lisää verkostoitumista, jokainen paikalla osallistuja esittelisi itsensä lyhyesti. Seminaareista ja tapahtumista voitaisiin kerätä jatkossa palautekyselyä, joko suullisesti tai kirjeitse. Jonkinlaista palautetta yhdistys voi saada jo tällä hetkellä. Näin tapahtumia voitaisiin kehittää jäsenten mieleiseksi ja saada lisää osallistujia mukaan. Jäsenkyselyssä suurin osa vastaajista oli osallistunut Kotityöpalvelupäiville ja muihin yhdistyksen tapahtumiin, joten tapahtumien järjestäminen on hyvä asia.

Markkinoinnin kannalta on hyvä, että on markkinointia tietynä aikana tehostetusti. Markkinointia voitaisiin jossakin tapauksessa toteuttaa myös muualla kuin pääkaupunkiseudulla. Näin saataisiin muualla ihmisiä tietoiseksi Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toiminnasta ja mahdollisesti liittymään uusia jäseniä yhdistykseen. Markkinointiin voitaisiin jakaa alueet ja yhteen markkinointialueeseen keskityttäisiin esimerkiksi yhtenä vuotena. Markkinointitapaa pitäisi tutkia lähemmin ja tutkimuksen perusteella päätellä mikä markkinointitapa olisi paras.

Tämä opinnäytetyö on toteutettu yhteistyössä Suomen kotityöpalveluyhdistys ry kanssa. Opinnäytetyö luovutetaan Suomen kotityöpalveluyhdistys ry käyttöön ja heidän toimintansa edistämiseen.

LÄHTEET

Bergström, S & Leppänen, A. 2007. Markkinoinnin maailma. Helsinki: Edita.

Grönroos, C. 2010. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Helsinki: Wsoypro.

Elinkeinoelämän keskusliitto. 2006 a. Tulevaisuusluotain. Verkostoitumisesta voimaa osaamiseen. Loppuraportti. ESR.

Kotityöpalvelu Kotoisa Oy www-sivut. 2014. Viitattu 21.1.2014.
http://kotoisaa.fi/?page_id=5

Lecklin, O. & Laine, R. 2008. Laadunkehittäjän työkalupalkki. Helsinki: Talentum.

Mäntyneva, M., Heinonen, J. & Wrangle, K. 2003. Markkinointitutkimus. Helsinki: Wsoy.

Sosiaali- ja terveysministeriö, 2005. Palveluseteli. Käyttöopas kotipalveluun. Sosiaali- ja terveysministeriön oppaita 2005:1. Helsinki: Sosiaali- ja terveysministeriö.

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry toimintasuunnitelma. 2013. Helsinki.

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry viestintäsuunnitelma. 2013. Helsinki.

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry www-sivut. 2014. Viitattu 21.1.2014
<http://www.tts.fi/index.php/etusivu-100225-kotityopalvelutfi>

Tilastokeskuksen www-sivut. 2013. Viitattu 31.7.2013.
http://tilastokeskus.fi/meta/kas/aatteellinen_yh.html

Toljamo, M. & Perälä M-L.2008. Kotihoidon henkilöstön työn, työtyytyväisyyden ja palvelujen laadun muutokset PALKO- hankkeen aikana. Stakesin raportteja 7/2008. Helsinki: Stakes.

TTS www-sivut. 2014. Viitattu 14.4.2014.
<http://www.tts.fi/index.php/kaeyttaejaevalikko/alasivut/kotity%C3%B6palvelut.fi>

Yhdistystieto www-sivut. 2013. Viitattu 12.9.2013
<http://yhdistystieto.fi/wiki/63-yhdistys-mika-se-on>

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry

Jäsenkysely



1. Oletteko

- Yksin yrittäjä Työnantajayrittäjä Oppilaitoksen edustaja
 Kannattajajäsen

2. Oletteko osallistunut Kotityöpalvelupäiville?

- Kyllä Ei

3. Jos vastasit äskeiseen Ei, miksi ette?

4. Jos olette osallistunut Kotityöpalvelupäiville, oletteko ollut tyytyväinen sisältöön?

- Kyllä Ei

5. Onko jotain, mitä haluaisitte (uutta/lisää) Kotityöpalvelupäiville?

6. Onko Suomen kotityöpalveluyhdistys ry:n jäsenyydestä ollut hyötyä Teille toiminnassanne?

- Kyllä Ei

Miten?

7. Onko yhdistyksen viestintä ollut riittävää?

- kyllä Ei

8. Onko yhdistyksen viestinnässä jotakin, mitä haluaisitte muuttaa?
Esimerkiksi viestintätapaa, kirjeiden saanti useammin jne.

9. Onko jotain asioita, joita toivoisitte yhdistyksen ajavan/tekevän?

10. Miten mielestäsi yhdistys voisi parantaa jäsenhankintaa?

11. Viikolla 41 vietettiin Laadukasta kotityöpalveluviikkoa. Onko Teillä parannusehdotuksia Laadukkaille kotityöpalveluviikolle?

12. Muuta kommentoitavaa:

Kiitos vastauksista! Vastaukset käsitellään anonyymisti ja vastauksia tullaan käsittelemään Suomen kotityöpalveluyhdistys ry:n aiheisessa opinnäytetyössä.

Suomen kotityöpalveluyhdistys ry

Jäsenkysely



1. Oletteko

- Yksin yrittäjä Työnantajayrittäjä Oppilaitoksen edustaja
 Kannattajajäsen

2. Oletteko osallistunut Kotityöpalvelupäiville?

- Kyllä Ei

3. Jos vastasit äskeiseen Ei, miksi ette?

4. Jos olette osallistunut Kotityöpalvelupäiville, oletteko ollut tyytyväinen sisältöön?

- Kyllä Ei

5. Onko jotain, mitä haluaisitte (uutta/lisää) Kotityöpalvelupäiville?

6. Onko Suomen kotityöpalveluyhdistys ry:n jäsenyydestä ollut hyötyä Teille toiminnassanne?

- Kyllä Ei

Miten?

7. Onko yhdistyksen viestintä ollut riittävää?

kyllä

Ei

8. Onko yhdistyksen viestinnässä jotakin, mitä haluaisitte muuttaa?
Esimerkiksi viestintätapaa, kirjeiden saanti useammin jne.

9. Onko jotain asioita, joita toivoisitte yhdistyksen ajavan/tekevän?

10. Miten mielestäsi yhdistys voisi parantaa jäsenhankintaa?

11. Viikolla 41 vietettiin Laadukasta kotityöpalveluviikkoa. Onko Teillä parannusehdotuksia Laadukkaille kotityöpalveluviikolle?

12. Muuta kommentoitavaa:

Kiitos vastauksista! Muistathan tallentaa vastaukset samaasi lomakkeeseen. Vastaukset käsitellään anonyymisti ja vastauksia tullaan käsittelemään Suomen kotityöpalveluyhdistys ry:n aiheisessa opinnäytetyössä.