

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL

Majandusteaduskond

Ärikorralduse instituut

Anastassia Umrihhina

**POTENTIAALSETE VEREDOONORITE KÄITUMIST
MÕJUTAVAD TEGURID**

Magistritöö

Õppekava TATM, peeriala turundus ja müügijuhtimine

Juhendaja: Kristel Kaljund, PhD

Tallinn 2022

Deklareerin, et olen koostanud lõputöö iseseisvalt ja olen viidanud kõikidele töö koostamisel kasutatud teiste autorite töödele, olulistele seisukohtadele ja andmetele, ning ei ole esitanud sama tööd varasemalt ainepunktide saamiseks. Töö pikkuseks on 11 459 sõna sissejuhatusest kuni kokkuvõtte lõpuni.

Anastassia Umrihhina

(allkiri, kuupäev)

Üliõpilase kood: 204277TATM

Üliõpilase e-posti aadress: anastassia.umrihhina@gmail.com

Juhendaja: Kristel Kaljund, PhD:

Töö vastab kehtivatele nõuetele

.....

(allkiri, kuupäev)

Kaitsmiskomisjoni esimees

Lubatud kaitsmisele

.....

(nimi, allkiri, kuupäev)

SISUKORD

LÜHIKOKKUVÕTE	4
SISSEJUHATUS	5
1. TEOREETILINE OSA	7
1.1. Käitumismudelite rakendus vereloovutuste uuringutes.....	7
1.2. Vereloovutuse motiivid	9
1.3. Vereloovutus sotsiaalse turunduse vaatenurgast ja välised mõjurid	10
2. UURING.....	15
2.1. Uuringu meetod	15
2.2. Intervjuude tulemused	16
2.2.1. Hoiak ja motivatsioon.....	16
2.2.2. Subjektiivsed normid ja nende mõju	21
2.2.3. Turundustegevus.....	22
2.2.4. Informatsiooni kättesaadavus ja puudujääk.....	27
2.2.5. Takistused.....	29
2.2.6. Intervjueeritavate ideed ja ettepanekud	33
2.3. Järeldused	35
KOKKUVÕTE	38
SUMMARY	40
KASUTATUD ALLIKAD	42
Lisa 1. Veredoonorite arv ja osatähtsust elanikkonnast viimasel aastakümnel	45
Lisa 2. Esmakordselt veredoonorite arv ja osatähtsus elanikkonnast viimasel aastakümnel ...	46
Lisa 3. Intervjuu skeem	47
Lisa 4. Poolstruktureeritud intervjuude suunatud küsimused.....	48
Lisa 5. Intervjuude teemade täpsemad kategooriad peale analüüsimist.....	49
Lisa 6. Intervjuude transkriptsioonid.....	50
Lisa 7. Väljasõitude arv viimase viie aasta jooksul.....	51
Lisa 8. Lihtlitsents	52

LÜHIKOKKUVÕTE

Verd ei saa toota ega osta, seega on ainus vere saamise viis tervishoiu eesmärkideks vereloovutus. Teema probleem seisneb veredoonorite puuduses. Vereloovutuses rakendatakse kaht põhilist strateegiat: uute veredoonorite värbamine ning olemasolevate doonorite hoidmine. Lõputöö autor püstitab järgmise keskse uurimisküsimuse: “Missugused tegurid mõjutavad potentsiaalsete veredoonorite käitumist?”. Selle lõputöö põhieesmärk on seega uurida, missugused tegurid mõjutavad potentsiaalsete veredoonorite käitumist ning mis takistab seda tegevust isegi siis, kui inimesel on soov verd loovutada. Plaanitud käitumise teooria eeldab, et käitumist läbi kavatsuse mõjutavad kolm põhitegurit: hoiak, subjektiivsed normid ning tajutud kontroll käitumise üle. Autor soovib uurida just käitumise puudumist, kuna selle valdkonna olemasolevad uurimistööd toovad välja, et kavatsuste olemasolu ei vii alati käitumiseni, seega võiks tulevased uuringud keskenduda just potentsiaalsete veredoonorite käitumisele.

Püstitatud eesmärgi täitmiseks viib autor andmekogumiseesmärgil läbi seitse süvaintervjuud inimestega, kellel on kas kunagi olnud või siamaani soov verd loovutada, aga nad ei ole veel veredoonoriteks hakanud. Intervjuude analüüsimiseks kasutatakse suunatud sisuanalüüsi, sest osa kooditest on eelnevalt teada teooriast. Vajadusel lisatakse uusi koode.

Uuringu tulemuste põhjal saab eelkõige väita, et intervjueeritavatel ei ole piisavalt motivatsiooni tegevuse teostamiseks, kuna nad ei näe selleks suurt vajadust ega ole teadlikud veredoonorite vähesuse probleemi olemasolust. Seega pakub autor läbi viia turunduskampania eesmärgiga inimesi sellest probleemist informeerida. Samuti on vereloovutus vaja muuta mugavamaks: suurendada loovutuskohtade arvu, pikendada lahtiolekaegu ning pakkuda võimalust kontrollida terviseseisundi sobivust enne vereloovutusele minekut. Sotsiaalreklaami sõnumit ja kujundust on samuti vaja muuta, sest olemasolev reklaam ei meelita piisavalt doonoreid.

Võtmesõnad: Vereloovutus, sotsiaalne turundus, süvaintervjuu

SISSEJUHATUS

Veri on inimeste elu lahutamatu osa, mida ei saa juurde osta ega toota. Vereloovutus on ainus viis saada verd tervishoiu eesmärkidel ja inimeste aitamiseks. Selles valdkonnas esineb kaks probleemi: suurenev nõudlus vere vastu ja doonorite vähesus. Tervisestatistika ja terviseuuringute andmebaasi andmetel (tabel VK1: Doonorid ja vereloovutused) loovutas 2021. aastal verd 2,17% Eesti elanikkonnast ning see näitaja on olnud alates 2014. aastast langusfaasis (vt Lisa 1). Rahvusvahelise soovitus järgi oleks hea, kui see näitaja oleks vähemalt 4% (Põhja-Eesti Regionaalhaigla verekeskus). COVID-19 pandeemia on samuti avaldanud mõju inimeste valmisolekule verd loovutada. Näiteks kui pandeemia alguses näitasid aktiivsed doonorid suurenenud teadlikkust vereloovutuse võimalusest, on see näitaja pandeemia edenedes langenud. Pikaajalises perspektiivis tunnevad nii aktiivsed veredoonorid kui ka mittedoonorid vähem vastutust ja kohustust verd loovutada. (Veseli *et al.* 2022)

Eestis on kokku 5 vereloovutuskohta: Põhja-Eesti Regionaalhaigla verekeskus, Ülemiste Doonorikeskus, Tartu Ülikooli Kliinikumi verekeskus, Pärnu Haigla veretalitus ja Ida-Viru Keskhaigla vereteenistus. Lisaks püsivatele vereloovutuskohtadele korraldavad Põhja-Eesti Regionaalhaigla ja Tartu Ülikooli Kliinikumi verekeskused ning Ida-Viru Keskhaigla vereteenistus väljasõite, mille käigus saab ajutiselt loovutada verd selleks spetsiaalselt varustatud kohtades, mis tegelikult ei olnud vereloovutamiseks loodud. Sellistes ajutistes kohtades teenindatakse kõiki soovijaid, kes sobivad veredoonoriks. Samuti on väljasõitude graafikutes näha, et väljasõite tehakse ka ettevõttesse, kus selle konkreetse ettevõtte töötajad saavad verd loovutada.

Veredoonorluse puhul esinevad väljakutsed erinevatel tasemetel. Üks väljakutsetest on uute doonorite leidmine. Teine väljakutse on esimest korda loovutanud doonorite hoidmine ehk nende püsidoonoriteks muutmine. Kolmas väljakutse on püsidoonorite kaotuse ennetamine. Kuigi püsidoonorite hoidmine on odavaim viis veredoonorlust toetada ning see annab võimaluse verevarusid planeerida, võivad sellised doonorid kaduda näiteks lapse saamise, töökaotuse või

tööle asumise tõttu (Piersma *et al.* 2019). Teine põhjus on doonorite vananemine, mistõttu on vaja parendada doonorite värbamise ja hoidmise strateegiaid noorte ja keskealiste gruppide seas (Zou *et al.* 2008). Samuti kehtivad vereloovutuses konkreetsed nõuded, mille järgi inimene saab loovutada verd piiratud arv kordi aastas ning tema tervises seisund peab võimaldama tal seda teha. Käesolev töö võtab fookusesse mittedoonorid, et täpsemalt uurida, miks inimeste kavatsus verd anda ei realiseeru juhtudel, kui soov verd loovutada on olemas. Selleks, et kaasata rohkem potentsiaalseid veredoonoreid, on vaja teada, mis takistab nende kavatsust. Kui on teada, missugused on täpsemad takistused, saab pakkuda lahendust, mis aitab konkreetse olukorra ja sihtrühma puhul. Autor soovib täpsemalt uurida, millised tegurid mõjutavad potentsiaalsete veredoonorite käitumist ning miks inimesed, kellel on soov loovutada verd, ei ole seda veel teinud. Seega kavatseb autor teha kindlaks täpsemad takistused, millega võiksid arvestada ja mida proovida leevendada Eestis tegutsevad verekeskused. Lähtuvalt sellest on antud töö keskne uurimisküsimus “Millised tegurid mõjutavad potentsiaalsete veredoonorite käitumist?”.

Selle töö eesmärk on uurida potentsiaalsete veredoonorite käitumist mõjutavaid tegureid ja olemasolevaid takistusi. Nii saab tulla lähemale üldise probleemi lahendamisele, milleks on veredoonorite üldine puudus ja esmaste veredoonorite arvu langus (vt Lisa 2). Lisaks kesksele uurimisküsimusele sõnastas autor neli uurimisküsimust:

1. Miks tahetakse saada veredoonoriteks?
2. Missugused on veredoonoriks saamise takistused?
3. Missugused lahendused võiksid aidata käitumist muuta?
4. Kuidas käsitletakse vereloovutust turunduskampaaniates?

Töö esimeses osas vaatleb autor, missugused tegurid mõjutavad inimesi verd loovutama. Esiteks vaadeldakse motive, mida on juba uuritud. Edasi räägib autor teistest vereloovutust mõjutavatest teguritest just mittedoonorite suhtes ning uuringute tulemuste rakendamistest vereloovutuse turunduskampaaniates.

Töö teises osas viib autor läbi kvalitatiivse uuringu, mille andmekogumismeetodiks on kvalitatiivsed intervjuud. Kokku intervjueriti seitset inimest. Süvaintervjuus osalemise kriteeriumid on vereloovutuse ajaloo puudumine ning soov verd loovutada. Süvaintervjuude eesmärk on uurida konkreetseid põhjusi, miks kavatsuse olemasolu ei viinud käitumiseni ning kuidas saab intervjueritavate arvates seda parandada. Uuringu tulemused on toodud diskussiooni kujul. Samuti teeb autor teise osa lõpus tulemuste põhjal põhijäreldusi ja ettepanekuid.

1. TEOREETILINE OSA

Selle osa alguses vaatleb autor vereloovutuse uuringutega seotud teooriat ja olemasolevate uuringute tulemusi selleks, et täpsemalt vaadelda vereloovutust mõjutavaid tegureid. Teises alapeatükis käsitleb autor vereloovutuse uuringuid, sealhulgas uuringuid mittedoonorite kohta, et uurida, mille poolest võivad erineda potentsiaalsed doonorid veredoonoritest. Kolmas alapeatükk on pühendatud sellele, kuidas adapteeritakse uuringute tulemusi vereloovutuse turunduskampaaniates.

1.1. Käitumismudelite rakendus vereloovutuste uuringutes

Ärikeskkonnas on soovitud tegevus ostu sooritamise kliendi poolt. Sotsiaalsete probleemide alal on soovitud tegevus inimeste käitumise muutus probleemi lahendamise või ennetamise nimel. Suitsetamisest loobumine, annetamine, prügi sorteerimine, vaktsineerimine – need on mõned näited käitumisest, mida peetakse ühiskonnale heaks. Vereloovutus on samamoodi soovitud käitumine, mis on suunatud ühiskonna heaolule.

Fishbeini ja Ajzeni (1980) põhjendatud tegutsemise teooria eeldab, et hoiakud käitumise suhtes ja subjektiivsed normid mõjutavad inimeste kavatsust, mis omakorda mõjutab käitumist. Hiljem laiendati teooriat plaanitud käitumise teoriani (Ajzen 1991), mille põhiline lisa on tajutud kontroll käitumise üle, mis mõjutab käitumist nii otseselt, kui ka läbi kavatsetud käitumise. Kui vaadata lähemalt iga mõjurit vereloovutuse vaatenurgast, siis hoiak käitumise suhtes avaldub selles, kuidas inimene ise sellesse suhtub; kas vereloovutus on inimese jaoks hea või halb tegevus ning mis on selle tegevuse tulemused. Subjektiivsed vereloovutuse normid viitavad sellele, mida inimese lähikond arvab vereloovutusest ning kas inimene on motiveeritud ootustele vastama. Plaanitud käitumise teoriasse lisatud tajutud kontrolli tegur avaldub selles, kui tugevalt inimene usub, et tal on olemas kontroll veredoonoriks saamise üle.

Paljudes annetamist uurivates artiklites (Reid, Wood 2008; Robinson *et al.* 2008; Holdershaw *et al.* 2011; Wevers *et al.* 2014; Kashif *et al.* 2015) võetakse uuringu aluseks planeeritud käitumise teooria, mis on tuletatud põhjendatud käitumise teoriast. Selle järgi mõjutavad käitumist kavatsused ja tajutud kontroll käitumise üle. Samal ajal on teooria võimekus tegelikku käitumist ennustada kaheldav (Holdershaw *et al.* 2011; Kashif *et al.* 2015). See on põhjus, miks käitumise uuringutes kasutatakse ka laiendatud planeeritud käitumise teooriat. Uurijate põhjendatud valikul lisatakse mõjurite hulka moraalsed kohustused, kaaslase surve, kirjeldavad normid ja varasem käitumine (Robinson *et al.* 2008).

Esineb ka arvamust, et teooria rakendamise puudujääk seisneb selles, et tihti on põhieesmärk uurida kavatsust mõjutavaid tegureid, mitte käitumist ennast. Holdershaw *et al.* (2011) väidavad, et seos respondentide vereloovutuse kavatsuse ja tegeliku tegevuse vahel on suhteliselt väike, ning sellele peavad pöörama tähelepanu planeeritud käitumise teooriat kasutavad uurijad. Seega pakuvad Holdershaw *et al.* (*Ibid.*), et selle valdkonna tulevased uurimistööd peavad uurima tegelikku käitumist, et tuvastada, missugused on need muutujad, mis suurema tõenäosusega potentsiaalseid veredoonoreid mõjutavad.

Robinson *et al.* (2008) soovivad uurida, kuidas muutuvad mittedoonorite kavatsused ning kas need toovad kaasa vastavat käitumist. David ja Rundle-Thiele (2019) pakuvad teist lähenemist, nimelt keskendumist meetoditele, mis aitavad uurida just käitumismuutuseid, mitte käitumist. Just vere annetamise puhul, nagu eespool mainitud, tagavad tõhusamat tulemust püsidoonorid, mitte ühekordne annetus. Selline lähenemine saab tuua rohkem selgust doonorite motiivide kohta. Uued teadmised annaksid võimaluse prognoosida vereloovutust ja seega prognoosida ka verevarusid. Küll aga ei tähenda püsidoonorite tegutsemise efektiivsus seda, et ei pea tegema pingutusi uute doonorite värbamiseks. Esiteks esineb püsidoonorite seas vananemise probleem (Zou *et al.* 2008) ning need doonorid võivad kaduda erinevatel põhjustel (Piersma *et al.* 2019). Need põhjused võivad olla tingitud ka veredoonori tervises seisundist, mis ei pruugi alati vastata nõuetele ega vereloovutuse piirangutele (Põhja-Eesti Regionaalhaigla verekeskuse, Tartu Ülikooli Kliinikumi verekeskuse, Pärnu Haigla verekeskuse ja Ida-Viru Kesksaigla vereteenistuse andmetel).

1.2. Vere loovutuse motiivid

Tarbijakäitumist mõjutavad erinevad sisemised ja välised tegurid. Antud töö raames on vere loovutus see soovitud käitumine, mida on vaja mõjutada. Vere loovutuse mõjuritest leidub palju uuringuid, mis pakuvad erinevaid kokkuvõtteid peamiste mõjurite kohta. Need uuringud aga, nagu mainitud eespool, keskenduvad just kavatsuste mõjuritele, mitte käitumisele. Uuringute valimite hulgas saab eristada kolme rühma: mittedoonorid, esmakordsed veredoonorid ja püsidoonorid.

Robinson *et al.* (2008) järeldavad, et mittedoonorite kavatsust mõjutavad oluliselt hoiakud, tajutud kontroll käitumise üle, kirjeldavad normid, moraalsed kohustused ning ärevus (nõela ja vere hirm, valu) ja oodatav kahetsus (tegevusetuse või tegevuse tõttu). Subjektiivsed normid aga ei avaldanud olulist mõju.

Pentecost *et al.* (2017) järeldavad, et doonorite kaasamiseks saab suunata nende tähelepanu positiivsetele tunnetele just läbi sisemise motivatsiooni, rõhutades sisemise kontrolli olemasolu. Griffin *et al.* (2014) pakuvad samuti, et doonorite positiivsed tunded peale vere loovutust on selle tegevuse lisatulemus. Inimesed, kes tunnevad kontrolli oma tegevuse ja tulemuse üle, annetavad verd suurema tõenäosusega. Mõjurite hulgas on ka motivatsiooni puudumine, mida mõjutavad identiteet ja väline motivatsioon. Kontrolli olemasolu (*locus of control*) ja sisemine motivatsioon aitavad aga motivatsiooni suurendada. (Pentecost *et al.* 2017)

Nguyen *et al.* (2008) väidavad, et noorematele inimestele on tähtis mugavus, kuna selle puudumine võib motivatsiooni vähendada.

Mittedoonorite seas võib tajutud kontroll tegevuse üle erineda sõltuvalt kavatsuse tugevusest (Reid, Wood 2008). Tugeva kavatsusega mittedoonorid usuvad, et nad omandavad suuremat kontrolli tegevuse üle, ajapiirang ei avalda suurt mõju nende soovile ning nad pigem ei karda süstlanõela ega vere loovutust. Samuti tunne, et lähedased inimesed kiidavad heaks nende otsust verd loovutada, oli tõenäolisem just nende seas. Nõrgema kavatsusega mittedoonorite jaoks mängib aga ajapiirang suurt rolli ning nad võivad tunda kontrolli puudujääki. (*Ibid.*)

Griffin *et al.* (2014) väidavad, et nii mittedoonorid kui ka doonorid võivad olla sotsiaalselt vastutustundlikud, tunnistada vere loovutuse tähtsust ja suhtuda sellesse positiivselt. Kõik need

tegurid mõjutavad kavatsust, aga käitumist ei teostata ning inimesed jäävad endiselt mittedoonoriteks. Erinevus võib esineda selles, et doonorite kaasamine probleemi on suurem kui mittedoonorite kaasamine. Samuti arutavad autorid, et mittedoonorite võimalik positiivne hoiak vereloovutuse suhtes võib lõpuks negatiivselt mõjutada nende head tunnet, kuna nad võivad tunda ennast tegevusetuse tõttu halvasti. (*Ibid.*)

Nillson Sojka ja Sojka (2008) väidavad, et kuigi need doonorid, kes on teinud ühe vereloovutuse, tunnistavad veredoonorluse tähtsust, ei ole see piisav vereloovutusega jätkamiseks. Samuti ei osanud sellised doonorid ise täpselt määrata, mis takistab nende püsidoonoriks saamist.

Robinson *et al.* (2008) räägivad sugulaste ja sõprade mõju tähtsusest kirjeldavate normide kontekstis just mittedoonorite jaoks. Nillson Sojka, Sojka (2008) leiavad samuti, et sõprade ja sugulaste mõju võib osutada tähtsaks mõjuriks esimese vereloovutuse puhul. Ühtlasi saab esimest loovutust mõjutada meediakampaania, kuid need mõjurid ei kehti järgmiste vereloovutuste puhul, kus peamine mõju tuleneb altruismist ja sotsiaalsest vastutustundlikkusest. McVittie *et al.* (2006) aga kahtlevad altruismi suutlikkuses kui käitumise põhimõjuri rollis. Altruism võiks olla tugevaks mõjuriks esimese vereloovutuse jaoks, aga korduva vereloovutuse puhul võivad doonori programmid ja meditsiinile kontroll osutada tähtsamaks kui altruism (Nguyen *et al.* 2008).

Pentecost *et al.* (2017) väidavad, et just väline motivatsioon, mis ei põhine inimeste enda soovil ega suutlikkusel, saab madaldada inimeste motivatsiooni loovutada verd, kuigi autorid ei täpsusta selgelt, kas mõjur puudutab potentsiaalseid doonoreid, üks kord loovutanuid või püsidoonoreid.

Eespool toodud uuringute tulemused näitavad, et sõltuvalt doonori kogemuse etapist mõjutavad kavatsust erinevad tegurid. Samuti saab teha järelduse, et ühe rühma (mittedoonorid, esmakordsed doonorid või püsidoonorid) esindajaid võivad samamoodi mõjutada erinevad motiivid.

1.3. Vereloovutus sotsiaalse turunduse vaatenurgast ja välised mõjurid

Sotsiaalse turunduse eesmärk on aidata muuta inimeste käitumist. Samal ajal on käitumise muutmiseks vaja teha vastavat tööd riiklikul tasemel, näiteks muuta seadusi ja norme. (Kennedy 2016) Sotsiaalse turunduse mudeli (Kotler, Zaltman 1971) järgi saab sotsiaalse probleemi lahendust vaadelda võttes arvesse turunduse turundusmeetmestiku komponente (McCarthy 1964).

Vereloovutus kuulub sotsiaalsete tegevuste hulka. Tervishoiu vaatenurgast on selle tegevuse lõpptulemus inimelu toetus, mis toob väärtust kogu ühiskonnale. Lisaks võib kasu saada annetaja ise. Vaadeldes vereloovutust läbi turundusmeetmestiku pakub Knight (1983), et annetaja saab kasu, mis aitab saavutada teatud motiive, näiteks altruismi tunne, humanitaarsus, eneseväärikus, sotsiaalse surve vältimine.

Vereloovutuse “hinna” määratlemine on oluline protsess. Tavalise annetamise puhul on hind tegelik rahasumma, mida annetatakse. Vereloovutuse puhul on hind näiteks hirm ja erinevad ebamugavused, st midagi immateriaalset. Knight (*Ibid.*) arutleb siinkohal samuti, milline sõnum on parem ehk kas peaks rõhutama, et hind on madal, või et hind on kõrge. Sõnumist sõltub, kas ja kuidas see mõjutab inimest verd annetama. Näiteks kui tunnistada, et see tegevus on ebameeldiv, saab tõsta vereloovutuse hinda, mis omakorda tõstab peale vereloovutust tekkinud tunnete tähtsust (Bartel *et al.* 1975 viidatud Knight 1983).

Veredoonorluse puhul on tegevuse sooritamise koht kas verekeskus või väljasõidu koht. Veerus *et al.* (2017) tehtud uuring Eesti respondentidega näitab, et rohkem kui pool vastajatest on loovutanud verd esimest korda verekeskuse väljasõitude punktides, teised aga eelistavad kas vereloovutuskoha „Doonorifoorum“ või verekeskust. Kui vaadelda, mis veel saab mõjutada just doonorite kavatust verd loovutada, siis mõjuriks võib olla ka see, kuidas doonor verekeskuseid tajub. Verekeskusel, nagu tavalisel organisatsioonil, on olemas maine. Küll aga võib vereloovutuse “hind” osutada tähtsamaks kui verekeskuse maine (Strategic Direction ... 2010). Verekeskuse maine võib taas saada tähtsaks alles siis, kui keskuse teenindamise tase alaneb. Muutuse põhjuseks võibolla personali teeninduse mittevastavus doonorite nõutele ja ootustele.

Räägitakse ka verekeskuse teeninduse mõjust veredoonorite kogemusele. Veerus *et al.* (2017) väidavad, et esimese vereloovutuse puhul on tähtis, et see kogemus oleks positiivne. Negatiivne kogemus võib vähendada tõenäosust, et doonorid tulevad taas verd loovutama. Negatiivse kogemuse tekkimise tõenäosust saab vähendada, pakkudes tulevastele doonoritele psühholoogilist ettevalmistust, soovitates neil jääda pingevabaks enne loovutust ja selle ajal. (*Ibid.*)

Melian-Alzola ja Martin-Santana (2020) rõhutavad, et doonoritele peab olema tagatud kvaliteetne teenindus (mugavad ja puhtad vahendid ning privaatsus). Samuti peavad verekeskuse meditsiinitöötajad oskama vastata doonorite küsimustele ning omama tehnilisi ja sotsiaalseid oskusi. Teeninduse kvaliteet ja kogemus on osa doonori lojaalsusest (Nguyen *et al.* 2008).

Sotsiaalse turunduse strateegiat saab planeerida, võttes arvesse tavalise planeerimise põhimõtteid turunduses. Vereloomutuse haldamine on individuaalne teenus, ning seda on vaja osutada selle sihtrühmale optimaalsel viisil (Melian-Alzola, Martín-Santana 2020). Selle saavutamiseks on vaja määrata klienditüüpe ja segmente, valida vastavaid kanaleid, määrata klientide vajadusi, planeerida teenuse osutamise viisi ja kohta. Martín-Santana *et al.* (2020) pakuvad segmenteerimisel lähtuda sellest, missugune takistav tegur mõjutab oluliselt konkreetse mittedoonori sihtrühma. Mõjuteguriteks võivad olla informatsiooniga seotud takistused, hoiakutega seotud takistused, aja ja koha takistused ning psühholoogilised ja füüsilised takistused. Võttes arvesse, et mittedoonorid võivad erineda, võiksid mittedoonoritele suunatud värbamiskampaaniad samuti erineda, ning see näitab samal ajal, et igale mittedoonorile sobiliku kampaania loomine on keeruline (Reid, Wood 2008).

Vastavalt Martín-Santana ja Beerli-Palacio (2012) uuringule on kõige suurem mõju kavatsusele asjaolul, kas inimene on juba verd loovutanud. Veredoonorlus kui harjumus on tugev tulevase vereloomutuse tegur, ning samal ajal langeb väliste abistajate (vereloovutuse koha lähedus, sobilik lahtiolekuaeg, turunduskampaaniad) ja lisastiimulite (vereanalüüs, meditsiinilised nõuanded, doonori kingitused) mõju kui käitumist korratakse. Seega peavad veredoonori lojaalsust toetavad programmid olema üldise strateegia tähtsaks osaks. (*Ibid.*)

Melian-Alzola ja Martín-Santana (2020) rõhutavad kommunikatsiooni tähtsust, mis ideaalis peab toimuma peale loovutust ja loovutuste vahel. Selline vahend aitaks tõsta doonori tegevuste tajutud tähtsust ning tema usaldust verekeskuse vastu. Doonorite kogukonna loomist nimetatakse heaks variandiks, et toetada huvi vereloomutuse vastu annetuste vahel ja teineteist motiveerida. (Pentecost *et al.* 2017)

Esmakordne doonor võiks olla huvitatud ka materiaalistest lisastiimulitest nagu doonori märk või t-särk, doonori tunnistus. Samuti pakuvad lisastiimulid huvi noortele doonoritele. Samal ajal võiksid immateriaalsed lisastiimulid üldiselt soodustada käitumist. (Martín-Santana, Beerli-Palacio 2012)

Näiteks saab jagada doonoriverd saanud inimestele aukirju ning muuta vereloomutuse kampaaniat ja kogemust doonoritele huvitavamaks. Samuti ei tasu pakkuda raha või raha ekvivalante loovutuse eest, kuna selline lähenemine võtab fookusest ära inimeste päästmise. (Pentecost *et al.* 2017)

Kampaaniate sõnumi koostamine on osa turundusest. Sõnumi loomisel tuleb mõelda, millist tegevust tahetakse saavutada, mida inimesed peavad teadma ning millisesse eesmärki uskuda (Lee, Kotler 2008, 326). Griffin *et al.* (2014) pakuvad juhtida mittedonoritele suunatud kampaaniate tähelepanu positiivsetele tunnetele, mis peale tegevust tekivad, selle asemel, et äratada negatiivseid tundeid. Selline lähenemine saab aidata leida uusi ja hoida olemasolevaid doonoreid (Wevers *et al.* 2014). Reid ja Wood (2008) arutavad samuti, et tugeva kavatsusega mittedonoritele suunatud põhisõnum peab seostuma positiivsete emotsioonidega, näidates lähedaste toetust vereloovutuse vastu. See peab tugevdama ka enesega rahulolu ning sõnum peab toetama ratsionaalsust, tugevades kontrolli oma tegevuste üle ning kindlustades, et vereloovutus ei võta palju aega ja on tegelikult mugav. Pentecost *et al.* (2017) rõhutavad, et ei tasu kasutada sõnumeid, mis ei mõju mittedonoritele julgustavalt. Varasemad uuringud jõuavad aga teistsuguste järeldusteni. Robinson *et al.* (2008) toovad välja võimaluse luua värbamiskampaaniaid eesmärgiga kutsuda inimestes esile vastutustundlikkust ja moraalselt kohustust vereloovutuse puhul. Knight (1983) pakub samuti, et sõnumi eesmärk peab olema äratada varjatud süüid, et motiveerida inimest verd loovutama.

Motiivide olemasolu ei vii alati käitumiseni. Käitumist võivad takistada ka välised mõjurid, mida inimene ei oska kuidagi kontrollida. Näiteks ei saa inimene verekeskuses kohapeal kontrollida meditsiinitöötajate teeninduse kvaliteedi, sest selle eest vastutab verekeskus ise. Samuti ei ole inimese kontrolli all mõned teised asjad, mis otseselt ja kaudselt mõjutavad tema argielu, nagu haigeks jäämine või ootamatu plaanide muutus.

Kontrollitunnet annab võimalus valida vereloovutuse aega ja kohta (Pentecost *et al.* 2017). Käitumist võivad mõjutada ka takistavad tegurid (madal kehakaal, rasedus, terviseseisund) ning selle ennetamiseks saab luua värbamisprogramme, mis detailselt kirjeldavad vereloovutuse mõju doonori terviseseisundile ning selgitavad vereloovutuse tähtsust ühiskonna heaolu jaoks (Martín-Santana, Beerli-Palacio 2012). Tähtis on lisaks elanikkonna motiveerimisele anda ülevaade verevarude eesmärkidest (Melian-Alzola, Martín-Santana 2020).

McVittie *et al.* (2006) uuringute tulemused näitasid, et mittedonorite hirm oli tingitud ka teadmatusest, kui mittedonorid arvasid, et vereloovutuse tõttu võivad nad nakatuda tõsisesse haigustesse (näiteks HIV). Samal ajal kahtlevad autorid, et mittedonorite parem teadlikkus viib ilmtingimata vereloovutuseni, kuigi see võib tõsta selle tegevuse tõenäosust. Beerli-Palacio ja Martín-Santana (2015) arutavad samuti, et vereloovutusega seotud hirm (süstlanõelad, haiguse

üleandumine, vere vastumeelsus) avaldab mõju just potentsiaalsetele doonoritele, seetõttu ei tasu kasutada pilte, mis võivad kutsuda esile seda hirmu.

Eelnevast saab järeldada, et sõltuvalt vereloovutuse kogemusest (või kogemuse puudumisest) mõjutavad veredoonoreid erinevad tegurid. Selle erinevuse tõttu ei saa luua turunduskampaaniat, mis mõjutaks võrdselt kõiki sihtrühmi. Näiteks on püsidoonorite kampaaniate põhifunktsioon see, et nad oleksid doonorid ka edaspidi; potentsiaalsete veredoonorite puhul on esmane eesmärk värbamine. Turunduskampaaniaid luues tuleb mõelda jagatud informatsiooni eesmärgile, vereloovutuse kättesaadavusele ja sõnumi eesmärgile. Potentsiaalsetele veredoonoritele suunatud kampaaniate puhul tuleb samuti mõelda niisuguste kampaaniate pikaajalisele mõjule.

Teoriale tuginedes saab autor välja tuua mitu sisemist ja välist mõjurit, mis võiksid oluliselt mõjutada potentsiaalsete doonorite käitumist. Mõjurite hulgas on hoiakud (Robinson *et al.* 2008), motivatsioon (Pentecost *et al.* 2017), subjektiivsed normid (Robinson *et al.* 2008; Nillson Sojka, Sojka 2008), tajutud kontroll käitumise üle (Pentecost *et al.* 2017), turundustegevused (Martín-Santana, Beerli-Palacio 2012; Griffin *et al.* 2014, Pentecost *et al.* 2017,), takistused (füsioloogilised ja füüsilised) (McVittie *et al.* 2006, Nguyen *et al.* 2008). Järgmises peatükis uurib autor kvalitatiivse meetodi abil, mida arvavad nendest teguritest potentsiaalsed doonorid ise ning mida nad võiksid mõjurite hulka lisada.

2. UURING

Antud peatükis viib autor läbi kvalitatiivse uuringu, et täpsemalt välja selgitada erinevad tegurid, mis võiksid mõjutada potentsiaalsete veredoonorite käitumist. Autor on otsustanud läbi viia poolstruktureeritud süvaintervjuud ning selles peatükis tutvustab autor uuringu tulemusi.

2.1. Uuringu meetod

Antud lõputöö eesmärk on uurida, missugused tegurid mõjutavad ja takistavad veredoonoriks saamist. Uuringu eesmärgi täitmiseks viib autor läbi viia andmekogumiseks poolstruktureeritud süvaintervjuud. Autor valib selle meetodi, sest soovib täpsemalt uurida intervjueeritavate käitumist ja suhtumist ning vaadelda iga intervjueeritava profiili, kuna nagu eelnevalt teoreetilises osas mainitud, võivad mittedoonorid teineteisest erineda ning see omakorda tähendab erinevate turundustegevuste ja sõnumite loomise vajalikkust. Uuringu eesmärk ei ole uurida tegurite mõju olulisust, vaid vaadelda, mis saab otseselt ja kaudselt mõjutada ja takistada käitumist ning kuidas intervjueeritavatel saadud informatsioon seostub teiste andmetega.

Intervjuude jaoks otsib autor inimesi, kes on kunagi mõelnud vereloovutamise peale, aga mingil põhjustel ei ole seda siiani teinud. Intervjueeritavate leidmiseks jagab autor oma sotsiaalmeedia profiilil kutset osaleda vereloovutuse teemalises intervjuus. Kutses on spetsiaalselt märgitud, et otsitakse inimesi, kellel on kunagi olnud soov või kes on kunagi plaaninud minna verd loovutama, aga pole mingil põhjusel seda teinud. Autor ei kirjuta kellelegi spetsiaalselt ise, et vältida olukorda, kus inimene ei ole enda soovides kindel.

Leitud valim koosneb seitsmest noortest, kelle vanus jääb vahemikku 20–25 aastat. Reidi ja Woodi (2008) uuringud näitavad näiteks, et kui inimese vanus jääb vahemikku 20–49 aastat, on tal tugevamad kavatsused verd loovutada. Esimene intervjuu viidi läbi füüsilises kohas ning ülejäänud intervjuud *Zoom*'i vahendusel. Kõik intervjuud toimusid aprilli esimeses pooles ning viidi läbi

vene keeles. Üks intervjuu kestis keskmiselt 45-50 minutit ning enne küsimuste esitamist ja salvestuse alustamist vestles autor vabas vormis iga intervjuueeritava, et luua meeldiv ja rahulik õhkkond. Kuna kuus intervjuud toimusid *Zoom*'i vahendusel, paluti intervjuueeritavatel osaleda intervjuus koos videoga, et autor oskaks reageerida intervjuueeritavate kehakeelele. Enne intervjuud oli kõigil intervjuueeritavatel teada, et vestlus salvestatakse ja seda kasutatakse anonümiseeritud kujul ainult antud lõputöö raames.

2.2. Intervjuude tulemused

Intervjuud olid poolstruktureeritud ning iga intervjuu käigus esitas autor intervjuueeritavatele täpsustavaid küsimusi, lähtudes intervjuueeritava vastustest. Autor koostas eelnevalt teemakava, sh suunatud ja avatud küsimusi. Osa küsimustest on jagatud teemadeks, ning selle töö puhul on teemad valitud vastavalt teooriale (vt Lisa 3). Teine teemakava osa on avatud ja suunatud just sellele, et intervjuueeritav kirjeldaks oma võimalikku ebaõnnestunud vereloomutuse juhtumit vabas vormis. Ettevalmistatud teemakava on leitav lisadest (vt Lisa 4).

Intervjuude analüüsimiseks on kasutatud suunatud sisuanalüüsi, kuna autor soovib vaadata, kuidas intervjuueeritavate mõtted toetavad teooriat, mis on antud meetodi eelis (Hsieh, Shannon 2005; Laherand 2008, 295). Analüüsis toodud koodid ja kategooriad samuti põhinevad eespool toodud teorial, vajadusel lisatud uued koodid. Teooriast tulenevad koodide kategooriad: motivatsioon, subjektiivne norm, hoiak, turundustegevused, takistused. Kõik intervjuude teemade kategooriad on leitavad lisadest (vt Lisa 5). Intervjuueeritava mõtete eraldamiseks kasutab autor kolme punkti (...), autori märkused on pandud topeltsulgudesse. Intervjuueeritavate nimed on kodeeritud, st vahetatud uute nimede vastu selleks, et tagada konfidentsiaalsus. Intervjuude transkriptsioonid on leitavad lisadest (vt Lisa 6).

2.2.1. Hoiak ja motivatsioon

Antud alapeatükis on käsitletud koodid, mis on seotud hoiakutega käitumise suhtes. Täpsemalt vaadeldakse, mis võib mõjutada intervjuueeritavate hoiakuid.

KATEGOORIA 1. Suhtumine

Esiteks soovib autor uurida, kuidas inimesed ise arvavad, kuivõrd nad on motiveeritud saama veredoonoriks ning kuidas nende kavatsus võib olla seotud nende hoiakutega. Natalia suhtub vereloovutusse positiivselt: *“Ma arvan, et see on hea žest, see on vajalik, sest mitte kõik inimesed on terved.”* Margarita lisab: *“(…) heategu, mis räägib inimese headest omadustest. (...) ja mina põhimõtteliselt muidugi tahtsin saada doonoriks, sest minu jaoks see võrdub inimestel aitamisega.”* Irina jätkab: *“Üldiselt see on väga kasulik, see on väga vajalik. Mulle tundub, et see päästab miljon elu kogu maailmas, selline tunne.”* Sergei tunnistab samuti vereloovutuse vajadust: *“See on iga terve inimese kohustus.”*

KATEGOORIA 2. Madal motivatsioon

Samal ajal arvab Maria: *“Jah, umbes alates 18 eluaastast olen aktiivselt mõelnud sellest, et minna loovutama verd. (...) Tahaks proovida (...) ja samuti aidata neid, kes saaks seda verd kasutada.”* Vaatamata sellele, et Marial on soov verd loovutada, ei ole ta seda siiaamaani teinud: *“Ma lihtsalt saan aru, et tahan loovutada verd, aga ma ei näe lähimat võimalust ega nii suurt vajadust tegeleda sellega just praegu, aktiivselt tegeleda.”* Milena samuti tunnistab, et, vaatamata soovile, tema motivatsioon on pigem nõrk: *“Noh, ma tahtsin ((minna)), minu motivatsioon ei olnud nii tugev, seetõttu ma unustasin ((reklaamist)). Kui see oleks aga tugev, siis ma ei unustaks.”* Margarita samuti selgitab: *“Kolm aastat tagasi oli minu vereloovutuse soovi kõrgpunkt. Ei olnud nii, et ma selgelt saan aru, et praegu see on väga vajalik. See küsimus ei heljunud õhus. (...) Kui ma oleksin sellest teadnud, siis ilmselt oleksin rohkem motiveeritud. Ma ei tea, keegi ei informeerin sellest, et meil on selline probleem, et esineb vere või veredoonori puudus, huvipuudus.”*

Intervjueeritavate hulgast leidub ka inimene, kelle huvi vereloovutuse vastu ei ole nii kindel. Alina selgitab: *“Ausalt öeldes, mul ei ole arvamust selle kohta, kunagi ei olnud huvi. Ainus põhjus, miks ma tahtsin loovutada verd, oli kellegagi koos aega veeta. (...) ((Mul)) pole mingit erieesmärki just loovutada verd. (...) Oleks huvitav vähemalt üks kord loovutada verd.”* Samas Alina arutleb, et vajadusel ta saaks loovutada verd: *“Kui oleks vaja minu abi, ma muidugi teeksin seda. Aga seni, kuni keegi minult selle kohta ei küsi, ei võtaks ma initsiatiivi enda kätte. (...) Sest meie ümber on palju inimesi. Kindlasti keegi teine teeb midagi, mina ei pea seda tegema.”*

Kuigi intervjueeritavate arvamusel on vereloovutus heategevus, mõistavad nad, et neil ei ole suurt motivatsiooni minna loovutama verd. Milena arutab: *“Ma ütlesin, et see ((vereloovutus)) on siiski minu jaoks, et teada, et ma olen midagi head teinud. (...) Ma ei ole sellest ((vereloovutusest))*

arvanud, nagu see on minu idee, nagu arstile aega kirja panna. See ((vereloovutus)) ei ole suur vajadus.” Milena lisab: “Sellest räägitakse vähe, seetõttu ma ei näe suurt probleemi, ning seetõttu ma ei tunne suurt vajadust minna ((loovutama)).” Sergei täiendab: “Kuni ma näen impact’i minu silme ees, ma ei näe probleemi selles, et ma olesklen. Ütleme nii, midagi ei tärka minu peas.” Irina lisab: “Täiesti ausalt öeldes, mul isiklikult ei piisa motivatsioonist selle jaoks. (...) Mul on lihtsalt see ((hoiak)), et aidata inimesi kui on vaja.” Erinevalt teistest intervjuueeritavatest on Irina teadlik probleemi olemasolust: “Mina isiklikult tihti näen, et meie verevarud on väga tühjad.”

KATEGOORIA 3. Probleemisse kaasamine

O’Cass ja Griffin (2015) on leidnud, et sotsiaalsesse probleemi kaasamisel on oluliselt positiivne mõju prosotsiaalsele käitumisele ehk mida tugevamalt inimene on probleemi kaasatud, seda tõenäolisemalt ta teostab vastavat tegevust. Samuti arutab Maria, et nõrk probleemisse kaasamine on üks takistavatest teguritest, mis saab mõjutada nende inimeste käitumist, kes võib-olla isegi soovivad saada veredoonoriks: “Ma arvan, nende soov ei ole aktiivses faasis. (...) Aktiivne faas on see, kui inimene on nii tugevalt emotsionaalselt kaasatud (...) passiivses ((faasis)) aga ta saab aru, et ta on üldiselt valmis ((loovutama)) ja peab seda oluliseks, aga samal ajal tema soov ei ole nii tugev. Ning võib-olla selle tõttu, et nad ei ole nii tugevalt kaasatud, nad ei taha nii tugevalt seda teha, lükkavad seda edasi ja ei mõtle sellest.”

Margarita selgitab: “Mul lihtsalt oli nii, et algus see ei olnud minu prioriteet. (...) ma ei uurinud seda väga tungivalt, miks ma pean loovutama verd, aga võib-olla see on minu nõmedus.” Maria lisab: “Aga praegu ma ei tunne seda ((vajadust)) nii hästi, seetõttu ei ole tugevalt kaasatud, seetõttu see ei ole minu lähieesmärk.” Irina arutab: “(...)me ei käi arstide juures, kui me ei ole haiged. Ehk me ei käi seal ennetustegevuse jaoks. Ning mul on samasugune suhtumine vereloovutusse. Ehk ma ei hakka loovutama ennetustegevuseks, aga kui on vaja, siis tulen.” Sergei aga toob teistsuguse näite: “ma võrdleksin seda veganlusega. Enda peas sa mõistad, et veganlus oleks hea nii sinu tervisele, kui ka keskkonnale. (...) Aga sa ei tee aktiivseid samme selleks, et saada taimetoitlaseks.”

Irina: “Sest mul on selline tunne, et põhimõtteliselt see pole nii tähtis. See on alati tähtis ainult siis, kui sellest räägitakse.” Sergei arutab: “Nagu ma saan aru, et see on tähtis, aga ma vist ei eraldanud selle tähtsust maailma ja enda jaoks. (...) Minu jaoks see on jälle inimeste elude päästmine. (...) See intervjuu päriselt sai trigger’ks selleks, et on aeg midagi teha sellega. Ei saa terve elu väita, et see on oluline, ega teha sellega midagi.”

Mõned intervjuueeritavad leiavad, et intervjuu ise motiveerib neid vere loovutuse kohta enam uurima. Näiteks Sergei: *“Ma lihtsalt ei tahtnud ennast kirja panna enne seda intervjuud, äkki sul on küsimus selle kohta. (...) Kui kõik on läbi, siis ma arvan, et ma vaatan veebilehelt, kus seda saab teha.”* Sama ütleb Maria: *“Aga peale vestlust ja peale intervjuud ma vähemalt vaatan vere loovutust ((võimalusi)) Tartus.”*

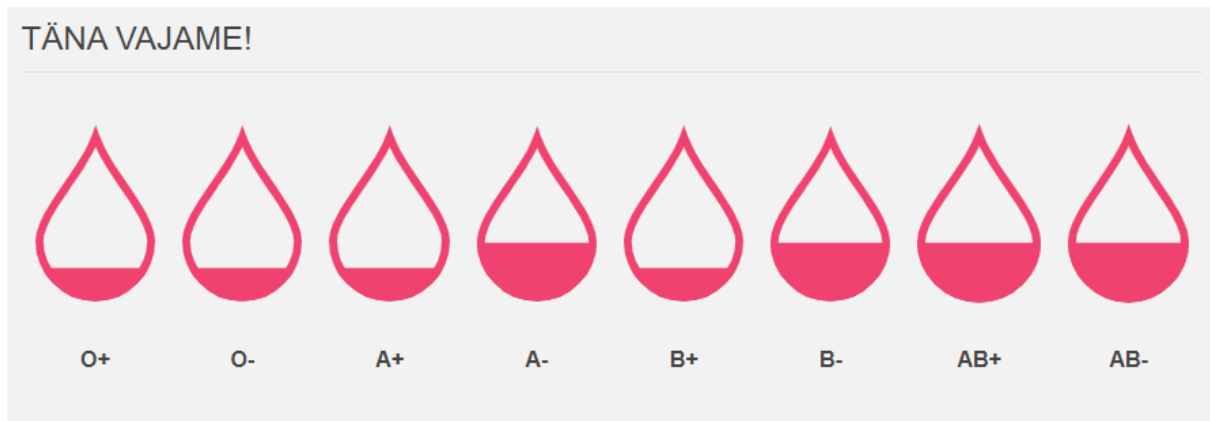
KATEGOORIA 4. Probleemi olemasolu

Verevarude täituvus on intervjuus eraldi teema. Mitu intervjuueeritavat, kellel on teada nende veregrupp või kes oletavad enda veregruppi, avaldavad arvamust, et see võib tegelikult võtta ära nende motivatsiooni. Natalia: *“Ma arvan, et see sõltub sellest, näiteks, kui täis on need verevarud. Sest kui need on täis, siis sa ei näe selles erilist mõtet. Aga kui nad on tühjad, siis, jah, vähemalt arusaadav, et see ((loovutatud verd)) läheb kuskile (...) ja pärast visatakse. See on kuidagi kahetsevalt. Tahaks, et kui sa (...) annetad aega, oma tervist mingil määral, et see tooks kellelegi kasu, mitte oleks kasutult.”* Margarita arutab: *“(...) kui veredoonori puudujäägi probleemi ei ole, siis see ((verevarude täitmine)) ei motiveeriks mind.. (...) ma oletan, et mul on kõige levinum veregrupp, siis ma ei läheks verd loovutama, kui seda on lihtsalt juurde vaja. Mul on vaja teha lisasammu, teha midagi lisaks minu igapäevastele tegevustele.”* Margarita jätkab: *“Kui ma oleks teadnud, et minu veregruppi on puudu, siis ei ole probleemi oma plaane muuta ja loovutada verd (...) ma tean, et nii ma saan kuidagi kedagi aidata või teha midagi head. See alati motiveerib rohkem, kui lihtsalt alustada tegelema vere loovutusega.”*

Natalia arutab: *“See tilk oli täis. Seda pole vaja. Ehk mitte nii, et “tulge” ((ja loovutage)), vaid et seda pole vaja. See tihti takistas, ausalt. (...) mis mõte on minu väikesel, kuid siiski ohverdusel.”* Margarita lisab: *“Alati kui sa tead, et sellega sa saad aidata ning see on midagi hea ja õige, on rohkem motivatsiooni seda teha.”* Natalia nõustub: *“Ometi rohkem stimuleerib, kui sa tead, kellele, miks, millal on hädasti vaja verd, siis sa saad aru. (...) Teiselt poolt, see on kuidagi kurb. Kui kellelgi ei ole vaja, miks ma siis lähen seda ((verd)) raiskama.”* Alina arutab: *“Mulle tundub, et suurt defitsiiti ei ole, et inimest oleks praegu puudu. Võib-olla, on veregruppid ((nende gruppide varud)), millest on puudu. Aga ma ei ole selliste inimeste nimekirjas. Mul on (...) vist esimene veregrupp. See, mis on kõige levinum ning millest ei ole puudu. (...) ma ei tunne, et ma toaksin kasu.”*

Intervjuueeritavad räägivad tilkadest, mis on kujutatud Põhja-Eesti Regionaalhaigla verekeskuse veebilehel. Tilkades näidatakse verevarude statistikat ehk kuivõrd täis on konkreetse veregrupi

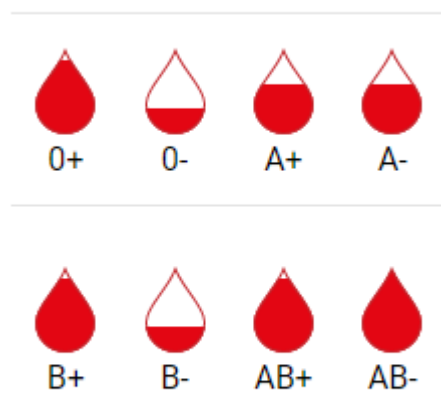
varu. Tilkade kujundid samuti kasutatakse Tartu Ülikooli Kliinikumi verekeskuse veebilehel. Selle verekeskuse veebilehel on olemas ka seletus, et isegi terve tilga puhul on vaja iga päev värsket doonoriverd erinevate verekomponentide valmistamiseks.



Joonis 1. Verevarude täituvus veregruppide järgi 10.05.2022

Allikas: Tartu Ülikooli Kliinikumi verekeskus

Verevarud



Andmed seisuga 09.05.2022 10:55

Joonis 2. Verevarude täituvus veregruppide järgi 9.05.2022

Allikas: Põhja-Eesti Regionaalhaigla verekeskus

Intervjuu käigus jõuab Alina vaadata ühe verekeskuse veebilehe selleks, et kontrollida verevarude statistikat. Vastuseks küsimusele, kui tõenäoline on, et ta läheb loovutama verd lähiajal, vastab ta siis nii: *“Vaata, minu tilk on täis siin. Ei, ma ei läheks. Mind ei ole hetkel vaja. Ma tõesti näen seda.”*

2.2.2. Subjektiivsed normid ja nende mõju

Käitumise teooria järgi inimeste kavatsusi osaliselt mõjutab subjektiivsed normid ehk antud juhul mida inimese lähedased arvavad vereloovutusest. Intervjuude käigus selgus, et lähedaste mõju on suhteliselt minimaalne, kuna veredoonorluse teema ei arutleta.

KATEGOORIA 5. Subjektiivsete normide mõju

Alina jagab: *“Ma ei ole isegi kindel, kas tunnen kedagi, kes on aktiivne doonor, kes võiks oma kogemusi jagada. Seetõttu ma põhimõtteliselt ei mõtle kunagi sellest probleemist.”* Milena: *“Ma ei saa öelda ((mis on sõprade seisukoht)), sest me ei aruta seda, ei olnud põhjust arutada. Kuid olen kindel, et põhimõtteliselt suhtumine on positiivne.”* Küsimuse peale, mida arvaksid tema sõbrad, kui ta jagaks, et homme ta läheb loovutama verd, vastab Milena: *“Nad ütleksid, et kõik on äge. Küsiks, kas saab minuga koos minna.”* Ehk ta eeldab, et suhtumine on tegelikult positiivne, aga seda aktiivselt ei avaldata. Irina arutab, et vereloovutuse puhul ta jutustaks sellest lähikonnale: *“No ma ei tea, et ((kas selleks, et))hoobelda, aga pigem jah, et hoobelda. Võib-olla on see tunne, et oled teistega võrreldes midagi head teinud. Ilmselt on ka.”*

Sergei puhul aga olukord erineb: *“Tavaliselt ma saan teada vereloovutusest minu sõprade ja tuttavate kaudu, nad jagavad story'd ja muud.”* Samal ajal intervjuueeritav oletab, et juhul kui ta on otsustanud minna loovutama verd, oleksid tema sõbrad nõus minema koos temaga . Sergei lisab: *“Ma juba mõtlen kirjutada ühe chat'i, kus on minu sõbrad, kutsuda kõiki, sest see näeb välja nagu äge lugu. (...) Peale seda experience ((intervjuud)) ma vist postitaks samuti story'sse ja ütleks kõigile, et see on päriselt lihtne ja seda on vaja teha.”*

KATEGOORIA 6. Subjektiivsete normide loomine

Üks intervjuueeritavatest, vaatamata sellele, et ei ole siiani verd loovutanud, jagab võimalusel vereloovutusteemalisi üleskutseid probleemiga tuttavate inimeste vahel. Irina: *“(...) ma tean mõnede inimeste veregruppi. Ma saatsin seda uudiskirja ja ütlesin, et sinu verest on puudu, saaks minna loovutama. (...) Ei, ma ei pressi, lihtsalt jagan informatsiooni. Kui inimene tõesti soovib,*

siis ta läheb. (...) Isegi siis, kui ma ei tea ((tema veregruppi)), aga tean, et ta üldiselt tegeleb sellise tegevusega, näiteks ta on vabatahtlik, tal on põhimõtteliselt mõnus kõiki seda teha.”

Irina töötab õpetajana koolis ning tema koolis on gümnaasiumi õpilastel võimalik valida suunda, mis on seotud tervishoiuga. Irina kõneleb potentsiaalsest doonoripäevast koolis: *“Mulle tundub, et see oleks kõikide huvides. (...) Sest kui inimesed juba otsustanud ((seda suunda)) õppida, siis ma usun, et nende kohusetunne (...) saaks juba tärgata.”* Martín-Santana *et al.* (2020) väidavad samuti, et vere loovutust toetavaid kampaaniaid võiks hakata levima inimeste elu varasematel etappidel, näiteks koolis.

Sergei arutab, et inimesed võivad massiliselt hakata loovutama verd peale mingit sündmust, mis mõjutab suurt osa inimest ning niimoodi suurendatakse veredoonorite “pakkumine” Ta meenutab ühte filmi nimega *“Adam ruins everything”*. Sergei jagab: *“((film)) on sellest, et inimesed tihti jooksevad loovutama verd peale terroriakte ja muud. Kokkuvõttes see veri sattub prügimäele, sest seda on nii palju ning seda ei saa teatud aja möödudes kasutada. Aga inimesed ei loovuta verd iga päev, nädal ega kuu. Seetõttu on verest mõnikord puudus.”* Hess ja Thomas (2003) samuti jõuavad kokkuvõtteksi, et kriisi ajal selline käitumine loob olukorda, kus doonorivere pakkumine võib lühiajalises perspektiivis ületada selle vajadust.

2.2.3. Turundustegevus

Nagu teoorias eelnevalt mainitud, on vere loovutuse turundamise võimalusi palju ning neid saab kohandada vastavalt sihtrühmale. Autor uurib intervjueeritavatel, kas nad märkavad vere loovutuse reklaame ja muid turunduslahendusi ning kuidas nad sellesse suhtuvad.

KATEGOORIA 7. Reklaam

Esiteks soovib autor teada saada, mida intervjueeritavad üldiselt arvavad vere loovutuse reklaamist. Sergei ütleb: *“Sotsiaalne reklaam mõjutab väga hästi. Ma arvan, et mitte ainult mind, teisi ka, kui me näeme et sellel on impact. Esiteks, ma ei tunne impact'i sellest, et keegi loovutab verd või midagi sellist.”* Samal ajal ta selgitab: *“Arvatavasti, ma isegi olen näinud paar tükki((plakati)). Mul lihtsalt ei jäänud meelde.”* Alina arvamus on selline: *“Ma saan aru iga sotsiaalse reklaami mõttest. Ma arvan, et see reklaam ei ole minu kohta.”*

Milena jagab: *“Nagu mina tean, kõik, mida mina olen näinud, need olid ühekordsed kampaaniad haiglas või muu. Kuskil ((sotsiaal-)) meedias olen näinud postreid. (...) Füüsiliselt Narvas, Astri keskuses. Võib-olla ((Tallinnas)) ka näinud, aga ma ei mäleta. Kui kuskil õues, siis ((liikusin)) kiiresti ja ei märganud.”* Margarita jagab: *“Põhimõtteliselt ma näen mõnikord plakateid, mis kutsuvad saada doonoriks. Muidugi, kui sa tuled haiglasse, sa näed hunnikut plakateid.”* Ta meenutab: *“Jah, kindlasti oli see ürituse kutse Facebook’is. Ma hakkasin jälgima üks kord, ja see oli nagu ürituste seire. Ehk ((teadaanded)) pidevalt tulid.”* Margarita jagab: *“Muidugi seal oli kirjas millal, mis kell ja kuhu ((tulla)). Minu meelest, seal olid ka kõige tähtsamad ((veredonorile nõuete)) punktid. Et kui sa lihtsalt tahad teada, kuidas see toimub, siin on veebilehe link.”* Irina lisab: *“Internetis olen näinud, Facebook’is. Meil koolis saadetakse uudiskirja, et näiteks Mustamäel või kuskil veel saab loovutada. Ehk tavaliselt ma saan ((reklaami)).”* Natalia jagab: *“Ma lihtsalt jälgin mõnesid verekeskusi Facebook’is. Ma ei surfi seal, kuid mõnikord näen.”*

Intervjuueeritavad arutavad selle üle, et reklaami võiks olla rohkem ning seda on vaja muuta. Margarita jagab: *“Ma ütleks, et vähe ühelt poolt. Teiselt poolt, kes otsib, see alati leiab.”* Milena arutab: *“Mul pakuks huvi selline reklaam, mis ahvatleks mind, mingi terav sotsiaalne reklaam, mis tõstaks esile mingi probleemi. Siis mul oleks rohkem motivatsiooni, sest praegu ma ei saaks öelda, et praegu on käimas mingi tugev vereloovutuse agitatsioon, sest vast ei ole vajadust.”* Irina jagab: *“Mulle tundub, et see reklaam peaks vist muutma. Ehk seda sõnumi, kas ta on või ei ole, on vaja muuta või informatsioon peab olema kompaktsem. Ainult kõige tähtsam, ülejäänud asjad kas lingi kaudu või allpool.”* Irina lisab: *“Ei ole nii, et see reklaam on püsiv. (...) Sagedamini tuletada inimestele meelde, et põhimõtteliselt saab tulla, ning isegi kui nüüd on palju verd, seda ei saa kunagi liiga palju olla. (...) Mulle tundub, et reklaamis peab pidevalt sellest rääkida.”*

Alina arutab vereloovutus reklaami väljakutsete üle: *“Väga palju reklaame meie ümber ning väga harva sa pöörad sellele tähelepanu. Üldiselt õpid seda kuidagi filtreerida, sest enamikel juhtudel ta võtab ära tähelepanu. Ma isegi ei tea, kuhu seda saab niimoodi paigutada, et ta päriselt saaks tähelepanu kõita. Sest reklaami põhifunktsioon tähelepanu tõmmata, see on juba raskesti saavutatav, kuna inimesed on õppinud seda ignoreerida.”*

KATEGOORIA 8. Reklaami suurus ja visuaalosis

Intervjuueeritavad arutlevad ka reklaami visuaalosis üle. Natalia näiteks arvab: *“Ma alati lähen mööda. Ma nägin neid ((plakateid)) ainult online. Ning mulle meeldis üks reklaam ühelt verekeskuselt. Seal punasel taustal oli 0 veregrupp, ei mäleta reesustegurit, ning oli kirjutatud*

“wanted”. See oli nii äge. Väga elav reklaam, mulle väga meeldis. Kohe saad aru. (...) See ei olnud minu veregrupp, seetõttu ma jätsin ((reklaami)) vahele, aga jätsin meelde.” Natalia jätkab: “Punane värv alati köidab tähelepanu, sõna “wanted” ka. Seal olid number ja üks sõna, aga sa said kõigist aru. (...) Ma arvan, et siin mängisid rolli kolm asja: punane värv, konkreetne number ja CTA. (...) Asi pole sõnade arvus ega väikses sõnumis, vaid visuaalosas.” Irina jagab: “Tavaliselt näen verekotti. Ei ole nii, et see on väga mõnus pilt minu jaoks. Ausalt, mulle tundub, et see võib isegi pigem eemale tõugata. (...) bussipeatustel olen näinud neid verekotte tervele plakatile. (...) Ma ei saa kohe aru, et see on vereloovutusest.”

Maria arutleb samuti reklaami asukoha üle: “(...) võtab piisavalt palju ruumi. (...) Ma kindlasti pööraks tähelepanu, ma paneks kuskile kirja enda jaoks.” Ta lisab: “seal ei olnud täpset aadressi või e-maili aadressi, kust saab vaadata. (...) võib-olla see oli kuskil ((plakati)) allpool ja väikeses trükis, seetõttu oli nähtamatu. Tahaks, et see oleks nähtavam, et hüppaks näkku ja jääks meelde.”

KATEGOORIA 9. Reklaami sõnum

Autor soovib teada saada, mida intervjueeritavad arvavad vereloovutuse reklaami sõnumitest. Milena sõnab: “Mulle tundub, et sellest slogan’ist ((“Saa doonoriks ja kingi elu”)) on juba tüdinenud, seda kasutatakse kõikjal. (...) Jah, ta on tugev, ta kõlab nii võimsalt. Ning kuna ta on kunagi kõlas supervõimsalt, see ei kõla enam nii tugevalt. Ta on kaotanud enda jõudu.” Irina arutab: “Vast pole nii hea slogan, kui ma ei mäleta seda. (...) Vereloovutust jätkuvalt reklaamitakse, ning ma niikuinii ei mäleta, kas seal on mingi slogan või mitte.”

Margarita arutab sõnumi põhimõtte üle “Kommunikeerida, et vereloovutus on abi. (...) Me kõik tahame olla head inimesed, aidata. (...) Kõige tähtsam argument, miks vereloovutus on hea ja õige. Sest kui tahad olla hea inimene, siis aidata teisi ja või midagi sellist.” Milena lisab: “Nagu sa teed mingit panust, nagu sa oled osa, ma ei tea, millestki tähtsast.” Sergei arutab: “Aksent oleks vaja teha inimeste elude päästmisel. Ehk et sa kindlasti saaks aru, et tülles kord kuus või kvartalis ning tooli peal istudes, sa tegelt päästad kellegi elu.”

Milena arutab edasi sõnumi üle: “Selles osalemise tähtsust. Ehk ei ole nii, et tule ja loovuta verd, vaid rõhutab ka seda, et see on probleem antud hetkel.” Milena jätkab: “Kui see on “Aitäh, et loovutasite nii palju verd”, see ei mõjuta mind. Aga kui “meil on suur probleem.” (...) Ning jutt ei ole ainult probleemist, vaid rõhutaks selle tähtsust, mitte ainult statistikat.” Milena nõustub samuti, et konkreetseks informatsiooniks võiks olla näiteks tema veregruppi puudujääk.

Intervjueeritavad arutlevad ühtlasi potentsiaalse *slogan*'i sõnastuse üle. Maria pakub: “Äkki “Üks väike tegu päästab ühte suurt elu”, et ikkagi lühike aeg päästab teise inimese tervet elu.” Irina omakorda: “Mulle tundub, et peab kuidagi egoismiga seostada. Et “Ära ole egoist, mõtle teiste peale. “Nagu kauplus “sõbralt sõbrale”, vaid “veri verele”. Midagi sellist selles stiilis.” Sergei arutab, et tema jaoks on vaja numbreid näha, aga üldiselt sõnum peab olema emotsionaalne: “Statistika. Aga see on puhtalt minu jaoks. Mulle tundub, et enamusele oleks parem, kui see oleks midagi justkui emotsionaalne. Mitte ainult numbrid, aga mingi emotsionaalne asi. Teiselt poolt aga seda vist ei tasu teha nagu reklaam “päästke minu laps vähist”, sest see ei meelita inimesi.” Ta lisab: “((Kutsuks esile)) empaatiat, pabinat teiste inimeste elude eest.”

KATEGOORIA 10. Patsientide lood

Maria arutab, et sellised lood oleksid kasulikud: “(...) et nad oleksid aktiivselt kaasatud, ma arvan, seda on vaja näidata nii, et mitte miks vere loovutus ise on hea ja õige, vaid isiklike näidete kaudu, kuidas just see veri, mis inimesed loovutasid, on kedagi aidanud. Ehk näidata inimeste lugusid, kes on nii pääsenud. (...) Ma arvan, et see võiks emotsionaalselt haarata inimesi.” Margarita lisab: “Kommunikeerida nii, miks ma pean seda tegema. (...) Ehk näiteks inimeste pildid, keda ma isiklikult aitan. Ehk ma näen inimest, keda ma aitan, see on laps mingi haigusega, need inimesed, kes on sattunud mingisugusesse olukorda. (...) sellel on muidugi väga tugev emotsionaalne mõju ja emotsionaalne otsus loovutada verd.”

Intervjueeritavad arutavad, et oleks hea, kui nad teaksid, et nende veri on kasutatud. Maria pakub: “Oleks hea, kui mulle tuleks teadaanne või mõni teine info sellest, et näiteks keegi on kasutanud minu verd. (...) Ma arvan, et see kõige rohkem motiveeriks mind tulla tagasi loovutama. (...) Sest ma näeksin, et olen inimest aidanud. Ehk mitte nii abstraktselt, et ma kujutaks ette, et olen midagi teinud. Tavaliselt see ei tööta. Kui ma otseselt näeksin, kuidas suutsin mõjutada teatud inimest, teatud probleemi.” Irina nõustub: “Oleks meeldiv, kui sinu veregrupp aitaks kedagi. Näiteks, SMS, et just sinu verd praegu päästis kedagi, tehti vereülekanne. (...) Nüüd me päästisime 16-aastast tüdrukut, 50-aastast vanaema.”

Milena arutab, et tema jaoks oleks tähtis, kui need lood oleksid tema verrega päästetud inimestest: “Üldiselt mitte, sest see ei ole minu veri. Ma ei näe, et mina teen midagi. (...) Kui oleks minu veregrupp, siis ka sobib.” Natalia samuti arutab: “Natukene ergutab see, näiteks võib-olla just teie veri on aidanud, me oleme kedagi päästnud. Sa mõtled: “oi, kui tore”. Ehk sa näed, et see ((veri)) ei ole mingi võõrkeha, mis sõitis kuskile, vaid see on päriselu, pärisinimesed ja sina aidad. Isegi

kui see ei ole sinu veri, mis on kedagi aidanud, vaid (...) me iga päev päästame nii palju lapsi, nii palju täiskasvanuid.” Natalia: *“Oletame, et tihti lastel on vaja tõsisemate haiguste puhul. Ning sa mõtled, lihtsalt hakkad mõtlema, et sa teed õiget asja. (...) sest sa päriselt teed keegi jaoks, mitte nii, et lihtsalt loovutada, saada, ma ei tea, šokolaadi ja ongi kõik.”*

KATEGOORIA 11. Meened ja soodustused

Peale vere loovutust saavad veredoonorid mingisuguseid meeneid. Irina meenutab: *“Kui ma väike olin, siis mäletan inimesi kottidega. Ma küsisin (...) kust nad tulevad. (...) Mulle vastati, et need ((inimesed)) on doonorid. Loovutad verd, sulle antakse asjadega kott. (...) Oli selline motivatsioon loovutada, et sa vähemalt saab süüa.”* Irina lisab: *“Ma isegi ei teadnud, ausalt öeldes, et antakse suveniire, näiteks, tass või midagi veel. Olen kuulnud šokolaadist ja mahlast. Minu meelest ka mingi märk, et sa oled doonor. (...) See ei ole tähtsaim motivatsioon minu jaoks.”*

Maria arutab meenete kasu üle: *“See tuletaks mulle meelde, miks ma olen seda teinud ning võimalikult liiguks mind edasi, kui ma kasutaks seda. (...) Su verd on niimoodi aidanud, väike meeldetuletus selle suveniiriga.”* Maria lisab: *“Nipsasjad, tass või midagi, mida ma saaksin kasutada. Võib-olla mingi brelokk. (...) See võiks olla magnet. Ma armastan magneteid.”* Sergei arutab: *“Ma paneks seda üles seljakoti peale. Muuseas, olen hiljuti lugenud ühe uuringu, et inimesed suurema tõenäosusega täidavad asju, kui nad assotsieeruvad ennast selle tegevusega. Ehk näiteks, mitte siis, kui sa ütled, et sa käid verd loovutamas, vaid siis, kui sa ütled, et sa oled veredoonor, see on sinu identiteedi osa. Ma arvan, et sellised märgid päriselt aitaksid inimesi tagasi tuua.”* Irina samuti arutab veredoonori märgi funktsiooni üle: *“Jah ((kannaksin)), miks mitte. Võib olla keegi märkab, tunneks ka huvi. Ta pole sellest kunagi mõelnud, aga nüüd vast tuleks. Ütleme nii, et töötades koolis (...) ma oleks see näide, et saab minna ja aidata inimesi. (...) See((kool)) on see koht, kust tuleb alustada.”* Sergei meenutab: *“Ma just olin ühe tuttava külas ning tal oli see tass, mis on vere loovutusega seotud. Ma võitsin seda, et sinna endale teed kallata ja lihtsalt trükkisin ümber seda veebilehte enda telefoni. See on väga kasulik asi, kui igal pool sa võid näha vere loovutusega seotud merch'i.”* Milena lisab: *“Või, näiteks, kui nad paneks kuskile kirja minu nime, mingi shopper'i peale või teeksid mingisugust merch'i, kus märgiksid mind. (...) Kui inimeste pannust oleks märgitud kuskil visuaalselt.”*

Mõned intervjuueeritavad aga ei ole huvitatud materiaaletest hüvedest. Alina arutab: *“Noh kui veel rääkida motivatsioonist, siis võib olla mingisugused soodustused, ma ei tea, veredoonoritele parkimiskoht. Midagi, mis ei ole mingi aine hüve, vaid mingi privileeg sinu linnas. (...) Midagi*

sellist saaks motiveerida mind.” Alinaga nõustub Milena, kes samuti sooviks saada teistsugust hüvet. Milena: *“Need pastakad, märgid. Ma ei tea, sellega mind ei meelita. Mulle tundub, et mitte. Aga kui oleks, näiteks, McDonalds’i soodustus. Ei tea, midagi immateriaalne ((peab olema)).”*

2.2.4. Informatsiooni kättesaadavus ja puudujääk

Autor soovib uurida, kas vereloovutuse informatsioonist piisab ning kui lihtsalt on see kättesaadav. Tuleb välja, et intervjueeritavate kogemus on erinev.

KATEGOORIA 12 . Informatsiooni kättesaadavus

Maria jagab: *“Ma arvan, et ei ole piisav. Kui vaadata, näiteks, õues ja sotsiaalmeedias, kaubamajad või ülikoolid (...) ma ei näinud, et see oleks kuskil ning et sellest räägitaks.”* Natalia aga ei nõustu: *“Mulle tundub, et see on piisavalt kättesaadav ning alati saab vaadata.”* Margarita arutab: *“Alustame sellest, et minu ruumis on vähe informatsioon. (...) Kui ma tahaks, et mul oleks see informatsioon, mul oleks see informatsioon. Ehk ma hakkaks jälgima midagi Facebook’is. (...) Enda argielus sa lihtsalt ei mõtle sellest, ning ma ei ole vastu sellest mõtlema, lihtsalt keegi ei tuleta meelde. Kui ma näen, näiteks, et keegi minu sõpradest loovutab verd, siis ma mõtlen sellest.”*

Intervjueeritavad oletavad, et vajadusel nad leiaksid informatsiooni. Alina arutab: *“Kui ma tahan, siis ma guugeldan “loovutada verd Tallinnas”, ning olen kindel, et kohe esimesest lingist ma saan seda infot.”* Milena jagab: *“Mulle tundub, et saab guugelda näiteks “vereloovutus Eestis.”* Sergei pakub: *“Ma räägin sellest, et peavad olema kaasatud need, kes loovutavad verd. Ehk nad võiksid olla nagu tähtsuse sõnumitoojad ühiskonna jaoks, kui sa avad su feed’i ja näed, kuidas inimesed teevad õiget tegu. Sa saad pärisinimestelt küsida, kuhu minna, mida teha. See tegelikult lahendaks hunniku probleeme.”*

Sergei jagab kogemust: *“Mulle öeldi, et tule tagasi ((pärast paranemist)) kuu pärast või midagi sellist. Aga kuhu tulla või midagi sellist. Ma isegi ei teadnud, kuhu ma pean tulema.”* Enne intervjuud ta proovis vereloovutuse kohta uurida: *“Täna enne intervjuud et mitte rumalasti välja näha, ma vaatasin, mis meil on veredoonorluse kohta internetis. Ning tegelikult on üsna lihtne ennast kirja panna. Vist ilma sinu intervjuuta ma pole isegi vaataks sellele poolele. (...) Nii lihtne vaadata kuupäevi, vajutada, registreeruda. Ma arvasin, et see on kuidagi keerulisem. Tuli välja, et kõik on lihtne.”* Ta lisab: *“Vist mul oli mingi vana idee, kuskil seisab mingi keskus, kuhu saab*

tulla teatud päevadel, loovutada verd või midagi registratuuris teha. (...) Aga ma ei mõelnud, et kõike saab paari klikiga teha.”

KATEGOORIA 13. Doonoritele nõuete kirjeldus

Intervjueeritavad arutavad ühtlasi informatsiooni üle veredoonoritele esitatavate nõuete kohta. Sergei arutab: *“Võib-olla seal ((veebilehel)) on päriselt olemas informatsioon sellest, kellele ei tasu minna loovutama verd. Selleks, et ei juhtuks see lugu, nagu mul oli, kui ma proovisin loovutada verd. Ma väga loodan, et seal on see info olemas, sest kui seda on vaja eraldi otsida, keegi ei hakka seda tegema.”* Natalia jagab: *“Ma olen tihti lugenud nõudeid. Seetõttu ma tean, et see on hea, et on vaja loovutada.”* Alina jagab: *“Ma täpselt tean, et seal on kehakaalu nõue. (...) Et ei saa olla haigust nagu HIV, hepatiit, midagi viiruslikku, mis antakse üle läbi verd. Geneetiliste haiguste kohta nagu diabeet ma ei ole kindel.”* Irina lisab: *“Hästi puhanud, hästi söönud, ei põe hetkel ühtegi viiruslikku bakteriaalset haigust, ei ole viimasel ajal haige olnud.”* Margarita märkab: *“Veebilehel oli kirjas, et sa peab olema terve inimene. See on väga imelik. Ma ei oska öelda, kas ma olen terve või mitte.”* Ta lisab: *“Muuseas, oleks huvitav teada saada, näiteks, kas minu verd kontrollitakse.”*

KATEGOORIA 14. Informatsiooni tüüp

Intervjueeritavad annavad teada, et nad jälgivad samuti verevarude statistikat. Natalia kinnitab: *“Tihti, kui vaadata, sellest ((verest)) piisab.”* Irina näeb teist pilti: *“(...) mina isiklikult tihti näen, et meie verevarud on tühjad.”* Margarita aga arvab, et üldiselt ta ei pea ise statistikat otsima, vaid teda on vaja informeerida: *“Vast need verekeskused ise saadavad mingi uudiskirja, igakuist teadaannet. (...) Ma ei tea, keegi ei informeerigi mind sellest, et meil on selline probleem.”* Sergei tunnistab: *“Noh, kahjuks, me elame selles maailmas, kus inimestel ei meeldi ise midagi otsida, sealhulgas mulle.”* Maria jagab: *“(...) Praegu aga ma ei tunne hästi seda süsteemi ning seetõttu ei ole nii ((vereloovutusse)) süvenenud, seetõttu see ei ole minu lähieesmärk.”* Margarita lisab: *“Üks kord päevas näidata (...) neid tilku. (...) Inimestel on ligikaudne olukorra ettekujutus, mis on selle küsimuse praegune olukord. (...) Inimestele oleks arusaadav, et see on tegelikult probleem, et meil on vähe veredoonoreid. Tegelikult tuleb üks kord tellida uudiskirja ning sa kohe oled kursis, saad infot, tead, kuidas tegutseda. (...) Selline informeerimise tase oleks ainult abiks.”*

Irina arvab, et informatsioon peab olema kompaktne: *“Mul on selline tunne, et vastupidi tean liiga palju. (...) tahaks pigem saada konkreetset ja kompaktset ((informatsiooni)).”* Ta lisab: *“(...) et vereloovutus päästab miljon elu, näiteks. (...) Tekib nagu müra selles kirjas, ta on üsna pikk, ning*

tavaliselt ma ei suuda seda lõpuni lugeda, mul ei ole aega.” Irina arutab: “Mulle tundub, et me elame selles (...) digimaailmas, et informatsioon liigub nii kiiresti, inimesed ei loe midagi väga kaua.” Maria samuti tahab saada konkreetset informatsiooni: “Kui seal oleks veebiaadress, siis ma tahaks, ma vaataks. Ning ma tahaks seal näha väga konkreetset informatsiooni, kus mis asub ning mida on vaja teha. Samuti, et see oleks mugav veebileht, et saaks vaadata, kuidas see ((vereloovutus)) inimeste jaoks töötab.”

KATEGOORIA 15. Informatsiooni puudus

Natalia tunneb informatsiooni puudujääki seoses loovutatud verega: “Keegi ei hakka jutustama mulle, mida seal tehti. Ma tean, et nad võivad ((verd)) osadeks jagada. Näiteks trombotsüüte, erütrotsüüte. Aga alati on hirm, et nad lihtsalt viskavad ära. Ma ei tea ju, mis seal päriselt toimub.” Seega Natalia arutab: “Võib olla kui teaksin rohkem, kuidas on korraldatud verekeskused, kuidas see kõik töötab, siis ma oleks kompetentsem. (...) näiteks “kui te näete, et teie ((veregrupi)) tilk on täis, ärge muretsege. Igal juhul tulge loovutama, me suuname teie verd teise verekeskusse”. Midagi sellist selgitamiseks.” Alina jagab: “Vist igaüks, kes tuleb loovutama, mõtleb, et ta päästab elu. Aga ma ei saa lahti sellest mõttest, et ma ei päästa elusid, vaid lihtsal loovutan verd, see vedeleb kuskil, ning võib-olla ei lähe kellelegi tarvis.” Alina pakub, et saab lisada teatud statistikat: “(...) näiteks, statistika sellest, kui palju verd oli tegelikult ülekantud inimestele, kui palju oli kasutatud teiste eesmärkide jaoks.” Maria lisab: “(...) et seal ((veebilehel)) oleks mingi koht, kus ma saaksin vaadata, kuidas veri mõnda inimest aitas ehk milles seisnes haigus või probleem. See kuidagi aitaks.”

2.2.5. Takistused

Intervjuude eesmärk on selgitada välja, missugused konkreetset takistused võivad mõjutada potentsiaalsete veredoonorite käitumist. Intervjuudes toodud takistused saab jagada neljaks: aja planeerimine, vereloovutuse koha asukoht, tervises seisund ja hirm.

KATEGOORIA 16. Aja planeerimine

Intervjueeritavad arutavad, et nende jaoks oleks vaja planeerida vereloovutust. Margarita kinnitab: “(...) kui ma lihtsalt saaksin aru saada, palju aega on mul vaja, ma saaksin planeerida, mis hetkel ma pean sinna jõudma. (...) Ma ei saa nii lihtsalt töölt lahkuda, ja mulle tundub, et neil on standardsed lahtiolekuajad.” Alina samuti arvab, et on vaja arvestada sellega, kui palju aega võtab vereloovutus: “Käisin jalgsi vist vanemate külas. (...) seal oli see väljasõit. Ma mõtlesin, et “vau

lahe“. Aga ma kiirustasin tol hetkel ehk ma pidin teatud ajaks midagi tegema. Tuleb välja, et see segas mind, sest mul ei olnud võimalust aega raisata. Ma isegi ei tea, palju aega see võtab.” Milena jaoks on samuti tähtis asju ette planeerida: “Mul on vaja eelnevalt moraalselt ette valmistuda. (...) Näiteks, kui kavatsen sõpradega kohtuda, siis ma ütlen, et palun öelge kaks päeva ette. (...) Mul on selline harjumus asju ette planeerida.” Maria arvab, et ta võib leida aega vereloovutuseks: “Mul ei ole ajalist võimalust. (...) Mõned päevad on rohkem hõivatud, mõned vähem. Ma arvan, et ma saaks liigutada oma plaane.” Maria lisab: “Kui on kirjas, et registreerimine ei ole kohustuslik, siis võib-olla tuleks kohe. Või vähemalt planeeriksin lähiajal sinna tulla.”

Natalia arvab, et aega võiks säästa siis, kui oleks võimalik kontrollida tervises seisundi vastavus enne seda, kui minna vereloovutuskohta: “Parem, kui selline protsess ((tervise kontrollimine)) saab teha kiiresti kodus, kontrollida ja siis kindlalt minna, sest ei tahaks nii, et sa tuled ja sind pööratakse tagasi.”

Mõned intervjuueeritavad on kunagi märganud vereloovutuse võimalust nende ülikoolides. Maria aga arvab, et siin võivad tekkida takistused: “Ma arvan, et on tähtis, et see oleks peale tunde, et mul oleks vaba aeg sinna ((doonoripäevale ülikoolis)) minna.” Maria lisab: “Loengute ajal ma ei läheks, ma pigem ootaksin, kuna need on läbi, et olla kindel, et ma saan koju jõuda ja seal puhata.” Natalia nõustub: “Mulle tundub, et see on lihtsam, kui tunnid ja vereloovutus on eraldi.”

Irina arutab, et töötavate inimese aeg on piiratud: “Mõnikord juhtub, et ei sobi lahtiolekuaeg. Tavaliselt see juhtub argipäeviti, kui olen lihtsalt tööl ja kahjuks pole mul võimalust võtta vaba päeva või paar tundi, et sinna minna.” Irina jätkab: “Noh põhimõtteliselt, kui see oleks nädalavahetusel, siis saaks puhata, ei ole vaja kuskile kiirustada, joosta ning saab rahulikult taastuda.”

KATEGOORIA 17. Vereloovutuse koha lähedus

Vereloovutuse koha asukoht samuti võib mõjutada intervjuueeritavate kavatsust loovutada verd. Irina arutab: “(...) lähimad paar kilomeetrit. Ütleme, mitte nii, et ma pean minema linna teise otsa. (...) see tekitab ka, näiteks, minu jaoks ebamugavusi.” Margarita lisab: “Ideaalne tingimus on siis, kui see on kuskil minu kõrval, näiteks, supermarketis (...) või minu töökoha kõrval.” Maria samuti märgib: “(...) kui minu elukoha lähedal oleks see ((vereloovutuse)) kabinet või väljasõit, siis ma kindlasti loovutaksin.” Alina jagab, et verekeskuse kauguse tõttu ta on kunagi keeldunud

minemast loovutama: *“Mulle ei meeldi kuskile kaugele sõita. (...) ((minu sõber)) kutsus mind kaasa. Aga ma olin väga tugevalt vastu, et ma pidin kaugele sõitma. (...) Koplisse, aga see on väga kaugel.”*

Natalia jagab, et tema jaoks vereloovutuse koha kaugus samuti võib saada tõsisemaks takistuseks: *“Sa ei tea ju, kuidas sinu keha reageeriks ning ei taha pärast ((loovutust)) olles teadmata seisundis tagasi ((koju)) tulla. (...) Ma olin mitu korda peaaegu meelemärkust kaotanud. Sellepärast mul on selline hirm.”*

KATEGOORIA 18. Tervise seisund ja doonoritele nõuded

Veredoonoriks saamiseks inimese tervise seisund peab vastama nõuetele. Samuti vereloovutus võib olla ajutiselt piiratud ajutistel tervislikel põhjustel. Mõnede intervjueeritavate jaoks ajutine piirang ei lubanud teha vereloovutust. Alina jagab: *“Kui tulin loovutama verd, siis oli see kolm või neli kuud peale minu operatsiooni. Seetõttu mulle keelduti.”* Sergeil on sarnane põhjus: *“Meil kaitseväes oli selline hetk, kui oli võimalik loovutada verd. Ma tulin sinna kohe pärast seda, kui murdsin oma jala. (...) Õeldi, et praegu ei saa loovutada.”* Margarita kinnitab, et tervisekontrolli käigus talle spetsiaalselt rõhutati, et ta ei saa hetkel verd loovutada: *“Kahjuks, ma ei saa praegu loovutada, sest minu verd ei ole hea. Mul on madal hemoglobiini tase ning mulle öeldi, et ma ei saa veredoonoriks olla, kuna hemoglobiini tase normaliseerub.”* Irina arvab, et tema ravi piirab tema võimalust saada veredoonoriks: *“Praegu vist ei saa, sest ma läbin tabletravi, mis ei ole väga hea ((vereloovutuseks)).”*

Intervjueeritavat arutavad, et üldiselt ebatervislik elustiil on samasugune piirang. Natalia: *“Jah, olen juba aastaid tahtnud. Aga kui sa loed veredoonori saamise tingimusi, siis on selge, et kui sa sööd rasva sööki ja ei maga ((piisavalt palju)), siis on ebatõenäoline, et su verd oleks hea, ütleme nii.”* Samuti ta jutustab, et üks kord ei saanud loovutada verd toitumisega seoses. Natalia: *“Oleme kunagi McDonalds'is söönud, mis ei ole väga tervislik söök, ja mu sõber pakkus mulle tulla verd loovutama. Ta ise on kavatsenud ning kutsus kaasa, mis on ka imelik.”*

Intervjueeritavad arvavad siiski, et nende praegune tervise seisund laseb neil loovutada verd. Alina: *“Ma ei hooli oma tervisest, aga mul pole ka halbu harjumusi. (...) ma ei ole kõige halvem doonor, kuid põhimõtteliselt olen ma siiski parimast kaugel.”* Sergei: *“Mul ei ole haavu ega haigusi, mis segaksid mind loovutada verd. (...) on vaja vaadata, mis on need piirangud.”* Maria jagab, et piirang on ainult ajutine: *“Nüüd ei saa, aga kahe päeva pärast saab.”*

Natalial leiab, et vereloovutusse tuleb suhtuda vastutustundlikult: *“Ma lihtsalt arvan, et seda tuleks võtta vastutustundlikult. (...) ei taha kuidagi halvasti mõjutada neid inimesi, kellele seda verd kantakse üle. Ma ei tea, kuidas see töötab, aga ei taha kedagi oma vastutustundetu käitumisega alt vedada.”* Natalia arvab, et kui keegi soovib loovutada verd, siis peab ta arvestama oma elustiiliga: *“Kui niimoodi vaadata, siis tuled voodi hilja, millega ei tee endale head, kahjustad enda tervist. (...) Mul on vaja vähemalt kolm nädalat ettevalmistust, et oleks tervislik söök, tervislik uni. (...) Samas nii lihtsalt tulla vist ei ole õige, sest tuleb kuidagi toitumist jälgida, mitte ainult alkoholi ((mitte tarbida)). Doonori enesetunne vist ka mõjutab.”*

Naistel soovitatakse loovutada verd mitte rohkem kui neli korda aastas. Margarita jagab: *“Ma proovisin, aga ei loovutanud. Esiteks, olen naine ning mul on mõned piirangud.”* Natalia nõustub: *“Naised ei saa väga tihti loovutada verd. Ehk sellega tuleb ka iga kord arvestada.”*

Peale vereloovutus soovitatakse edasi lükata suuremat füüsilist pingutust. Margarita arutab: *“Teiseks, tol hetkel, millal ma tõesti proovisin leida aega selleks, et seda teha, ma aktiivselt tegelesin spordiga. Loomulikult see ((vereloovutus)) piirab füüsilist aktiivsust, sest peale loovutust, kui ma õigesti mäletan, sa ei saa teha sporti. Tol hetkel see ei olnud väga mugav minu jaoks. (...) Ma ei arva, et see on väga hea ja õige tegu ja argument ((valida sporti)), aga nii oligi.”* Sergei arutab, et tal võib tekkida probleem teisel põhjusel: *“Saaksin kohandada. Aga jälle ma sooviksin teada sellist informatsiooni enne seda, kui tulen sinna jalgrattaga. Sest, jah, kui pean sellega tagasi jalgsi tulema, see ei ole üldse äge.”*

KATEGOORIA 19. Hirm

Varasemad uuringud näitavad, et füüsiline valu ja süstlanõela kartus võivad samuti saada takistuseks, miks inimesed ei julge minna loovutama verd. Natalia arutab: *“Näiteks, ma ei tea, kas ma minestan või mitte. See on ka natuke hirmutav. Praegu ma lihtsalt ei tea, kuidas keha üldse reageerib, sest ma pole seda kunagi teinud.”* Kui aga valu on vajaliku tegevuse tagajärg, siis saab kannatada. Milena jagab: *“Mulle lihtsalt ei meeldi, kui on valu. Kui see on valus, siis mulle ei meeldi selline kogemus. Aga kui see on tähtis ja vajalik, siis ok.”*

Mõnede intervjuueeritavate jaoks füüsiline valu ei mängi suurt rolli. Maria jagab: *“Ei, ma ei karda, sest pole kunagi juhtunud. tavaliselt kannatan kergesti nii verevõtmist, nagu regulaarne läbivaatus. Ainuke asi on see, et ma natuke kardan valu ja ebameeldivaid füüsilisi aistinguid. (...) aga samal ajal see ei võta ära ega vähenda mu soovi loovutada.”* Alina arutab, et protseduur on

suhteliselt lihtne: *“See on suhteliselt kerge meditsiiniline protseduur, ning väga vähe saab füüsiliselt valesti minna.”*

Intervjueeritavad arutavad ka ebamugavustunne mõju üle pärast vereloovutust. Margarita arutleb: *“Ma ei arva, et see mõjutab mind, et ma tunneks ennast halvasti. Võimalik, et pea hakkab ringi käima, aga see pole minu jaoks probleem.”* Irina lisab: *“Alati on selline hirm, et ma sinna tulen ja pärast tunnen end päriselt halvasti.”* Sergei kinnitab, et ebamugavustunne on niikuinii vältimatu osa protseduurist: *“(…) lõpuks tunnen end veidi vähem aktiivsena tavalise olukorraga võrreldes. Aga selles on ju mõte. Seetõttu ei tohiks sellest probleeme tekkida.”*

Intervjueeritavad tunnistavad, et ebamugavustunne võib tekkida teiste põhjuste tõttu. Näiteks Maria räägib, et põhjuseks võib saada vestlus meditsiinitöötajaga: *“Tegelikult ärevus natukene avaldub, aga see on ainult seetõttu, kui sa näitad või jutustad võõrale inimesele midagi piisavalt isiklikku. (...) Tekkivad kohmetus ja ärevus.”* Irina räägib avatud ruumide puudujäägist: *“Mul oleks lihtsalt ebamugav ülikoolis kõigiga lamada ja verd loovutada. Mulle meeldiks, ütleme, et see oleks mingi kabinet.”*

Varasemates uuringutes mainitakse, et üks võimalus inimest rahustada on teiste inimeste toetus. Natalia arutab: *“Ma arvan, et kellegagi koos on lihtsam. Mulle tundub, et see on hea idee. Pole sellest mõelnud, Vist, jah, nii on rahulikum, et keegi saab sinuga koju minna.”* Alina lisab: *“Noh, mul oleks ilmselt häbi üksi minna. Vajan seltskonda, et kellegagi koos minna. Üksinda, ma ei tea, on ebamugav. Olen veidi kinnine inimene, mul on natuke raske lihtsalt tulla ja midagi teha.”* Margarita jaoks toetus ei ole vajalik: *“Mul ei ole sellist muret, et mind on vaja toetada või midagi sellist. (...) Ma ei karda seda üksinda teha. Mul pole vaja inimesi, kes seisaks kõrval ja patsutaks mulle õlale ja ütleks, et kõik saab korda.”*

2.2.6. Intervjueeritavate ideed ja ettepanekud

Intervjuude üks eesmärk on leida võimalikke lahendusi, mis aitaksid just intervjueeritavatel lõpuks minna loovutama verd. Irina arutab, et olemasolevas süsteemis kindlasti peaks midagi muutma: *“Ausalt öeldes, kui midagi ei muutu selles süsteemis, siis mulle tundub, et vaevalt ((loovutan)). Sest ma ei usu, et viie aasta pärast minu peas midagi muutub ning ma jätkun (...) et kohaneda. Midagi peab muutma ja siis see tõenäosus kasvab.”*

KATEGOORIA 20. Korduv tegevus

Intervjueeritavad jagavad, et oleks parem, kui inimestel oleks arusaam, et vereloovutus on korduv tegevus. Irina arutab: *“Igal neljapäeval on vereloovutamise päev. Noh sellised suured üritused, kus selline massiline vereloovutus. Võib-olla oleks seda võimalik teha ka iga kolme kuu tagant. (...) Mingi püsivus peab olema.”* Sergei lisab: *“Väljasõidud, ma kohtuksin nendega vaid korra. Aga tegelikult mulle meeldib see kontseptsioon, et kui seal, ütleme, iga kuu või iga kvartal nad kuulutaksid seda välja. Sa siis konkreetsel päeval seisad elavas järjekorras, näiteks, ja loovutad verd. (...) See kõlab suurepäraselt. (...) See on nagu eriline sündmus, nagu pidu.”*

KATEGOORIA 21. Tehnilised lahendused

Intervjueeritavad pakuvad mh tehnilisi lahendusi ja parandusi. Sergei näiteks: *“Esimene asi, mis mind veebilehele minnes pisut ära ajas, oli see, et seal on hunnik kuupäevi ja hunnik kohti. Mul pole õrna aimugi, mis linnaosas nad asuvad. (...) Oleks lahe, ma ei tea, mingit interaktiivset kaarti teha. Sest kui ma pean pidevalt lülituma brauseri ja Google Maps'i vahel, siis noh, ütleme nii, ma teen seda, eks. Aga enamik inimesi lihtsalt ei tee seda (...) Ei saa loota, et nad saavad aru, kus see on.”* Natalia arutab, kuidas saab lahendada doonoritele nõuetega seotud küsimusi: *“Helistada, täita ankeeti. Ma ei tea, kolm-viis minutit konsulteerimist arstiga piisab. Või teha chatt-bot'i.”* Margarita pakub: *“Kui sa üks kord liitud uudiskirjaga ning sulle hakkab tulema mingi informatsioon, peale seda sa ei lükka edasi seda küsimust. Võib-olla sa kiiremini loovutad niimoodi.”* Natalial pakub: *“Sa tahad loovutada verd. Sa täidad ankeeti ning mõne aja pärast nad võtavad sinuga ühendust, vaatavad sinu veregruppi ja kus sa elad. Ja siis kirjutavad sulle isiklikult, et “Natalia, oleme teie kodu lähedal. Kas tahate loovutada verd?”. Sa kohe saad aru, et sinu verd on vaja, ning sa juba tegid ((tervise))kontrolli. Või nad teatavad ette, et nad on Tallinnas kahe nädala pärast ja nad vajavad minu verd. See oleks ideaalne. Sööme tervislikult kaks nädalat, magame ja tuleme loovutama.”*

Alina mõtiskleb: *“(...) kui mul ei ole meeldetuletust, et ma pean seda tegema, et mul on broneeritud aeg. (...) ma arvatavasti unustaks ära.”* Natalia nõustub: *“Minu jaoks on parem, kui keegi planeeriks kõike minu asemel, sest sa võid lõpmatuseni edasi lükata, sest sa võid reklaame vahele jätta, saabumispäevi vahele jätta, sest pead vaeva nägema. (...) Nad ei hulguta, saad järgmisel korral loovutada. Aga oleks tore, kui see oleks rohkem automatiseeritud. Võib-olla on see mõeldud inimestele nagu mina, kes ei taha pingutada.”* Natalia lisab: *“Saab teha ka selliseid sammu, et kuidas doonoriks saada. Ehk täna me alustame kahenädalast kursust, sööme seda. (...) Kuidagi lahti kirjutada, et oleks lihtsam aru saada.”*

KATEGOORIA 22. Minna koos

Intervjuueeritavad samuti arutasid seda, kuidas võiks mõjutada kellegagi koos loovutamine. Irina jagab: *“Kellegagi koos minna on alati parem. Ei ole nii, et sa võid keelduda viimasel hetkel. Sul on vastutus teise inimese eest. See motiveerib kuidagi rohkem lõpuni minna.”* Sergei lisab: *“Sõpradega on mugavam. Lisaks on see sotsiaalne tegur. Tegelikult on see isegi hea verekeskusele endale. (...) Kui tuled kellegagi koos, esiteks, on teil kõigi nende asjade pärast vähem ärevust. Ja pluss, nagu oleks sul veel läheduses inimene, kes ka teeb midagi ägedat.”* Maria oletab: *“(juhul kui loovutaksin)) Ma jutustaks sellest minu lähikonnale ning samamoodi pakuksin ja veenduksin neid seda teha, innustaksin.”* Alina jagab: *“Ma püüan tulla tagasi koju võimalikult kiiresti ning mitte raisata aega. Aga kui ma olen kellegagi koos, siis ma ei kiirusta, sest mul on lõbus, ma suhtlen ((kellegagi)).”* Samuti ta pakub, et see suurendaks tema jaoks tõenäosust loovutada: *“Ma ütleksin nii, et mina olen sõpra või kolleegiga koos mingis avalikus ruumis nagu kaubamaja. Juhtub nii, et seal on ka ((verekeskuse väljasõit)) ning seal ei palju inimesi, ma ei pea järjekorras ootama. Siis ma tegelikult pakuksin proovida.”* Margarita aga pole nii kindel: *“Kui see on perekonnaliige, kellega ma praegu veedan aega, siis see oleks vast mugavam. Üldiselt rääkides, siis minu jaoks ei ole vahet. Võib-olla isegi seda üksinda teha oleks mugavam, sest sa kellestki ei sõltu ning saad ise oma aega reguleerida.”*

Irina samuti pakub, et vanusepiirangut võiks alandada: *“Mulle tundub, et vanus on suur takistus. Tundub, et alaealised samuti saaksid loovutada. (...) Näiteks, meie gümnaasistid, kes 16-aastasena juba teevad valikut minna gümnaasiumi. (...) Mulle tundub, et nad heameelega loovutaksid.”*

2.3. Järeldused

Peamine järeldus, mida saab intervjuude analüüsi tulemustest välja tuua, on see, et inimesed ei ole teadlikud probleemi olemasolust. Antud juhul on probleem just veredoonorite vähesus Eestis. Intervjuueeritavad arvavad, et nad ei ole probleemi eriti kaasatud, mis vähendab nende motivatsiooni verd loovutada. Samal ajal arutavad nad, et kui neid informeeritaks just selle probleemi olemasolust ehk kui rõhutaks veredoonorite vähesuse probleemile, siis see motiveeriks neid rohkem verd loovutama minema.

Intervjuueeritavad saavad aru, milleks on vere loovutamine lõpptulemusena vajalik. Nad mõistavad, et see päästab elusid. Siit võib teha järelduse, et saab proovida luua turunduskampaaniad

eesmärgiga seletada veredoonorite vähesuse probleemi, mitte taas rõhutada vereloovutuse tähtsust inimeste heaolu jaoks. Vanad *slogan*'id, mille põhisõnum pöörab tähelepanu just elude päästmisele, ei meelita enam selle vanusegrupi intervjueeritavaid. Nad soovivad teada, miks nad peavad loovutama verd, kui keegi teine saab teha seda nende asemel; nad tahavad tunda, et probleemi on vaja lahendada. Samuti arutavad intervjueeritavad, et uus *slogan* peab olema ka emotsioonipõhine.

Subjektiiivsed normid ei mängi intervjueeritavate kavatsuses suurt rolli, kuna vereloovutus ei ole teema, mida intervjueeritavad oma lähikonnas arutavad. Samas leiavad intervjueeritavad, et nad ise võiksid panustada sellise normi loomisesse, pakkudes sõpradele võimalust minna koos verd loovutama. Hirmu vereloovutuse ees ei nimetatud takistava tegurina. Intervjuude põhjal ei saa väita, et füüsiline valu ja ebamugavuse tunne peale loovutust mõjutaks intervjueeritavate kavatsust negatiivselt. Kui pakkuda võimalust minna loovutama koos kellegagi lähikonnast, võib see aidata vähendada võimalikku stressi. Seega aitaks selline koos loovutamise variant vajadusel alandada pinget, toetada normi loomist ning tuua rohkem veredoonoreid.

Ühtlasi tunnistavad intervjueeritavad, et muutused peavad toimuma vereloovutuse süsteemis, seda on vaja mugavamalt korraldada ning teha kättesaadavamaks. Informatsioon vereloovutuse kohta (ajad, kohad, nõuded veredoonoritele) on üldiselt kättesaadav ja lihtsasti leitav. Samal ajal tekitab nõuete nimekiri veredoonoritele segadust ning osutub takistuseks. Optimaalseks lahenduseks oleks luua võimalus, kus potentsiaalsed doonorid saaksid enne vereloovutuskohta minekut teha kindlaks, kas nad sobivad veredoonoriks või mitte, ning see võimalus peaks olema mugavalt korraldatud. Sarnast lahendust juba rakendatakse läbi eDoonori andmebaasi, aga sellist lahendust saab kasutada ainult peale kolmandat vereloovutust (SA TYK eDoonor; Verekeskus e-Doonor).

Eraldi teema oli verevarude täituvus. Teatud veregrupi täidetud varu on samuti potentsiaalne vereloovutuse takistus, kuna selle põhjal võib teha järelduse, et verd loovutama ei ole vaja minna, sest puudub vajadus. Tegelikult selgitavad verekeskused, et isegi kui verevarud on täis, on vajalik igapäevane varude täiendamine. Tasub mainida, et seda informatsiooni on vaja eraldi veebilehelt otsida, sest seda fakti ei ole kirjas verevarude statistika juures. Lisaks sellele sooviksid intervjueeritavad teada, kuidas kasutatakse just nende verd, näiteks saada teadaandeid, et nende veri on kellelegi üle kantud.

Aja ja koha planeerimine võib samuti osutada takistusteks. Intervjueeritavad tahavad täpselt teada, kuhu ja mis ajavahemikus peab minema ning kui palju aega see võtab. Koht peab olema lähedal ja lahtiolekuajad peavad võimaldama loovutada verd peale tööpäeva lõppu või nädalavahetusel. Seega võiks võimaliku lahendusena pikendada lahtiolekuage ning suurendada püsivate vereloovutuskohtade ja väljasõitude arvu. 2021. aastal oli väljasõitude koguarv 515, mis on tegelikult 2020. aastaga võrreldes suurem. Samal ajal oli 2019. aastal väljasõitude arv 620 Tervisestatistika ja terviseuuringute andmebaasi andmetel (vt Lisa 7). Võib oletada, et sellise muutuse põhjus on COVID-19 pandeemiast tingitud piirangud.

Rääkides vereloovutuse reklaamist, on intervjueeritavad märganud, et nad näevad seda, aga reklaam ei mõjuta neid piisavalt palju. Nad ei ole selle vastu, et vaadata vereloovutuse reklaami, aga reklaamis võiks olla piisavalt motiveeriv sõnum, sobilik visuaalne osa ning kõige vajalikum informatsioon vereloovutuse kohta. Samuti tuleks mõelda, milliste kanalite kaudu ja mis sagedusega levitada sellist reklaami, et sellele pöörataks tähelepanu ning et see oleks piisavalt motiveeriv.

Intervjuujärgselt tagasisidestusid kaks intervjueeritavat, et nad proovisid minna verd loovutama ning kummalgi juhul see ei õnnestunud. Ühel korral ei vastanud inimese kehakaal normile, teisel korral ei saanud inimene verd loovutada uue tätoveeringu tõttu.

Tasub mainida, et mõned mainitud lahendused juba rakendatakse, aga intervjueeritavatel ei ole sellest teada. Antud järeldused võivad olla kasulikud just potentsiaalsete veredoonorite värbamise etapis, aga ei pea kehtima esmakordsete doonorite ja püsidoonorite puhul, nagu eelnevalt teoreetilises osas välja toodud. Samuti tuleb mainida, et vereloovutuse turunduskampaaniate puhul on tähtis ka see, et nad oleksid suunatud just käitumise muutmisele, mitte erakorralise verevarude probleemi lahendamisele (Pereira *et al.* 2019).

KOKKUVÕTE

Käesoleva magistritöö eesmärk on uurida, missugused tegurid võivad mõjutada potentsiaalsete veredoonorite käitumist ning mis täpselt takistab käitumist. Sellest lähtuvalt püstitab autor järgmised uurimisküsimused: miks tahetakse saada veredoonoriteks; missugused on veredoonoriks saamise takistused; missugused lahendused võiksid aidata käitumist muuta ning kuidas käsitletakse vereloovutust turunduskampaaniates.

Eesmärgini jõudmiseks viis autor läbi seitse poolstruktureeritud süvaintervjuid. Intervjueeritavad on inimesed, kellel on kunagi olnud või on endiselt soov loovutada verd. Intervjuude käigus esitati osalejatele nii suunatud küsimusi, mis põhinesid teorial, kui ka avatud küsimusi, mille eesmärk oli täpsemalt uurida intervjueeritavate ebaõnnestunud vereloovutuse katset. Intervjuude analüüsimiseks viidi läbi suunatud sisuanalüüs, kuna osa kategooriatest ja koodidest oli teooriast eelnevalt teada. Vajadusel olid lisatud uued kategooriad.

Nagu sissejuhatuses mainitud, soovis autor täpsemalt uurida mõjurite ja takistuste põhjuseid, mis võib-olla ei ole veel teada. Eesmärk sai täidetud, kuna autor sai teada, miks potentsiaalsete veredoonorite (intervjueeritavate hulgast) motivatsioon võib olla madal. Intervjuude tulemused näitavad, et intervjueeritavate vähene motivatsioon võib olla tingitud ebapiisavast informeerimisest probleemi olemasolu osas. Probleem seisneb selles, et veredoonorite arv on langustrendis, aga turundussõnumid jätkavad keskendumist just vereloovutuse lõppeesmärgile, milleks on inimeste päästmine. Intervjueeritavad pakuvad, et piisav informeerimine võiks suurendada nende motivatsiooni verd loovutada, sest see näitaks just nende vere vajalikkust ja tähtsust. Seega pakub autor, et motivatsiooni tõstmiseks võiks proovida luua vereloovutuse turunduskampaania, mille eesmärk oleks teavitada avalikkust veredoonorite puudujäägi probleemist.

Samuti käsitlevad intervjueeritavate tehtud ettepanekud vereloovutuse protsessi muutmist. Esiteks peaksid intervjueeritavate hinnangul muutused käsitlema aja planeerimise aspekti. Näiteks võiks

luua rohkem kohti ja aegu, tagades protsessi paindlikkus. Teiseks võiks pakkuda lahendust, mis võimaldaks ette teada, kas inimene sobib veredoonoriks või mitte. Kolmandaks peab vajaliku informatsiooni otsing olema lihtsustatud; kõige tähtsamad vereloovutuse aspektid (broneerimine, nõuded, statistika, protsessid peale vereloovutust) oleks vaja tuua verekeskuste veebilehtedel esiplaanile.

Teoriast tulenevate koodide hulgas olid ka subjektiivsete normide ja hirm. Antud töö uuringu tulemused näitavad, et need mõjurid ei mängi rolli antud vanuserühmas, vähemalt antud valimi puhul, ega takista vereloovutust. Samuti ei piisa olemasolevast sotsiaalreklaamist intervjueritavate motiveerimiseks. Seega võib oletada, et sellist reklaami (nii visuaalset osa kui sõnumit) on vaja muuta.

Antud järeldused ja ettepanekud on vajalikud Eestis tegutsevate verekeskuste jaoks. Ühtlasi saab vereloovutuse käitumise uuringutes juhtida tähelepanu just probleemi ja olukorra tundmise mõjule ehk kvantitatiivsete meetodite kaudu uurida selle teguri olulisust potentsiaalsete veredoonorite kontekstis.

SUMMARY

FACTORS INFLUENCING THE BEHAVIOUR OF POTENTIAL BLOOD DONORS

Anastassia Umrihhina

This master's thesis aimed to investigate what factors may influence the behaviour of potential blood donors and what exactly prevents the behaviour. Based on this, the author asked the following research questions: why do people want to become blood donors; what are the barriers to becoming a blood donor; what solutions could help to change behaviour; and how is blood donation addressed in marketing campaigns.

To reach this goal, the author conducted seven semi-structured in-depth interviews. The interviewees included people who have ever had or still have a desire to donate blood. During the interviews, participants were asked both targeted questions based on theory and open-ended questions designed to explore in more detail the interviewees' failed attempts to donate blood. A directed content analysis was carried out to analyse the interviews, as some of the codes were known in advance from the theory. New codes were added where necessary.

As mentioned in the introduction, the author wanted to investigate in more detail the causes of influences and barriers that may not yet be known. The objective was fulfilled as the author was able to find out why the motivation of potential blood donors (among the interviewees) might be low. The results of the interviews showed that the low motivation of the interviewees could be due to insufficient information about the existence of the problem. The problem is that the number of blood donors is on a downward trend, yet marketing messages continue to focus on the ultimate goal of blood donation, which is to save lives. Interviewees suggest that a sufficient level of information could increase their motivation to donate blood, as it would demonstrate the need for and importance of their blood. Therefore, the author suggests that to increase motivation, an attempt could be made to create a blood donation marketing campaign aimed at informing the public about the problem of the shortage of blood donors.

The suggestions made by the interviewees also concern the change in the blood donation process. First, the changes should address the time planning aspect. For example, more places and opening hours need to be created, ensuring flexibility in the process. Secondly, a solution must be provided that makes it possible to know in advance whether a person is a suitable blood donor or not. Thirdly, the search for the necessary information needs to be simplified; the most important aspects of blood donation (booking, requirements, statistics, post-donation processes) need to be brought to the forefront of blood centre websites.

Among the codes derived from theory were subjective norms' codes and fear. The results show that these factors do not play a role or prevent blood donation. Also, the amount of existing social advertising is not enough to motivate interviewees. Therefore, it can be assumed that such advertising (both the visual part and the message) needs to be modified.

The findings and suggestions would be useful for blood centres operating in Estonia. Blood donation behaviour studies could also draw attention to the impact of knowledge of the problem and situation, i.e., through quantitative methods, and to examine the importance of this factor in the context of potential blood donors.

KASUTATUD ALLIKAD

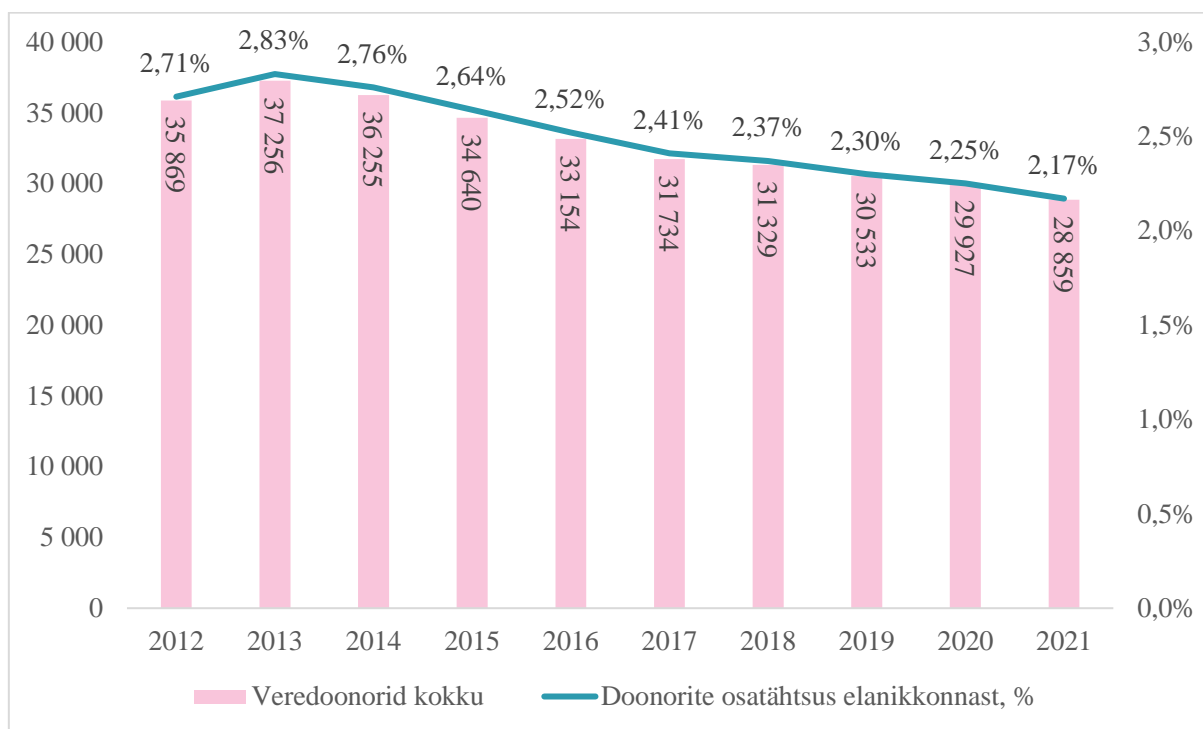
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Beerli-Palacio, A., Martín-Santana, J. D. (2015). How to increase blood donation by social marketing. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 12, 253–266.
- David, P., Rundle-Thiele, S. (2019). Rethinking behaviour change: a dynamic approach in social marketing. *Journal of Social Marketing*, 9(2), 252-268.
- Fishbein, M., Ajzen, I. (1980). Predicting and understanding consumer behavior: Attitude-behavior correspondence. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*, 148-172.
- Griffin, D., Grace, D., O'Cass, A. (2014). Blood Donation: Comparing Individual Characteristics, Attitudes, and Feelings. *Health Marketing Quarterly*, 31(3), 197-212.
- Hess, J. R., Thomas, M. J. (2003). Blood use in war and disaster: lessons from the past century. *TRANSFUSION*, 43, 1622-1633.
- Holdershaw, J., Gendall, P., Wright, M. (2011). Predicting blood donation behaviour: further application of the theory of planned behaviour. *Journal of Social Marketing*, 1(2), 120-132.
- Hsieh, H.-F., Shannon, S. E. (2005). Three Approaches to Qualitative Content Analysis. *QUALITATIVE HEALTH RESEARCH*, 15(9), 1277-1288.
- Kas ma sobin doonoriks?* Pärnu Haigla. Kättesaadav: <https://www.ph.ee/et/patsiendile-jakulastajale/doonorile/kas-ma-sobin-doonoriks>, 10. mai 2022.
- Kashif, M., Sarifuddin, S., Hassan, A. (2015). Charity donation: intentions and behaviour. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(1), 90-102.
- Kennedy, A.-M. (2016). Macro-social Marketing. *Journal of Macromarketing*, 36(3), 354-365.
- Knight, R. (1983). The Stimulation and Planning of Blood Donation: A Marketing Problem. *European Journal of Marketing*, 17(6), 65-73.

- Kotler, P., Zaltman, G. (1971). Social Marketing: An Approach To Planned Social Change. *Journal of Marketing*, 35, 3-12.
- Kus loovutada*. Põhja-Eesti Regionaalhaigla verekeskus. Kättesaadav: <https://verekeskus.ee/kontakt/>, 10. mai 2022.
- Laherand, M.-L. (2008). *Kvalitatiivne uurimisviis*. Tallinn: Infotrükk.
- Lee, N. R., Kotler, P. (2008). *Social Marketing: Influencing Behaviors for Good* (4th ed). Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Martin-Santana, J. D., Beerli-Palacio, A. (2012). Intention of future donations: a study of donors versus non-donors. *Transfusion Medicine*, 23(2).
- Martin-Santana, J. D., Beerli-Palacio, A., Romero-Dominguez, L. (2020). Recruitment strategies: non-donor segmentation based on intrinsic and extrinsic stimuli. *Vox Sanguinis*, 115, 47-59.
- McCarthy, E. J. (1964). *Basic marketing : a managerial approach*. Homewood: R. D. Irwin.
- McVittie, C., Harris, L., Tiliopoulos, N. (2006). ‘‘I intend to donate but . . .’’: Non-donors’ views of blood donation in the UK. *Psychology, Health & Medicine*, 11(1), 1-6.
- Melián-Alzola, L., Martín-Santana, J. D. (2020). Service quality in blood donation: satisfaction, trust and loyalty. *Service Business*, 14, 101–129.
- Nguyen, D. D., DeVita, D. A., Hirschler, N. V., Murphy, E. L. (2008). Blood donor satisfaction and intention of future donation. *TRANSFUSION*, 48, 742-748.
- Nilsson Sojka, B., Sojka, P. (2008). The blood donation experience: self-reported motives and obstacles for donating blood. *Vox Sanguinis*, 94, 56-63.
- Pentecost, R., Arli, D., Thiele, S. (2017). It’s my choice! Investigating barriers to pro-social blood donating behaviour. *Marketing Intelligence & Planning*, 35(2), 243-258.
- Pereira, J. R., Sousa, C. V., Shigaki, H. B., Lara, J. E. (2019). Between Social Welfare and Public Power: an Analysis of Social Marketing Strategies for Blood Donation. *Brazilian Journal of Marketing*, 19(1), 73-85.
- Piersma, T. W., Bekkers, R., Kort, W. d., Merz, E.-M. (2019). Blood Donation across the Life Course: The Influence of Life Events on Donor Lapse. *Journal of Health and Social Behavior*, 60(2), 257–272.
- Reid, M., Wood, A. (2008). An investigation into blood donation intentions among non-donors. *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 31–43.

- Robinson, N. G., Masser, B. M., White, K. M., Hyde, M. K., Terry, D. J. (2008). Predicting intentions to donate blood among nondonors in Australia: an extended theory of planned behavior. *TRANSFUSION*, 48, 2559-2567.
- SA TYK eDonor*. Tartu Ülikooli Kliinikum Verekeskus. Kättesaadav: <https://edonor.kliinikum.ee/eDonor/>, 10. mai 2022.
- Statistika*. Põhja-Eesti Regionaalhaigla verekeskus. Kättesaadav: <https://verekeskus.ee/verekeskus/statistika/>, 10. mai 2022.
- Zou, S., Musavi, F., Notari IV, E. P., Fang, C. T. (2008). Changing age distribution of the blood donor population in the United States. *TRANSFUSION*, 48, 251-257.
- Tervisestatistika ja terviseuringute andmebaas. VK1: Doonorid ja vere loovutused. [E-andmebaas]. Kättesaadav: https://statistika.tai.ee/pxweb/et/Andmebaas/Andmebaas__04THressursid__04Verekomponendid/VK1.px/, 10. mai 2022.
- The Scottish National Blood Transfusion: Increasing donor relationships and loyalty through marketing. (2010). *Strategic Direction*, 26(7), 14-17.
- Veerus, P., Kullaste, R., Pungas, K., Aavik, T., Lang, K. (2017). How to reverse first time donors to become regular donors? A questionnaire survey in Estonia. *Transfusion Clinique et Biologique*, 24, 404-409.
- Verekeskus e-Donor*. Regionaalhaigla Verekeskus. Kättesaadav: <https://edonor.regionaalhaigla.ee/eDonor/>, 10. mai 2022.
- Vere loovutamise piirangud*. Põhja-Eesti Regionaalhaigla verekeskus. Kättesaadav: <https://verekeskus.ee/donorile/vereloovutamise-piirangud/>
- Vere loovutusest*. Tartu Ülikooli Kliinikum Verekeskus. Kättesaadav: <https://www.kliinikum.ee/verekeskus/donorile>, 10. mai 2022.
- Vereteenistus*. Ida-Viru Kesksaigla. Kättesaadav: <http://www.ivkh.ee/et/haiglast/services/vereteenistus.html>, 10. mai 2022.
- Veretilkade tähendused*. Tartu Ülikooli Kliinikum Verekeskus: Kättesaadav: <https://www.kliinikum.ee/verekeskus/index.php/2-uncategorised/15-veretilkade-taehendused#tilgad>, 10. mai 2022.
- Veseli, B., Sandner, S., Studte, S., ClementI, M. (2022). The impact of COVID-19 on blood donations. *PLoS ONE*, 17(3).
- Wevers, A., Wigboldus, D. H., Baaren, R. v., Veldhuizen, I. J. (2014). Return behavior of occasional and multigallon blood donors: the role of theory of planned behavior, self-identity, and organizational variables. *TRANSFUSION*, 54, 805-813.

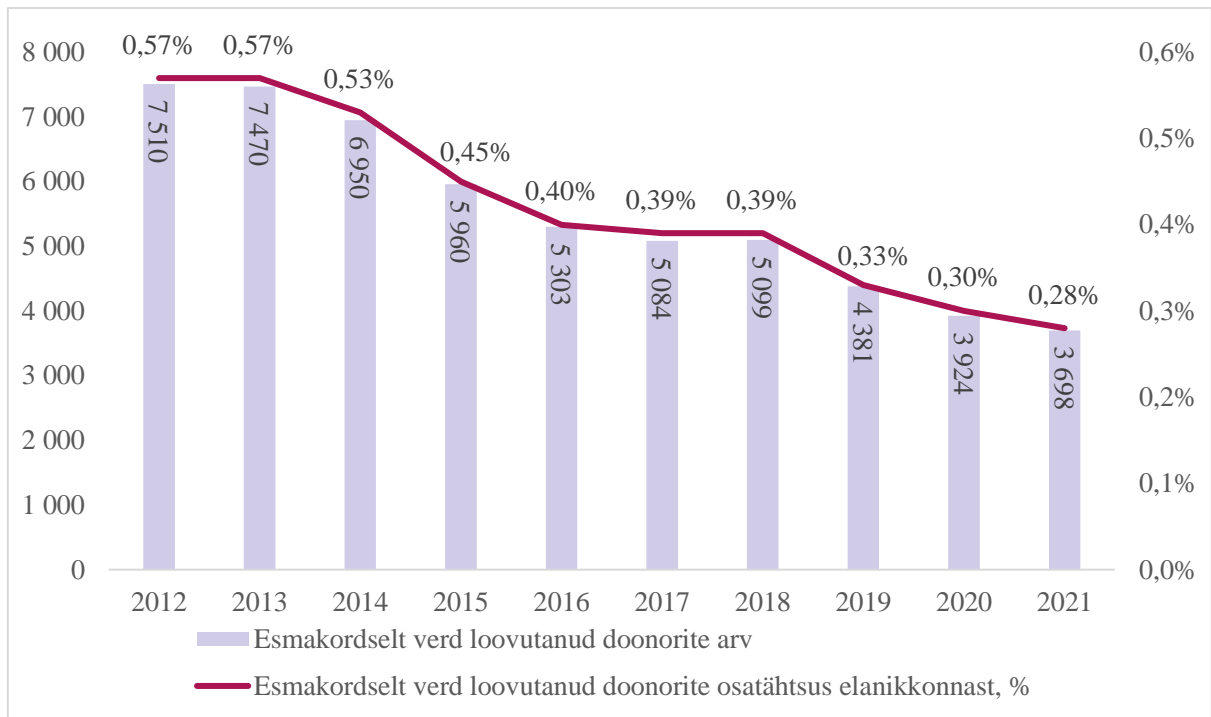
LISAD

Lisa 1. Veredoonorite arv ja osatähtsus elanikkonnast viimasel aastakümnel



Allikas: Tervisestatistika ja terviseuuringute andmebaas, tabel VK1: Doonorid ja vereloovutused

Lisa 2. Esmakordselt veredoonorite arv ja osatähtsus elanikkonnast viimasel aastakümnel



Allikas: Tervisestatistika ja terviseuringute andmebaas, tabel VK1: Doonorid ja vereloovutused

Lisa 3. Intervjuu skeem

Uurimisküsimused	Intervjuu teemad
1. Miks tahetakse saada veredoonoriteks?	1. Motiivid
	2. Hoiakud
	3. Subjektiivsed normid
2. Missugused on veredoonoriks saamise takistused?	1. Ebamugav koht
	2. Ebamugav aeg
	3. Hirm
	4. Tervises seisund
	5. Informatsiooni kättesaadavus
3. Missugused lahendused võiksid aidata käitumist muuta?	1. Erinevad lahendused (ei põhine teoorial)
	2. Turundustegevused

Lisa 4. Poolstruktureeritud intervjuude suunatud küsimused

1. Kas sa oled kunagi tahtnud verd loovutada? Miks?
2. Kas kunagi on juhtunud, et sa plaanisid minna verd loovutama, aga lõpuks ei teinud seda?
3. Miks on nii juhtunud?
4. Mis sa arvad, miks sa ei ole siamaani verd loovutanud?
5. Kas sa oskad pakkuda, missugused takistused ja ebamugavused esinevad seoses vereloovutusega?
6. Kas sul on ideid, mida on vaja teha selleks, et sa lõpuks verd loovutaks?
7. Mis on need ideed?
8. Missugused rakendused aitavad sul argielus toime tulla?
9. Kas oled kunagi märganud erinevaid vereloovutusega seotud kampaaniaid/vereloovutusele kutsuvaid kampaaniaid (õues, tahvlitel, sotsiaalmeedias, teistes kanalites)?
10. Mis need olid?
11. Missuguse sõnumitega?
12. Kuidas sa nendesse (kampaaniasse ja sõnumitesse) suhtud?
13. Mis sa arvad, kas Eestis on piisavalt informatsiooni veredoonorluse kohta?
14. Kas sa tead, kust seda infot vaadata (nt verekeskuse lahtiolekuteajad, väljasõitude ajakava, nõuded doonorile).
15. Mida sa tead praegustest vereloovutuse tingimustest Eestist?
16. Kas keegi sinu perekonnaliikmete ja/või sõprade hulgast on veredoonorid?
17. Kas nad on kunagi soovitanud sul verd loovutada?
18. Kas nad on kunagi kutsunud sind endaga koos tulema järgmisele vereloovutusele?
19. Mida sa arvad niisugusest pakkumisest?
20. Kuidas sa tunned end, kui külastad arsti, kui oled haiglas, kui annad analüüse?
21. Mis motiveeris sind vere loovutamist kaaluma?
22. Mis veel saab sind motiveerida?
23. Kas proovime kohe vereloovutuseks aega broneerida?

Lisa 5. Intervjuude teemade täpsemad kategooriad peale analüüsimist

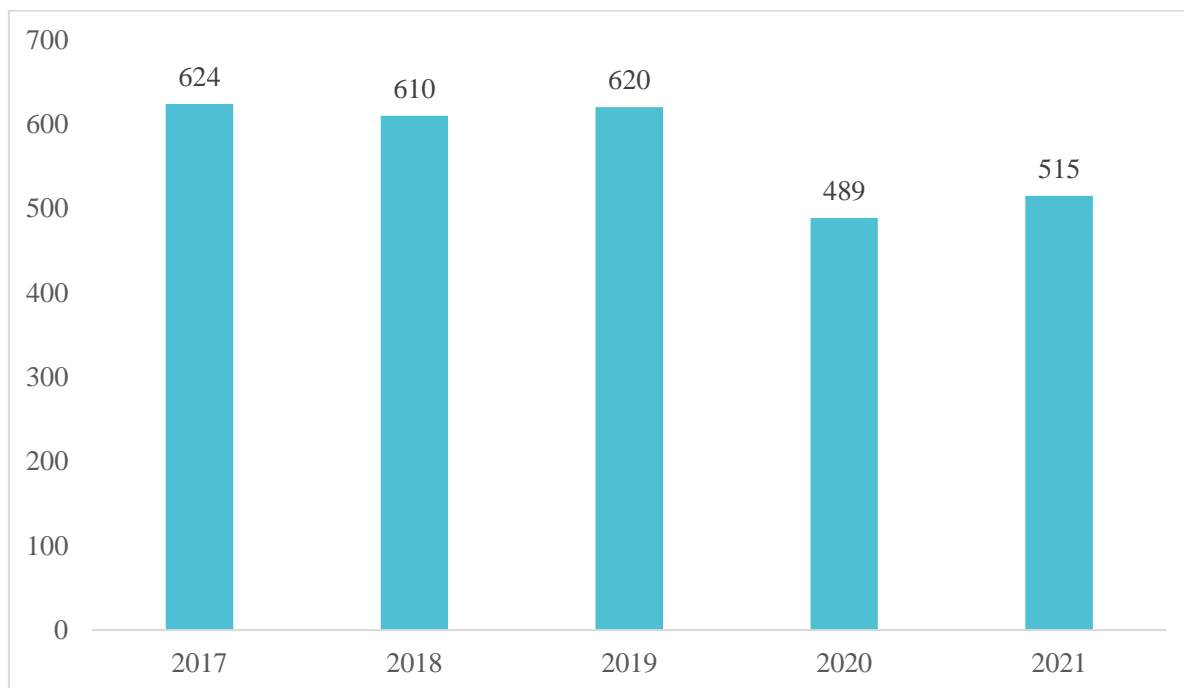
Üldteemad	Kategooriad
1. Hoiak ja motivatsioon	1. Suhtumine
	2. Madal motivatsioon
	3. Probleemisse kaasamine
	4. Probleemi olemasolu
2. Subjektiivsed normid ja nende mõju	5. Subjektiivsete normide mõju
	6. Subjektiivsete normide loomine
3. Turundustegevused	7. Reklaam
	8. Reklaami suurus ja visuaalosis
	9. Reklaami sõnum
	10. Patsientide lood
	11. Meened ja soodustused
4. Informatsiooni kättesaadavus ja puudujääk	12. Informatsiooni kättesaadavus
	13. Doonoritele nõuete kirjeldus
	14. Informatsiooni tüüp
	15. Informatsiooni puudus
5. Takistused	16. Aja planeerimine
	17. Vere loovutuse koha lähedus
	18. Terviseseisund ja doonoritele nõuded
	19. Hirm
6. Intervjueeritavate ideed ja ettepanekud	20. Korduv tegevus
	21. Tehnilised lahendused
	22. Minna koos

Lisa 6. Intervjuude transkriptsioonid

Intervjuude transkriptsioonid on kättesaadavad antud lingi kaudu:

<https://drive.google.com/drive/folders/1NFYU4OzbfmMkedqSAq3sEFxAPOFwWB1H?usp=sharing>

Lisa 7. Väljasõitude arv viimase viie aasta jooksul



Allikas: Tervisestatistika ja terviseuuringute andmebaas, tabel VK1: Doonorid ja vereloovutused

Lisa 8. Lihtlitsents

Lihlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks¹

Mina Anastassia Umrihhina

1. Annan Tallinna Tehnikaülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose Potentsiaalsete veredoonorite käitumist mõjutavad tegurid,

mille juhendaja on Kristel Kaljund,

1.1 reprodutseerimiseks lõputöö säilitamise ja elektroonse avaldamise eesmärgil, sh Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogusse lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;

1.2 üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tallinna Tehnikaülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas Tallinna Tehnikaülikooli raamatukogu digikogu kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.

2. Olen teadlik, et käesoleva lihtlitsentsi punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.

3. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest ning muudest õigusaktidest tulenevaid õigusi.

_____ (kuupäev)

¹ Lihlitsents ei kehti juurdepääsupiirangu kehtivuse ajal vastavalt üliõpilase taotlusele lõputööle juurdepääsupiirangu kehtestamiseks, mis on allkirjastatud teaduskonna dekaani poolt, välja arvatud ülikooli õigus lõputööd reprodutseerida üksnes säilitamise eesmärgil. Kui lõputöö on loonud kaks või enam isikut oma ühise loomingulise tegevusega ning lõputöö kaas- või ühisautor(id) ei ole andnud lõputööd kaitsvale üliõpilasele kindlaksmääratud tähtajaks nõusolekut lõputöö reprodutseerimiseks ja avalikustamiseks vastavalt lihtlitsentsi punktidele 1.1. jq 1.2, siis lihtlitsents nimetatud tähtaja jooksul ei kehti.