



**Mielikuva- ja tunnettuustutkimus
Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry:lle**

Tiina Similä

Opinnäytetyö
Syyskuu 2011
Liiketalouden koulutusohjelma
Tampereen ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

Tiina Similä: Mielikuva- ja tunnettuustutkimus Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry:lle

Opinnäytetyö 67 s., liitteet 15 s.
Syyskuu 2011

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry:n sekä muiden eläinsuojeluyhdistysten tunnettuutta. Lisäksi selvitettiin vastaajien tietämystä eläinsuojelurikoksiin liittyvistä asioista sekä yhdistyksistä syntyneitä mielikuvia. Tavoitteena oli tuottaa tietoa, jonka avulla Pesu ry voisi kehittää toimintaansa.

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena tutkimuksena. 2500 hengen otoksen muodostivat Tampereen ammattikorkeakouluopiskelijat, jotka saivat 15.8.2011 sähköposteihinsa saatekirjeen ja sähköisen linkin kyselylomakkeelle. Vastausaikaa oli viikko, jonka aikana lähetettiin yksi muistutusviesti. Vastauksia saatiin yhteensä 256 kappaletta. Tulokset on esitetty Spss-tilasto-ohjelman ja Microsoft Office Excelin kuvioita ja taulukoita apuna käyttäen.

Tutkielman teoreettisessa osuudessa esitellään Pesu ry sekä kerrotaan eläinsuojelutoiminnasta yleisesti. Teoreettinen osuus myös käsittelee non-profit-organisaatioiden näkökulmasta tunnettuutta, mielikuvia, mainetta ja viestintää.

Tutkimuksesta selviää, että 256 vastaajasta 210 tuntee yhden tai useamman eläinsuojeluyhdistyksen. Selkeästi tunnetuin eläinsuojelujärjestö oli Eläinsuojeluliitto Animalia ry, jonka mainitsi 35 prosenttia vastanneista. Vastaavasti Pesu ry on vastanneiden keskuudessa melko tuntematon. Vain 48 vastaajaa muisti ilman apua Pesu ry:n nimen. Pesu ry:n tuntevien keskuudessa mielikuvat yhdistyksestä ovat pääasiassa positiivisia. Vastaajien mielestä Pesu ry on paikallinen, luotettava ja hyvämaineinen.

Asiasanat: eläinsuojeluyhdistykset, mielikuva, tunnettuus, tutkimus

ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu
Tampere University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Administration

Tiina Similä: Image and visibility survey for Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys
Pesu ry

Bachelor's thesis 67 pages, appendices 15 pages
September 2011

The purpose of this thesis was to collect information on what kind of image and how well-known Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry and other animal welfare associations are. The goal was to produce information on the reputation of animal welfare associations and how Pesu ry could improve its operations. The aim was also to find out how well students know and recognize things that are classified as mistreatment of animals.

The thesis was a quantitative survey. 2500 students at Tampere University of Applied Sciences students received an email on 8th September 2011 which included a covering letter and a link to an e-questionnaire. Students had about a week to reply to the survey. The survey is based on 256 responses. The data was analyzed using the SPSS statistics program and the Microsoft Excel program.

The theoretical part of the thesis includes a presentation of Pesu ry and general information about animal welfare associations. The theoretical part also deals with visibility, image, reputation and marketing from the point of view of non-profit organizations.

The results show that 210 of the 256 respondents know of one or more animal welfare association. The most well-known animal welfare association is Eläinsuojeluliitto Animalia ry, which 35 percent of the respondents named. Pesu ry, in contrast, is not very well-known among the students. Only 48 respondents mentioned Pesu ry when they were asked what animal welfare associations they are familiar with. Those respondents who know Pesu ry mostly have a positive image of the organization. The three features of Pesu ry most often mentioned by the respondents were that the organization is local, reliable and trustworthy.

Key words: animal welfare associations, image, visibility, research

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	PIRKANMAAN ELÄINSUOJELUYHDISTYS PESU RY	8
3	ELÄINSUOJELU	10
3.1	Eläinsuojelutoiminta ja toiminnan kohteet	11
3.2	Eläinsuojeluyhdistyksiä Suomessa ja maailmalla	13
4	NONPROFIT-ORGANISAATIOT	16
4.1	Tunnettuus	17
4.2	Mielikuva	18
4.3	Maine	21
4.4	Viestintä	22
5	TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN	24
5.1	Tutkimuksen aineisto	24
5.2	Kyselylomakkeen laadinta	25
5.3	Tutkimuksen luotettavuus	27
6	TUTKIMUSTULOKSET	29
6.1	Vastaajien taustatiedot	29
6.2	Eläinsuojeluyhdistykset yleensä	33
6.2.1	Eläinsuojeluyhdistysten ja toiminnan tunnettuus	33
6.2.2	Eläinsuojeluyhdistysten tehtävät	35
6.2.3	Eläinsuojeluyhdistysten toiminnan tärkeimmät tekijät ja mielikuvat niistä	37
6.2.4	Eläinsuojeluyhdistysten arvostuksen taso	39
6.2.5	Eläinsuojelusta aiheutuvien kulujen hoitaminen	40
6.3	Eläinsuojelurikoksiin liittyvät kysymykset	42
6.3.1	Pentutehtailu	42
6.3.2	Kesäkissat	43
6.3.3	Citykanit	44
6.3.4	Yhteydenottaminen eläinsuojelurikoksista	45
6.4	Pesu ry	48
6.4.1	Pesu ry:n tunnettuus	48
6.4.2	Pesu ry:n kiinnostavuus	49
6.4.3	Mielikuvat Pesu ry:stä	51
6.4.4	Pesu ry:n viestintä	58

6.4.5	Kiinnostus vapaaehtoistyöhön ja yhteydenottopyynnöt	60
	JOHTOPÄÄTÖKSET	63
	LÄHTEET	66
	LIITTEET	68

1 JOHDANTO

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry:n sekä muiden eläinsuojeluyhdistysten tunnettuutta. Lisäksi selvitettiin vastaajien tietämystä eläinsuojelurikoksiin liittyvistä asioista sekä yhdistyksistä syntyneitä mielikuvia. Tavoitteena oli tuottaa tietoa, jonka avulla Pesu ry voisi kehittää toimintaansa.

Päätin tehdä opinnäytetyön minulle sydäntä lähellä olevasta aiheesta, joten otin yhteyttä Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry:hyn tarjoten heille kaupallisen alan osaamistani. Pesu ry on Pirkanmaan alueella toimiva eläinsuojeluyhdistys, jonka toiminnan tarkoituksena on edistää lemmikkien, tuotantoeläinten ja luonnonvaraisten eläinten hyvinvointia ja suojella niitä. Arvostan Pesu ry:n tekemää vapaaehtoistyötä viattomien eläinten puolesta ja halusin tukea yhdistyksen toimintaa koulutustani hyödyntäen.

Pesu ry otti mielellään yhteistyötarjouksen vastaan ja yhteistuumin sovimme, että tekisin heille tutkimuksen. Pesu ry:n esittämien aihealueiden perusteella päädyimme rajaamaan tutkimuksen aiheeksi Pesu ry:n tunnettuuden. Pesu ry toivoi, että tutkimuksen avulla selviäisi, mitä yhdistyksestä ajatellaan, mistä on saatu tietoa yhdistyksestä ja missä yhdistyksen kannattaisi näkyä ja mainostaa. Lisäksi haluttiin selvittää, kuinka paljon vastaajat tietävät eläinsuojeluasioista. Tulosten perusteella Pesu ry aikoo pohtia keinoja, kuinka voisi kehittää toimintaansa.

Eläinsuojelun lähtökohtana on, että julmuus eläimiä kohtaan on väärin. Tämä on myös eläinsuojelulainsäädännön keskeinen periaate. Eläinsuojelulaki on pääasiallisesti puitelaki, joka sisältää eläintenpidon yleiset periaatteet ja viranomaisten oikeuden puuttua eläinsuojelullisiin epäkohtiin. Lakia sovelletaan kaikkiin eläimiin.

Tutkimuksen otoksen muodostivat Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijat. Kysely osoitettiin 2500 opiskelijalle sähköpostitse. Sähköpostiviestis-

sä oli mukana saateviesti ja linkki sähköiseen lomakkeeseen. Tällaiseen ratkaisuun päädyttiin resurssien vuoksi, sillä tavoitteena oli saada nopealla aikataululla mahdollisimman paljon vastauksia. Tutkimus perustuu 256 opiskelijan antamiin vastauksiin, joten vastausprosentiksi muodostui kymmenen.

Kyselylomake toteutettiin E-lomake-ohjelmistolla, joka mahdollisti verkkolomakkeen tekemisen ja tiedon keräämisen. Tutkimuksen tulokset on esitetty Spss-tilasto-ohjelman ja Microsoft Office Excelin kuvioita ja taulukoita apuna käyttäen.

Raportin alussa, luvussa kaksi, esitellään tutkimuksen toimeksiantaja Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry. Luvussa kolme kerrotaan eläinsuojelusta yleensä ja toiminnan kohteista. Lisäksi luvussa esitellään tarkemmin kaksi Suomen suurinta eläinsuojelujärjestöä Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto SEY ry ja Eläinsuojeluliitto Animalia ry sekä kolme ulkomaalaista eläinsuojelujärjestöä WSPA, PETA ja Eurogroup for Animals. Luvussa neljä käsitellään nonprofit-organisaatioiden näkökulmasta tunnettuutta, mielikuvia, mainetta ja viestintää sekä näiden asioiden yhteyttä toisiinsa. Luvussa viisi kerrotaan, kuinka tutkimuksen aineisto on hankittu ja miten tutkimus on toteutettu. Raportin lopussa, luvussa kuusi, esitellään tutkimuksen tulokset. Viimeisenä raportissa on johtopäätökset tutkimuksesta, lähteet ja liitteet.

2 PIRKANMAAN ELÄINSUOJELUYHDISTYS PESU RY

Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry, lyhyesti Pesu ry, perustettiin 2002. Yhdistys toimii vapaaehtoistyöllä ja toiminnan rahoitus hoituu lahjoitusten turvin. Jäseniä yhdistyksellä on tällä hetkellä yli 700. Pesu ry toimii yhteistyössä Pirkanmaan eläinsuojeluvalvojen kanssa. (Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry 2011.)

Yhdistyksen toiminta-alueita ovat Kangasala, Lempäälä, Vesilahti, Nokia, Ylöjärvi, Pirkkala, Toijala, Viiala, Urjala ja Kylmäkoski. Yhdistys on Suomen Eläinsuojeluyhdistysten liitto SEY ry:n jäsen. (Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry 2011.)

Pesu ry:n toimintaan kuuluu kodinhankinta kodittomille eläimille, tapahtumat, varojen keruu toiminnan rahoittamiseksi, nuorisotoiminta ja tiedotus. Yhdistyksen toiminnan tarkoituksena on edistää lemmikkien, tuotantoeläinten ja luonnonvaraisten eläinten hyvinvointia ja suojella niitä kärsimykseltä. (Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry 2011.)

Tarkoituksensa toteuttamiseksi yhdistys

- pyrkii vaikuttamaan eläinsuojelulainsäädäntöön sekä viranomaisten päätöksiin ja toimintaan antamalla lausuntoja, ehdotuksia ja kannanottoja, jotka edistävät eläinten hyvää kohtelua
- neuvoa ja opastaa eläintenomistajia toimimaan tavalla, joka edistää eläinten hyvinvointia
- harjoittaa alaansa liittyvää julkaisu-, valistus- ja koulutustoimintaa
- järjestää esitelmätilaisuuksia, kokouksia, eläinsuojelupäiviä ja muita vastaavia tilaisuuksia
- toimii muillakin vastaavilla tavoilla, jotta eläinten hyvä kohtelu ja rakkaus eläimiin lisääntyisivät
- ylläpitää rekisteröimättömiä alajaostoja (Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry 2011.)

Pesu ry:n toimintaa voi tukea monin tavoin: lahjoittamalla rahaa, ruokaa ja tarvikkeita, antamalla väliaikaisen tai pysyvän kodin kodittomille sekä osta-

malla Pesu ry:n tuotteita, joita ovat muun muassa paidat, rintamerkit ja heijastimet. Myös vapaaehtoistyöhön kaivataan tekijöitä, jotka auttaisivat tavaroiden ja eläinten kuljetuksessa, tekisivät sisältöä jäsenlehteen, tekisivät tai hankkisivat myyntitavaroita, hankkisivat lahjoitustavaroita ja sponsoreita, pitäisivät infopöytää, myyntitilaisuuksien järjestelijöitä, sekä infomateriaalin tekijöitä ja levittäjiä. Pesu ry muistuttaa, että eläinten hyvinvointiin voi vaikuttaa myös pienillä arjen valinnoilla kuten osallistumalla kampanjoihin, laittamalla nimensä adresseihin ja käyttämällä eläinystävällisiä tuotteita. (Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry 2011.)

3 ELÄINSUOJELU

Modernin länsimaiden eläinsuojelun lähtökohtana ja historiallisena taustana, että julmuus eläimiä kohtaan on väärin. Myös eläinsuojelulainsäädännöissä¹ keskeisenä periaatteena on, että eläimiä ei saa kohdella julmasti. Eläinsuojelulainsäädäntö toimii eläinsuojelun kulmakivenä. Tämä ei kuitenkaan edellytä ihmisiltä velvollisuuksia eläimiä kohtaan, vaan pidättäytymistä eläinten julmasta kohtelusta. Ihmiskeskeisistä lähtökohdista, ihmistä itseään ja muita kohtaan, voidaan kuitenkin perustella ihmisen velvollisuudeksi edistää eläinten hyvinvointia. Radikaalissa ajattelutavassa näkemyksenä on, että eläimille kuuluu tiettyjä oikeuksia: eläimet tulisi hyväksyä aitoina oikeussubjekteina, joilla on omat tarpeensa, hyvinvointinsa ja oikeutensa, jotka tulisi taata eläinsuojelulainsäädännössä. (Vilkkä 1998, 63–64.)

Eläinsuojelulainsäädännön kehitys alkoi omaisuuden suojaamisesta, jolloin rangaistiin ainoastaan kotieläinten vahingoittamisesta. Vähitellen alettiin vaatia eläinten hoidon parantamista, eläinkuljetusten asiallista järjestämistä ja teurastuksen valvomista. Lainsäädännössä näkyi myös pyrkimyksiä suojella eläimiä kärsimykseltä niiden itsensä takia. (Streng 1999, 21.)

Vuoden 1971 lain säätämisen jälkeen eläinsuojelualalla tapahtui huomattavia muutoksia. Osa liittyi kansainväliseen oikeudelliseen kehitykseen ja osa eläintutkimuksessa tapahtuneisiin muutoksiin. Eläinsuojelun painoarvo oli 1970-luvun alusta kasvanut. Muista pohjoismaista Ruotsi, Islanti ja Tanska olivat säätäneet uuden eläinsuojelulain 1980- ja 1990-lukujen vaihteessa. Erityisesti Ruotsin lainsäädäntöä pidetään edistyksellisenä. Suomen liittyminen Euroopan neuvostoon edellytti kansallisen lainsäädännön tarkistamista. (Streng 1999, 23.)

Eläintenhyvinvointitutkimus oli lisääntynyt ja kehittynyt huomaavasti 1980- ja 1990-luvuilta lähtien. Vastaavasti eläintenpidossa ja eläintutkimuksissa oli

¹ Kts Eläinsuojelulaki (247/1996)

kohdattu ongelmia, joita ei ole Suomessa aiemmin tunnettu tai jotka ovat kehittyneet eläinten hyvinvointia ajatellen huonompaan suuntaan. Myös lain systematiikka jätti toivomisen varaa. Vuonna 1990 maa- ja metsätalousministeriö asetti toimikunnan, jonka tehtävänä oli selvittää, miten eläinsuojelulaki saataisiin vastaamaan asetettuja vaatimuksia. Säännösten hajanaisuuden vuoksi kansalaisten oli vaikea saada tietoa eläinten pitoon ja suojeluun liittyvistä määräyksistä. Huomattiin myös tarve täsmentää niitä toimia, joilla eläinten hyvinvointia voidaan nopeasti parantaa. Uusin eläinsuojelulaki astui Suomessa voimaan 1996. (Streng 1999, 23–24.)

Eläinsuojelulaki on pääasiallisesti puitelaki, joka sisältää eläintenpidon yleiset periaatteet ja viranomaisten oikeuden puuttua eläinsuojelullisiin epäkohtiin. Laki sisältää säännökset muun muassa eläintenpidosta, valvontaviranomaisista ja -toimenpiteistä sekä seuraamuksista. Eläinsuojelulakia sovelletaan kaikkiin eläimiin. Säännökset suojaavat eläimiä yleisesti, olivatpa ne luonnonvaraisia tai kotieläimiä. (Streng 1999, 24–25, 28.)

3.1 Eläinsuojelutoiminta ja toiminnan kohteet

Eläinsuojelutoiminta on tiedon tuottamista eläinten tarpeista, pidosta, hyvinvoinnista ja oikeuksista. Eläinsuojelupolitiikalla tieto viedään yhteiskuntaan. Eläimet eivät itse voi puolustaa oikeuksiaan, joten ne tarvitsevat omat edunvalvojansa. (Vilkkä 1998, 64.)

Silminnäkijäksi eläimen kaltoinkohteluun voi joutua kuka tahansa ja tahtomattaan. On tärkeää uskaltautua puuttua tilanteeseen heti ja mennä eläimen avuksi. Jos on syytä edes epäillä eläimen kaltoinkohtelua, on asia selvitettävä. Jos teko on vakava, on siitä tehtävä ilmoitus. Äkillisissä tilanteissa on otettava yhteys poliisiin. Jos epäillään rikoksen tapahtuvan jonkun ihmisen kotona, on siitä ilmoitettava eläinsuojelusta vastaavalle viranomaiselle. Ilmoitukseksi riittää soitto ja sen voi tehdä nimettömänä. (Tengvall 1993, 91, 94.)

Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto SEY ry:n mukaan eläinsuojeluvalvonta kuuluu viranomaisten hoidettavaksi, mutta käytännössä vapaaehtois toiminta on välttämätöntä, sillä työtä on paljon. Suomessa on vain yksi palkattu eläinsuojeluvalvoja ja yksi eläinsuojelua päätyönään hoitava virkaeläinlääkäri. (SEY Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto ry 2011.) ”Muuten eläinsuojeluvalvontaa hoitavat eläinsuojelulakiin perustuen kunnan- ja kaupungineläinlääkärit, poliisit ja terveystarkastajat sekä heidän lisäksi pieni joukko lääninhallitusten valtuuttamia vapaaehtoisia eläinsuojeluvalvoja” (SEY Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto ry 2011).

Suomessa hylätään vuosittain tuhansia eläimiä. Erityisesti hylätyt kissat työllistävät eläinsuojeluyhdistyksiä. Kissoja hylätään kesälomien päättyessä niin paljon, että ilmiö sai aikoinaan jopa oman nimen: kesäkissa. Kesäkissalla tarkoitetaan kissaa, joka hankitaan keväällä lomien alkaessa maalle tai mökille yleensä lapselle kaveriksi. Suloista kissanpentua jaksetaan hoivata, mutta kesän loppuessa ja kissan kasvettua mielenkiinto katoaa. Kissa jätetään maalle tai mökille oman onnensa nojaan. (Nieminen 2006.) Kissa ei kuitenkaan kuulu Suomen luontoon, sillä se tappaa tai ainakin häiritsee rauhoitettuja ja uhanalaisia eläimiä. Lisäksi useimmat kesäkissat kuolevat talvella nälkään, sairauksiin tai paleltuvat kuoliaaksi. Ne harvat kissat, jotka säilyvät hengissä, saattavat maailmaan lisää kodittomia kissoja villiintymään ja nälkiintymään, ihmisten vihan kohteiksi. (SEY Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto ry 2011.)

Villikanit, puhekielessä citykanit, ovat melko uusi tuttavuus Suomen luonnossa. Kaneja esiintyy erityisesti pääkaupunkiseudulla. Citykanit ovat saaneet alkunsa karanneista tai omistajan hylkäämistä lemmikkikaneista. Siitä, kuuluvatko kanit Suomen luontoon, on käyty paljon väittelyä. Osa kokee kanit tuholaisina, jotka eivät kuulu Suomen luontoon, kun taas osa arvioi, että muutoksen kanssa on vain opittava elämään. Paikoittain kaneja on niin paljon, että niistä koetaan olevan haittaa alueiden kasvillisuudelle. Pitkän kädenväännön jälkeen kanista ei tehty Suomessa tuhoeläintä, vaan se sai riistaeläimen arvon. (Lumiaro 2009.) Koska villikanit eivät ole kenenkään omaisuutta, ei ketään voida pitää vastuullisena niiden aiheuttamiin tuhoihin.

Tuhot ovat tontin tai maa-alueen omistajan tai sen hetkisen haltijan omalla vastuulla. (Helsingin kaupunki, Rakennusvirasto 2011.) Vuonna 2008 Helsingin kaupunki suunnitteli kaniin hävittämistä ampumalla, mikä nostatti keskustelua ihmisten keskuudessa. Helsingin luonnonsuojeluyhdistys esitti kaniin lisääntymisen hillitsemiseksi niiden luonnollisten vihollisten, esimerkiksi kettujen, kärppien ja huuhkajien elinolojen kohentamista järjestämällä niille pesimismahdollisuuksia. (Pajari 2008.)

Hylättyjen lemmikkien lisäksi niin sanotut pentutehtaat aiheuttavat päänsisästä. Pentutehtailu on häikäilemätöntä toimintaa, jossa pentuja teetetään rahan saamiseksi eläimen hyvinvoinnista välittämättä. Eläinten elinolot ovat usein hirveitä ja niiden hoitoa laiminlyödään monin tavoin. Ostetut pennut saattavat olla vakavasti sairaita. Eläinsuojeluyhdistykset pyrkivät jakamaan tietoa ja kampanjoivat pentutehtailua vastaan ja tiedottavat tehtailun vahingoista. (SEY Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto ry 2011.) Pentutehtailu yhdistetään yleensä koiriin, mutta sitä voi esiintyä myös muiden eläinlajien kohdalla.

3.2 Eläinsuojeluyhdistyksiä Suomessa ja maailmalla

Suomessa on lukuisia eläinsuojeluyhdistyksiä. Suurimpia valtakunnallisia eläinsuojelujärjestöjä ovat Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto ry SEY ja Eläinsuojeluliitto Animalia ry. Animalialla alueosastoja on noin 20, ja SEY:llä paikallisyhdistyksiä 39. (SEY Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto ry 2011; Eläinsuojeluliitto Animalia ry 2011.)

Suomen Eläinsuojeluyhdistysten liitto SEY ry on toiminut vuodesta 1901 ja on Suomen suurin eläinsuojelujärjestö ja eläinsuojelun asiantuntija. SEY:n toiminnan kohteita ovat kaikki eläinlajit (tuotanto-, harraste-, seura-, turkista ja koe-eläimet sekä luonnonvaraiset eläimet) ja toiminta on koko Suomen laajuista. SEY:llä on 39 jäsenyhdistyksen verkosto, joiden kanssa eläinsuojelutyötä toteutetaan. Paikalliset eläinsuojeluyhdistykset järjestävät toimintaa omalla alueellaan ja monet niistä pitävät löytöeläinkotia. Tiedon ja valis-

tuksen jakaminen eläinten hyvästä hoidosta ja viihtymisestä on valvojatoiminnan lisäksi yksi SEY:n tärkeimmistä toimintamuodoista. Lisäksi eläinsuojelutyötä tehdään noin 120 vapaaehtoisen eläinsuojeluvalvojan voimin. (SEY Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto ry 2011.)

Eläinsuojeluliitto Animalia ry on Suomen johtavin ja toiseksi suurin eläinsuojelujärjestö Animalia perustettiin vuonna 1961. Järjestön tehtävänä on edistää eläinten hyvinvointia ja oikeuksia Suomessa ja kansainvälisesti. Päätoimintakohteet ovat maatalouden eläimet, turkistarhaus sekä eläinkokeet. Animalia on asiantuntijajärjestö, joka toimii tiedottamalla, kampanjoimalla ja vaikuttamalla lainsäädäntöön. Animalialla on tällä hetkellä noin 6000 jäsentä. (Eläinsuojeluliitto Animalia ry 2011.)

Sekä Animalia että SEY ovat Maailman eläinsuojelujärjestön World Society for the Protection of Animals eli WSPA:n jäseniä. WSPA on suurin eläinsuojelujärjestöjen liitto, jolla on yli 1000 jäsenjärjestöä 156 maassa. WSPA syntyi 1981, kun 1953 perustettu World Federation for the Protection of Animals (WFPA) ja 1959 perustettu the International Society for the Protection of Animals (ISPA) yhdistyivät. WSPA pyrkii toiminnallaan ja poliittisella vaikuttamisellaan edistämään eläinten hyvinvointia. WSPA:lla on virallinen asema Euroopan neuvostossa ja YK:ssa. WSPA:n kautta Animalia ja SEY voivat osallistua tärkeisiin kansainvälisiin kampanjoihin. (Eläinsuojeluliitto Animalia ry 2011; SEY Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto ry 2011; World Society for the Protection of Animals WSPA 2011.)

WSPA:n lisäksi Animalia ja SEY ovat jäseniä Euroopan unionin eri maiden eläinsuojelujärjestöjen kattojärjestössä, Eurogroup for Animals:ssa. Järjestö on perustettu vuonna 1980. Euroopan parlamentti ja komissio ovat tunnustaneet Eurogroup for Animals:n johtavaksi eläinsuojelujärjestöksi EU:n tasolla. Järjestö tarjoaa neuvoja ja asiantuntemusta eläinten hyvinvointiin liittyvistä asioista Euroopan eri toimielimille, kuten Euroopan komissiolle, ministerineuvostolle ja Euroopan parlamentille. Järjestö on vaikutusvaltaisin lobbaaja eläinten hyvinvoinnin puolesta EU:n alueella. (Eläinsuojeluliitto

Animalia ry 2011; Eurogroup for Animals 2011; SEY Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto ry 2011.)

WSPA:n ja Eurogroup:n lisäksi on merkittävää työtä tekee People for the Ethical Treatment of Animals PETA. PETA on maailman suurin eläinten oikeuksia puolustava järjestö, johon kuuluu noin kaksi miljoonaa jäsentä ja tukijaa. Järjestö on perustettu vuonna 1980 Virginiassa Yhdysvalloissa. PETA on toiminnassaan keskittynyt erityisesti neljään kohteeseen: eläinten pitoon tuotantovälineenä, turkistarhaukseen, eläinkokeisiin, ja eläinten käyttämiseen viihdeteollisuudessa. (People for the Ethical Treatment of Animals 2011.)

4 NONPROFIT-ORGANISAATIOT

Nonprofit-organisaatiolla tarkoitetaan organisaatioita, joiden toiminnan tarkoituksena ei ole tuottaa voittoa. Nonprofit-organisaatioita ovat esimerkiksi seurakunnat, humanitääriset järjestöt, luonnonsuojelujärjestöt, terveyskeskukset, harrastusseurat ja koulut. Tällaisissa organisaatioissa painotetaan yleensä missiota eli minkä vuoksi ja mitä kohderyhmää varten toimintaa harjoitetaan. Tämä ei kuitenkaan tarkoita, etteikö nonprofit-organisaatiollakin voisi olla taloudellisia tavoitteita. Tavoitteena voi olla esimerkiksi kulujen kattaminen, kulujen minimointi tai mahdollisesti rahallisen ylijäämän saavuttaminen. Järjestö voi tavoitteidensa mukaisesti määrittellä jäsenmaksunsa tai kerätä rahaa tempauksilla. Nonprofit-organisaatio ei yrityksien tapaan kuitenkaan jaa mahdollista ylijäämää omistajille, vaan raha käytetään mission parempaan toteuttamiseen. Vaikka organisaatio ei tavoittelisikaan voittoa, pyrkii se silti lisäämään tuotteidensa, palveluidensa tai ajamiensa asioiden suosiota. (Vuokko 2010, 15–16, 19–20.)

Nonprofit-organisaatiot eivät toimi rahan vuoksi, mutta tarvitsevat sitä kuitenkin toimintaansa. Vaikka toiminta perustuisi täysin vapaaehtoistyöhön, tulee siitä kuluja. Nonprofit-organisaatioilla ei välttämättä ole lainkaan asiakas-nimistä sidosryhmää vaan tärkeitä ryhmiä ovat lahjoittajat, tukijat, avustuskohteet ja vapaaehtoiset. (Vuokko 2010, 21.)

Jos organisaatiolla ei ole hyvää mainetta, riittävää tunnettuutta ja sen työn merkitystä ei ymmärretä tai arvosteta, voi organisaation olla vaikea saada rahoitusta toiminnalleen. (Slim 2002.) Nonprofit-organisaatioiden on oltava uskottavia kertoessaan toiminnastaan eri tahoille sekä samalla todistettava tehokkuutensa saavuttaakseen tarvitsemansa hyväksynnän. Suuri jäsenmäärä, rahallinen tuki julkiselta ja yksityisiltä tahoilta sekä median arvostus ja huomio organisaatiota kohtaan lisäävät sen arvoa. (Slim 2002.) Lahjoittajien, tukijoiden ja vapaaehtoisten määrä myös auttaa organisaation taloudellista tilaa. Sen lisäksi ne lisäävät organisaation vaikutusvaltaa, tunnettuutta ja mainetta toimialalla. (Nonprofit palvelut Oy 2011.) Vaikka nonprofit-

organisaatiot eivät kilpaile samoin kuin voittoa tavoittelevat organisaatiot, on niiden kuitenkin kilpailtava keskenään yhteiskunnan kannatuksesta, luottamuksesta ja avustuksista (Fletcher, Guthrie, Steane, Roos & Pike 2003, 506).

Seuraavissa luvuissa käsitellään nonprofit-organisaatioiden näkökulmasta tunnettuutta, mielikuvaa ja mainetta. Lisäksi käsitellään viestinnän yhteyttä näihin tekijöihin.

4.1 Tunnettuus

Tunnettuus on tärkeää organisaatioille, sillä ihminen valitsee tunnettujen organisaatioiden väliltä. Tunnettuus syntyy siitä, että organisaatio on toiminut alalla pitkään, se on tehnyt tunnettuja töitä ja esiintynyt julkisuudessa. Organisaatio voi myös omalla toiminnallaan vaikuttaa tunnettuuteensa, esimerkiksi esitteillä, artikkeleilla, asiantuntijalausunnoilla, mainonnalla ja osallistumalla julkisuudessa käytävään keskusteluun. Tunnettuuden myötä tullut julkisuus ei kuitenkaan ole täysin hallittavissa eikä julkisuutta voida lopettaa, kun se ei ole enää organisaatiolle edullista. Tunnettuudella ja näkyvyydellä saattaa siis olla negatiivisiakin vaikutuksia. Jos tunnettu organisaatio joutuu kriisiin, voivat seuraukset olla tuhoisia ja pitkäaikaisia. Tunnettujen organisaatioiden onkin kannattavaa panostaa maineenhallintaan, jotta ne pystyvät selviytymään kriiseistä paremmin. (Heinonen 2006, 154; Sipilä 1999, 321.)

Laakson (2003, 130) mukaan ennestään tutusta asiasta on helpompi pitää. Useille ihmisille tuntemattomuus tarkoittaa samaa kuin arveluttavuus. Tuntematon organisaatio ei siis lähde neutraalista lähtötilanteesta, vaan ihmiset usein asennoituvat jopa kielteisesti tuntemattomiin asioihin. Viestinnällä saadaan nostettua ihmisten tietoisuuden astetta, mikäli halutaan saada aikaiseksi kysyntää tai laajaa kannatusta. Ihmiset luottavat enemmän tunnettuun ja maineensa vakiinnuttaneeseen kuin ottavat riskin oudon kokeilemisestä. Organisaatio voi tietysti olla myös tunnettu ja huonomaineinen. Siinä

tapauksessa yleensä vika ei ole liian vähäisessä viestinnässä, vaan jossakin epäkohdassa organisaatiossa, jota täytyy parantaa. (Karvonen 1999, 18.)

Negatiivinen julkisuus ja tuntemattomuus ovat kohtalokkaita myös nonprofit-organisaatioille, sillä ne ovat riippuvaisia sponsoreista ja lahjoittajista. Ilman positiivista julkisuutta organisaation voi olla vaikea saada rahoitusta toiminnalleen. Tuntemattomuus taas estää kohderyhmän päätöksien tekemisen ja toiminnan, koska organisaatiota ei tiedetä. (Slim 2002; Vuokko 2010, 27, 41).

Tunnettuus lähtee liikkeelle siitä, että vastaaja muistaa joskus kuulleen tai nähneensä organisaation nimen. Astetta korkeammalle tunnettuuden tasolle päästään, jos vastaaja muistaa nimen tai osaa yhdistää sen oikeaan toimiryhmään. Toimialan tunnettuutta hallitsee organisaatio, joka mainitaan spontaanisti ensimmäisenä kysyttäessä. Spontaanista tunnettuutta tutkittaessa vastaajalle ei anneta valmiita vastausvaihtoehtoja, vaan vastaajaa pyydetään mainitsemaan nimiä tai asioita, joita hän tietää. Tunnettuutta tutkittaessa voidaan käyttää myös autettua tunnettuutta. Autettu tunnettuus tarkoittaa, että vastaajalle annetaan joukko nimiä tai asioita, ja pyydetään nimeämään ne, jotka vastaaja tietää tai joista muistaa kuulleen. Spontaanisiin tunnettuuteen vastaaminen on autettua tunnettuutta haastavampaa, koska ihmiset muistavat spontaanisti huomattavasti vähemmän. (Laakso 2003, 125–126.)

4.2 Mielikuva

Mielikuva muodostumiseen vaikuttavat muun muassa arvot, tarpeet, tiedot, havainnot, asenteet, ennakkoluulot ja kokemukset. Mielikuvan sisällöstä merkittävä osa on asenteita ja ennakkoluuloja. Tosiasioihin perustuvia elementtejä ovat tiedot ja kokemukset. Tiedot ja kokemuksetkin ovat usein asenteiden ja ennakkoluulojen vääristämiä. (Isohookana 2007, 20.) Mielikuvat syntyvät myös toisten ihmisten kokemusten kautta. Saatua informaatio-

ta tulkitaan omien tulkintojen valossa, joita ohjaavat muun muassa henkilön intressit, arvot ja normit. (Vos & Schoemaker 2006, 25.) Mielikuva kohteesta voi siis olla jo olemassa, vaikka kokemusta ei olisikaan. Mielikuvan tosiperusteisuudella ei ole merkitystä, sillä se on henkilön oma käsitys asiasta ja hänelle todellinen. (Rope & Mether 2001, 18–19; Isohookana 2007, 20.) Mielikuvat vaikuttavat siihen, mitä ajattelemme toisistamme, eri yrityksistä ja organisaatioista, niiden tuotteista ja palveluista ja siellä toimivista ihmisistä ohjaavat tekojamme ja valintojamme. (Aula & Heinonen 2002, 38; Isohookana 2007, 19–21).

Materiaalinen maailma nähdään tavarina ja pintoina, mutta se käsitetään ensisijaisesti havaintoina, ideoina ja mielikuvina. Nykyisessä maailmassa mielikuvalliset tekijät ovat yhä keskeisempiä. (Malmelin & Hakala 2007, 44.) Mielikuvaan liittyy aina jonkinlainen ”tykkääminen”. Sympatisointi voi näkyä ääripäisenä suhtautumisena niin sanotulla tykkäämis - inho-akselilla. Henkilö voi olla jonkin asian intohimoinen kannattaja, mutta toinen henkilö suhtautuu samaan asiaan täysin päinvastaisesti. Ihmisen mielen kautta tapahtuva tykkäämisilmiö ja mielikuva ovat se, joka ratkaisee ihmisen toimintareaktiot. (Rope & Mether 2001, 14.)

Mielikuvat ovat siis ratkaisevassa asemassa silloin, kun tehdään päätöksiä ja valintoja. Olemassa olevilla mielikuvilla on ratkaiseva merkitys siihen, miten kohteeseen suhtaudutaan. Positiivinen mielikuva suodattaa informaatiota ja tarjoaa suojan pahoina aikoina. Tällöin hyvät uutiset tulkitaan erinomaisiksi, neutraalit uutiset hyviksi ja huonot uutiset satunnaisiksi vastoinkäymisiksi. Huono tai kielteinen mielikuva toimii päinvastoin: se ohjaa huomion kiinnittymään tapahtumien varjopuoliin. Hyvät uutiset tulkitaan satunnaiseksi onnenkantamoiseksi, neutraalit uutiset jobinpostiksi ja huonot uutiset katastrofeiksi. (Karvonen 1999, 20.)

Mielikuvan muodostuminen voidaan jakaa viiteen eri syvenemisvaiheeseen: tietoisuus-, tuntemis-, asenne-, suosituimmuus- ja kokemusvaiheiksi. Tietoisuusvaiheessa organisaatio tunnetaan vain nimeltä. Seuraavassa vaiheessa tietoisuus syvenee tuntemiseksi. Tällöin ihmiselle muodostuu käsitys

siitä, mitä organisaatio tekee ja minkälainen se on. Mielikuvaan vaikuttavat kaikki tekijät, jotka muodostavat mielikuvan näkyvän osan, esimerkiksi henkilöstö, toimitilat ja viestintä. Ensimmäisessä kahdessa vaiheessa ihmisellä ei ole vielä hyvä/huono-ajatusmallia organisaatiosta, vaan mielikuva on niin sanotusti puhdas. Kolmas porras on asennevaihe, jolloin ihminen muodostaa negatiivisia, positiivisia ja neutraaleja mielikuvia. Organisaation menestyksen kannalta on tärkeää, että ratkaisevissa tekijöissä ei ole negatiivisia assosiaatioita ja että positiivisia asenteita pystytään kehittämään niissä asioissa, joita kohderyhmät arvostavat. Asennevaiheessa mielikuva muuttuu puhtaasta pysyväksi mielikuvaksi ja asenteiden muuttaminen on hankala prosessi. Preferenssien luomisvaiheessa organisaation on erotuttava muista vastaavista positiivisesti, jotta se mielletäisiin muita paremmaksi. Myönteisen odotukset voivat perustua toiminnallisiin tekijöihin ja mielikuvatekijöihin. Viimeinen porras on kokemusvaihe, joka määrittää, miten hyvin organisaation toiminta on vastannut niitä odotuksia, joiden perusteella ihminen on kokenut organisaation muita paremmaksi. Kokemusvaiheessa pysyvä mielikuva syvenee entisestään, jolloin sen muuttaminen on pysyvää mielikuvaa vaikeampaa. Tämän vuoksi sisäisen toiminnan ja ulkoisen viestinnän luoman mielikuvan on oltava yhtenäinen. (Rope 2000, 180–182; Rope & Mether 2001, 113–115.)

Ensivaikutelmaa on vaikea muuttaa, mutta mielikuvat voivat muuttua ajan myötä. Esimerkiksi uudet havainnot ja tulkinnat voivat muuttaa mielikuvaa. Mielikuvuihin voidaan yrittää vaikuttaa viestinnällä ja strategisilla ratkaisuilla. Mielikuvien muodostumisessa ei siis ole varsinaista alkua eikä loppua. (Malmelin & Hakala 2007, 141; Vos & Schoemaker 2006, 35.)

Nonprofit-organisaatioille mielikuvilla on yhtä suuri merkitys kuin yrityksillekin. Mielikuvat vaikuttavat sidosryhmien päätöksentekoon: missä toiminnassa halutaan olla mukana, mitä tuetaan ja mihin osallistutaan. (Vuokko 2010, 189.) Organisaatiot eivät voi jättäytyä sattumalta syntyvien mielikuvien vaaraan. Mielikuvan rakentaminen pitäisi olla tietoista ja systemaattista työtä, jolla pyritään saamaan haluttu mielikuva keskeisten henkilöiden keskuudessa. (Rope 2000, 15–16.)

4.3 Maine

Maine on tieto, maininta, mielipide tai uskomus jostakin. Maine on mielikuvia. Maine muodostuu organisaation toiminnan, siitä syntyvien kokemusten ja sitä koskevien mielikuvien vuorovaikutuksessa. Maine on tulkinta organisaatiosta ja tulkinnoista syntyy mielikuvien kokonaisuus. (Aula & Heinonen 2002, 36–38.) Tunnettuudella kuvataan yleistä tunnettuutta, maineella tunnettuuden sisältöä. Maine syntyy toiminnan tuloksena. Koska organisaatiolla tulee olemaan jonkinlainen maine joka tapauksessa, on parempi ohjata sen syntymistä itse kuin antaa sen muodostua sattumanvaraisesti. (Sipilä 1999, 326, 329.)

Maine liittyy kokeilemiseen, päätöksentekoon ja suositusten antamiseen. Maine vaikuttaa organisaation kaikkien sidosryhmien kuten työntekijöiden, asiakkaiden, sijoittajien, median ja analyytikoiden käyttäytymiseen. Ei kuitenkaan voida puhua maineesta, jos kukaan ei tiedä organisaatiota. Tunnetuus ja näkyvyys ovat siten maineen edelläkävijöitä. Hyvämaineisuudella tarkoitetaan sitä, että organisaatio koetaan luotettavana ja sen kanssa halutaan olla tekemisissä. Hyvä maine lisää uskottavuutta. (Heinonen 2006, 33–35, 153–156.)

Hyvä maine on tärkeä niin yrityksille kuin nonprofit-organisaatioillekin. Eri-tyisen tärkeää maine on organisaatioille, joilla ei ole muuta myytävää lahjoittajille, sponsoreille ja jäsenille kuin mielikuva nimestä, luotettavuudesta ja uskottavuudesta. (Nonprofit palvelut Oy 2011.) Hyvän maineen saavuttamiseksi ei riitä, että organisaatio tekee asioita oikein, vaan siitä täytyy myös viestiä muille. Organisaation täytyy pystyä vaikuttamaan ihmisten mielikuviiin tekojen lisäksi viestinnällään. (Aula & Heinonen 2002, 37.)

4.4 Viestintä

Organisaatioiden tärkeimpiä voimavaroja on viestintä, sillä mielikuvat muodostuvat vastaanotettujen viestien ja havaintojen perusteella. Mielikuvat rakentuvat organisaatioiden ja sen sidosryhmien välisissä suhteissa. Nämä suhteet ja niiden välinen viestintä ovat organisaation toiminnan edellytys. Yritysten lisäksi yhteisöt, järjestöt, koulut ja kaupungit viestivät tavoitteellisemmin ja strategisemmin. Viestinnän tuloksellisuus määrittää entistä välittömämmin organisaation menestyksellisyyttä, mutta viestinnän vaikutusta on kuitenkin hankala arvioida. Tämä johtuu osittain viestinnän aineettomasta luonteesta. (Malmelin & Hakala 2007, 37–38, 44–45.) Ihmisten erilaisten mielikuvapohjaisten mielipiteiden kirjo tuo haastetta markkinointiin, koska markkinoinnin tuloksellisuus perustuu kykyyn vaikuttaa ihmiseen mielikuvien avulla. (Rope & Mether 2001, 14.)

Tavoitemielikuvan muodostus liittyy tavoitteisiin suuntautuneeseen toimintaan. Kun organisaatiolla on selkeä käsitys omasta tehtävästään, se heijastuu sen kaikissa toimissa myös ulospäin. Organisaation sisäinen kuva muuttuu eläväksi käytännöksi. Lopulta sisäinen tavoitekuva muuttuu ulkoiseksi kuvaksi. Viestintä tukee ja vahvistaa yhteisön todellisuutta määrittävää ideaa. Viestinnänkin tulee olla tavoitteellista toimintaa, joka sopii organisaation valitsemaan toimintaideaan. (Karvonen 1999, 120–121.) Jos tavoiteltu mielikuva ja todellinen mielikuva eroavat toisistaan, tulee organisaation miettiä syitä siihen. Voi olla, että organisaatio ei ole ollut aktiivinen viestijä, jolloin se ei ole lähettänyt oikeita sanomia, oikeissa kanavissa, oikeille kohderyhmille. (Isohookana 2007, 20–21.)

Käsite ”nonprofit” ei tarkoita samaa kuin ”no marketing”. Markkinointi on vaikuttamista kohderyhmiin ja -yksilöihin. Nonprofit-organisaatiot saavat tulonsa yleensä osittain tai kokonaan muilta kohderyhmiltä kuin niiltä, jotka käyttävät organisaation käyttämiä palveluita. Organisaation tuleekin markkinoida itseään kahteen suuntaan: palvelun käyttäjille ja rahoittajille. Kohderyhmiä voivat olla jäsenet, toiminnan kohteet, rahoittajatahot, lahjoittajat, vapaaehtoistyöntekijät ja päättäjät. Nonprofit-organisaatioille on erityisen

tärkeää, että organisaatiota osataan markkinoida tärkeää työtä tekevänä ja tukemisen arvoisena. (Vuokko 2010, 25, 29–31.)

Niin sanotun sosiaalisen markkinoinnin tavoitteena on ratkaista tiettyjä sosiaalisia ongelmia ja vaikuttaa yhteiskunnalliseen käyttäytymiseen kohderyhmän tai koko yhteiskunnan hyödyksi. Sosiaalisella markkinoinnilla pyritään siihen, että aiheutuvat kulut koettaisiin pienemmiksi kuin saadut hyödyt. Markkinoinnista hyötyy toiminnan kohde tai jopa koko yhteiskunta, ei markkinoija itse. Hyväntekevyydessä on kyse yhteiskunnallisesta vastuuntunnosta. Sosiaalisen markkinoijan haasteena on motivoida kansalaiset, vaikka teon vaikutukset eivät suoranaisesti heihin itseensä kohdistuisikaan. (Andreasen & Kotler 2003, 329–338.)

Hyvän maineen saavuttamiseksi ei riitä, että organisaatio tekee asioita oikein, vaan siitä täytyy myös viestiä muille. Organisaation täytyy pystyä vaikuttamaan ihmisten mielikuviin tekojen lisäksi viestinnällään. (Aula & Heinonen 2002, 37.) Organisaation maine ei synny pelkästään mediajulkisuuden kautta, vaan siihen vaikuttavat monet viestinnän keinot, kuten messut, tapahtumat, esiintymiset ja katunäkyvyys. (Heinonen 2006, 153.)

Nonprofit-organisaatioiden on tärkeää viestiä kohderyhmä-, tavoite- sekä tilanne- ja toimintaympäristölähtöisesti. Kohderyhmälähtöisyys vaatii kohderyhmän ja lähtötilanteen tuntemista: mitä kohderyhmä jo tietää sekä millaisia asenteita ja käsityksiä sillä on. Kohderyhmän sitouttamiseen vaikuttavat millainen merkitys asialla on ryhmälle ja millainen motivaatio ryhmällä on vastaanottaa asiasta tietoa eli kuinka paljon on panostettava viestinnän voimaan. Lisäksi on selvitettävä, mitä medioita kohderyhmä käyttää ja mitä asioita kohderyhmä arvostaa, toisin sanoen millaisia argumentteja viestinnässä kannattaisi käyttää. Tavoitelähtöisyydellä tarkoitetaan, että kaikki viestintä tehdään asetettujen tavoitteiden perusteella. Tavoitteet antavat suunnan ja ohjaavat viestintää. Tilanne- ja toimintaympäristölähtöisyydellä puolestaan tarkoitetaan viestintätilanteeseen ja viestinnän ympäristöön liittyvien seikkojen huomioimista. (Vuokko 2010, 170–171.)

5 TUTKIMUKSEN SUORITTAMINEN

Tutkimus toteutettiin kvantitatiivisena eli määrällisenä tutkimuksena, jota nimitetään myös tilastolliseksi tutkimukseksi. Kvantitatiivista tutkimusta täydennettiin kvalitatiivisella tutkimustavalla. Kvantitatiivisen tutkimuksen kiinnostus kohdistuu kohteiden mitattaviin ja numeerisesti ilmaistaviin ominaisuuksiin. Kokonaisuus on osiensa summa, joten tieto näiden osien ominaisuuksista auttaa ymmärtämään kokonaisuutta. Kvantitatiivinen tutkimus on kiinnostunut luokittelusta sekä syy-seuraus – suhteista ja siksi suoritetaan vertailevaa ja selittävää tutkimusta. (Anttila 2006, 233.)

Tulokset käsiteltiin SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 17.0 for Windows - ja Microsoft Excel 2007-ohjelmia apuna käyttäen. SPSS on laajalti tutkimuksissa apuna käytetty tilasto-ohjelma monipuolisuutensa vuoksi. Ohjelmiston avulla voidaan tutkimuksen aineistosta suorittaa tilastollisia analyysejä sekä tuottaa graafisia esityksiä. (Rasi, Lepola, Muhli & Kanniainen 2007, 3.) Exceliä käytettiin taulukoiden selkeyttämiseksi.

5.1 Tutkimuksen aineisto

Tutkimuksen kohderyhmän muodostivat pirkanmaalaiset korkeakouluopiskelijat. Kaikkia pirkanmaalaisia opiskelijoita ei kuitenkaan ollut mahdollista käytännössä tavoittaa, joten tutkimuksen kehikkoperusjoukoksi muodostuivat Tampereen ammattikorkeakouluopiskelijat. Tällaiseen otantaan päädyttiin resurssien vuoksi: tutkimukseen tarvittiin suurta otantaa nopealla aikataululla.

Tutkimukseen vastaavat henkilöt poimittiin Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijoista siten, että Tampereen ammattikorkeakoulun valmiista sähköpostilistoista valittiin ryhmiä, joille kysely osoitettiin. Ryhmiä on 1-9, joista ensimmäiset ryhmät edustavat jo aiemmin aloittaneita opiskelijoita ja viimei-

set ovat uusimpia opiskelijoita. Ryhmät arvioitiin noin 500 hengen kokoisiksi. Jotta otoksen skaala olisi mahdollisimman laaja, ryhmistä valittiin ryhmät 1, 3, 5, 7 ja 9. Tutkimuksen otos muodostui noin 2500 opiskelijasta. Otantasuhteeksi muodostui 1,8 eli noin joka toinen kehikkojoukon yksilö tuli valituksi. Vastausprosentiksi muodostui 10. Vastajaat pystyivät osallistumaan kyselyyn 15.–21.8.2011 välisenä aikana.

5.2 Kyselylomakkeen laadinta

Kyselylomake-termiä käytetään eräänlaisena käsitteenä, jonka alle sijoitetaan kaikki sellaiset mittarit, jotka ovat esitetty kirjallisessa muodossa ja joihin vastataan kirjoittamalla tai merkitsemällä. Kyselylomakkeella yleensä kysytään pintatason mielipiteitä tai faktoja. Kyselytutkimus on muoto hankkia sellaista tutkimusaineistoa, joka kuvaa laajojen joukkojen käsityksiä, mielipiteitä ja asenteita. Se on tyypillinen muuttujien välisiä suhteita tarkasteleva menetelmä. Usein sillä kuitenkin tuotetaan pelkästään jakaumatason tietoa, joka kertoo millä tavalla eri taustatekijöiden mukaan jakautuneet ryhmät suhtautuvat kulloinkin kyseessä olevaan asiaan. (Anttila 2006, 182.)

Tutkimuksen kysymyslomakkeen runko on suunniteltu Ropen ja Metherin (2001) tutkimussystematiikkaa apuna käyttäen. Mielikuva- ja tunnettuuskysymyksien lisäksi lomakkeelle suunniteltiin tutkimuksen toimeksiantajan Pesu ry:n toivomista aiheista kysymyksiä. Lomake on pääosin strukturoitu, mikä tarkoittaa, että kysymyksissä on valmiit vastausvaihtoehdot. Lomakkeeseen valittiin niin sanottujen suljettujen kysymysten lisäksi avoimia kysymyksiä, jotta työhön saatiin mukaan ihmisten omia kokemuksia ja ajatuksia. (Rope & Mether 2001; Heikkilä 2008.) Suljettujen kysymysten tarkoitus on vastausten tilastollisen käsittelyn yksinkertaistaminen. Lisäksi kun vastaajille annetaan valmiit vaihtoehdot, myös kielellisesti vähemmän lahjakkaat voivat vastata nopeasti kyselyyn. On kuitenkin mahdollista, että annetut vastaukset annetaan harkitsematta tai vastausvaihtoehdot vaillinaisia tai johdattelevia. Kyselylomake onkin suunniteltava huolellisesti. (Heikkilä 2008, 50–51.) Kyselylomake on nähtävissä liitteessä 1.

Kyselylomake toteutettiin E-lomake-ohjelmistolla, joka mahdollisti verkkolomakkeen tekemisen ja tiedon keräämisen. E-lomakkeella kerätyt tiedot voidaan siirtää tilasto- ja taulukko-ohjelmiin, kuten Spss-tilasto-ohjelmaan ja Microsoft Office Exceliin. (Eduix Oy 2011.)

Vastaajaryhmässä oletettiin olevan mukana vastaajia, jotka eivät tiedä tai ole kiinnostuneita eläinsuojeluun liittyvistä aiheista. Tästä syystä lomake suunniteltiin siten, että myös eläinsuojelusta vähän tietävät kykenisivät ottamaan osaa tutkimukseen. Lisäksi kyselylomake pilkottiin seitsemään pienempään aihealueeseen, jotta lomake pystyttiin teknisesti toteuttamaan siten, että vastaaja näkee vain osan kysymyksiä kerrallaan. Tällä pyrittiin siihen, että vastaaja ei saanut vinkkejä vastaamiseen toisista kysymyksistä ja että vastaaminen olisi rytmikästä ja järjestelmällisempää vastaajan näkökulmasta.

Lomake pilkottiin siten, että ensimmäisessä osiossa selvitetään vastaajien taustatietoja ja sen hetkisiä kokemuksia eläinsuojeluyhdistyksistä. Toisessa osiossa selvitetään vastaajien mielikuvia ja tietämystä eläinsuojeluyhdistysten toiminnasta. Kolmannessa osiossa kysytään eläinsuojelurikoksiin liittyviä asioita. Osioissa neljä ja viisi selvitetään Pesun tunnettuutta ja mielikuvia vastaajien keskuudessa. Kuudennessa käsitellään Pesun viestintään liittyviä asioita sekä selvitetään vastaajien kiinnostusta Pesun toimintaan liittymisestä. Seitsemännessä osiossa vastaajat voivat ilmoittaa kiinnostuksensa yhteydenotosta. Tutkimuksen toimeksiantaja Pesu ry paljastettiin vastaajalle vasta kyselylomakkeen puolella välissä.

Tutkimuksessa selvitetään ensinnäkin eläinsuojeluyhdistysten toiminnan tunnettuutta. Ensimmäisessä osiossa kysymyksessä viisi selvitetään Pesu ry:n viestinnän tilannetta. Kysymys on Spontaani tunnettuus-kysymys, jonka avulla saadaan selville, onko Pesu ry päässyt tietoisien havaintotason yli. Jos yhdistys ei tässä tasossa saa havaintoja, ei siitä ole mielikuvaakaan. Myöhemmässä vaiheessa kysymyksessä 15 vastaajalta kysytään Pesu ry:n tunnettuutta suoraan. Vastaajilla, jotka eivät muista Pesu ry:tä lainkaan

niin sanotussa autetussa tunnettuudessa, ei niillä voi olla mielikuvaakaan yhdistyksestä ja sen toiminnasta. Sen vuoksi ei-tuntevien ja tuntevien vastauksia tarkastellaan tuloksissa erikseen. (Rope & Methers 2001, 154.)

Kysymyksillä kuusi ja seitsemän selvitetään eläinsuojeluyhdistysten tehtävien tunnettuutta. Joskus yhdistykset tunnetaan nimeltä, mutta itse toiminta voi olla tuntematonta. Kyselylomakkeen alkupuolella, kysymyksellä kahdeksan, vastaajilta kysytään mielikuvatekijöiden merkitystä eläinsuojeluyhdistyksien kohdalla. Kysymyksen avulla saadaan selville vastaajien arvostus erilaisten toiminnan tekijöiden suhteen. Kvantitatiivisen kysymysrakenteen vuoksi ei kuitenkaan voida saada täydellistä vastausta, mitkä kaikki tekijät olisivat tärkeitä. Ihmisiltä ei silti kannata kysyä, mitkä ovat ne tekijät, joiden perusteella hän tekee valintoja, sillä hän ei välttämättä tiedosta niitä tekijöitä. Kysymys 18 on asenteiden luomisvaiheen kysymys, jolla selvitetään mielikuvatekijöiden onnistumista Pesu ry:n kohdalla. Molemmissa kysymyksissä käytetään asteikkoa 5-portaista asteikkoa kustakin toiminnan tekijästä. Tuloksissa vertaillaan tekijöiden merkitystä ja niiden onnistumista Pesu ry:ssä. Kyselylomakkeen loppupuolella, kysymyksessä 22, kysytään vastaajien kiinnostusta Pesu ry:n vapaaehtoistoimintaan. Kysymyksessä yhdistyy Pesu ry:n kokonaismielikuvan houkuttelevuus. (Rope & Methers 2001, 151, 155–157.)

5.3 Tutkimuksen luotettavuus

Tutkivan toiminnan luotettavuutta on tarkasteltava huolellisesti. Kun puhutaan tutkimuksen tieteellisestä luotettavuudesta ja pätevydestä, puhutaan yleensä käsitteillä validiteetti ja reliabiliteetti. Validilla tarkoitetaan luotettavaa ja pätevää. Reliaabeli tutkimusväline on, kun se on mittatarkka ja pysyvästi samaa mittaava. (Anttila 2006, 511.)

Validiteetilla tarkoitetaan tutkimusmenetelmän kykyä selvittää sitä, mitä sillä on tarkoitus selvittää. Jos mittaustulokset osoittavat, että saatu tieto vastaa vallalla olevaa teoriaa tai pystyy sitä tarkentamaan ja parantamaan, silloin

tulos on validi. Validiteetin puuttuminen tekee tutkimuksesta arvottoman. Silloin on tutkittu jotain aivan muuta kuin piti ja havainnot kohdistuvat sivuun siitä, mikä oli tarkoitus. (Anttila 2006, 512–513.)

Reliabiliteetti-käsite kuuluu yleensä kvantitatiiviseen tutkimukseen. Reliabiliteetilla tarkoitetaan käytetyn menetelmän kykyä saavuttaa tarkoitettuja tuloksia, niiden saa olla sattumanvaraisia. Mittauksen reliabiliteetti tarkoittaa mittaustulosten toistettavuutta samanlaisissa olosuhteissa. Tutkimuksen tekijän tulee olla koko tutkimuksen ajan kriittinen ja tarkka, koska virheitä voi sattua tietoja kerätessä, käsiteltäessä sekä tuloksia tulkittaessa. On myös mahdollista, että kyselyyn vastaaja on ymmärtänyt kysymyksen väärin tai saattaa vahingossa merkitä vastauksen väärin. (Anttila 2006, 515–516; Heikkilä 2008, 30.)

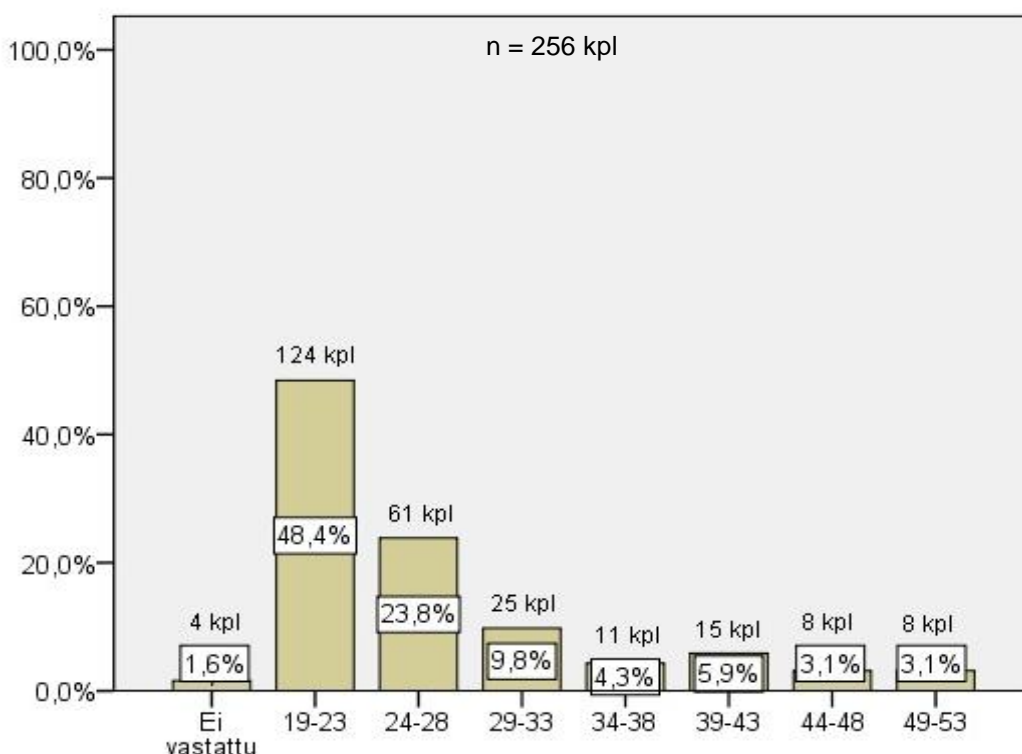
Tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaa tutkimuksen otoskoko, jonka tulee edustaa koko perusjoukkoa. Ongelmana voi kuitenkin olla, etteivät vastaajat halua tai viitsi vastata heille tuleviin kyselyihin, joten vastaamatta jättäneiden osuus on usein melko suuri. Usein vastaajat, jotka eivät ole kiinnostuneita tai vastustavat aihetta, jäävät pois. Vastaamattomien suuruus vaikuttaa siihen, että vastausten jakauma on vino eikä otos vastaa perusjoukkoa. Vastausten edustavuus on silloin kyseenalainen. (Anttila 2006, 183; Heikkilä 2008, 33–34.)

6 TUTKIMUSTULOKSET

Tutkimukseen vastasi 256 henkilöä. Tutkimuksen otos oli 2500, joten vastausprosentiksi muodostui 10. Tutkimusaineistoa kuvataan prosenttija-kaumilla, jolloin saadaan kokonaiskuva vastaajista. N kuvastaa kuhunkin kysymykseen vastanneiden henkilöiden määriä. Palkkien päällä olevat kap-palemäärät kuvaavat kyseisen vaihtoehdon valinneiden määriä.

6.1 Vastaajien taustatiedot

Vastaajista melkein puolet (48 %) kuuluu 19–23-vuotiaiden ikäryhmään, mikä selittyy sillä, että vastaajaryhmä koostuu ammattikorkeakouluopiskeli-joista (kuvio 1).



KUVIO 1. Vastaajien ikäjakauma

Taulukosta 1 nähdään, että tutkimukseen osallistuneista 256 vastaajasta 98 on miehiä ja 158 naisia. Lisäksi nähdään, että vastanneista yhteensä 65

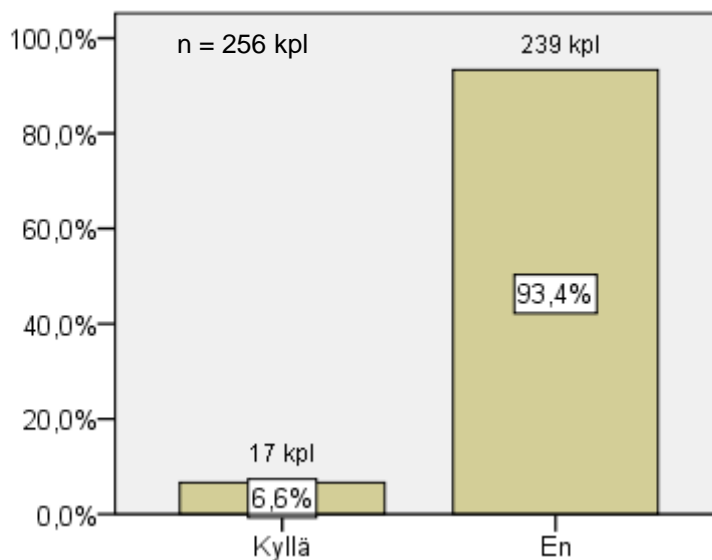
prosenttia ilmoittaa olevansa erittäin (18 %) tai melko kiinnostunut (47 %) eläinsuojeluasioista. Sen sijaan 31 prosenttia vastaajista ei ole kovin kiinnostunut ja 4 prosenttia ei ole ollenkaan kiinnostunut eläinsuojeluasioista.

Taulukossa on esitelty myös miesten ja naisten väliset erot eläinsuojeluasioiden kiinnostavuuden suhteen. Tähän kyselyyn osallistuneista naiset ovat enemmän kiinnostuneita eläinsuojeluasioista, 78 prosenttia naisista on melko (53 %) tai erittäin kiinnostunut (25 %). Vastanneista miehistä suurin osa (46 %) ei ole kovinkaan kiinnostunut eläinsuojeluasioista.

TAULUKKO 1. Mies- ja naisvastaajien kiinnostus eläinsuojeluasioihin

		Sukupuolesi?		Yhteensä
		Mies	Nainen	
Kuinka kiinnostunut olet eläinsuojeluasioista?	En ollenkaan kiinnostunut	8 8%	2 1%	10 4%
	En kovin kiinnostunut	45 46%	34 22%	79 31%
	Melko kiinnostunut	38 39%	83 53%	121 47%
	Erittäin kiinnostunut	7 7%	39 25%	46 18%
Yhteensä		98 100%	158 100%	256 100%

Vastaajilta kysyttiin, kuuluvatko he johonkin eläinsuojeluyhdistykseen. Vastaajista vain 7 prosenttia kertoi kuuluvansa yhteen tai useampaan yhdistykseen (kuvio 2).



KUVIO 2. Vastaajien kuuluminen eläinsuojeluyhdistykseen

Eläinsuojeluyhdistyksiin kuuluneita vastaajia pyydettiin lisäksi tarkentamaan, mihin eläinsuojeluyhdistykseen kuuluu (taulukko 2). 16 vastaajaa kertoi kuuluvansa yhteensä 19 yhdistykseen. 4 vastaajaa ilmoitti kuuluvansa Pesu ry:hyn. Avoimen palautteen perusteella vastaajat kertovat kuuluvansa Pesu ry:hyn, koska se toimii Pirkanmaalla.

TAULUKKO 2. Eläinsuojeluyhdistykset, joihin vastaajat kuuluvat

Jos kyllä, mihin yhdistykseen kuulut?	Vastausten lukumäärä	% vastanneista (n=16)
Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys	4	25%
Animalia	3	19%
Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto SEY	3	19%
WWF	2	13%
Suomen luonnonsuojeluliitto	1	6%
Greenpeace	1	6%
Turun eläinsuojeluyhdistys	1	6%
Kissojen katastrofiiyhdistys	1	6%
Riistanhoitoyhdistys	1	6%
Birdlife	1	6%
Oikeutta eläimille	1	6%
Yhteensä	19	

Alla on vastaajien kertomat syyt, miksi kuuluu juuri siihen yhdistykseen, mihin ilmoitti kuuluvansa:

- Animalia ja Oikeutta eläimille - "Ajavat minulle tärkeitä asioita."
- Animalia - "Tuli ensimmäisenä googlesta vastaan."
- Animalia ja Suomen eläinsuojeluyhdistysten liitto SEY - "Asiantuntevia ja lainsäädäntöön puuttuvia"
- Birdlife - "harrastus"
- Kissojen katastrofiryhdistys - "Olen toiminut yhdistyksen ensikotina, sekä myös sihteerinä ja hallituksen varajäsenenä"
- Pesu ry - "Koska asun Pirkanmaalla valitsin oman seudun yhdistyksen."
- Pesu ry - "Koska asun Tampereella, ja haluan myös konkreettisesti tehdä asian vuoksi jotain, enkä vain lahjoittaa rahaa."
- Pesu ry - "Koska toimii Pirkanmaalla"
- Riistanhoitoyhdistys - "Metsästäjän. Paikallisissa metsästysseuroissa on saatavilla mainio tuntemus suomen luonnosta, ja niissä voi nopeasti vaikuttaa riistalajien suojeluun tietyillä alueilla."
- SEY - "Mielestäni yhdistys on kaikenkattava ja siitä saa hyviä etuja eläimille ja itselle."
- SEY ja Pesu ry - "Se on laaja ja tekee monenlaista merkittävää työtä."
- Suomen luonnonsuojeluliitto - "Suomen luonto on lähellä itseäni"
- Turun eläinsuojeluyhdistys - "Suomen eläinsuojeluyhdistyksen oma paikallisyhdistykseni."
- WWF - "Yhdistyksessä on myös muutoin luontoon liittyvää suojelutoimintaa."
- WWF - "Kestävää toimintaa luonnon ja eläinten hyväksi"

6.2 Eläinsuojeluyhdistykset yleensä

6.2.1 *Eläinsuojeluyhdistysten ja toiminnan tunnettuus*

Eläinsuojeluyhdistysten tunnettuutta tutkittiin niin sanotun spontaanin tunnettuuden avulla. Vastaaaja pyydettiin nimeämään, mitä yhdistyksiä he tietävät nimeltä. 256 vastaajasta 46 vastaajaa ei muistanut tai tuntenut yhtäkään eläinsuojeluyhdistystä. Yhdistyksiä nimeltä tietävät 210 vastaajaa antoivat yhteensä 447 vastausta. Annetut vastaukset luokiteltiin, jotta niistä saataisiin selkeä listaus (taulukko 3).

Selkeästi eniten mainintoja saanut eläinsuojelujärjestö on Animalia, jonka 35 prosenttia vastanneista mainitsi yhdeksi tietämäkseen eläinsuojeluyhdistykseksi. Toiseksi tunnetuin on ympäristöjärjestö WWF (21 %). Pesu ry oli kolmanneksi tunnetuin ja se osasi mainita 18 prosenttia vastanneista. Eri-laiset luonnonsuojeluyhdistykset ja -liitot saivat myös mainintoja.

TAULUKKO 3. Eläinsuojeluyhdistykset, jotka tunnettiin nimeltä

Mitä eläinsuojeluyhdistyksiä tunnet nimeltä?	Vastausten lukumäärä	% vastanneista (n=256)
Animalia	90	35%
WWF	55	21%
Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys	48	18%
En tunne / muista	46	18%
SEY Suomen Eläinsuojeluyhdistysten liitto	31	12%
PETA	25	10%
Kissojen katastrofiryhdistys	24	10%
Greenpeace	21	8%
Helsingin eläinsuojeluyhdistys	21	8%
Oikeutta eläimille	14	5%
Rekku Rescue	9	4%
Suomen luonnonsuojeluliitto	8	3%
Tampereen eläinsuojeluyhdistys	6	2%
Paikallisyhdistykset	5	2%
Pelastetaan koirat ry	5	2%
Pelastetaan kissat ry	4	2%
Espanjan koirat	3	1%
Turun eläinsuojeluyhdistys	3	1%
Birdlife	2	1%
Keski-Suomen eläinsuojeluyhdistys	2	1%
Kissojen suojelu Kisu	2	1%
Kotkan seudun eläinsuojeluyhdistys	2	1%
Mikkelin eläinsuojeluyhdistys	2	1%
Amnesty	1	<1%
Animal Liberation Front	1	<1%
Eläinten Vapautusrintama EVR	1	<1%
Fauna	1	<1%
Hämeenlinnan Kissojen Ystävät ry	1	<1%
Kenneliliitto	1	<1%
Kettutyöt	1	<1%
Kodittomat Kissat ry	1	<1%
Kouvolan seudun eläinsuojeluyhdistys	1	<1%
Kunnallinen/alueellinen eläinsuojeluhenkilö	1	<1%
Luontoliitto	1	<1%
Oulaisten seudun eläinsuojeluyhdistys	1	<1%
Oulun seudun eläinsuojeluyhdistys	1	<1%
Päijät-Hämeen eläinsuojeluyhdistys	1	<1%
Satakunnan eläinsuojeluyhdistys	1	<1%
Seinäjoen eläinsuojeluyhdistys	1	<1%
Urjalan eläinsuojeluyhdistys	1	<1%
Viipurin Koirat ry	1	<1%
Ylivieskan seudun eläinsuojeluyhdistys	1	<1%
Yhteensä	447	

6.2.2 Eläinsuojeluyhdistysten tehtävät

Vastaajia pyydettiin valitsemaan valmiiksi annetuista vaihtoehdoista eläinsuojeluyhdistysten tehtäviä. Esitetyssä kysymyksessä kaikki 10 annettua vaihtoehtoa ovat oikeita. Tarkoituksena oli selvittää, kuinka hyvin vastaajat tuntevat eläinsuojeluyhdistysten toimintaa.

256:sta kyselyyn osallistuneesta 248 vastasi tähän kysymykseen. Nämä 248 vastaajaa antoivat yhteensä 1505 vastausta, mikä tarkoittaa, että kukin vastaaja valitsi keskimäärin noin kuusi vaihtoehtoa (taulukko 4).

Tunnetuin eläinsuojeluyhdistysten tehtävä on tuotantoeläinten hyvinvoinnin edistäminen, jonka 75 prosenttia vastanneista osasi nimetä. Heikoiten vastaajien keskuudessa tunnettu tehtävä on luonnonvaraisten eläinten hyvinvoinnin edistäminen: vain 58 prosenttia osasi mainita sen yhdeksi eläinsuojeluyhdistysten tehtäväksi.

TAULUKKO 4. Eläinsuojeluyhdistysten tehtävät

Mitä eläinsuojeluyhdistykset mielestäsi tekevät?	Vastausten lukumäärä	% vastanneista (n=248)
edistävät tuotantoeläinten hyvinvointia	186	75 %
neuvovat eläinsuojeluun ja eläinten hyvinvointiin liittyvissä asioissa	180	73 %
etsivät koteja kodittomille lemmikeille	178	72 %
järjestävät eläinsuojelullisia tilaisuuksia ja koulutuksia	171	69 %
vaikuttavat eläinsuojeluun liittyviin laki- ja säädösehdotuksiin	165	67 %
edistävät kotieläinten hyvinvointia	164	66 %
edistävät turkiseläinten hyvinvointia	162	65 %
edistävät koe-eläinten hyvinvointia	156	63 %
edistävät luonnonvaraisten eläinten hyvinvointia	143	58 %
Yhteensä	1505	

Lisäksi vastaajilta kysyttiin, mikä on heidän mielestään eläinsuojeluyhdistysten tärkein tehtävä. Avoimesti annetun palautteen perusteella vastaajien mielestä yhdistysten tärkein tehtävä on ihmisten tiedottaminen ja valistaminen (taulukko 5).

Vaikka kysymyksessä pyydettiin mainitsemaan eläinsuojeluyhdistysten tärkein tehtävä, olivat useat vastaajat maininneet yhden tehtävän sijasta useita tehtäviä. Osa vastauksista oli myös hyvin tulkinnanvaraisia eikä sen vuoksi kaikkia olisi ollut mielekästä luokitella taulukkoa varten. Taulukossa 5 on luokiteltuna 10 eniten mainittua tehtävää, jotka vastaajat kokevat tärkeiksi. Kaikki vastaukset on luettavissa liitteessä 2.

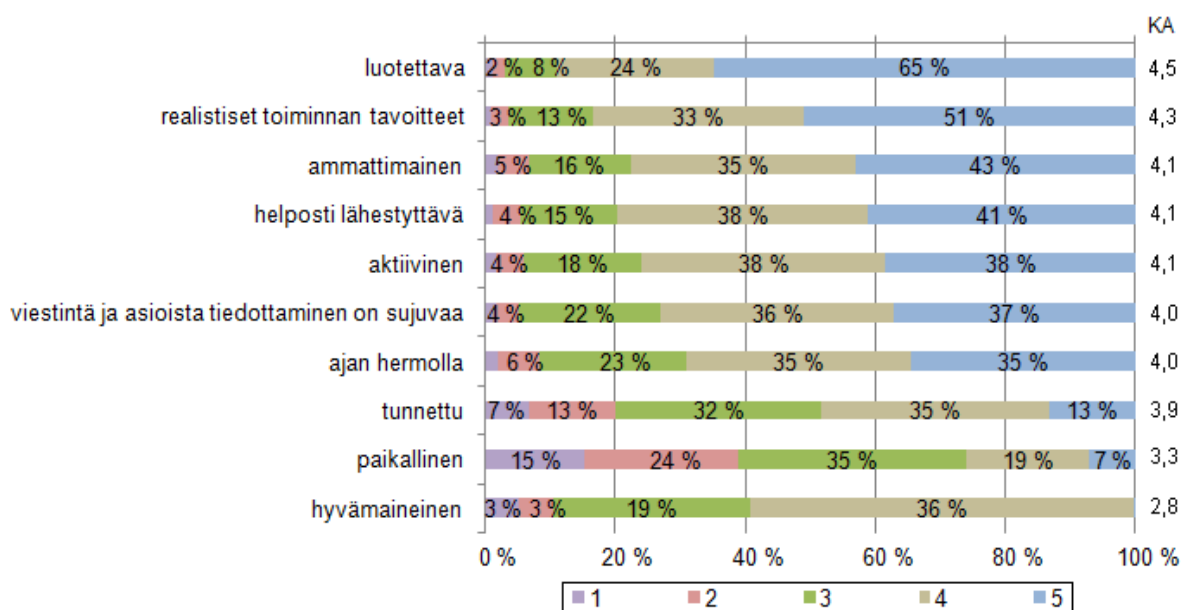
TAULUKKO 5. Eläinsuojeluyhdistysten tärkein tehtävä

Mikä on eläinsuojeluyhdistysten tärkein tehtävä?	Vastausten määrä
Ihmisten valistaminen ja tiedottaminen	39
Eläinten hyvinvoinnin edistäminen	32
Eläinten kaltoinkohtelun estäminen	24
Luonnonvaraisten ja uhanalaisten eläimien suojeleminen	22
Kodittomille lemmikeille kotien etsiminen	18
Lakeihin ja lainsäädäntöön vaikuttaminen	18
Tuotantoeläinten hyvinvoinnin edistäminen ja valvominen	17
Eläinten oikeuksien ajaminen ja turvaaminen	17
Kodittomien auttaminen ja hoitaminen	16
Eläinsuojeluasioissa neuvominen ja kouluttaminen	11

6.2.3 Eläinsuojeluyhdistysten toiminnan tärkeimmät tekijät ja mielikuvat niistä

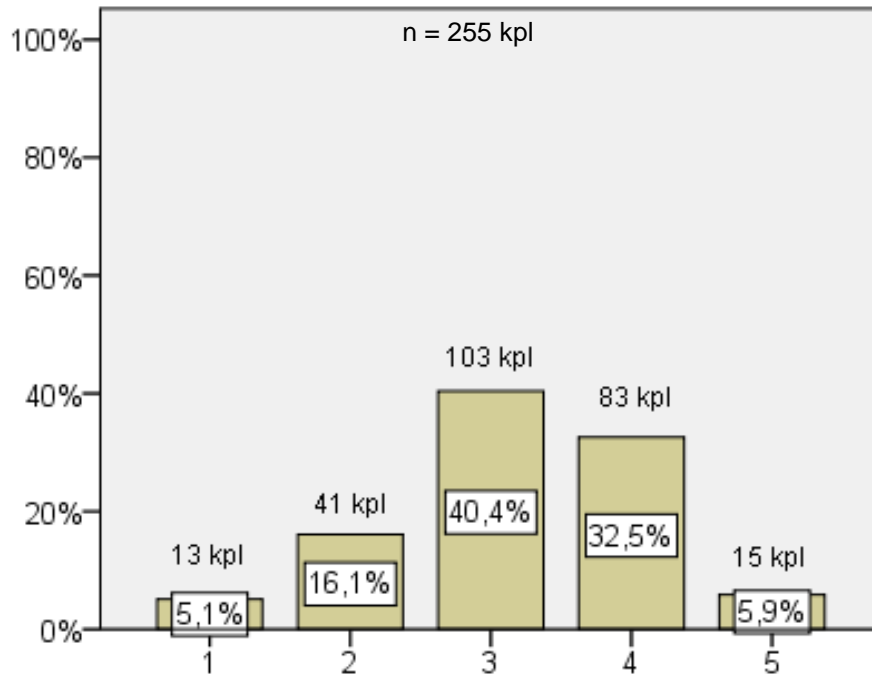
Kyselyyn osallistuneilta tiedusteltiin esitettyjen tekijöiden tärkeyttä liittyen eläinsuojeluyhdistysten toimintaan asteikolla 1 - 5, jossa 1 = ei merkitystä ... 5 = erittäin tärkeä. Kuviossa 3 esitetään vastaajien valitsemat tekijät tärkeysjärjestyksessä prosenttijakaumina. Palkkien päissä on kunkin tekijän saama keskiarvo. Mitä korkeampi keskiarvo, sitä tärkeämpänä vastaajat pitävät kyseistä kriteeriä.

Vastaajien mielestä eläinsuojeluyhdistysten toiminnassa tärkein tekijä on luotettavuus, joka sai asteikolla 1-5 arvosanakseen 4,5. Sen sijaan hyvämaineisuus koettiin vähiten tärkeäksi tekijäksi arvosanalla 2,8.



KUVIO 3. Eläinsuojeluyhdistysten toiminnan tärkeimmät tekijät. (Asteikko: 1 = ei merkitystä ... 5 = erittäin tärkeä.)

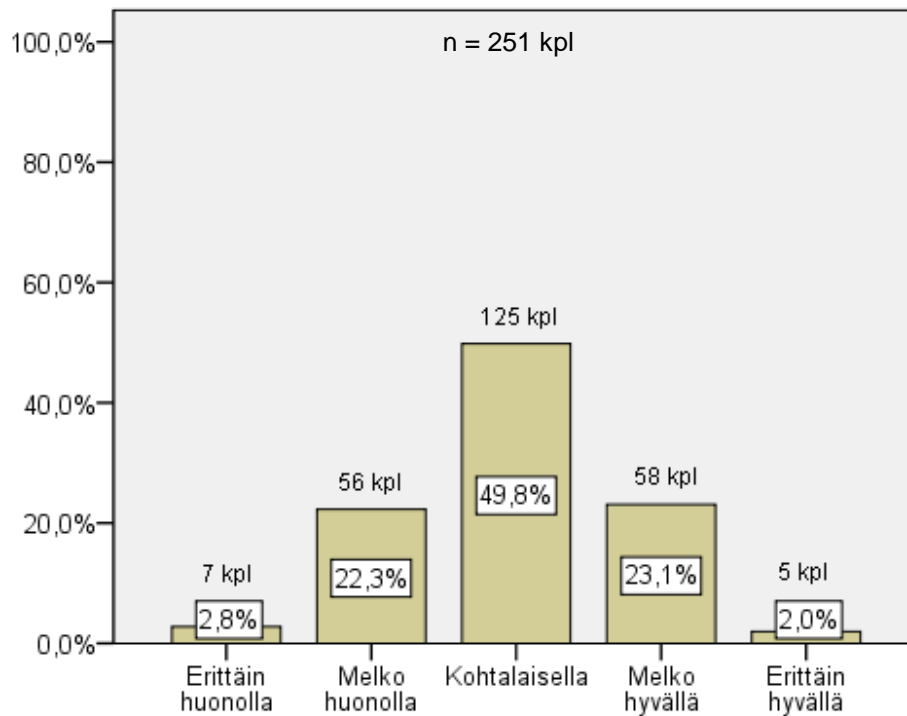
Lisäksi vastaajia pyydettiin antamaan kokonaismielikuvansa perusteella arvosana eläinsuojeluyhdistyksistä asteikolla 1-5, jossa 1 = erittäin huono ... 5 = erittäin hyvä. 255 vastaajaa antoivat yhdistyksille kokonaisarvosanaksi 3,2. Kuviosta 4 nähdään, että 38 prosenttia vastanneista antoivat kokonaismielikuvansa arvosanaksi neljä (33 %) tai viisi (6 %). Sen sijaan 21 prosenttia antoivat arvosanaksi kaksi (16 %) tai yksi (5 %).



KUVIO 4. Vastaajien kokonaismielikuva eläinsuojeluyhdistyksistä asteikolla 1-5. (Asteikko: 1 = erittäin huono ... 5 = erittäin hyvä)

6.2.4 Eläinsuojeluyhdistysten arvostuksen taso

Vastaajia pyydettiin arvioimaan eläinsuojeluyhdistysten arvostuksen tasoa. Kysymykseen vastasi yhteensä 251 vastaajaa. Näistä vastaajista 25 prosenttia arvioi eläinsuojeluyhdistysten arvostuksen olevan melko (23 %) tai erittäin hyvällä (2 %) tasolla. Sen sijaan toiset 25 prosenttia vastaajista arvioi arvostuksen olevan melko (22 %) tai erittäin huonolla (3 %) tasolla.



KUVIO 5. Eläinsuojeluyhdistysten arvostuksen taso

6.2.5 Eläinsuojelusta aiheutuvien kulujen hoitaminen

256:sta kyselyyn osallistuneesta 220 vastasi, keiden heidän mielestään pitäisi osallistua eläinsuojelutyöstä aiheutuvien kulujen hoitamiseen. Nämä vastaajat antoivat yhteensä 499 vastausta, mikä tarkoittaa, että kukin vastaaja valitsi keskimäärin kaksi vaihtoehtoa (taulukko 6).

Vastaajista 65 prosenttia kokee, että kuntien tulisi osallistua eläinsuojelutyöstä aiheutuvien kulujen hoitamiseen. 57 prosentin mielestä kaupunkien pitäisi osallistua kulujen hoitamiseen.

TAULUKKO 6. Tahot, joiden pitäisi osallistua eläinsuojelutyöstä aiheutuvien kulujen hoitamiseen

Tulisiko mielestäsi jonkin seuraavista tahoista osallistua eläinsuojelutyöstä aiheutuvien kulujen hoitamiseen?	Vastausten lukumäärä	% vastanneista (n=220)
kunnat	143	65%
kaupungit	125	57%
yrietykset	89	40%
yksityiset ihmiset	97	44%
jokin muu taho	45	20%
Yhteensä	499	

Seuraavalla sivulla taulukossa 7 on luokiteltu niiden vastaajien vastaukset, jotka vastasivat ”jokin muu taho” ja täsmensivät vastaustaan sanallisesti. Näistä vastaajista 49 prosenttia on sitä mieltä, että valtion kuuluisi osallistua eläinsuojelutyöstä aiheutuvien kulujen hoitamiseen.

TAULUKKO 7. Muu taho

Jokin muu taho, mikä?	Vastausten lukumäärä	% vastanneista (n=45)
valtio	22	49%
ne, joita kiinnostaa / harrastavat	4	9%
RAY	2	4%
rikkaat	2	4%
seurakunnat ja kirkot	2	4%
vastaava ministerio	1	2%
yhdistykset	1	2%
järjestöt ja rahastot	1	2%
EU	1	2%
säätiöt	1	2%
Animalian kaltaiset yhteisöt	1	2%
Yhteensä	38	

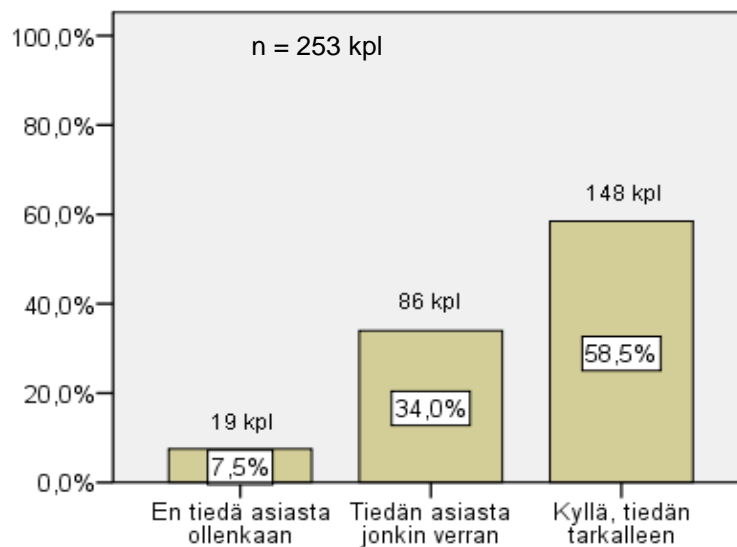
Alla oleva listaus on vastaajien kommentteja aiheeseen liittyen:

- ”Valtion tulisi myös suunnata laajempia resursseja eläinsuojelutyöhön.”
- ”Valtion kannettava lakisääteinen vastuu ja mahdollistettava eläinsuojeluyhdistysten toiminta järkevällä tavalla.”
- ”Täytyy perustua vapaaehtoistyöhön.”
- ”Pitäisi perustua vapaaehtoisuuteen, joten kaikki jotka haluavat auttaa, olisivat tervetulleita lahjoittajiksi.”
- ”Mielestäni kunnat ja kaupungit esim. eläinlääkärien toimesta tekevät eläintensuojelutyötä tarpeeksi.”
- ”Menee yritysten piikkiin, mutta yhteisverovaroja soisi laitettavan mieluummin eläinsuojelutyöhön kuin seurakunnille.”
- ”Luonnossa paljon kulkevat ihmiset ja päätäntä valta heille.”
- ”Huonosti eläimiä kohteleville kovat sakkorangaistukset.”
- ”Eläimiä elinkeinona pitävät tahot ylipäänsä voisivat rahoittaa toimintaa, jonka tosin pitää silloin olla ammattimaista ja asiallista.”

6.3 Eläinsuojelurikoksiin liittyvät kysymykset

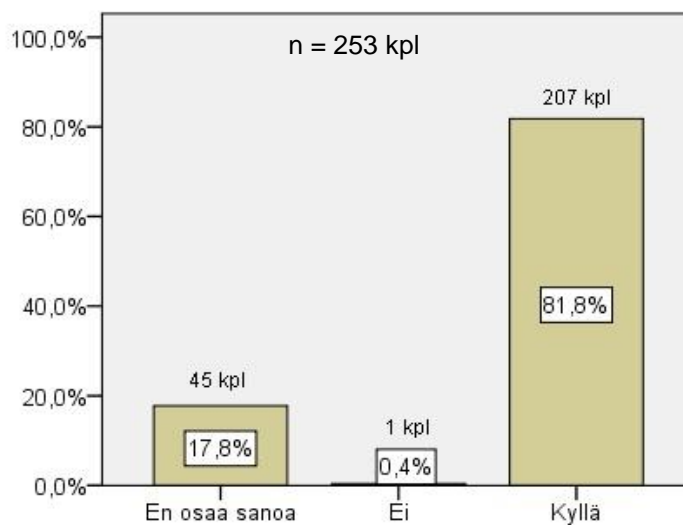
6.3.1 Pentutehtailu

253 vastanneesta 59 prosenttia tietää tarkalleen, mitä pentutehtailu tarkoittaa, ja 34 prosenttia tietää jonkin verran asiasta. 19 vastaajaa ei tiennyt ollenkaan, mitä on pentutehtailu (kuvio 6).



KUVIO 6. Pentutehtailun tietäminen

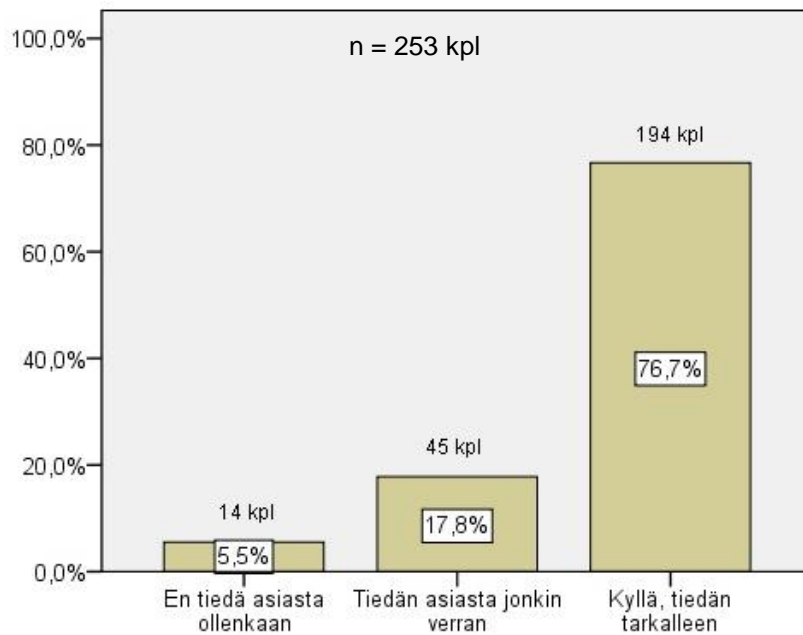
253 vastanneesta 82 prosenttia tietää pentutehtailua olevan Suomessa. Sen sijaan 18 prosenttia ei osannut sanoa ja yhden vastaajan mielestä pentutehtailua ei ole Suomessa lainkaan (kuvio 7).



KUVIO 7. Pentutehtailu Suomessa

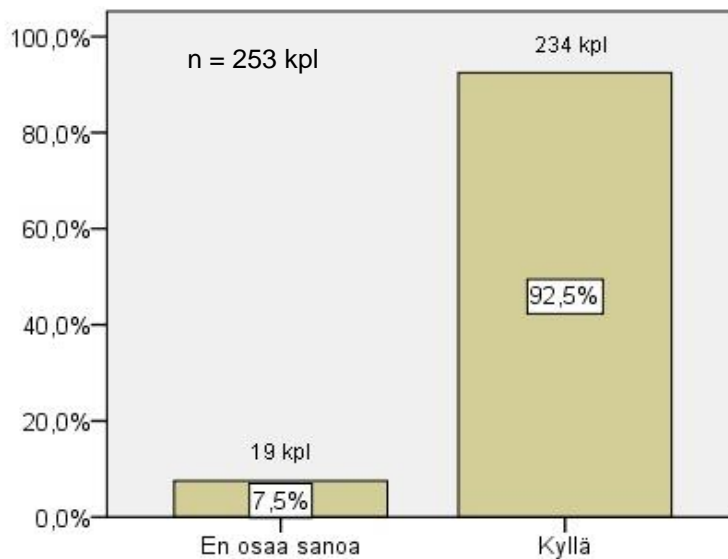
6.3.2 Kesäkissat

253 vastanneesta 77 prosenttia ilmoittaa tietävänsä tarkalleen, mitä tarkoitetaan kesäkissalla. 18 prosenttia tietää asiasta jonkin verran. 14 vastaajaa ei tiedä ollenkaan, mitä kesäkissa tarkoittaa (kuvio 8).



KUVIO 8. Kesäkissan tietäminen

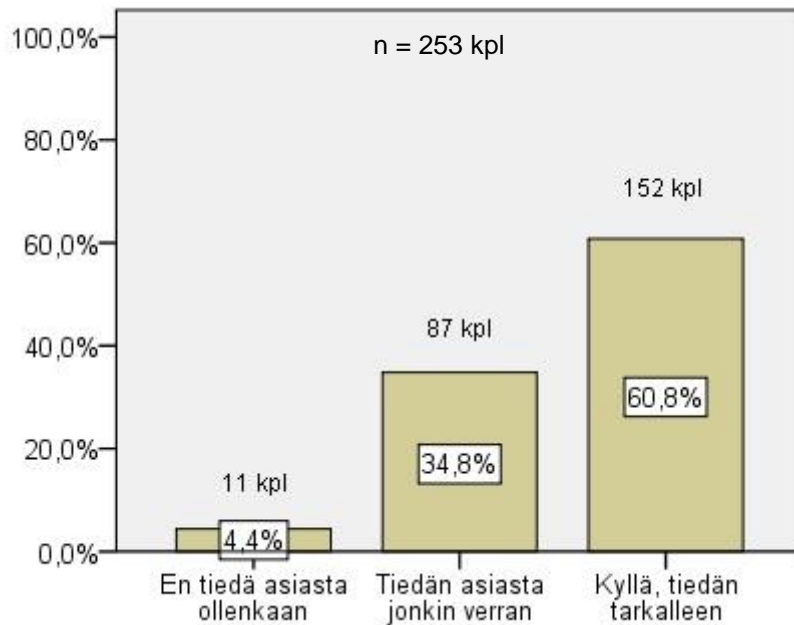
253 vastanneesta 93 prosenttia tietää, että kesäkissoja esiintyy Suomessa. 8 prosenttia ei osannut sanoa (kuvio 9).



KUVIO 9. Kesäkissat Suomessa

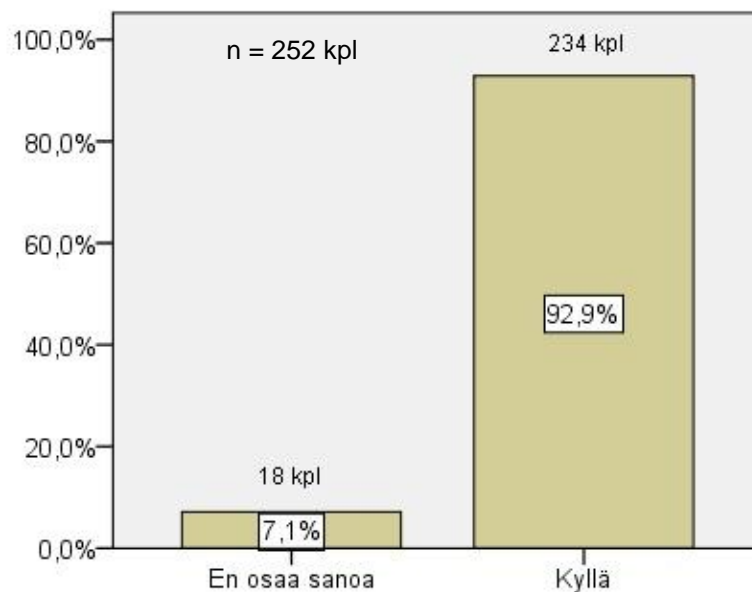
6.3.3 Citykanit

253 vastanneesta 61 prosenttia tietää, mitä ovat citykanit. 35 prosenttia arvioi tietävänsä asiasta jonkin verran. 4 prosenttia ei tiedä citykaneista ollenkaan (kuvio 10).



KUVIO 10. Citykanin tietäminen

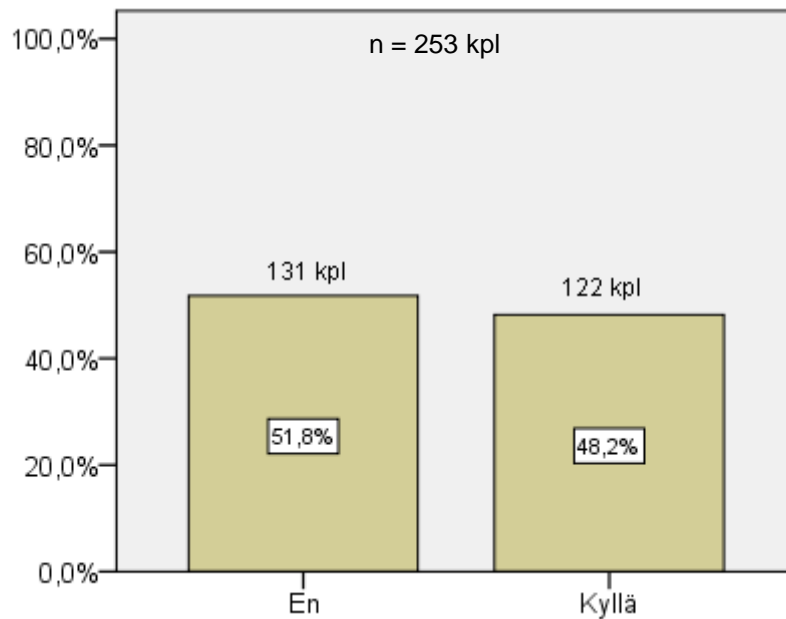
Suurin osa (93 %) vastanneista ilmoittaa tietävänsä, että citykaneja on Suomessa. 7 prosenttia ei osaa sanoa (kuvio 11).



KUVIO 11. Citykanit Suomessa

6.3.4 Yhteydenottaminen eläinsuojelurikoksista

Kyselylomakkeella oli lyhyt info, jossa kerrotaan, minkälaiset asiat määritellään eläinsuojelurikoksiksi. Vastaajista vain 48 prosenttia kertoi tietävänsä, minne voi ottaa yhteyttä, jos epäilee eläinsuojelurikosta (kuvio 12).



KUVIO 12. Yhteydenottotahon tietäminen

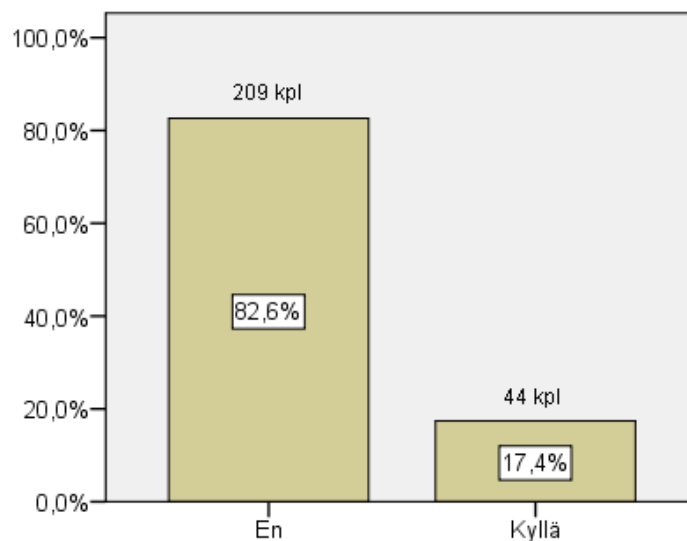
Tietäviä vastaajia pyydettiin lisäksi tarkentamaan, minne ottaisi yhteyttä tarpeen vaatiessa. Taulukossa 7 on kaikkien vastaajien antamat vastaukset, osa vastaajista eritteli useamman tahon minne olisi yhteydessä. Yli puolet vastaajista (57 %) ottaisi yhteyttä poliisiin.

TAULUKKO 7. Taho, mihin ottaisi yhteyttä

Jos kyllä, minne?	Vastausten lukumäärä	% vastanneista (n=122)
poliisiin	70	57%
eläinsuojeluyhdistykseen	41	34%
eläinsuojeluvalvojaan	14	11%
kunnan eläinlääkäriin	13	11%
eläinlääkäriin	9	7%
eläinsuojelu viranomaiseen	8	7%
kennelliittoon	7	6%
112:een	3	2%
terveystarkastajaan	2	2%
läänin eläinlääkäriin	2	2%
kunnan eläinsuojeluvalvojaan	2	1%
eläinsuojeluvaltuutettuun	1	1%
eläinsuojeluneuvojaan	1	1%
lehtiin	1	1%
toimisin itse	1	1%
rotukissayhdistykseen	1	1%
tarkistusviranomaiseen	1	1%
eläinsuojeluystäviin	1	1%
kaupungin eläinsuojelijaan	1	1%
Yhteensä	179	

17 prosenttia vastanneista on ottanut tai aikonut ottaa yhteyttä eläinsuojelurikoksesta. Suurin osa vastaajista, jotka olivat päätyneet ottamaan yhteyttä, kertoivat syyksi eläimen huonon kohtelun ja hoidon laiminlyönnin (kuvio 13).

Sen sijaan 83 prosenttia vastaajista ei ole koskaan ottanut tai aikonut ottaa yhteyttä eläinsuojelurikoksen vuoksi. Suurin osa mainitsee syyksi sen, ettei ole ollut tarvetta, koska ei tullut vastaan tilannetta, minkä vuoksi ottaa yhteyttä. Avoimesta palautteesta osa vastaajista myöntää, ettei ole varma eläinsuojelurikoksen ylittävistä rajasta tai ettei rikos ole ollut tarpeeksi vakava, että olisi ottanut sen vuoksi yhteyttä. Eräs vastaaja jopa kommentoi olevansa siinä käsityksessä, ettei yhteydenotosta ole hyötyä. 16 vastaajan, jotka eivät ole ottaneet yhteyttä tai ovat aikoneet ottaa yhteyttä mutta eivät kuitenkaan ottaneet, kommentit asiaan esitellään liitteessä 3.

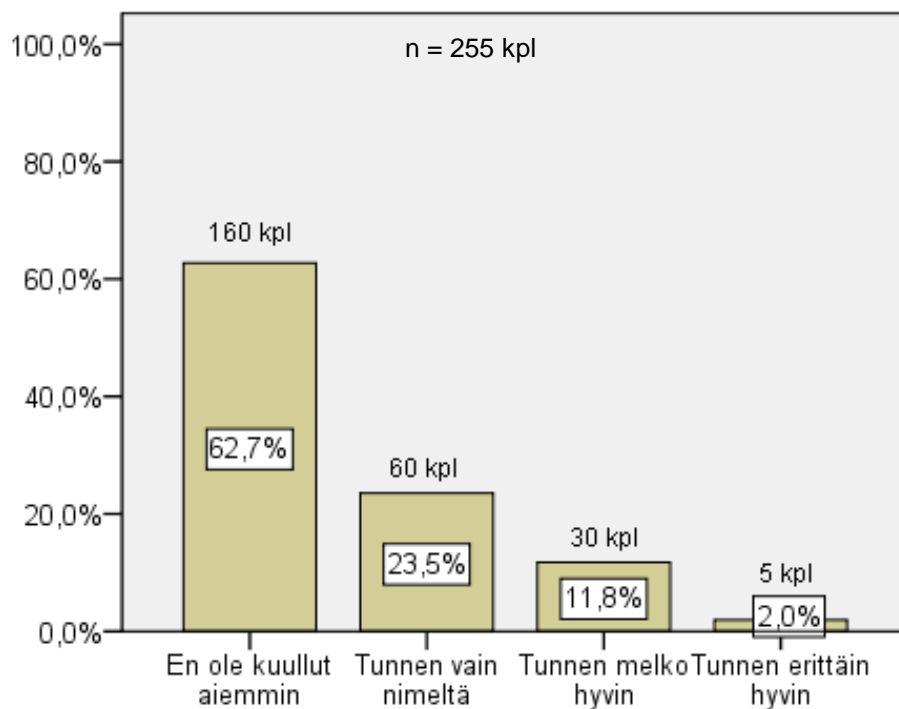


KUVIO 13. Yhteydenottaminen eläinsuojelurikoksen vuoksi

6.4 Pesu ry

6.4.1 Pesu ry:n tunnettuus

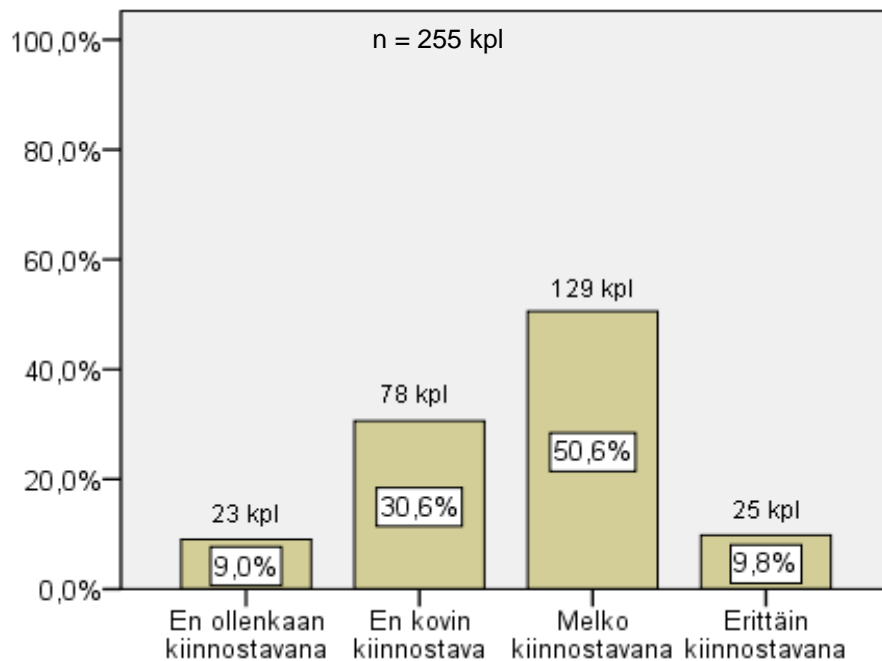
Aiemmin todettiin, että spontaanisti 18 prosenttia 256 vastaajasta osasi nimetä Pesu ry:n, kun heiltä kysyttiin, mitä eläinsuojeluyhdistyksiä he tuntevat. Myöhemmässä kohdassa kyselylomaketta vastaajilta kysyttiin suoraan, kuinka hyvin he tuntevat Pesu ry:n. Kysymykseen vastasi yhteensä 255 vastaajaa, joista kaksi prosenttia tuntee Pesu ry:n erittäin hyvin ja 12 prosenttia melko hyvin. Vastanneista 24 prosenttia tuntee yhdistyksen vain nimeltä. Reilusti yli puolet (63 %) ei ole kuullut aiemmin Pesu ry:stä (kuvio 14).



KUVIO 14. Pesu ry:n tunteminen

6.4.2 Pesu ry:n kiinnostavuus

Yli 60 prosenttia vastanneista pitää Pesu ry:tä kiinnostavana yhdistyksenä, melko kiinnostavana yhdistystä pitää 51 prosenttia ja erittäin kiinnostavana 10 prosenttia vastaajista. Sen sijaan 31 prosenttia vastaajista ei koe yhdistystä kovin kiinnostavana ja 9 prosenttia ei ollenkaan kiinnostavana (kuvio 15).



KUVIO 15. Pesu ry:n kiinnostavuus

Taulukosta 8 nähdään, että kaikki vastaajat, jotka tuntevat Pesu ry:n melko tai erittäin hyvin kokevat yhdistyksen melko tai erittäin kiinnostavana, yhtä vastaajaa lukuun ottamatta. Sen sijaan vastaajat, jotka eivät ole kuulleet Pesu ry:stä, eivät koe yhdistystä ollenkaan kiinnostavana, tuota yhtä vastaajaa lukuun ottamatta.

TAULUKKO 8. Tunnettuuden yhteys kiinnostavuuteen

		Kuinka hyvin tunnet Pesu ry:n?				Yhteensä
		En ole kuullut aiemmin	Tunnen vain nimeltä	Tunnen melko hyvin	Tunnen erittäin hyvin	
Kuinka kiinnostavana pidät Pesu ry:tä?	En ollenkaan kiinnostavana	22	–	1	–	23
		14%		3%		9%
	En kovin kiinnostava	68	10	–	–	78
		43%	17%			31%
	Melko kiinnostavana	68	41	17	3	129
		43%	68%	57%	60%	51%
	Erittäin kiinnostavana	2	9	12	2	25
		1%	15%	40%	40%	10%
Yhteensä		160	60	30	5	255
		100%	100%	100%	100%	100%

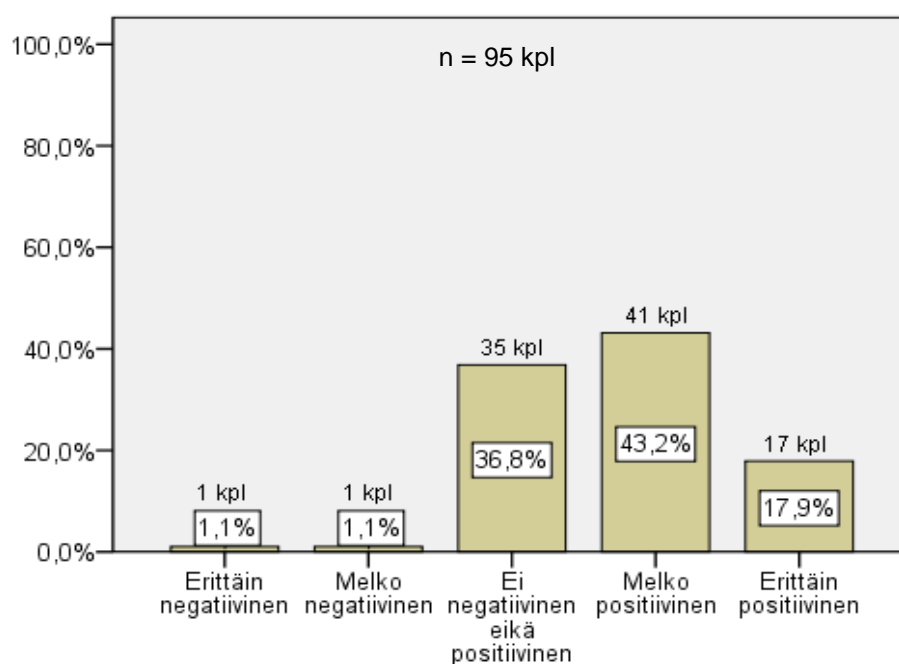
Taulukossa 9 tarkastellaan eläinsuojeluasioista kiinnostuneiden kiinnostusta Pesu ry:hyn. Taulukon perusteella näyttäisi, että eläinsuojeluasioista kiinnostuneista vastaajista suurin osa kokee Pesu ry:n melko tai erittäin kiinnostavana. Nähdään myös, että suurin osa vastaajista, jotka eivät ole kiinnostuneita eläinsuojeluasioista, eivät myöskään koe Pesu ry:tä kiinnostavana.

Taulukko 9. Eläinsuojeluasioiden kiinnostavuuden yhteys Pesu ry: kiinnostavuuteen

		Kuinka kiinnostunut olet eläinsuojeluasioista?				Yhteensä
		En ollenkaan kiinnostunut	En kovin kiinnostunut	Melko kiinnostunut	Erittäin kiinnostunut	
Kuinka kiinnostavana pidät Pesu ry:tä?	En ollenkaan kiinnostavana	8	11	2	2	23
		80%	14%	2%	4%	9%
	En kovin kiinnostava	2	48	27	1	78
		20%	61%	23%	2%	31%
	Melko kiinnostavana	–	20	84	25	129
			25%	70%	54%	51%
	Erittäin kiinnostavana	–	–	7	18	25
				6%	39%	10%
Yhteensä		10	79	120	46	255
		100%	100%	100%	100%	100%

6.4.3 Mielikuvat Pesu ry:stä

Vastaajia pyydettiin arvioimaan, millainen mielikuva heillä on Pesu ry:n toiminnasta. Kuviossa 16 esitetään niiden 95 vastaajan arviot, jotka tuntevat Pesu ry:n nimeltä, hyvin tai erittäin hyvin. Tämä siksi, että vastaajilla, jotka eivät tunne Pesu ry:tä, ei voi olla kunnollista mielikuvaa yhdistyksestä. Pesu ry:n tietävistä vastaajista yhteensä 61 prosentilla on melko (43 %) tai erittäin positiivinen (18 %) mielikuva Pesu ry:stä. Vain kahden vastaajan mielikuva on negatiivinen.



KUVIO 16. Millainen mielikuva sinulla on Pesu ry:n toiminnasta? Vastaajat, jotka tuntevat Pesu ry:n nimeltä, hyvin tai erittäin hyvin.

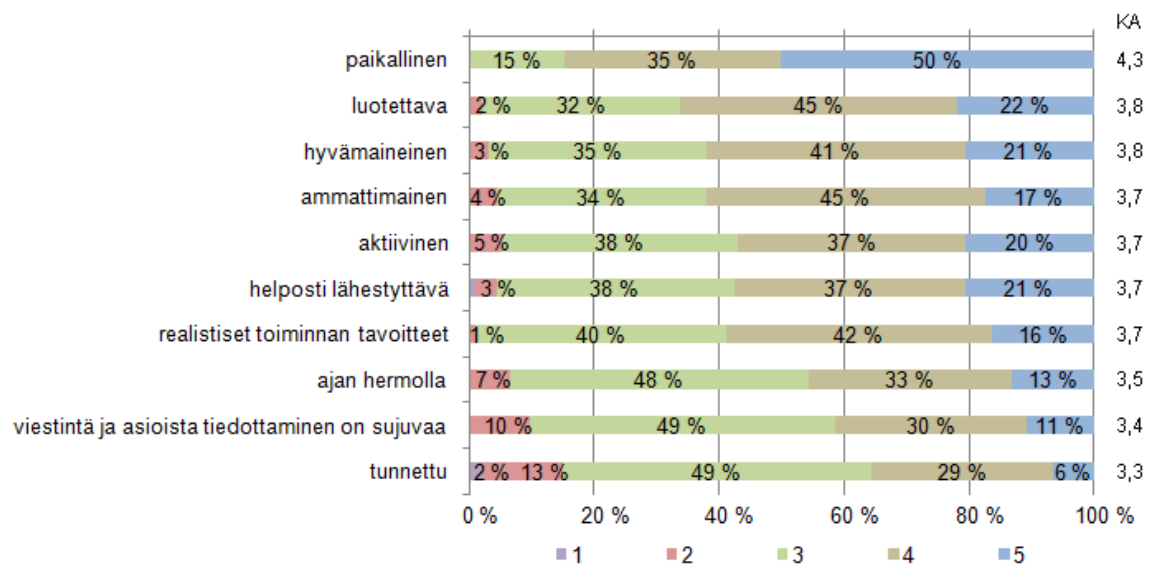
Taulukossa 10 nähdään tunnettuuden yhteys Pesu ry:n kiinnostavuuteen. Taulukossa on 250 vastaajan antamat vastaukset. Neljällä vastaajalla on melko tai erittäin negatiivinen mielikuva Pesu ry:n toiminnasta. Näistä neljästä vastaajasta kaksi ei ole kuitenkaan edes kuullut Pesu ry:stä aiemmin. Kuten aiemmin todettiin, on huomioitava taulukkoa tarkasteltaessa, että niillä vastaajilla, jotka eivät ole kuulleet Pesu ry:stä, ei voi myöskään olla todellista mielikuvaa yhdistyksestä tai sen toiminnasta.

TAULUKKO 10. Tunnettuuden yhteys mielikuvaan toiminnasta

		Kuinka hyvin tunnet Pesu ry:n?				Yhteensä
		En ole kuullut aiemmin	Tunnen vain nimeltä	Tunnen melko hyvin	Tunnen erittäin hyvin	
Millainen mielikuva sinulla on Pesu ry:n toiminnasta?	Erittäin negatiivinen	1	–	1	–	2
		1%		3%		1%
	Melko negatiivinen	1	1	–	–	2
		1%	2%			1%
	Ei positiivinen eikä negatiivinen	126	32	3	–	161
		81%	53%	10%		64%
	Melko positiivinen	25	24	16	1	66
		16%	40%	53%	20%	26%
	Erittäin positiivinen	2	3	10	4	19
		1%	5%	33%	80%	8%
Yhteensä		155	60	30	5	250
		100%	100%	100%	100%	100%

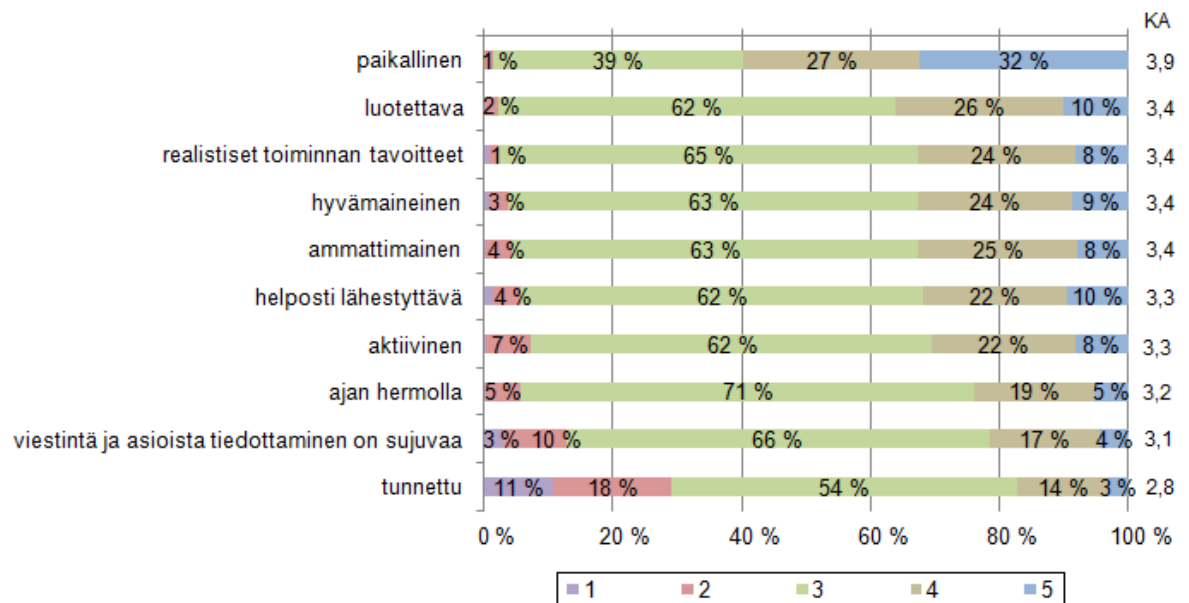
Vastaajia pyydettiin arvioimaan, kuinka hyvin esitetyt tekijät kuvaavat Pesu ry:tä asteikolla 1-5, josta 1 = ei kuvaa ollenkaan ... 5 = kuvaa erittäin hyvin. Kuviossa 17 tulokset esitetään prosenttijakaumina. Palkkien päihin on merkitty kunkin tekijän saama keskiarvo. Mitä korkeampi keskiarvo, sitä paremmin tekijä kuvaa Pesu ry:tä. Kuviossa on huomioitu vain niiden vastaajien arviot, jotka tuntevat Pesu ry:n nimeltä, hyvin tai erittäin hyvin. Heitä oli yhteensä 95. Kaikkien vastaajien antamia arvioita tarkastellaan kuviossa 18.

50 prosenttia vastaajista, jotka tuntevat Pesu ry:n nimeltä, hyvin tai erittäin hyvin, arvioivat yhdistystä parhaiten kuvaavaksi tekijäksi paikallisuuden. Paikallisuus sai asteikolla 1-5 arvosanaksi 4,3. Heikoiten Pesu ry:tä kuvaava tekijä vastaajien mielestä on tunnettuus, mikä sai arvosanaksi 3,3.



KUVIO 17. Pesu ry:tä parhaiten tekijät kuvaavat niiden vastaajien mielestä, jotka tuntevat Pesu ry:n nimeltä, hyvin tai erittäin hyvin. (Asteikko: 1 = ei kuvaa ollenkaan ... 5 = kuvaa erittäin hyvin)

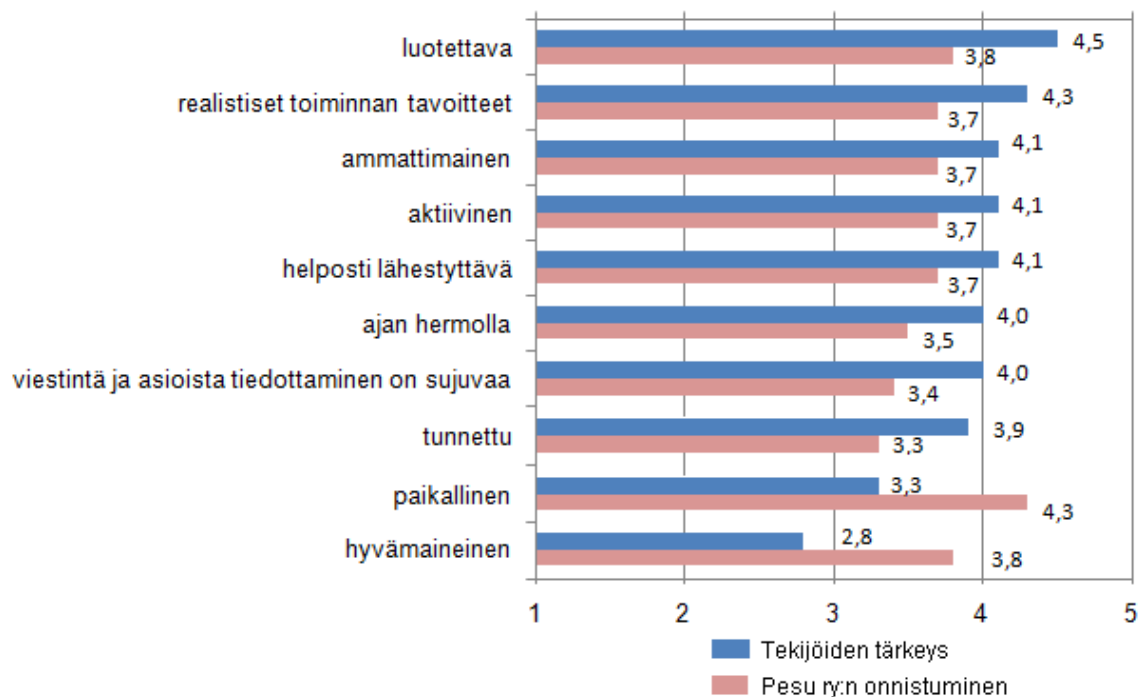
Kuviosta 18 nähdään kaikkien kysymykseen vastanneiden antamat arviot Pesu ry:tä kuvaavista tekijöistä. 32 prosenttia vastaajista kokee, että paikallisuus kuvaa Pesu ry:tä parhaiten. Paikallisuus sai asteikolla 1-5 arvosanaksi 3,9. Heikoiten kuvaavaksi tekijäksi arvioitiin tunnettuus, joka sai arvosanakseen 2,8. Kuviota 17 ja 18 vertailtaessa nähdään, että kaksi parhaiten ja kolme huonoiten kuvaava tekijää ovat samoja Pesu ry:n tuntevien ja kaikkien vastaajien välillä.



KUVIO 18. Kuinka hyvin seuraavat tekijät kuvaavat Pesu ry:tä? Kaikki vastaajat.
(Asteikko: 1 = ei kuvaa ollenkaan ... 5 = kuvaa erittäin hyvin)

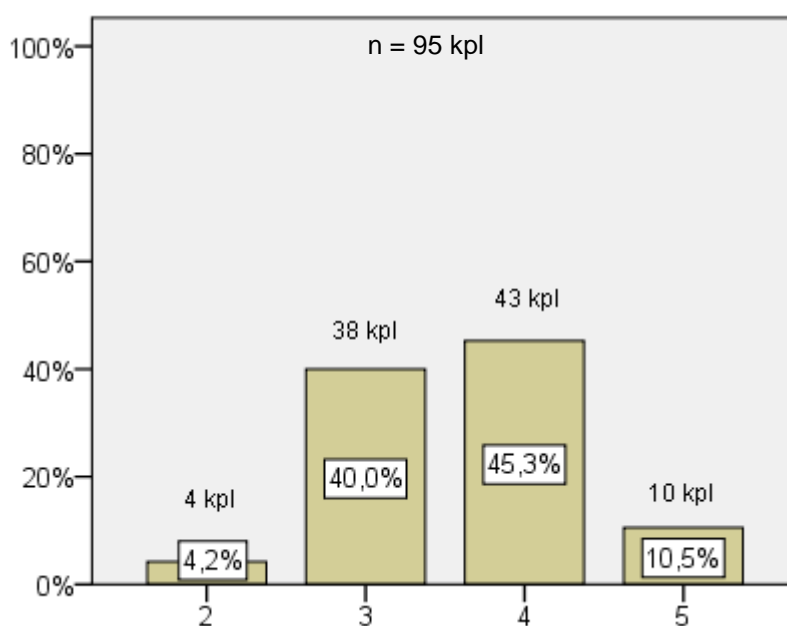
Kuviossa 19 on vertailtu, kuinka tärkeitä vastaajien mielestä alla esitetyt tekijät ovat eläinsuojelutoiminnassa ja kuinka hyvin ne kuvaavat Pesu ry:tä. Kuviossa on Pesu ry:tä arvioinneista vastaajista vain niiden vastaajien antamat arviot, jotka tuntevat Pesu ry:n nimeltä, hyvin tai erittäin hyvin.

Taulukosta nähdään, että vastaajat kokevat luotettavuuden tärkeimmäksi tekijäksi arvosanalla 4,5. Pesu ry sai arvosanaksi 3,8, joten parantamisen varaa on jonkin verran. Hyvämaineisuus oli vastaajille vähiten merkittävä tekijä. Pesu ry on kuitenkin onnistunut tekijässä paremmin kuin odotetaan.



KUVIO 19. Pesu ry:n onnistuminen tärkeiksi koetuissa tekijöissä

Vastaajia pyydettiin lisäksi arvioimaan kokonaismielikuvaansa Pesu ry:stä asteikolla 1-5, josta 1 = erittäin huono ... 5 = erittäin hyvä. Mitä korkeampi arvosana, sitä parempi mielikuva. Kuviossa 20 on vain niiden vastaajien arvioit, jotka tuntevat Pesu ry:n nimeltä, hyvin tai erittäin hyvin. 95 vastaajaa antoi Pesu ry:n kokonaismielikuvasta kokonaisarvosanaksi 3,6. Yli puolet (56 %) vastanneista antoivat kokonaismielikuvansa arvosanaksi neljä (45 %) tai viisi (11 %). Kukaan vastanneista ei antanut arvosanaksi ykköstä.



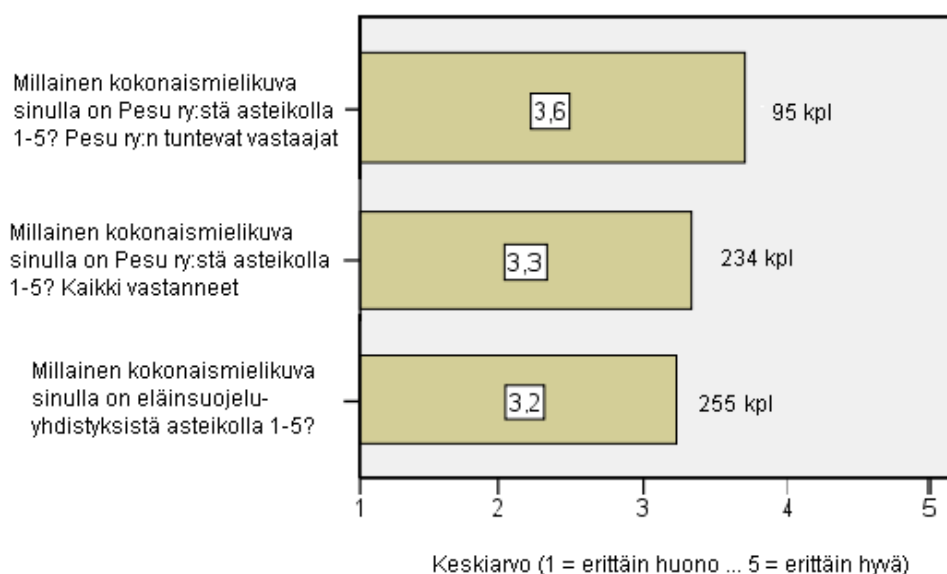
KUVIO 20. Millainen kokonaismielikuva sinulla on Pesu ry:stä asteikolla 1-5? Vastajat, jotka tuntevat Pesu ry:n nimeltä, hyvin tai erittäin hyvin.

Taulukossa 11 nähdään tunnettuuden yhteys Pesu ry:n kokonaismielikuvaan. Taulukossa on 234 vastaajan antamat vastaukset. Taulukosta nähdään, että vastaajat, jotka tuntevat Pesu ry:n erittäin hyvin, ovat antaneet arvosanaksi 4 tai 5. Arvosanan 1 on antanut vain kaksi vastaajaa, joista kumpikaan ei ole kuullut Pesu ry:stä aiemmin.

TAULUKKO 11. Tunnettuuden yhteys kokonaismielikuvaan

		Kuinka hyvin tunnet Pesu ry:n?				Yhteensä
		En ole kuullut aiemmin	Tunnen vain nimeltä	Tunnen melko hyvin	Tunnen erittäin hyvin	
Millainen kokonaismielikuva sinulla on Pesu ry:stä asteikolla 1-5? Asteikko: 1 = erittäin huono ... 5 = erittäin hyvä	1	2	–	–	–	2
		1%				1%
	2	7	3	1	–	11
		5%	5%	3%		5%
	3	118	36	2	–	156
		85%	60%	7%		67%
	4	11	19	21	3	54
		8%	32%	70%	60%	23%
	5	1	2	6	2	11
		1%	3%	20%	40%	5%
Yhteensä		139	60	30	5	234
		100%	100%	100%	100%	100%

Kuviossa 21 on vertailtu vastaajien kokonaismielikuvien keskiarvosanat Pesu ry:stä ja muista eläinsuojeluyhdistyksistä. Ylimpänä näkyvä palkkikuva kuvaa Pesu ry:n tuntevien vastaajien antamien arvosanojen keskiarvoa 3,6. Keskimäinen palkki kuvaa kaikkien vastaajien antamia arvosanojen keskiarvoa Pesu ry:stä (3,3). Alimmainen palkki taas kuvaa kaikkien vastaajien antamien arvosanojen keskiarvoa eläinsuojeluyhdistyksille (3,2). Vastaajat arvioivat kokonaismielikuvaansa asteikolla 1-5, josta 1 = erittäin huono ... 5 erittäin hyvä. Mitä korkeampi keskiarvo, sitä parempi kokonaismielikuva.



KUVIO 21. Vastaajien kokonaismielikuvat asteikolla 1-5. (Asteikko: 1 = erittäin huono ... 5= erittäin hyvä)

6.4.4 Pesu ry:n viestintä

Taulukosta 12 nähdään, mitä kautta vastaajat ovat saaneet tietoa Pesu ry:stä ja sen toiminnasta. Vastaajat saivat valita useamman vaihtoehdon. Pääasiassa vastanneet ovat saaneet tietoa internetin / sosiaalisen median kautta (18 %).

Yli puolet vastaajista (59 %) kuitenkin ilmoittaa, ettei ole saanut tietoa mistään. Vaihtoehdon ”muualta” valinneista vastaajista kolme tarkensi saaneensa tietoa tämän kyselyn kautta, yksi kertoi kuuluvansa toiseen SEY:n paikallisyhdistykseen ja yksi kertoi saaneensa Lielahden Barffi-kaupan myyjältä tietoa.

TAULUKKO 12. Tiedon saaminen Pesu ry:stä

Mitä kautta olet saanut tietoa Pesu ry:stä ja sen toiminnasta?	Vastausten lukumäärä	% vastanneista (n = 255)
en mistään	151	59%
internetissä / sosiaalisessa mediassa	45	18%
olen jo aikaisemmin tutustunut yhdistyksen internet-sivuihin	40	16%
ystävältä tai tuttavalta	36	14%
tutustuin edellisen sivun infossa mainittuun www.pesu.org -sivustoon	28	11%
esitteistä tai ilmoituksista	19	7%
lehti-ilmoituksista ja -artikkeleista	15	6%
muualta	5	2%
tapahtumissa	4	2%
Yhteensä	343	

Vastaajilta tiedusteltiin kolmea toimivinta keinoa tiedottaa Pesu ry:n toiminnasta. Taulukossa 13 on esitetty 243 vastaajan valitsemat toimivimmat tiedotuskeinot. Suurin osa (79 %) vastaajista arvioi internetin toimivimmaksi tavaksi tiedottaa yhdistyksen toiminnasta. Yhdeksän vastaajaa täsmensi tarkoittavansa internetillä erityisesti sosiaalisia medioita, kuten Facebookia, Twitteriä ja Google+:aa. Toiseksi toimivin keino on sanomalehdet ja kolmanneksi tapahtumat. Sopiviksi aikakauslehdiksi kaksi vastaajaa ehdotti Koiramme-lehteä.

TAULUKKO 13. Toimivimmat keinot tiedottaa Pesu ry:n toiminnasta

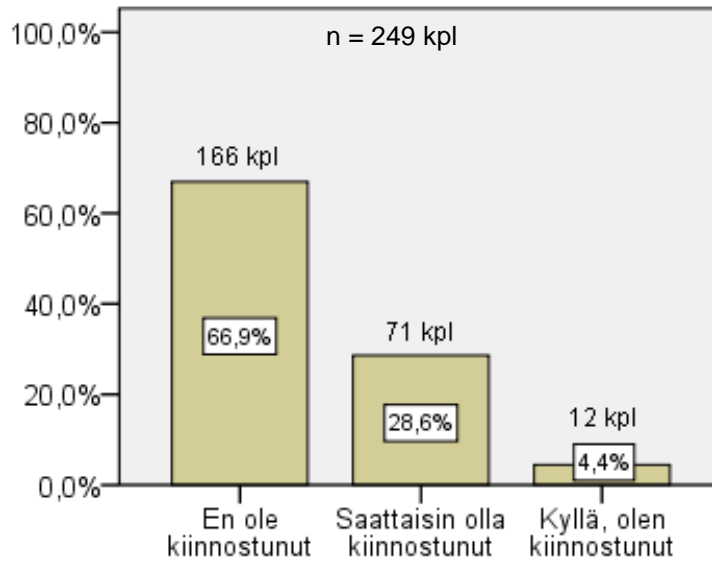
Kolme mielestäsi toimivinta keinoa tiedottaa Pesu ry:n toiminnasta?	Vastausten lukumäärä	% vastanneista (n = 243)
internet	191	79%
sanomalehdet	132	54%
tapahtumat	128	53%
esitteet ja ilmoitukset	94	39%
radiot	47	19%
televisio	44	18%
aikakauslehdet	22	9%
muu	8	3%
Yhteensä	666	

Vaihtoehdon ”muu” valinneet kahdeksan vastaajaa ehdottivat mielestään toimivimmiksi keinoiksi tiedottaa Pesu ry:n toiminnasta seuraavia vaihtoehtoja:

- puskaradio
- tempaukset
- mielenosoitukset
- messut
- nettikampanjat
- esitteiden viemisen eläinlääkäriin ja kouluihin
- henkilökohtaiset tapaamiset
- uutisluontoiset tutkimukset
- katumainonta

6.4.5 Kiinnostus vapaaehtoistyöhön ja yhteydenottopyynnöt

Kuviosta 22 nähdään, kuinka moni kyselyyn vastanneista on kiinnostunut Pesu ry:n vapaaehtoistoiminnasta. Vastajista yhteensä 33 prosenttia voisi olla (29 %) tai on kiinnostunut (4 %) vapaaehtoistoiminnasta. 67 prosenttia ei ole kiinnostunut vapaaehtoistoiminnasta.



KUVIO 22. Oletko kiinnostunut Pesu ry:n vapaaehtoistoiminnasta?

Kiinnostuneita pyydettiin lisäksi tarkentamaan, minkälaisesta vapaaehtoistoiminnasta voisi olla kiinnostunut. 83 kiinnostuneesta 79 vastaajaa eritteli tarkemmin, millainen toiminta kiinnostaisi: yli puolet (57 %) voisi olla kiinnostunut jäsenyydestä ja 47 prosenttia tilapäiskotina olemisesta. (taulukko 14).

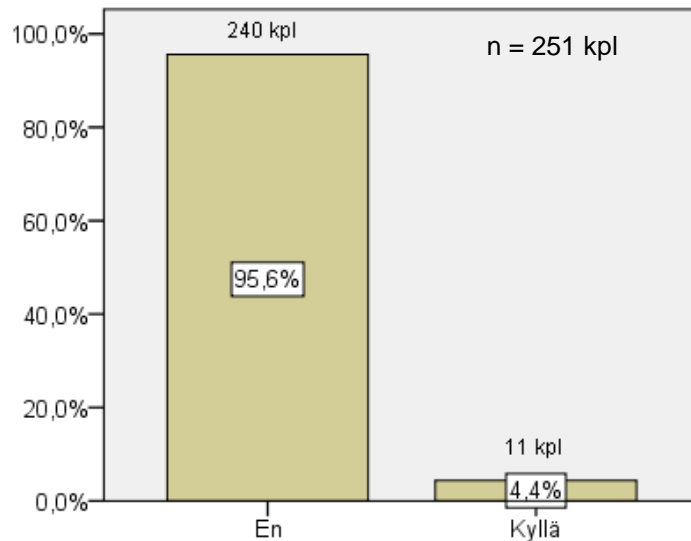
TAULUKKO 14. Pesu ry:n vapaaehtoistyö, josta voisi olla olet kiinnostunut

Jos olet kiinnostunut Pesu ry:n vapaaehtoistyöstä, mistä olet kiinnostunut?	Vastausten lukumäärä	% vastanneista (n = 79)
jäsenyydestä	45	57%
tilapäiskotina olemisesta	37	47%
lahjoituksen tekemisestä	28	35%
muusta	12	15%
hevoringistä	8	10%
Yhteensä	130	

Vaihtoehdon ”muusta” kiinnostuneita vastaajia oli 12. Heistä 9 tarkensi, mistä asioista olisi kiinnostunut. Alla on lista heidän kommentistaan asiaan:

- ”Joskus kun on aikaa, tapahtumissa olemisesta ja auttamisesta.”
- ”Kampanjoinnista, infomateriaalien tekemisestä.”
- ”Kodin etsimisestä hylätyille kotieläimille.”
- ”Käsiparina olemisesta, esim. koirien ulkoilutus.”
- ”Mahdollisesti tapahtumiin osallistumisesta esim.”
- ”Olisi kiva tietää minkälaista toimintaa ja mahdollisuuksia Pesulla on.”
pitää tutustua mahdollisuuksiin.”
- ”Tiedottamisesta.”
- ”Vapaaehtoistyöstä.”
- ”Voisin esimerkiksi auttaa eläinten hoidossa tai käydä niitä lenkkeilytämässä/leikittämässä silloin tällöin.”

Vastaajilta kysyttiin, haluaisivatko he, että Pesu ry ottaisi heihin yhteyttä ja antaisi lisätietoa toiminnastaan. 11 vastaajaa toivoo yhteydenottoa ja lisätietoa Pesu ry:n toiminnasta (kuvio 23). Heidän yhteystietonsa ja kiinnostuksen kohteensa toimitettiin suoraan Pesu ry:lle.



KUVIO 23. Yhteydenottopyynnöt

Vastaajia pyydettiin lopuksi antamaan kehitysideoita ja muuta palautetta Pesu ry:lle. Vastauksia saatiin 26 kappaletta. Eniten esille tulevat kommentit koskevat Pesu ry:n näkyvyyttä. Vastaajat toivovat näkyvämpää mainontaa ja toiminnasta tiedottamista. Kaikki kommentit sellaisinaan ovat luettavissa liitteestä 4.

JOHTOPÄÄTÖKSET

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry:n sekä muiden eläinsuojeluyhdistysten tunnettuutta. Lisäksi selvitettiin vastaajien tietämystä eläinsuojelurikoksiin liittyvistä asioista sekä yhdistyksistä syntyneitä mielikuvia. Tavoitteena oli tuottaa tietoa, jonka avulla Pesu ry voisi kehittää toimintaansa.

Koska kyselyyn vastaajina olivat vain Tampereen ammattikorkeakoulun opiskelijat, ei tutkimustuloksia voida yleistää koskemaan kaikkia pirkanmaalaisia korkeakouluopiskelijoita. Toimivampi otos olisi ollut, jos kyselyyn olisi osallistunut myös toisien korkeakoulujen opiskelijoita. Tällöin tutkimuksen tulokset olisi mahdollisesti voitu yleistää koskemaan kaikkia Pirkanmaalla asuvia korkeakouluopiskelijoita. Vastaajien suurempi määrä olisi myös lisännyt tutkimuksen luotettavuutta, sillä vastausprosentiksi saatiin 10. On siis hyvin mahdollista, että tulokset ovat vinoutuneita ja todellisuudessa eläinsuojeluasioista tietäviä on vähemmän kuin tutkimus antaa olettaa.

Tutkimuksesta selvisi, että 256 vastaajasta 82 prosenttia osasi mainita nimeltä yhden tai useamman eläinsuojeluyhdistyksen. Eläinsuojeluyhdistysten toimialaa vaikuttaisi hallitsevan Eläinsuojeluliitto Animalia ry, sillä se sai eniten mainintoja spontaanissa tunnettuudessa. Animalia on ilmeisesti onnistunut viestimään toiminnastaan näkyvästi ja herättänyt keskustelua kampanjoillaan ja sillä tavoin jäänyt ihmisten mieliin.

Pesu ry:n osasi spontaanisti mainita 18 prosenttia vastanneista. Kun vastaajilta kysyttiin suoraan tuntevatko he Pesu ry:tä, vain 37 prosenttia vastanneista tuntee yhdistyksen nimeltä, hyvin tai erittäin hyvin. Yli puolet (63 %) vastaajista eivät olleet kuulleet Pesu ry:stä aiemmin. Lisäksi vastaajat arvioivat Pesu ry:n olevan melko tuntematon. On kuitenkin huomioitava, ettei tutkimuksessa selviä, kuinka kauan vastaaja on asunut Pirkanmaalla. Koska Pesu ry on nimenomaan Pirkanmaalla toimiva paikallisyhdistys, ei toiselta paikkakunnalta muuttaja välttämättä ole ehtinyt huomata Pesu ry:n

ilmoituksia. Tämä seikka olisi pitänyt huomioida tutkimuslomaketta suunniteltaessa. Toisaalta avoimessa palautteessa käy ilmi, että eräs koko ikänsä Tampereella asunut kuuli Pesu ry:stä ensimmäistä kertaa vasta tämän tutkimuksen kautta. Sen perusteella viestintä ei ole tavoittanut kaikkia. Pesu ry:n kannattaa panostaa tunnettuutensa kehittämiseen. Myös viestintäkeinoja ja -paikkoja on syytä myös harkita uudelleen tai lisätä niitä. Tunnettouden ja näkyvyyden lisääminen vaikuttaa kuitenkin kiinnostukseen. Kiinnostus taas vaikuttaa halukkuuteen osallistua toimintaan. Tällä hetkellä vain kymmenisen vastaajaa on kiinnostuneita osallistumaan Pesu ry:n toimintaan.

Lisäksi selvitettiin, kuinka hyvin vastaajat tuntevat eläinsuojeluyhdistysten tehtäviä. Kymmenestä oikeasta vaihtoehdosta vastaajat tunnistivat keskimäärin kuusi tehtävää. Parhaiten tunnettu eläinsuojeluyhdistysten tehtävä on tuotantoeläinten hyvinvoinnin edistäminen, jonka 73 prosenttia vastaajista tunnisti yhdeksi tehtäväksi. Heikoiten vastaajien keskuudessa tunnettu tehtävä on luonnonvaraisten eläinten hyvinvoinnin edistäminen, jonka vain reilut puolet (58 %) vastaajista osasi mainita yhdeksi eläinsuojeluyhdistysten tehtäväksi. Pesu ry voisi siis viestinnässään tuoda enemmän esille toimintansa osa-alueita, sillä vastaajille tuntuu olevan epäselvää, mitä kaikkea eläinsuojeluyhdistykset tekevät.

Eläinsuojelurikoksiin liittyvissä kysymyksissä oli havaittavissa jonkin verran epävarmuutta. Suurin osa vastaajista kuitenkin arvioi tietävänsä, mitä tarkoitetaan kesäkissoilla, citykaneilla ja pentutehtailulla. Suurin osa myös tiesi, että näitä asioita esiintyy Suomessa. Huolestuttava seikka, mikä tutkimuksesta selvisi on, että melkein puolet (48 %) vastaajista ei tiedä, minne olla yhteydessä, jos epäilee eläinsuojelurikosta. Syy tähän voi tosin olla siinä, että osa vastaajista ei ole koskaan joutunut tilanteeseen, missä olisi joutunut miettimään asiaa. Tutkimuksesta lisäksi selviää, että suurin osa (83 %) vastaajista ei ole koskaan ottanut yhteyttä mihinkään tahoon eläinsuojelurikoksesta. Ei kuitenkaan voida vetää johtopäätöstä, että vastaajat eivät olisi ottaneet yhteyttä, koska eivät tiedä tahoja kehen olla yhteydessä. Sen sijaan voidaan pohtia, että onko osa vastaajista jättänyt ottamatta yhteyttä,

koska ei tiedä milloin eläinsuojelurikoksen raja ylittyy. Muutamat vastaajat nimittäin kommentoivat, että tuo raja on hieman epäselvä. Pesu ry voisi mahdollisissa tulevilla tiedotteissaan tai tapahtumissa kertoa, millaisissa tapauksissa on syytä ottaa yhteyttä ja minne yhteyttä otetaan.

Pesu ry:n tuntevien vastaajien keskuudessa mielikuvat yhdistyksestä ovat positiivisia. Vastaajat myös arvioivat Pesu ry:tä parhaiten kuvaaviksi tekijöiksi paikallisuuden, luotettavuuden ja hyvämaineisuuden. Pesu ry:llä on toiminnassaan kuitenkin vielä hieman parantamisen varaa, sillä vastaajat kokevat eläinsuojeluyhdistysten tärkeimmiksi toiminnan tekijöiksi luotettavuuden, realistiset toiminnan tavoitteet ja tunnettuuden. Odotukset eivät siis täysin vastaa Pesu ry:n nykyistä tilannetta.

LÄHTEET

Andreasen, A. R. & Kotler, P. 2003. Strategic Marketing for Nonprofit Organizations.

Anttila, P. 2006. Tutkiva toiminta ja ilmaisu, teos, tekeminen. Hamina: Akatiimi Oy.

Aula, P. & Heinonen, J. 2002. Maine menestystekijänä. Porvoo: WS Bookwell Oy.

Eduix Oy. 2011. [viitattu 6.8.2011] Saatavissa: <https://e-lomake.fi/web/>

Eläinsuojelulaki (247/1996). Finlex. [viitattu 27.4.2011]. Saatavissa: <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1996/19960247>

Eläinsuojeluliitto Animalia ry. 2011. [viitattu 29.8.2011] Saatavissa: <http://www.animalia.fi/>

Eurogroup for Animals. 2011. [viitattu 21.9.2011] Saatavissa: <http://eurogroupforanimals.org/>

Fletcher, A., Guthrie, J., Steane, P., Roos, G. & Pike, S. 2003. Mapping Stakeholder Perceptions for a Third Sector Organization.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima Oy.

Heinonen, J. 2006. Mainejohtaja. Helsinki: WS Bookwell Oy.

Helsingin kaupunki, Rakennusvirasto. Villikanit Helsingissä. 2011. [viitattu 29.8.2011] Saatavissa: <https://www.hkr.hel.fi/villikanit>

Isohookana, H. 2007. Yrityksen markkinointiviestintä. Juva: WS Bookwell Oy.

Karvonen, E. 1999. Elämää mielikuvayhteiskunnassa, Imago ja maine menestystekijöinä myöhäismodernissa maailmassa. Tampere: Tammer-paino.

Laakso, H. 2003. Brandit kilpailuetuna. Jyväskylä: Talentum Media Oy.

Lumiaro, R. 2009. Kani - onni vai onnettomuus? Ympäristö-lehti. [viitattu 29.8.2011] Saatavissa: <http://www.environment.fi/default.asp?contentid=332876&lan=fi&clan=fi#a5>

Malmelin, N. & Hakala, J. 2007. Radikaali brändi. Helsinki: Talentum.

Nieminen, R. 2006. Kesäkissa hylätään nykyään keväällä. Turun Sanomat. [viitattu 29.8.2011] Saatavissa: <http://kissatkiinni.viuhka.fi/kesakissat.htm>

Nonprofit palvelut Oy. 2011. [viitattu 16.9.2011] Saatavissa: <http://www.nonprofit.fi/>

Pajari, K. 2008. Helsingin eläinsuojeluyhdistys tuomitsee citykanien metsästyksen. Pääkaupunkiseudun uutiset. [viitattu 29.8.2011] Saatavissa: http://omakaupunki.hs.fi/paakaupunkiseutu/uutiset/helsingin_eläinsuojeluyhdistys_tuomitsee_citykanien/

People for the Ethical Treatment of Animals PETA. [viitattu 22.9.2011] Saatavissa: <http://www.peta.org/>

Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistys Pesu ry. 2011. [viitattu 20.4.2011] Saatavissa: <http://www.Pesu.org/>

Rasi, Lepola, Muhli & Kanninen. 2007. SPSS 15 for Windows Perusteet. Oulun yliopistopaino.

Rope, T. 2000. Suuri markkinointikirja. Helsinki: Kauppakaari Oyj.

Rope, T. & Mether, J. 1987. Mielikuvamarkkinointi. Helsinki: Weilin+Göös.

Rope, T. & Mether, J. 2001. Tavoitteena menestysbrandi - onnistu mielikuvamarkkinoilla. Porvoo: WS Bookwell Oy.

SEY Suomen Eläinsuojeluyhdistysten liitto ry. 2011. [viitattu 20.4.2011] Saatavissa: <http://www.sey.fi>

Sipilä, J. 1999. Asiantuntijapalvelujen markkinointi. Porvoo: Weilin+Göös.

Slim, H. 2002. By What Authority? The Legitimacy and Accountability of Non-governmental Organisations. [viitattu 5.9.2011] Saatavissa: <http://www.jha.ac/articles/a082.htm>

Streng, J. 1999. Eläinsuojelu ja rikosoikeus. Helsinki: Yliopistopaino.

Tengvall, H. 1993. Eläinten puolesta: eläinten ystävän käsikirja. Juva: WSOY.

Vilka, L. 1998. Oikeutta luonnolla. Ympäristöfilosofia, eläin ja yhteiskunta. Helsinki: Yliopistopaino.

Vos, M. & Schoemaker, H. 2006. Monitoring public perception of organisations.

Vuokko, P. 2010. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. WSOYpro Oy.

WSPA the World Society for the Protection of Animals. 2011. [viitattu: 21.9.2011] Saatavissa: <http://www.wspa-international.org/>

LIITTEET

LOMAKE

LIITE 1:3

Mielikuva- ja tunnettuustutkimus 2011

1. Sukupuolesi

 nainen mies

2. Ikäsi

3. Kuinka kiinnostunut olet eläinsuojeluasioista?

 erittäin kiinnostunut en kovin kiinnostunut melko kiinnostunut en ollenkaan kiinnostunut

4. Kuulutko johonkin eläinsuojeluyhdistykseen?

 kyllä en

Jos kyllä, mihin yhdistykseen kuulut? Miksi juuri siihen yhdistykseen?

5. Mitä eläinsuojeluyhdistyksiä tunnet nimeltä?

6. Mitä eläinsuojeluyhdistykset mielestäsi tekevät? Voit valita useamman vaihtoehdon.

 edistävät kotieläinten hyvinvointia järjestävät eläinsuojelullisia tilaisuuksia ja koulutuksia edistävät tuotantoeläinten hyvinvointia neuvovat eläinsuojeluun ja eläinten hyvinvointiin liittyvissä asioissa edistävät luonnonvaraisten eläinten hyvinvointia vaikuttavat eläinsuojeluun liittyviin laki- ja säädösehdotuksiin edistävät koe-eläinten hyvinvointia edistävät turkiseläinten hyvinvointia etsivät koteja kodittomille lemmikeille

7. Mikä on mielestäsi eläinsuojeluyhdistysten tärkein tehtävä?

8. Arvioi kuinka tärkeinä pidät se uraavia tekijöitä eläinsuojeluyhdistyksien toiminnassa?

Asteikko: 1 = ei merkitystä ... 5 = erittäin tärkeä

1-5

1. hyvämaineinen

—

2. paikallinen

—

3. tunnettu

—

4. ajan hermolla

—

5. realistiset toiminnan tavoitteet

—

6. ammattimainen

—

7. luotettava

—

8. aktiivinen

—

9. helposti lähestyttävä

—

10. viestintä- ja asioista tiedottaminen on sujuvaa

—

9. Millainen kokonaismielikuva sinulla on eläinsuojeluyhdistyksistä asteikolla 1-5?

Asteikko: 1 = erittäin huono ... 5 = erittäin hyvä

10. Millaisella tasolla arvioit eläinsuojeluyhdistysten arvostuksen olevan?

 erittäin hyvällä melko huonolla melko hyvällä erittäin huonolla kohtalaisella

11. Eläinsuojelutyötä tehdään vapaaehtoistyönä ja lahjoitusvaroin. Tulisiko mielestäsi jonkin seuraavista tahoista osallistua eläinsuojelutyöstä aiheutuvien kulujen hoitamiseen? Voi valita useamman vaihtoehdon.

- kunnat yksityiset ihmiset
 kaupungit jokin muu taho, mikä? _____
 yritykset

**12. A. Tiedätkö, mitä seuraavat asiat tarkoittavat?
 B. Onko näitä asioita Suomessa?**

	A.			B.		
	kyllä, tiedän tarkalleen	tiedän asiasta jonkin verran	en tiedä asiasta ollenkaan	kyllä	ei	en osaa sanoa
1. pentutehtailu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. kesäkissat	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. citykanit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

INFO: Eläinsuojelurikoksia ovat muun muassa eläimen pahoinkiteleminen, hoidon laiminlyöminen ja taloudellisen hyödyn tavoitteleminen (pentutehtailu).

13. Jos epäilet eläinsuojelurikosta, tiedätkö minne voit ottaa yhteyttä avun saamiseksi?

- kyllä, minne: _____ en

14. Oletko koskaan ottanut/aikonut ottaa yhteyttä jonnekin eläinsuojelurikoksen vuoksi?

- kyllä, miksi: _____ en, miksi et: _____

15. Tämä tutkimus toteutetaan Pirkanmaan eläinsuojeluyhdistyksen toimeksiannosta. Kuinka hyvin tunnet Pesu ry:n?

- tunnen erittäin hyvin tunnen vain nimestä
 tunnen melko hyvin en ole kuullut aiemmin

INFO: Pesu ry neuvoo eläinsuojeluun ja eläinten hyvinvointiin liittyvissä asioissa. Yhdistys hoitaa kodittomia lemmikkieläimiä ja etsii niille uusia koteja sekä hankkii varoja eläinten auttamiseen. Pesu ry on Suomen eläinsuojeluyhdistyksen paikallisyhdistys Pirkanmaalla. www.pesu.org

16. Kuinka kiinnostavana pidät Pesu ry:tä?

- erittäin kiinnostavana en kovin kiinnostavana
 melko kiinnostavana en ollenkaan kiinnostavana

17. Millainen mielikuva sinulla on Pesu ry:n toiminnasta?

- erittäin positiivinen melko negatiivinen
 melko positiivinen erittäin negatiivinen
 ei positiivinen eikä negatiivinen

18. Kuinka hyvin seuraavat tekijät kuvaavat Pesu ry:tä?

Asteikko: 1 = ei kuvaa ollenkaan ... 5 = kuvaa erittäin hyvin

	1-5
1. hyvämaineinen	___
2. paikallinen	___
3. tunnettu	___
4. ajan hermolla	___
5. realistiset toiminnan tavoitteet	___
6. ammattimainen	___
7. luotettava	___
8. aktiivinen	___
9. helposti lähestyttävä	___
10. viestintä ja asioista tiedottaminen on sujuvaa	___

19. Millainen kokonaismielikuva sinulla on Pesu ry:stä asteikolla 1-5?

Asteikko: 1 = erittäin huono ... 5 = erittäin hyvä

20. Mitä kautta olet saanut tietoa Pesu ry:stä ja sen toiminnasta? Voit valita useamman vaihtoehdon.

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> olen jo aikaisemmin tutustunut yhdistyksen internet-sivuihin | <input type="checkbox"/> esitteistä tai ilmoituksista |
| <input type="checkbox"/> tutustuin infossa mainittuun internet-sivustoon | <input type="checkbox"/> internetissä/sosiaalisessa mediassa |
| <input type="checkbox"/> ystävältä tai tuttavalta | <input type="checkbox"/> lehti-ilmoituksista ja -artikkeleista |
| <input type="checkbox"/> tapahtumissa | <input type="checkbox"/> muualta, mistä? _____ |
| | <input type="checkbox"/> en mistään |

21. Valitse seuraavista kolme mielestäsi parasta keinoa tiedottaa Pesu ry:n toiminnasta.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> sanomalehdet | <input type="checkbox"/> televisio |
| <input type="checkbox"/> aikakauslehdet | <input type="checkbox"/> tapahtumat |
| <input type="checkbox"/> radiot | <input type="checkbox"/> internet |
| <input type="checkbox"/> esitteet ja ilmoitukset | <input type="checkbox"/> muu, mikä? _____ |

22. Oletko kiinnostunut Pesu ry:n vapaaehtoistoiminnasta?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> kyllä, olen kiinnostunut | <input type="checkbox"/> en ole kiinnostunut |
| <input type="checkbox"/> kyllä, saattaisin olla kiinnostunut | |

Jos kyllä, mistä olet kiinnostunut?

- | |
|--|
| <input type="checkbox"/> jäsenyydestä |
| <input type="checkbox"/> tilapäiskotina olemisesta |
| <input type="checkbox"/> hevosringistä |
| <input type="checkbox"/> lahjoituksen tekemisestä |
| <input type="checkbox"/> muusta, mistä? _____ |

23. Onko sinulla palautetta tai kehitysehdotuksia Pesu ry:lle?

24. Toivotko, että Pesu ry ottaisi sinuun yhteyttä ja antaisi lisätietoja toiminnastaan?

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------|
| <input type="checkbox"/> kyllä | <input type="checkbox"/> en |
|--------------------------------|-----------------------------|

Jos kyllä, mihin asiaan liityen haluat lisätietoja? _____

Sähköpostiosoite: _____

KIITOS VASTAUKSESTA SI!

ELÄINSUOJELUYHDISTYSTEN TÄRKEIN TEHTÄVÄ?

LIITE 2: 1 (9)

- 1.Lopettaa turkistarhaus Suomessa. 2.Edistää lemmikkieläinten hyvinvointia.
- Ajaa eläinten asioita
- ajaa eläinten oikeuksia
- Aluksi voisivat alkaa liikkumaan metsissä säännöllisesti. Karhujen ja Susien elin alueille tutkimaan paljon kyseiset eläimet tuottavat pelkoa lapsissa ja lasten vanhemmissa. Sitten tutkimaan mitä rauhoitetut eläimet kuten haukat aiheuttavat haittaa rauhoittamattomien eläinten parissa. Tutkia miten Joutsenen rauhoittaminen on vaikuttanut sorsalintujen monimuotoisuuteen suomenvesissä.
- Auttaa hädänalaisia eläimiä.
- Auttaa kodittomia eläimiä, kerätä rahaa eläinsuojelutyöhön, auttaa loukkaantuneita eläimiä, vaikuttaa lainsäädäntöön tekemällä eläinsuojelun näkökulman tutuksi myös päättäjille.
- Auttaa ongelmassa eläinten kanssa.
- Edesauttaa eläinten hyvää kohtelua jakamalla tietoa ihmisille ja olemalla näkyvä osa yhteisössä.
- Edesauttaa että eläinsuojelulakia noudatetaan ja eläintenoikeuksia ei loukata.
- edistävät luonnonvaraisten eläinten hyvinvointia
- Edistävät luonnonvaraisten eläinten hyvinvointia.
- edistävät tuotantoeläinten hyvinvointia
- edistää eläinten hyvinvointia
- edistää eläinten hyvinvointia
- Edistää eläinten hyvinvointia
- Edistää eläinten hyvinvointia
- Edistää eläinten hyvinvointia
- Edistää eläinten hyvinvointia
- edistää eläinten hyvinvointia ja auttaa ihmisiä ymmärtämään, että ne ovat eläimiä, eivät esineitä
- Edistää eläinten hyvinvointia.
- Edistää eläinten hyvinvointia.

- Edistää ihmisen tietoutta eläinten oikeasta kohtelusta, sekä oikealla tavalla edesauttaa eläinten hyvinvointia.
- Edistää ja neuvoa eläinten hyvinvoinnissa
- Edistää kaikenlaisten eläinten hyvinvointia riippuen yhdistyksen fokuksesta, sekä informaation anto tähän liittyen.
- Edistää kaikkien eläinten hyvinvointia ihmisten ikeen alla.
- Edistää kaikkien eläinten hyvinvointia ja huolehtia eläinten 'oikeuksista'
- Edistää kaikkien eläinten hyvinvointia ja puuttu epäkohtiin sekä tuoda niitä julki
- edistää kaikkien eläinten hyvinvointia.
- edistää luonnonvaraisten eläinten hyvinvointia
- edistää luonnonvaraisten eläinten hyvinvointia
- Edistää luonnonvaraisten eläinten hyvinvointia
- Edistää luonnonvaraisten eläinten hyvinvointia.
- Edistää sekä tuotanto- että lemmikkieläinten hyvinvointia
- edistää tuotantoeläinten hyvinvointia
- edistää tuotantoeläinten hyvinvointia
- edistää tuotantoeläinten hyvinvointia
- Edistää tuotantoeläinten hyvinvointia
- Edistää tuotantoeläinten oloja ja hyvinvointia, koska niissä on vakavimmat ongelmat jotka koskettavat määrällisesti valtavaa määrää eläimiä. Kakkosena kissojen leikkauttamisesta tiedottaminen kun karvapallerot satuvat olemaan lähellä sydäntä ja se kissamummo-keissi otti päähän tässä vähän aikaa sitten.
- Ehkäistä sukupuutto
- Ei ainakaan päästää kettuja kuolemaan kitumalla luontoon tai minkkejä tuhoamaan linnustoa ja pikkueläimiä. Tämä taidetaan liittää evr toimintaan, mutta mielikuva liittää ne helposti yhteen kaikkien kettutyttöjen kanssa. Päinvastoin es ry:n pitäisi valistaa.
- Eläimen parhaan edun ajattelu
- Eläinsuojeluyhdistysten tärkein tehtävä Pitäisi olla huolehtia lemmikki- ja tuotantoeläinten yleisestä hyvinvoinnista ja terveydestä laillisin ja rehellisin keinoin sekä maalaisjärkeä käyttäen.
- Eläinten huonon kohtelun estäminen

- eläinten hyvinvoinnin edistäminen
- Eläinten hyvinvoinnin edistäminen
- eläinten hyvinvoinnin edistäminen, tarkastukset ja valvonta
- Eläinten hyvinvoinnin parantaminen
- Eläinten hyvinvoinnin turvaaminen.
- eläinten hyvinvointi, eläinrääkkäykseen puuttuminen.
- Eläinten hyvän ja arvokkaan kohtelun puolesta tehtävä työ
- Eläinten kaikkinaisen hyvinvoinnin turvaaminen.
- Eläinten kärsimysten vähentäminen
- Eläinten oikeuksien ajaminen, eläinrääkkäyksen ehkäisy ja epäkohtien julkituominen.
- Eläinten oikeuksien turvaaminen lainsäädännössä.
- Eläinten oikeuksien ylläpitäminen
- Eläinten suojelu kärsimykseltä
- Eläinten suojelu: saada ihmiset näkemään eläimien arvo ja merkitys.
- Eläinten suojelusta informoiminen, epäkohtien tuominen esille, eläinrääkkäykseen puuttuminen julkisesti, eläinten hyvinvoinnin parantaminen
- Eläisuijeluasioiden pitäminen 'näkyvinä' ja osana ihmisten arkea. Tietoisuuden lisääminen siis
- Ennaltaehkäistä väärikäytöksiä eläimiä kohtaan.
- Estämään ettei eläimiin kohdistuisi millään sektorilla fyysistä tai psyykkistä väkivaltaa.
- Estää eläinrääkkäys ja esittää uhainalaisten lajien hyvinvointia.
- etsivät koteja kodittomille lemmikeille
- etsiä koteja kodittomille
- etsiä koteja kodittomille lemmikeille
- etsiä koteja kodittomille lemmikeille (tärkein = mihin vaikuttaa eniten)
- Etsiä koteja kodittomille lemmikeille ja edistää eläinoikeuksia yhteiskunnassa.
- Hoitaa minkit kuolemaan villiin luontoon turvallisen häkkiympäristön sijaan.
- Huolehtia eläinten hyvinvoinnista.
- Huolehtia eläinten kohtuullisista olosuhteista
- Ihmisten ja eläinten ystävyys ja tarpeettoman käytön ehkäisy

- Ihmististä riippuva eläinten hyvinvointi
- jaa-a
- Jakaa tietoa
- Jakaa tietoa ja koittaa ennaltaehkäistä turhaa kärsimystä
- Järkiperäinen eläinsuojelu, ei siis tuotanto- ja turkiseläinten suojelu.
- kaikenlaisten eläinten hyvinvoinnin turvaaminen
- kaikki
- kaikki edellä mainitut asiat tärkeitä, tällä hetkellä ajankohtaisesti tärkeitä on ehkä luonnonvaraisten lajien jatkuvuuden turvaaminen (varsinkin uhanalaisten lajien) ja tuotantoeläinten olojen parantaminen.
- Kaikki kohdassa 6 mainitut.
- kaikki yllä mainitut ovat tärkeitä, tietysti eläinkokeiden lopettamisen ja turkistarhauksen lopettamisen voisinkin nostaa esiin
- kaikkien eläinten suojelu, ihmisten tukeminen
- Katsoa, että eläimiä ei hoideta huonosti
- kodittomat lemmikit, tuotantoeläimien tilanteen seuraaminen, awarenessin levittäminen
- Kodittomien eläinten auttaminen.
- kodittomien eläinten hoito
- Kodittomien eläinten syntymisen ehkäisy ja hoito.
- Kodittomien lemmikkien hoitaminen ja tiedon jakaminen.
- Kodittomien lemmikkien hoito
- Kodittomille eläimille kodin etsiminen
- kodittomille eläimille kodin etsintä
- Kodittomista eläimistä huolehtiminen
- Kodittomista ja karanneista lemmikeistä huolehtiminen.
- Kohentaa tuotantoeläinten hyvinvointia
- Koti ja tuotantoeläinten eettisen kohtelun edistäminen. Uhanalaisten lajien suojelu.
- Kotieläinten hyvinvoinnin edistäminen ja kotien etsiminen kodittomille lemmikeille
- kotieläinten hyvinvointi
- Kotieläinten hyvinvointia edistävä toiminta.

- Käytännön kenttätyö paikallisesti auttaen kodittomia/ kaltoinkohdeltuja eläimiä saavuttamaan hyvän loppuelämän
- lain muutoksia
- Lakeihin vaikuttaminen
- Lemmikkieläimien ja kotieläimien hyvinvoinnin edistäminen.
- Levittää kasvissyöjä-aatetta
- levittää tietoa ihmisille
- lisätä ihmisten tietoutta eläinten huonoista oloista ja kohtelusta. Edistää kaikkien mahdollisten eläinten hyvinvointia ja pyrkiä vaikuttamaan lakeihin ja säädöksiin.
- Lisätä tietoisuutta eläinten kaltoinkohtelusta ja sen yleisyydestä ja vaikutuksista. Vaikuttaa yleiseen moraaliseettiseen mielipide-ilmastoon.
- Lisätä tietoisuutta eläinten oikeuksista ja tehdä ruohonjuuritason pyyteetöntä työtä eläinten hyvinvoinnin puolesta, eläimestä riippumatta. 'Pelastaa' edes pieni pala maailmasta kerrallaan.
- Lisäävät eläinten hyvinvointia ja vähentävät eläinten kärsimystä ja kipua.
- Lopettaa turhat eläinkokeet sekä luonnonsuojelu.
- Luoda etenkin tuotanto (liha, turkki..) eläimille paremmat oltavat.
- Luoda yhteiskuntaan eläinystävällisempi ilmapiiri.
- luonnonvaraisten eläinten suojeleminen
- luonnonvaraisten ja uhanalaisten eläinten suojelu.
- Luonnonvaraisten ja uhanalaisten lajien suojelu. Myös nykypäivänä tuotantoeläinten hyvinvointi ja kohtelu on tärkeää. (ei kasvuhormoneja!!)
- Löytää uusi kotieläimelle.
- neuvoa eläinsuojeluun liittyvissä asioissa
- Neuvoa ja kouluttaa, vaikuttaa ihmisten asenteisiin.
- Neuvonta eläinten hyvinvointiin liittyvissä asioissa.
- Neuvonta työ ja uusien kotien etsintä
- Ottaa eläimet huomioon
- Paasta asioista joilla on oikeasti merkitystä.
- Parantaa eläimien elinoloja, varmaan tuolla tuotannon puolella.
- Parantaa eläinten kohtelua.
- Parantaa eläinten kurjia olosuhteita.

- Parantaa kaikkien eläinten elämää
- parantaa kaikkien eläinten oloja
- Parantaa yl. Oloja
- Pelastaa hylättyjä ja kodittomia lemmikkejä ja etsiä niille koti. Auttaa kadonneita lemmikkejä löytämään takaisin kotiinsa.
- Pelastaa ja auttaa ihmisten kaltoin kohtelemia eläimiä
- Pelastaa kaltoinkohdeltuja eläimiä ja etsiä niille uusia koteja.
- Pelastaa kodittomia tai väärin kohdeltuja eläimiä ja löytää näille hyvät kodit.
- Pelastaa väärinkohdeltuja eläimiä, ja etsiä hylätyille eläimille koteja.
- Pitää eläinten puolia
- Pitää eläinten puolia ja toimia niiden äänenä. Opettaa ja valistaa.
- Pitää huolta eläinten oikeuksista
- Pitää huolta eläinten oikeuksista.
- Pitää huolta ettei mitään eläintä kohdella kaltoin.
- Pitää ihmiset tietoisina eläinsuojelullisista asioista.
- Puolustaa eläimiä ihmisten julmassa maailmassa.
- Puolustaa erityisesti uhanalaisten lajien luonnollisen elinympäristön säilymistä.
- Puuttua eläinten huonoihin oloihin
- Puuttua epäasialliseen eläinten kohteluun, Puuttua epäasialliseen eläinten kohteluun
- Pyrkii vaikuttamaan yhteiskuntamme päättäjiin eläintensuojeluun liittyvissä asioissa. Yhdistysten tulisi myös pyrkiä estämään turkistarhaiskuja yms. äärimmäisiä toimia joista ei ole muuta kuin haittaa eläimille.
- Saada aikaan muutoksia nykyisiin lakeihin, jotka sallivat esim. turkistarhauksen ja koe-eläinkäytön.
- saada oikeutta eläimille joita kohdellaan huonosti. esimerkiksi turkistarhaus, salakuljetukset, huonossa elinympäristössä eöävät eläimet... etc.
- Seurata sitä, että eläinsuojelulakeja noudatetaan ja paljastaa epäkoh-
tia.
- suojella eläimiä
- suojella eläimiä
- Suojella eläimiä

- Suojella eläimiä kaltoinkohtelulta ja lisätä niiden hyvinvointia lisäämällä ihmisten tietoisuutta eläinten kohtelusta ja olla vuorovaikutuksessa päättävien tahojen kanssa eläimiä kunnioittavien säädösten luomiseksi.

- suojella eläimiä?

- Suojella eläimiä. :D

- Suojella eläimiä. Onnistunee parhaiten avaamalla ihmisten silmiä sille, että eläimetkin ovat tuntevia hahmoja. Eläinten arvostus ei ole kovin kova.

- Suojella ja parantaa eläinten oloja

- Suojella kaikkien eläinten oikeuksia.

- Suojella kaltoinkohdeltuja eläimiä.

- Suojella luonnonvaraisia, harvinaisia eläinlajeja

- Suojella uhanalaisia lajeja.

- Tarjota kaltoin kohdelluille viattomille eläimille uuden elämän tarkoin valitussa perheessä

- Tarttua ongelmakohtiin eläinsuojelussa, valistaa, tehdä takastuksia ja yrittää vaikuttaa laki- ja säädösehdotuksiin.

- tasapuolisesti kaikki

- tiedon kerääminen ja jakaminen, päättäjiin ja yleiseen mielipiteeseen vaikuttaminen

- tiedon levitys.

- Tiedon välittäminen, asiantuntijana toimiminen

- Tiedottaminen ja valistaminen, eli sitä kautta eläinten kärsimysten ennaltaehkäisy

- Tiedotus

- Tiedotus eläinasioista sekä kodin etsintä kodittomille lemmikeille.

Myös lakiin vaikuttaminen on tärkeää.

- Tiedotus, koulutus, lakeihin ja säädöksiin vaikuttaminen.

- tilaisuudet ja koulutus

- Tilapäismajoitus ja hoito, sekä avustaminen esim. etsimisessä ja kiinniotossa

- Toimia alueensa vastuullisena yhdistyksenä, johon voi tarvittaessa ottaa yhteyttä aina ongelmatilanteissa. Myös sinne tuotujen eläinten hyvinvoinnista ja eteenpäin siirtämisestä on vastuu heillä.

- Toimia eläinten 'äänenä'

- Tunnustaa ja levittää tietoa siitä, että eläin on tunteva olento, jolla on itseisarvo ja oikeuksia.
- Tuoda eläinten kohtelussa olevia epäkohtia esille
- Tuoda eläinten kohtelun epäkohdat esiin ja keskusteltaviksi.
- Tuoda ja paljastaa tietoa karkeasta ja huonosta eläinten kohtelusta.
- Tuoda tietoa hyvästä eläinten käsittelystä eri tilanteissa ja tarkoituksissa (.. kotieläimet, metsästys, yms. ja räikeät tuotannollisten epäkohtien esilletuonti)
- Tuotantoeläinten hyvinvoinnin edistäminen
- Tuotanto ja koe-eläinten oloihin vaikuttaminen
- Tuotantoeläinten hyvinvoinnin edistäminen
- Tuotantoeläinten hyvinvoinnin edistäminen
- turvata eläinten hyvinvointi ja tiedottaa eläinten oikeanlaisesta kohtelusta
- Turvata kaikille eläimille hyvät oltavat, vaikka ne olisikin menossa teuraaksi.
- Tärkeintä olisi vaikuttaa varsinkin tuotantoeläinten hyvinvointiin lakitasolla. Myös lisätä tietoisuutta tuotantoeläinten oloista sekä eläinten oikeuksista.
- Uhanalaisten eläinten suojeleminen ja tuotantoeläinten hyvinvointi
- Uusien kotien etsiminen eläimille
- Vaikea sanoa yhtä tärkeintä. Esim. valvoa tuotantoeläinten kohtelua.
- vaikuttaa eläinsuojeluun liittyviin laki- ja säädösehdotuksiin, jotta eläinten olot paranisivat.
- Vaikuttaa eläinten hyvinvointiin positiivisesti.
- Vaikuttaa ihmisten asenteisiin positiivisella tavalla ja saada aikaan lakiehdotuksia.
- Vaikuttaa päättäjiin hankkimalla näkyvyyttä kansalaistoiminnalla ja aktiivisuudella.
- Vaikuttaa yleisiin mielipiteisiin ja asenteisiin.
- Vaikuttaminen eläinten kohtelua säätelevien lakien sisältöön
- Vaikuttaminen yhteiskunnassa, asioiden esillä pitäminen ja sitä kautta yleiseen mielipiteeseen ja myös lainsäädäntöön vaikuttaminen
- vaikuttavat eläinsuojeluun liittyviin laki- ja säädösehdotuksiin

- valistaa
- Valvoo eläinten hyvinvointia ja oikeuksia
- Valvoo ja huolehtia eläinten oikeuksien toteutumisesta.
- valvoo räväkempiä eläinten oikeuksien rikkomuksia
- Valvoo tuotantoeläinten hyvinvointia.
- valvoo, että kaikkia eläimiä kohdellaan oikealla tavalla.
- Vähentää koe-eläinten käyttöä
- Välittää tietoa ja etsiä koteja.
- Ylipäänsä suojella eläinten oikeuksia.
- yrittää estää eläinkokeiden tekeminen
- yrittää parantaa eläinten elämänlaatua.

KOMMENTIT YHTEYDENOTTAMATTOMUUTEEN

LIITE 3: 1 (2)

Alla on listattuna niiden vastaajien kommentit, jotka eivät ole ottaneet yhteyttä tai ovat aikoneet ottaa, mutta eivät ottaneet yhteyttä. Kommentit on liitetty sellaisinaan.

Ei ole ottanut yhteyttä - Ei ole ollut riittävän varmaa näyttöä eikä välttämättä johda mihinkään.

Ei ole ottanut yhteyttä - ei ole ollut tarvetta. toisaalta on myös tunnettu ettei pikkuasioista saa toisen elämään puuttua

Ei ole ottanut yhteyttä - Ei ole tullut erityisiä tapauksia vastaan, joita olisin ollut omin silmin todistamassa. Netistä kyllä löytyi kaikenlaista, kun olin itselleni hankkimassa koiraa. Pentutehtailusta olisi luultavasti pitänyt tehdä ilmoitus kun yksi myyjä vaikutti sellaiselta, mutta netin ja sähköpostin perusteella on huono sanoa mitään kun ei ole ollut paikanpäällä katsomassa.

Ei ole ottanut yhteyttä - En ole huomannut mielestäni tarpeksi suuria laiminlyöntejä. Tämäkin on tietenkin veteen piirretty viiva....

Ei ole ottanut yhteyttä - En ole kohdannut selvää eläinsuojelurikkomusta.

Ei ole ottanut yhteyttä - En ole koskaan nähnyt eläinsuojelurikosta - loukkaantuneita tai eksyneitä eläimiä kylläkin ja silloin en ole tiennyt minne ottaa yhteyttä/kenen vastuulla asia on.

Ei ole ottanut yhteyttä - En ole törmännyt niin rankkaan kaltoinkohdeltuun, että katsoisin aiheelliseksi ilmoittaa.

Ei ole ottanut yhteyttä - En ole törmännyt niin räikeisiin eläinsuojelurikoksiin, niistä on selvitty toisella tavalla.

Ei ole ottanut yhteyttä - En tiedä mikä ylittää Suomessa rangaistavan eläinsuojelurikoksen rajan, enkä ole nähnyt tapausta jonka oisin voinut tietää ylittävän sen rajan.

Ei ole ottanut yhteyttä - En tiedä tarkalleen instanssia, johon ottaisin yhteyttä

Ei ole ottanut yhteyttä - Joku muu on tehnyt sen puolestani.

Ei ole ottanut yhteyttä - minulla on käsitys, ettei yhteydenotto ehdi johtaa tuloksiin.

Ei ole ottanut yhteyttä - No tilanne oli, jolloin olisi pitänyt ottaa yhteyttä, mutta en sitä tehnyt. Harmittaa näin jälkikäteen

On aikonut ottaa yhteyttä - Olin ulkomailla enkä tiennyt, minne ottaa yhteyttä kun en osannut paikallista kieltä. Suomessa taas jotkin tilanteet on olleet sellaisia, etten ole ollut varma onko asia sellainen, että pitäisi ottaa yhteyttä.

On aikonut ottaa yhteyttä - Olisin halunnut uskaltaa ottaa yhteyttä, mutta pelkurimaisesti en kuitenkaan uskaltanut... Lemmikin huonosta pidosta.

On aikonut ottaa yhteyttä - Vanha naapurin perhe jätti koiraansa heitteille pihalleen ja muutamaan kertaan kannoin sen kotiin kun kävelin kylällä vastaan. Naapurisovun takia jätin tekemättä, kun muutenkin naapuri oli kilariämmä yh-äiti.

- tuokaa toimintaanne enemmän esille
- Tilapäiskotien yllätys tarkastukset, Vaikuttaa välillä että meille tulleen kanin tilapäiskoti ei ollut siisti tai kani ei päässyt siellä vapaaksi (ei osannut hyppiä)
- Tiedotusta enemmän..
- Tehkää itsenne tunnetuiksi opiskelijoiden keskuudessa! Varmoja jäseniä joukossa...
- Rohkeasti vain lisää näkyvyyttä esim. internetissä ja kouluilla ym.
- Pesu ry ei ole mielestäni riittävästi esillä. Enemmän näkyvyyttä, jotta oimintaan on helppo tulla mukaan.
- Ottaen huomioon että tällainen keskivertojannu ei ole koskaan kuullutkaan koko yhdistyksestä, tiedoittamista / näkyvyyttä voisi koittaa parantaa.
- Olen ottanut kerran yhteyttä johonkin alueen eläinsuojeluvastaavaan henkilöön. Kerroin huoleni ulkona lumisateessa kyyhöttävistä pienistä vasikoista, jotka olivat polviaan myöten kuravellissä. Tämä eläinsuojeluilhminen ei ottanut minua vakavasti, vaan mitätöi kertomani ja alkoi selittää jostain ulkona viihtyvistä karjaroduista. Olen asunut ikäni maalla ja tiedän kyllä karjarodut. Jotenkin tuli sellainen olo, ettei se ihminen tehnyt asian eteen mitään tai minä olin jotenkin aiheuttanut hänelle lisähommia. Siitä tulee tämä negatiivinen käsitys eläinsuojelutoiminnasta tällä alueella!
- Nimen voisi vaihtaa. Pesu ry on harhaan johtava.
- Mainosta voisi enemmän.
- Mainonnan lisääminen, ehkä web-sivujen päivittäminen hieman isomman järjestön näköiseksi se loisi hieman luotettavamman ja aktiivisemmän kuvan yrityksestä ainakin nopean surffailun perusteella
- Lisää mainontaa!
- Lisää infoa vain että olette olemassa! :)
- Laajempaa mainontaa
- Kuulin tämän kyselyn yhteydessä ensimmäisen kerran Pesusta, vaikka olen ikäni asunut Pirkanmaalla (Tampereella). Varmaankin olisin

voinut heidät löytää internetistä, jos joskus olisi ollut tarvetta etsiä paikallista eläinsuojeluyhdistystä. Toivottavasti eivät vapauta tarhattuja eläimiä.

- Kehittäkää Internet-sivustoanne ja tehkää siitä mielenkiintoisen näköinen. Nyt olisin voinut tutustua yhdistykseenne vähän enemmän, mutta kiinnostus lopahti heti kun avasin sivun. Heikosti toteutetut sivut eivät anna myöskään niin vahvaa kuvaa yhdistyksestä.
- Keep up the good work!
- Hienoa työtä, jatkakaa samalla linjalla
- Hevosrinki on hieno juttu.
- Enemmän rohkeampaa näkyvyyttä! Enemmän tempauksia ja tapahtumia, joilla saadaan nostettua tärkeitä asioita esille.
- enemmän näkyvyyttä
- En tuntenut Pesu ry:tä ennen tätä kyselyä. Ehkä tunnettavuuden parantamiseen olisi panostettava. Toisaalta en myöskään juuri kiinnitä huomiota eläinsuojeluyhdistysten ilmoituksiin ja esitteisiin ym.
- En tunne organisaatiota niin hyvin, että voisi vielä olla.
- en ollut aikaisemmin kuullut yhdistyksestä, joten tiedotusta voisi lisätä.
- Eläinsuojeluasioita tulee saada esille ns. tavallisen kansan keskuuteen, sieltä muutos voi alkaa suuntaan tai toiseen