
VARAINKERUU VAPAAEHTOISTOIMINNASSA

Case: Kissakoti Kattila




Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö

Liiketalouden koulutusohjelma

Visamäen campus, syksy 2016

Tarleena Anttila



VISAMÄKI
Liiketalouden koulutusohjelma
Markkinointi

Tekijä	Tarleena Anttila	Vuosi 2016
Työn nimi	Varainkeruu vapaaehtoistoiminnassa	

TIIVISTELMÄ

Tämän opinnäytetyön aihe oli varainkeruu vapaaehtoistyöllä toimivissa järjestöissä. Opinnäytetyön toimeksiantaja oli Hämeenlinnan kissojen ystäväry, ja siinä keskityttiin kehittämään Kissakoti Kattilan varainkeruutoimintaa. Tämä pyrittiin tekemään löytämällä uusia varainkeruumenetelmiä ja kehittämään jo käytössä olevia tapoja. Teoriatietoa etsittiin erilaisista kirjoista ja sähköisistä lähteistä. Tutkimusmenetelmänä käytettiin haastatteluja sekä kyselyä.

Haastatteluilla selvitettiin sekä itse toimeksiantajayrityksen että vastaavien toimijoiden, varainkeruun tapoja ja niiden toimivuutta. Kyselytutkimuksella pyrittiin saamaan selville, minkälaisin varainkeruullisin tavoin jo olemassa olevat asiakkaat tai uudet mahdolliset asiakkaat olisivat valmiita autamaan kissakodin toimintaa.

Opinnäytetyön päämäärä oli löytää uusia varainkeruun tapoja Kissakoti Kattilalle sekä kehittää sen jo käyttämiä tapoja tehokkaammiksi. Opinnäytetyö tarjoaakin monenlaisia parannusehdotuksia toimijan jo käyttämiin keinoihin. Lisäksi työssä esitellään uusia varainkeruun tapoja ja niiden hyötyjä. Opinnäytetyön valmistumisen jälkeen tavoitteena on konkreettisesti parantaa kissakodin varainkeruutapoja hyödyntäen opinnäytetyössä todennettuja tapoja.

Opinnäytetyö esittelee toimeksiantajan taloudellista tilannetta, hyödyntäen virallisia talousraportteja. Nämä tuovat ilmi, että toiminta on tappiollista joten varainhankintaa on syytä tehostaa aktiivisesti. Tutkimuksen haastattelut toivat ilmi, että avustusten hakeminen on erittäin hyödyllinen varainkeruun keino ja sitä tulisi näin ollen hyödyntää myös Kissakoti Kattilassa. Kysely toi ilmi, että tavaroiden lahjoittaminen on ihmisille mielekkäämpää, kuin rahan. Lisäksi tuli ilmi, että toimija on tunnettu ja hyvämaineinen, mutta ei ole tarpeeksi näkyvillä. Myös avoimuutta tulisi lisätä, kertomalla ainakin rahalahjoitusten käyttämisestä julkisesti. Vapaaehtoisten ja yhteistyökumppanuuksien hyödyntämistä tulisi myös lisätä.

Avainsanat varainkeruu, vapaaehtoistoiminta, haastattelu, kyselytutkimus

Sivut 40 s. + liitteet 10 s.

Visamäki
Degree Programme in Business Administration
Marketing

Author	Tarleena Anttila	Year 2016
Subject of Bachelor's thesis	Fund-raising in volunteer activity	

ABSTRACT

This Bachelor's thesis dealt with fundraising in a voluntary activity. The client of this thesis was an association called Hämeenlinnan Kissojen Ystävät and the thesis focused on improving the fund raising methods of the association. This aimed to be done by finding new methods of raising funds, as well as improving the methods that are currently used. The theory basis of the thesis is taken from literary and internet sources. Interviews and a survey are used as the research method.

The interviews aimed to study both the client's and other similar associations' activity and success in fund raising. The survey aimed to figure out what kind of fundraising methods would be the most suitable for existing and potential clients of these associations.

The objective of this thesis was to find new ways to raise funds and improve the ways the client already exploits. Therefore the thesis offers various improvement plans about the existing fundraising methods. Thesis also introduces new methods of fundraising for the client. The conclusion of this thesis aims to concretely improve the fund raising of the client by using the ways the thesis states.

The thesis demonstrates the financial situation of the client, based on official reports. These reports show that the clients' activity is unprofitable and therefore fundraising should be intensified actively. The interviews highlight that the usage of grants is an effective way to raise funds and it should therefore be exploited by the client. The survey brought out that donating material is more meaningful for customers than donating money. That is the reason why the client should aim to control the content of material donations. In addition the survey concluded that the client is well-known and has a good reputation-only the visibility lacks. The client should also aim to be more open in public for example narrating the usage of donated funds. The usage of volunteers and partners should also be more active.

Keywords Fund-raising, volunteer activity, interview, questionnaire

Pages 40 p. + appendices 10 p.

SISÄLLYS

1	TYÖN TAUSTA	1
1.1	Yritysesittely	2
2	VARAINKERUU	4
2.1	Varainkeruun tasot	5
2.2	Varainkeruu yhdistyksissä.....	6
2.3	Varainkeruu vapaaehtoistoiminnassa	7
2.4	Varainkeruu Kissakoti Kattilassa	9
3	TUTKIMUSMENETELMÄT	11
3.1	Haastattelututkimus	11
3.2	Kyselytutkimus.....	11
3.2.1	Sukupuoli.....	13
3.2.2	Ikä	13
3.2.3	Asuinpaikka	14
3.2.4	Kissakoti Kattilan tuttuus	14
3.2.5	Millä tavoin tuntee Kissakoti Kattilan.....	14
3.2.6	Mielikuvat Kattilasta	15
3.2.7	Halukkuus osallistua.....	15
3.2.8	Miksi ei halua osallistua	15
3.2.9	Millä tavoin haluaisi osallistua.....	15
3.2.10	Avoimet kysymykset	16
4	MUIDEN VASTAAVIEN TOIMIJOIDEN VARAINKERUU.....	17
4.1	Suklaayhdistys ry	17
4.2	Kouluturvaa	18
4.3	Kansallinen lastenliitto ry.....	18
4.4	Lasten kesä ry	19
4.5	Tampereen ammattikorkeakoulun alumnit ry	20
4.6	Tampereen polkupyöräilijät ry	20
5	KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET	22
5.1	Taustamuuttajat	22
5.2	Toimijan tuttuus	22
5.3	Millä tavoin toimija on tuttu.....	23
5.4	Mielikuvat toimijasta.....	24
5.5	Halukkuus osallistua toimintaan jatkossa	26
5.6	Syyt haluttomuuteen osallistua.....	26
5.7	Tavat, joilla tahtoo osallistua ja auttaa	27
5.8	Varainkeruun tapojen suosittelu	27
6	TOIMIJAN NYKYINEN VARAINHANKINTA JA SEN TEHOSTAMINEN	29
6.1	Lahjoitukset	29

6.2	Jäsenyys.....	30
6.3	Kannatustuotteiden myynti	30
6.4	Tapahtumat.....	31
6.5	Vapaaehtoisten hankinta	32
6.6	Sosiaalisen median ja muun Internetin hyödyntäminen.....	32
6.7	Talkootyöt	33
6.8	Talkoiden järjestäminen	33
6.9	Yhteistyö muiden toimijoiden kanssa	34
6.10	Avustukset.....	34
7	JOHTOPÄÄTÖKSET JA TYÖN ONNISTUMINEN	35
	LÄHTEET	38

Liite 1	Haastattelun saatekirje
Liite 2	Kyselyn saateteksti Webropoliin
Liite 3	Kyselyyn vastaamisen sitouttava saateteksti-runko
Liite 4	Kyselylomake
Liite 5	Saateteksti HAMK-fb-sivulle
Liite 6	Kyselyn saateteksti Mopsi on ihana-fb-ryhmään
Liite 7	Kyselyn saateteksti Renko-fb-ryhmään
Liite 8	Haastattelu 1-Suklaayhdistys
Liite 9	Haastattelu 2-Lastenliitto
Liite 10	Haastattelu 3-Lasten kesä ry

1 TYÖN TAUSTA

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on tehostaa ja selkeyttää Kissakoti Kattilan varainkeruuta ja auttaa saamaan toiminta sille tasolle, ettei se tee tappiota. Se tehdään parantamalla käytettyjä tapoja ja esittelemällä uusia varainkeruullisia tapoja.

Kissakoti Kattila valikoitui opinnäytetyön toimeksiantajaksi siten, että opinnäytetyön tekijä tutustui muissa merkeissä järjestöön. Näin huomattiin, että heillä on suuri tarve saada tietoja varainkeruun mahdollisuuksista, mutta ei aikaa eikä resursseja toteuttaa tutkimusta itse. Opinnäytetyön aihe ja sen rajaus ovat suunniteltu yhdessä opinnäytetyön tekijän, opintokeskukseen edustajan sekä Hämeenlinnan kissojen ystävät ry:n hallituksen puheenjohtajan kanssa.

Aihetta ei ole ennen tutkittu siltä kantilta, että selvitetäisiin erilaisten järjestöjen käyttämiä keinoja ja tapoja, sekä niiden toimivuutta. Myöskään sitä, millä keinoin ihmiset olisivat halukkaita auttamaan Kissakoti Kattilaa, ei ole tutkittu millään tavoin.

Opinnäytetyö tuo parhaassa tapauksessa suuren hyödyn Kissakoti Kattilalle, ja näin kissojen hyvinvointi ja hoidon taso nousee entisestään. Opinnäytetyöllä, ja erityisesti sen kyselyosiolla, on potentiaalia aktivoida ihmisiä ja tuoda tietoutta toimijasta. Jos opinnäytetyössä esitetyjä ehdotelmia noudatetaan, on mahdollista tuoda paikallisille enemmän tietoutta eläinsuojelullisista kysymyksistä. Näin kissatalon toimintaa voitaisiin kehittää pitkällä tähtäimellä, tietoisuuden lisäämisen kautta.

Opinnäytetyön aihe on erittäin ajankohtainen, eläinsuojeluasioiden ollessa jatkuvasti enemmän ihmisten tietoisuudessa. Eläinten hyvinvointi on myös hyvin kiinnostava aihe, joka koskettaa ihmisiä laajalti. Erityisesti Suomessa eläintensuojelu on vahvasti esillä ja Suomen eläinsuojelulaki onkin maailman edistynein. Eläinsuojelulakia on kuitenkin päivitetty Suomessa viimeksi 1990-luvulla, joten kuluvalle vaalikaudella eläinsuojelulakiin on tulossa tarkennuksia ja uudistuksia. Näiden uudistusten syynä ovat tietoisuuden lisääntyminen ja asenteiden muutokset. Lain päivitys tulee olemaan entistä edistyneisempi. (Suomen eläinsuojeluyhdistys, 2016.)

1.1 Yritysesittely



Kuva 1. Kissakoti Kattilan asukit Karvinen ja Inkku

Tämän opinnäytetyön toimeksiantaja on Hämeenlinnan Kissojen Ystävät ry ja se toteutetaan Kissakoti Kattilalle. Kissakodin toiminta on alkanut jo 90-luvun puolenvälin tienoilla yhden ihmisen aloitteesta, hänen huomattessaan, kuinka huonot olot kodittomilla kissoilla on kadulla. Hän on aloittanut toimimisen ensin pelastamalla kissoja parakkeihin ja etsimällä niille kotia. (Santama, 2016.) Pian toiminta kehittyi ja laajeni ja perustettiin Hämeenlinnan Kissojen Ystävät, joka on vuonna 1998 perustettu aatteellinen järjestö. (Suomen Asiakastieto Oy, 2015.) Hämeenlinnan Kissojen Ystävät ry:n toiminta tapahtuu Kissakoti Kattilan hyväksi. Kissakoti Kattila on turvakoti kodittomille kissoille. Kattila on alueen ainoa toimija, joka ottaa vastaan kissoja, jotka joutuvat erilaisista syistä luopumaan kodistaan. Lisäksi Kattila vastaanottaa löytöeläimiä. (Santama, 2016.)

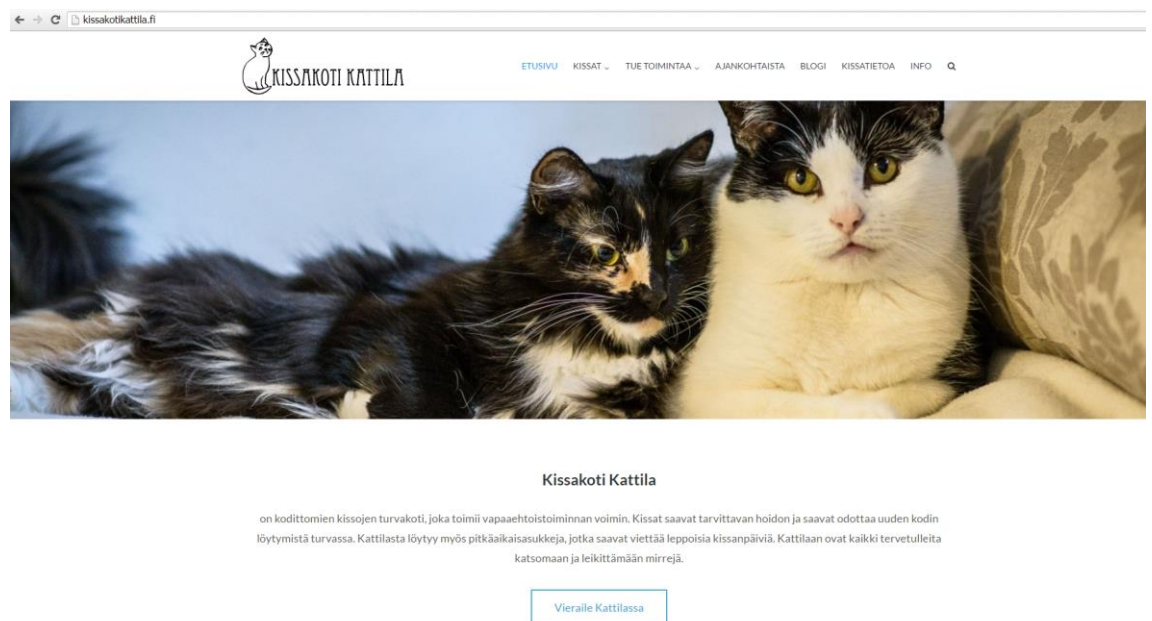
Kissakoti Kattila sijaitsee Hämeenlinnan keskustan läheisyydessä, Vanajantiellä. Kissakodissa asuu ajasta riippuen 60–120 kissaa, joista valtaosalle etsitään aktiivisesti kotia. Talolle tulee löytökissojen lisäksi myös kissoja, joiden omistajat eivät niitä enää halua, ja tuovat ne itse talolle. Kissakodin periaatteisiin kuuluu, että kaikki kissat otetaan vastaan ja niille tarjotaan suojaa, turvaa ja asianmukaista hoitoa, samalla etsien niiden omistajia tai uutta kotia. Kaikkia kissoja pyritään myös tarvittaessa kesyttämään ja näin valmistamaan niitä saamaan uuden kodin. Vuoden 2015 aikana Kissakoti vastaanotti 130 kissaa, ja luovutti takaisin omistajilleen tai uuteen kotiin 117 kissaa. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2016.) Samat luvut vuonna 2014 olivat 174 vastaanotettua ja 164 luovutettua. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2015.) Kissakoti Kattilassa ei lopeteta eläimiä, ellei se ole niiden terveyden takia inhimillisempää kuin niiden hoitaminen. (Santama, 2016.)

Kissakoti Kattilassa työskentelee yksi palkkatuellinen työntekijä, mutta muuten toimintaa ylläpitävät vapaaehtoiset. Kissakodin päivittäisiin rutiineihin kuuluu siivous, ruokinta, kissojen hoito sekä asiakaspalvelu. Kissakoti on päivittäin auki asiakkaille ja vierailijoille. Kissakodin asiakkaiksi luetaan adoptoitavaa kissaa etsivät sekä lahjoituksia tekevät. Vierailijoiksi kutsutaan usein muita ihmisiä, jotka tulevan talolle katsomaan kissoja. (Lempelto, 2016.)

Kissakoti Kattilan toimintaa ohjaa hallitus. Hallitukseen kuuluu seitsemän valittua henkilöä. Hallitus koostuu hallituksen jäsenten lisäksi puheenjohtajasta ja taloudenhoitajasta. Virallisia hallituksen kokoontumisia on vuoden mittaisen toimintakauden aikana noin seitsemän, mutta yhteydenpito hallituksen jäsenten välillä on päivittäistä. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2016.)

Kissakoti Kattila on kasvattanut tunnettavuuttaan Hämeenlinnan alueella tasaisesti ja onkin paikallisille jo tuttu toimija. Kattilan toiminnasta löytyy tietoa sen ajankohtaisilta kotisivuilta, Facebook-sivulta sekä Instagram-kuvapalvelusta. Jokaisen edellä mainituista sivuista aukaistaessa, on heti kissojen kuvien ansiosta selvää, että toiminta on kissoihin liittyvää. Lisäksi Kattilan logo on selkeästi havaittavissa.

Kissakodin kotisivuilla, heti kuvan jälkeen, ensimmäiseksi katsojan silmään osuu teksti ”vieraile Kattilassa”, joka kehottaa asiakasta tietenkin vierailemaan kohteessa.



Kuva 2. Kissakoti Kattilan kotisivujen etusivunäkymä

2 VARAINKERUU

Varainkeruu on nimensä mukaisesti varojen keräämistä eli pääoman kartuttamista. Varainkeruu sanana sopii kaikenlaiseen rahan keräämiseen ja tekemiseen, mutta varainkeruu käsitteenä mielletään rahan keräämiseen ei-kaupallisessa tarkoituksessa. (WebFinance Inc., 2016.)

Varainkeruu, tai varainhankinta, on aina suunnitelmallista toimintaa ja sen keinot vaihtelevat suuresti toimijoiden välillä. Yleistä kuitenkin aina varainhankintaa tehtäessä on, että siitä on tehtävä strategioita ja organisaation yhteisiä toimintaohjeita. Myös tavoitteet on aina syytä tietää ja tunnistaa. (Aplos, 2016.)

Varainkeruun yleisin muoto on avustuksien kerääminen ja saaminen. Avustuksia voi hakea kaupungeilta, isoilta yrityksiltä tai muilta toimijoilta. Tunnetuimmin avustuksia haetaan kaupungeilta ja ministeriöiltä (Karhunen, 2016). Lisäksi avustuksia voi hakea muilta isoilta organisaatioilta ja toimijoilta. On kuitenkin syytä tunnistaa oma kohdeyleisönsä ja heidän motivaationsa. (Lempelto, 2016.)

Varainkeruun tärkein osa-alue on varainkeruuta toimijan hyväksi tekevät ihmiset. Järjestöt eivät voisi toimia ilman ihmisiä, jotka ovat aktiivisia, innostuneita ja asiaan paneutuneita. Toimijasta riippuen, nämä ihmiset ovat joko palkallisia työntekijöitä tai vapaaehtoistyöntekijöitä. Päätargetoituksessa toimijan varainhankinnassa on luoda suhteita lahjoittajiin sekä tuoda tietoutta ja keksiä uusia varainhankinnallisia tapoja. Toimijoiden henkilökunnan tehtävänä on hakea avustuksia ja lahjoituksia virallisilta tahoilta, suurilta lahjoittajilta sekä yksilöiltä. Lisäksi varainkeruutahon henkilöstö järjestää varainkeruutapahtumia. (National Council for Voluntary Organisations, 2014.)

Sanotaankin huippu-varainhankkijan omaavan seuraavat hyveet; Sosiaaliset perustaidot, taito luoda suhteita, taito johtaa ihmisiä, kyky tehdä tutkimusta ja etsiä tietoa, tietokone- ja sosiaalisen median taidot, organisaatio- taidot, budjetoititaidot, markkinointitaidot ja oma innostus. Riippuu toimijan koosta, onko sen henkilöstön rooleja jaettu tarkemmin vai tekevätkö kaikki samankaltaista työtä. Suuremmissa yhteisöissä esimerkiksi taloudenhoitaja ja puheenjohtaja ovat eritelty, ja se tuokin järjestystä henkilöstöön ja selkeyttää rooleja. (National Council for Voluntary Organisations, 2014.)

Usein ajatellaan rahan tekevän rahaa. Seuraavissa kappaleissa kuitenkin kerrataan varainhankinnan tunnuspiirteitä yhdistyksissä ja täysin vapaaehtoistoimintaan perustuvilla toimijoilla. Näissä tapauksissa rahaa ei ole riittämiin, jolloin olemassa olevalla rahalla ei lähes koskaan voida tehdä lisää rahaa. (F. Drucker, 2008.)

2.1 Varainkeruun tasot

Varainkeruulla ajatellaan usein olevan viisi erilaista tasoa, jotka ovat yksilötaso, ryhmätaso, avustukset, tapahtumien järjestäminen sekä muut tavat kerätä rahaa. (National Council for Voluntary Organisations, 2014.)

	Yksilötaso	Ryhmätaso	Avustukset	Tapahtumat
Kuka/mikä	Yksittäiset ihmiset	Yritykset, sponsorit	Suuret yhdistykset, kaupungit, tahot	Tapahtumassa vierailevat/osallistuvat ihmiset
Missä/mihin	Suoraan pankkitilille, keräyslippaaseen, ...	Sopimus tehdään yhdessä, hyödyky vaihtaa omistajaa vaihtelevin keinoin	Hakemus apurahan antajalle ja he tekevät päätöksen	Erilaiset tapahtumat
Motivaatio	tarve/halu tehdä hyvää, tarve tulla nähdyksi hyvänä ihmisenä	Näkyvyys ja tunnettavuus	Jonkin aikeen tai pyrkimyksen edistäminen, yhteiskunnallinen hyvänteko	Tapahtumasta riippuen; hupi, tieto, ajanviete, ...
Erytyspiirteet	Pienet summat, usein tuntemattomaksi jäävät lahjoittajat	Molempia osapuolia hyödyttävää, ei välttämättä rahaan liittyvää	Apurahojen käytöstä on raportoitava	Mahdollista kerätä varoja tapahtumassa tai pyrkiä tietoisuudella pitkäjänteisempään varainhankintaan

Taulukko 1. Varainkeruun tasot

Yksilötasolla tarkoitetaan yksittäisiä ihmisiä, jotka lahjoittavat omista rahoistaan tai tavaroistaan varainkeruuta harjoittavalle taholle. Yksilötason lahjoittajat ovat myös niitä, jotka antavat varoja keräyslippaisiin. Tämä saattaa tehdä yksilötason lahjoittajista kasvottomampia kuin muista lahjoittajista. Yksilötason lahjoittaminen tarkoittaa lähes poikkeuksetta yksittäisiä lahjoituksia tai jäsenyysmaksuja. Yksittäisillä ihmisillä on erilaisia syitä lahjoittaa. Lahjoittamisen syihin ei ensisijaisesti liity oman edun tavoittelu, vaan tarve ja halu tehdä muille hyvää. On kuitenkin tutkittu, voisiko lahjoittamisen syy olla esimerkiksi tarve tulla nähdyksi hyvänä ihmisenä tai statuksen nousu, jolloin syy on itseen liittyvä. (Lahti sivistystoimiala, ei pvm.)

Ryhmätasolla tarkoitetaan usein jotain yhteistyökumppanuutta tai yrityslahjoittajia. Ryhmätason lahjoitukset ovat useimmiten kooltaan merkittävämpiä kuin yksilötason lahjoitukset, mutta yleensä niitä kuitenkin saadaan ajallisesti harvemmin kuin yksilölahjoituksia. Myös sponsorointi lasketaan mukaan ryhmätason varainhankintaan. Sponsoroinnilla tarkoitetaan prosessia, jossa yritys, organisaatio tai muu sponsori tukee toimijaa rahallisesti tai palveluita, tuotteita tai muita hyödykkeitä tarjoten. Sponsorisopimus voi olla yksi- tai kaksipuolinen. Sponsorointi on kuitenkin aina kahden osapuolen yhteistyötä, josta molemmat hyötyvät. Sponsorin saama hyöty on yleisimmin näkyvyyttä tai tunnettavuuden edistämistä. (Ionna, ei pvm.)

Avustusten ja apurahojen hakeminen on kolmas varainhankinnan taso. Avustuksia ja apurahoja jakavat erilaiset merkittävät tahot, kuten isot yhdistykset, kaupungit, ministeriöt ja yritykset. Apurahoja saadaan useimmiten avustuksen hakijan aloitteelta tekemällä hakemuksen. Hakemuksia käsitellään järjestelmällisesti ja päädytään joko kieltäytymään tai myöntämään avustuksen. Avustuksen suuruus ja säännöllisyys vaihtelee tahoittain. Yleensä avustuksen saamiseen liittyy ehto varojen käyttämisen raportoinnista. Avustuksia myönnetään yleisesti sellaisille tahoille, joiden toiminta ei pyri olemaan tuottoisaa, vaan tekee työtä jonkin aikeen tai asioiden kehittämisen eteen. (National Council for Voluntary Organisations, 2014.)

Varainkeruutapahtumat ovat yleensä näkyvin ja hyvin perinteinen varainkeruun keino. Varainkeruutapahtumat saattavat itsessään kerätä varoja tai pyrkiä keräämään yksittäisiä lahjoittajia tai muita henkilöitä tutustumaan ja osallistumaan toimintaan. Varainkeruutapahtumia järjestetään jo mukana oleville henkilöille tai sitten tapahtumat voivat olla julkisia, jolloin varainkeruuta suoritetaan myös potentiaalisille toimintaan osallistujille. (Avoine Oy, 2016.)

Viidenneksi tasoksi lasketaan kaikki ne tavat, jotka eivät sisälly neljään aiempaan. Näitä voi olla esimerkiksi internetissä olevat keräykset tai tuotteiden myyminen.

2.2 Varainkeruu yhdistyksissä

Yhdistykseksi luokitellaan yhteenliittymä, jossa on vähintään kolme jäsentä, aatteellinen tarkoitus sekä joka on tarkoitettu pysyväksi. Yhdistyksen aatteellisuuden voi tulkita monin tavoin. Se kuitenkin pääasiassa tarkoittaa sitä, että yhdistyksen jäsenillä on joku yhteinen mielenkiinto tai muu syy olla mukana yhdistyksessä. Tämä voi olla esimerkiksi sama ammatti, sama harrastus tai saman aatteellisen asian edistäminen. Monista muista yhteisöistä poiketen, yhdistyksellä ei myöskään ole omistajaa. Lisäksi siinä voi olla jäsenenä ihmisten lisäksi myös oikeushenkilöitä, eli esimerkiksi yrityksiä. Yhdistysten tavoite ei myöskään ole tehdä voittoa. Yhdistyksen voi merkitä rekisteriin tai olla merkitsemättä. Vain rekisteriin merkitty yhdistys saa lisäliitteen ”ry” nimensä perään. Rekisteriin merkitty yhdistys on oikeushenkilö. Tämä tarkoittaa sitä, ettei sen jäsenten tarvitse olla henkilökohtaisilla nimillään esillä, vaan asioita kuten kauppalaskuja tai etu-asiakkuuksia voidaan tehdä yhdistyksen nimiin. (Loimu, 2013.)

Yhdistysten talousasioiden vastuu on sen hallituksella. Hallitus siis huolehtii ja vastaa siitä, että talous on hoidettu lainmukaisesti ja tarkoituksenmukaisella tavalla. Käytännöllisyyden vuoksi yhdistyksen hallitus valitsee yleensä, yhdistyksen koosta ja aktiivisuudesta riippuen, taloudenhoitajan, rahastonhoitajan, kirjanpitäjän, kassanhoitajan ja muita tarvittavia henkilöitä. Yhdistys voi maksaa luottamushenkilöilleen palkkioita, jotka ovat saajalleen verotettavaa tuloa. (Loimu, 2013.)

Yhdistyksen rahankeräys on toimintaa, jossa ihmisiin vetoamisen avulla kerätään rahaa ilman, että siitä tarjotaan rahallista arvoa sisältävää vastiketta.

Ihmisiin vetoaminen on kuitenkin mietittävä tarkoin. Maailmassa tapahtuu niin paljon pahaa, että monesti ihmisten sietokyky nähdä sitä kasvaa ja kovettuu. Tästä syystä ei kannatakaan varainkeruussa keskittyä pelkästään vetoamaan sydämeen, vaan myös antaa aitoa tietoa ihmisille. (F. Drucker, 2008.) Rahankeräys on Suomessa erittäin tarkoin säädeltyä ja valvottua, ja rahankeräyslupa on anottava viranomaisilta. (Loimu, 2013.)

2.3 Varainkeruu vapaaehtoistoiminnassa

Vapaaehtoistyötä tehdään omalla ajalla ja ilman rahallista tai muuta korvausta. Vapaaehtoistyötä tehdään normaalisti vapaaehtoisjärjestöissä, mutta sitä voidaan tehdä myös esimerkiksi tapahtumissa tai yhdistyksissä. (Heikkala, 2001.) Vapaaehtoistyön tekemisen motivaatio on edistää omaa tai muiden hyvinvointia sekä arjen sujuvuutta tai olla mukana muuttamassa vallitsevia käytänteitä. Se, mihin vapaaehtoistoimintaan kukin henkilö osallistuu, liittyy henkilön arvoihin ja elämäkokemukseen. Syyt tehdä vapaaehtoistoimintaa ovat sekoitus halua auttaa sekä kehittää itseään sekä tutustua uusiin asioihin ja ihmisiin. Vapaaehtoistoimintaa tehtäessä ihminen tapaa usein muita samankaltaisia ihmisiä ja luo suhteita tehden jotain mielekästä. Monet menevät vapaaehtoisjärjestön toimintaan mukaan jonkin asiaan liittyvän henkilökohtaisen tapahtuman tai kokemuksen seurauksena. Saman vapaaehtoisjärjestön toiminnassa mukana oleville henkilöille syntyy usein jonkinlainen yhteenkuuluvuuden tunne ja ryhmähenki. (Nylund, 2008.)

Anne Yeungin tutkimuksen mukaan myös ihmisen tulojen tasolla on vaikutusta esimerkiksi motivaatioon sekä esteisiin tehdä vapaaehtoistoimintaa. Korkeatuloisten havaittiin myös käyttävän vapaaehtoistoimintaan vähemmän aikaa kuin matalatuloisten. Matalatuloisilla syyt tehdä vapaaehtoistoimintaa ovat tutkimuksen mukaan halu auttaa, uusien tuttavuuksien solmiminen, tuttavien miellyttäminen tai toiveikkuus mielekkästä työstä. Korkeatuloisten syyt ovat tutkimuksen mukaan omat tai lasten harrastukset, kansalaisvelvollisuuden tunteminen ja yleinen kiinnostus aiheeseen. Korkeatuloisilla esteet toiminnan tekemiselle havaittiin olevan ajanpuute ja lievä uskonpuute, matalatuloisilla taas terveydelliset syyt tai kokemus omasta saamattomuudesta. Tuloilla ei havaittu olevan vaikutusta aktiivisuuden tai halukkuuteen. (Yeung, 2002.)

Yeungin tutkimus osoitti myös, että nuorilla ihmisillä sekä iäkkäimmillä on eroja vapaaehtoistoimintaan osallistumisessa. Nuorilla mielikuviin kuuluu palkattomuus, hyväntekeväisyys ja talkootyöt. Yli 50-vuotiaat osallistuvat erityisesti edistääkseen jotakin hyvää asiaa. Nuoria motivoi uusien asioiden oppiminen, vanhemmilla uusien ihmisten tapaaminen. Nuorilla myös huomattiin tietämättömyyttä, jonka takia halukkaatkin jäävät toiminnan ulkopuolelle. Ajankäytössä tai aktiivisuudessa ei havaittu merkittäviä eroja ikäryhmien välillä. (Yeung, 2002.)

Vapaaehtoisjärjestö tarkoittaa lähes poikkeuksetta voittoa tavoittelematonta toimintaa. Voittoa tavoittelemattomassa toiminnassa on siis aina syynä jokin muu, kuin pääoman kartuttaminen. Silloin syynä on jokin aie, näkemys,

sitoumus tai pyrkimys. Tämänlainen toiminta pyrkii olemaan jollain tapaa osa vastaanottajaansa, eli vaikuttamaan. Kun rahaa ei ole käytettävissä, on tavoitteeseen päästävä muilla keinoin. Nämä keinot ajatellaan vapaaehtoistoiminnassa olevan markkinointi, suunnitelmallisuus, ihmiset sekä viimeiseksi; kerätyt varat. Kun toiminta alkaa olla muihin vaikuttavaa, ajatellaan sen onnistuneen päätavoitteessaan. (F. Drucker, 2008.)

Jos toiminnalla kuitenkin on menoja, on myös varoja saatava, toiminnan ylläpitämiseksi. Se tapahtuu markkinoinnin ja myynnin avulla. Ilmaisen palvelun tarjoajaan ei luoteta, joten varainhankinta on suoritettava markkinoinnin avulla. Jos varoja hankitaan tavalla, jonka tarkoitukseen ihmiset voivat samaistua, kuten lahjoitukset kodittomille kissoille, ovat markkinoinnin tavat erittäin kaukana myynnin tavoista. Tällöin puhutaan ennemminkin markkinasegmentin tuntemisesta eli tutustumista kohderyhmään ja asioiden tarkastelemista vastaanottajan näkökulmasta. (F. Drucker, 2008.)

Vapaaehtoistoiminnassa ajatellaan kuitenkin usein, että otetaan kaikki keinot käyttöön, jonkun on onnistuttava. On silti tärkeää keskittyä olennaiseen ja tehdä sitä, missä on hyvä tai mihin toiminta perustuu. Markkinointi- ja myyntisuunnitelman teko on aina hyödyllinen työkalu, jolla myös taataan se, että kaikki toimijat ovat yhteisymmärryksessä. Suunnitelmissa on hyvä olla toimintatapojen lisäksi myös päämäärät ja tavoitteet mainittuna. Ilman niitä, ei voida tietää onko toiminta ollut kannattavaa tai halutun laista. Lisäksi on syytä tehdä rahoitusstrategia, jonka mukaan rahoitusta haetaan ja missä on listattuna tavoitteet. Mitä tarkempia suunnitelmia toiminnasta tehdään, sitä enemmän ne vievät toimintaa eteenpäin ja saavat asioita tapahtumaan. Ihmiset ovat kuitenkin se voimavara, jolla saadaan suunnitelmasta totta. On muistettava, että yhdessä tehty suunnitelma ja erityisesti vastuiden jako sitouttaa toimijoita tekemään sovitut asiat. Rahan lähde on liike-elämässä ja vapaaehtoistoiminnassa usein eri, mutta samanlaiset suunnitelmat kannattaa molemmista tehdä. Johtokunnan tehtävä on valvoa, että saadut varat käytetään suunnitelmien mukaisesti ja oikeisiin tarkoituksiin. (F. Drucker, 2008.)

Lähes jokaisessa voittoa tavoittelemattomassa yhdistyksessä raha on jatkuvasti vähissä. Tästä syystä organisaation johdon on muistettava, että ongelmat eivät ratkea sillä että saadaan rahaa. Monet jopa harhautuvat ajattelemaan, että varainhankinta on heidän päätarkoituksensa. Varainhankinnan suunnitelmat ovatkin tehty siksi, että yhteisö voi toteuttaa tarkoitustaan olematta jatkuvasti kiinni varainhankinnassa. Yhteisön johdon on myös oltava tarkkoja siitä, miten toiminnan tuloksista raportoidaan. Toisaalta on hyvä kertoa ihmisille, mitä heidän lahjoituksillaan on saatu aikaiseksi, mutta on muistettava jättää tieto ihmisille, että apua tarvitaan lisää. (F. Drucker, 2008.)

Varainkeruun ensimmäisenä asiakaspiirinä ajatellaan olevan organisaation johtokunta. Vapaaehtoistoiminnassa pyritään siihen, että johtokunta lahjoittaa rahaa tai resursseja, sekä kerää niitä aktiivisesti muilta. Vapaaehtoisjärjestön johtokunnassa olemiseen ei riitä se, että ajattelee yhteisön aikeista positiivisesti tai tukee niitä aatteellisesti. Lahjoituksia haettaessa voi asiakas

kysyä, paljonko varainhankkija itse on lahjoittanut samalle hyödyille. Asiakas ei lähes koskaan itse lahjoita tätä enempää. Johtokuntaan tarvitaan henkilöitä, jotka johtavat esimerkillään sekä innostavat muita. Johtokunnan toinen tehtävä on pitää huolta, että resurssien määrä pysyy tasapainossa suunnitelmien ja tekemisen kanssa. Tällä pyritään mahdollisimman korkeaan tehokkuuteen. (F. Drucker, 2008.)

Voittoa tavoittelemattomassa toiminnassa, jonka resurssit ovat jatkuvasti vähissä, juututaan usein paikoilleen, eikä toimivia asioita uskalleta kehittää. Aina on kuitenkin parantamisen varaa ja jo toimivien asioiden parantaminen entisestään on loppujen lopuksi helpoin tapa aloittaa kehitys. On aina syytä kysyä kysymys ”Miten voisi tehdä tämän, minkä jo hyvin teemme, paremmin?” Parannus voi olla pieni asia, tai mullistava muutos. Esimerkiksi kodittomien kissojen turvatalossa voi parannus olla uuden pesuaineen osto, ison pakastimen hankinta tai muutto uusiin tiloihin. Parannukseen kuuluu myös asioiden hylkääminen, jos niitä ei enää koeta tarpeellisiksi tai hyödyllisiksi. (F. Drucker, 2008)

Asioiden kehittäminen tulee aina olla lähtöisin ihmisistä. Mukana oleva ihmiset ovat myös paras tapa tunnistaa tarvittava parannus. Ihmisresurssin käyttämisen parannus on harvoin yksittäisen henkilön työnteon tehokkuuden parantaminen, vaan erilaisten ihmisten vahvuuksien ja osaamisalueiden hyödyntäminen. Tällöin kokonaistehokkuus nousee.

Toisena on syytä miettiä varoja. Saaduista rahoista on saatava suurin mahdollinen hyöty irti. Tämä voi tarkoittaa esimerkiksi suurien erien ostoa, jolloin rahan menoerät ovat suurempia mutta niitä on harvemmin.

Kolmantena on aika. Ajasta on saatava kaikki mahdollinen hyöty irti, koska aikaa on aina rajallisesti, erityisesti kun yhteisön jäsenet käyttävät vapaa-aikaansa yhteiseen hyvään. (F. Drucker, 2008.)

Vapaaehtoisjärjestöjen varainhankinnan peruspiirre on se, että varainhankinnan kulut on pysyttävä nollassa, tai lähes nollassa. Sitä kuvastaa usein käytetty termi ”0-budjetti”. Vapaaehtoisjärjestöissä myös sen työntekijät saattavat olla valmiita tekemään lahjoituksia käytettäväksi varainkeruun keinoihin. Tällaiset lahjoitukset voivat rahan ohella olla esimerkiksi oman auton lainaamista järjestön käyttöön tai markkinointimateriaalien tulostamista omilla laitteilla. (Lempelto, 2016.)

2.4 Varainkeruu Kissakoti Kattilassa

Kissakoti Kattilan varat muodostuvat lahjoituksista, myyjäismyyneistä sekä kirpputorimyyneistä. Kissakoti saa sekä rahallisia että aineellisia lahjoituksia. Kissakoti Kattila järjestää ja osallistuu tapahtumiin rahaa kerätäkseen. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2016.) Kattilan varainkeruun pääkohderyhmä ovat ikääntyvät ihmiset, mutta varainkeruuta tehdessä kaikki aikuiset ihmiset mielletään kohderyhmäksi. Lapsia ei voida käsittää omaksi kohderyhmäkseen, sillä heillä ei ole hallintaa omista varoistaan. Lapsille suunnattua aktiviteettia voidaan silti hyödyntää varainhankinnan joissain keinoissa, kuten tapahtumissa. (Lempelto, 2016.)

Kissakoti Kattilan toiminnasta sekä sen myötä varainhankinnasta vastaa Hämeenlinnan kissojen ystävät ry:n hallitus. Hallitus kokoontuu säännöllisesti ja pitää jatkuvasti kirjaa Kissakodin menoista ja tuloista. Tämän tehtävän päävastuu on hallituksen taloudenhoitajalla. (Santama, 2016.)

Kissakodin pääasiallinen tulonlähde on yksittäiset lahjoitukset. Vuonna 2015 lahjoituksia kertyi 23.794,73 euroa. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2016.) Lahjoituksia kerätään pankkitilin lisäksi keräyslippaisiin, joihin on poliisin myöntämä virallinen keräyslupa. Toiminnan tuotot ovat olleet vuonna 2014 noin 64.000 euroa ja vuonna 2015 noin 66.000 euroa. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2015.)

Suurin osa tuotoista tulee yleensä myymällä lahjoitettua tavaraa kirpputoreilla. Näistä varoja syntyi vuoden 2015 aikana 26.322,48 euroa. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2016.) Uuteen kotiin annettavista kissoista peritään Kissakodilla 100 euron maksu, ja takaisin omistajilleen palautuneistakin kissoista peritään hoitomaksu. Näistä maksuista kertyi vuoden 2015 aikana 13.648 euroa. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2016.) Varoja kertyy myös kummikissatoiminnasta sekä muista varsinaisen toiminnan tuotoista, kuten kissaloukkujen lainoista. Osa Kissakoti Kattilan varoista syntyy Hämeenlinnan kissojen ystävät ry:n jäsenmaksuvaroista. Vuonna 2015 yhdistyksellä oli 90 vuosijäsenmaksun maksajaa sekä 17 ainajäsentä. Jäsenvaroja saatiin siis vuoden 2015 aikana kerättyä 1940 euroa. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2016.) Vuosijäsenyyden hinta on 20 euroa ja ainajäsenyydestä peritty maksu 140 euroa. (Lempelto, 2016.)

Kissakoti Kattilalla on kuitenkin myös merkittäviä menoeriä. Vuonna 2014 yhdistyksen kulut olivat noin 69.000 euroa ja vuonna 2015 noin 68.000 euroa. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2015.) Näistä kuluista suurin on eläinlääkärimenot. Toinen suuri meno ovat päivittäishoitokulut, kuten hiekat, ruuat ja muu hoito. Näiden lisäksi myös vuokra muodostaa suuren menoerän. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2016.) Vuonna 2015 eläinlääkärikuluihin kului 27.264,29 euroa, ruoka- hiekka ja muihin hoitokuluihin 14.594,23 euroa, vuokriin 12.920,52 euroa ja palkkakuluihin 6.465,03 euroa. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2016.)

Varsinaisesta toiminnasta vuodelle 2016 arvioidut tulot ovat 63.000 euroa ja arvioidut menot 67.500 euroa. Arvioitu kulujäämä vuodelle 2016 on 4.500 euroa. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2015.) Varainhankinnan tuottoarvio vuodelle 2016 on 3.600 euroa ja menoarvio 1.500 euroa. Näin varainhankinnan tuottojäämän arvioidaan vuonna 2016 olevan 2.100 euroa. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2015.) Kokonaisuudessaan, arvioiden mukaan, tilikauden 2016 tappio on noin 2.400 euroa. Talousarvioita tehdään perustuen edellisvuosien tietoihin ja raportteihin. (Lempelto, 2016.)

3 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tämän tutkimuksen tutkimusmenetelmiä ovat haastattelu sekä kysely. Valitut tavat ovat hyvin erilaiset ja keräävät erityyppistä informaatiota. Haastattelulla pyritään saamaan tarkkaa ja yksityiskohtaista tietoa juuri halutusta aiheesta. Kyselyllä taas pyritään saamaan yleistettävissä olevaa informaatiota ja tietoa suuren ihmisjoukon asenteista, käyttäytymisestä ja mielipiteistä. (YLE, 2014)

3.1 Haastattelututkimus

Tässä opinnäytetyössä olevan tutkimusosion laadullinen toinen tiedonhankintamenetelmä on haastattelututkimus. Laadullisella tutkimusmenetelmällä pyritään hyvälaatuiseen dataan luotettavista ja tarkoin valituista lähteistä. (YLE, 2014.)

Hyvän haastattelun tuntomerkkejä ovat avoimuus, turvallisuus, yksinkertaisuus, johdonmukaisuus ja pelottomuus. Haastateltava on saatava tuntemaan itsensä rennoksi ja asioiden kertomisen luontevaksi. Haastattelun tarkoitus ja syy on oltava hyvin selvät, eikä haastateltavaa saa huijata tai harhauttaa. Haastattelijan on esitettävä tarkentavia kysymyksiä ja edetä haastattelussa sopivalla nopeudella. Hyvä nopeus on sellainen, missä haastattelija saa kaiken tarvitsemansa tiedon mutta haastateltavan aikaa ei kuitenkaan haaskata. Hyvän haastattelijan on oltava hyvin valmistautunut, erittäin tarkkaavainen, aktiivinen ja avoin. (YLE, 2014.)

Saatekirje on ensimmäinen kontakti haastateltavaan. Saatekirje, tässä opinnäytetyössä, lähetetään sähköpostitse kaikille, joilta toivotaan saatavan haastattelu. Tämän tutkimushaastattelun saatekirje tulee sisältämään tiedot siitä, millaista opinnäytetyötä tehdään, millaiselle toimeksiantajalle työtä tehdään, mihin tietoja käytetään, millaisia tietoja tarvitaan, miksi opinnäytetyötä tehdään, mitä toimenpiteitä viestin saajalta odotetaan ja miten asiassa edetään. (Virtuaali ammattikorkeakoulu, 2007.)

Saatekirje on siis vastaajalle osoitettu yhteydenotto, joka alustaa haastattelun tai kyselyn tekemistä. Saatekirjeessä on hyvä antaa tarkoin harkittuja tietoja tarpeeksi paljon, jotta saadaan motivoitua vastaajaa ja luotua olo siitä, että hänen osallistumisensa on merkityksellistä. Saatekirjeen on pituudeltaan oltava sellainen, jonka vastaaja jaksaa lukea, mutta joka sisältää tarpeeksi haluttua tietoa. Haastattelun saatekirjeessä tyypillisesti kerrotaan ainakin haastattelun aihe, haastattelun syy, haastattelun tekijä ja mahdollinen toimeksiantaja, kohderyhmä, haastattelun tavoite, luottamuksellisuus ja haastattelun arvioitu kesto. (Virtuaali ammattikorkeakoulu, 2007.)

3.2 Kyselytutkimus

Kyselytutkimus on kvantitatiivinen- eli määrällinen tutkimusmenetelmä.

Kyselyn tarkoitus on kerätä suurelta vastaajajoukolta vastauksia samoihin kysymyksiin. (Virtuaali ammattikorkeakoulu, 2007.)

Tässä tutkimuksessa kyselytutkimuksen käyttämisen päätavoitteita on kaksi: selvittää nykyisten sekä tulevien asiakkaiden auttamisalttiutta sekä aktivoida nykyisiä ja uusia asiakkaita. Kyselyn kohderyhmä ovat kaikki Suomessa asuvat eläimistä kiinnostuneet henkilöt. Henkilöiltä, jotka eivät ole kiinnostuneet eläimistä, ei saataisi halutun laista dataa. Kysely pyrkii selvittämään, millä tavoin kissojen turvakodista kiinnostuneet olisivat valmiita osallistumaan, ei kuinka suuri osa ihmisistä olisi valmis auttamaan. Tämä kysely suoritetaan Webropol-verkkokyselypalvelun kautta.

Hyvällä kyselyllä on selkeä tavoite ja sen kaikki kysymykset ovat suunniteltu selvittämään samaa, haluttua asiaa. Kyselyä rakentaessa on otettava huomioon kysymysten rakenne, kieliopilliset asiat, selkeys, kyselyn pituus, kohderyhmä sekä kysymysten järjestys ja sijoittelu. Kysymystyyppejä on monia, ja niiden käyttämisen kanssa on oltava tarkka, jotta asetelusta saadaan looginen ja kysely etenee järkevästi. Hyvä kysely on selkeästi etenevä ja siihen vastaaminen kestää enintään 20 minuuttia. Kyselytutkimuksen tuloksista saadaan mahdollisimman luotettavat, jos voidaan kysymysten asetelulla ja vastausvaihtoehdoilla varmistaa vastaajien oikeanlainen kyselyn täyttäminen. Jos kysymyksen voi käsittää monin tavoin, tutkimustuloksesta ei tule luotettava. (Virtuaali ammattikorkeakoulu, 2007.)

Myös kyselyn ulkoasuun on syytä panostaa. Jotta vastaaja vastaa kaikkiin haluttuihin kysymyksiin, on kysely suunniteltava eteneväksi ylhäältä alas. Ulkoasu on hyvä pitää yksinkertaisena, jotta vastaajan keskittyminen säilyy kysymyksissä. Fontti kannattaa pitää selkeänä ja luettavana. Kysymykset on myös hyvä erottaa selkeästi toisistaan joko välillä tai esimerkiksi viivoituksella. Erilaisten värien käyttö ei tässä tarkoituksessa ole sopiva vaihtoehto, jos vastaaja tulostaakin kyselyn paperille. Lisäksi kyselyn analysointitapa on mietittävä ennen kyselyn rakentamista tai jakamista. Tämä helpottaa tutkimuksen etenemistä. (Virtuaali ammattikorkeakoulu, 2007.)

Hyvän kyselyn tuntomerkkejä ovat johdonmukaisuus, selkeys, helppous ja tiiviys. Kyselyn kysymysten on oltava yksiselitteisiä ja jokaiselle vastaajalle on oltava sopiva vastausvaihtoehto tai avoin vastauskenttä. Parhaissa kyselykysymyksissä vastaaja voi vastata empimättä. Kyselyn kysymysten määrä on valittava niin, että vastaaja jaksaa vastata kaikkiin huolellisesti, mutta haluttu tieto saadaan silti kerätyksi. Myös monivalintakysymysten vastausvaihtoehtojen määrän on hyvä noudattaa samaa periaatetta; tarpeeksi monta muttei liikaa. Kyselyssä on hyvä kysyä joitain demografisia muuttujia, kuten ikää tai asuinpaikkaa, siinä määrin missä se on kyselylle ja vastausten analysoinnille tarpeen. Kuitenkin liian moni vastaajan henkilöllisyyttä koskeva kysymys voi karkottaa vastaajia, sillä ne saatetaan kokea tunkeileviksi. (Yhteiskuntatieteellinen tietoaarkisto, 2010.)

Kyselyyn voi laittaa erityyppisiä kysymyksiä. Avoimiin kysymyksiin vastaaja saa itse kirjoittaa vastauksensa. Avoin kysymys on hyvä silloin, kun vastaajien mielipiteitä tai muita vastauksia ei voida tietää eli näin ollen ei

voida asettaa vaihtoehtoja. Avoimilla kysymyksillä saadaan laaja-alaisia tuloksia, mutta tuloksia ei voida, tai on vaikea, laittaa numeeriseen muotoon. Avoimen kysymyksen muotoilu on hyvä miettiä tarkoin, jotta saadaan halutun laisia vastauksia. (Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto, 2010.)

Suljetuissa kysymyksissä vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi ja vastaaja valitsee niistä yhden tai useamman. Suljetuissa kysymyksissä on hyvä käyttää maksimissaan seitsemää vaihtoehtovastausta. Suljettujen kysymysten vastauksia on helppo tutkia numeerisesti. (Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto, 2010.)

Sekamuotoinen kysymys yhdistää kahden edellä mainitun. Sekamuotoisessa kysymyksessä on tyypillisesti suljetut vastausvaihtoehdot, mutta viimeisin vaihtoehto on avoin. Tämä avoin vaihtoehto on usein ”muu, mikä?” tai vastaava lisävaihtoehto, jos suljetuista ei löydy sopivaa. (Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto, 2010.)

Asteikkokysymyksessä kysymys on esitetty suljetusti, mutta vastata voi asteikossa. Tällaisia kysymyksiä ovat usein mielipiteitä tutkivat kysymykset, joiden vastausvaihtoehdot noudattavat usein kaavaa, kuten ”samaa mieltä”, ”ei mielipidettä”, ”eri mieltä”. Jos kysely sisältää usean asteikkokysymyksen, on muistettava pitää asteikot mahdollisimman samankaltaisina. (Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto, 2010.)

Kyselyä on hyvä testata ennen sen varsinaista lähettämistä, ja korjata testauksessa ilmenneet erheet tarkasti. Kyselyn saatetekstissä on hyvä mainita, kuinka kauan kyselyn tekeminen kestää, kuinka anonyymeinä vastauksia käsitellään ja mitä varten kyselyä suoritetaan. Kyselyn loppuun on myös hyvä merkitä yhteyshenkilö, joka tarjoaa lisätietoa tutkimuksesta.

3.2.1 Sukupuoli

Tämän kyselyn ensimmäinen kysymys tutkii taustamuuttujaa sukupuoli. Se on ensimmäinen kysymys, koska siihen on yleensä helppo vastata ja näin se valmistaa vastaajaa vaikeampiin kysymyksiin. Jokainen kysymys, mihin vastaaja vastaa, sitouttaa häntä enemmän vastaamaan seuraavaan. Näin ollen helpot kysymykset kannattaa sijoittaa kyselyn alkuun.

Sukupuolen vaikutusta halukkuuteen osallistua Kissakoti Kattilan toimintaan, on mielenkiintoista tutkia. On oletettavaa, että suurempi osa vastaajista tulee olemaan naisia, koska naiset käyttävät sosiaalisen median lemmikkiyhteisöjä, jossa kyselyä jaetaan, enemmän. Tähän kysymykseen on vastaajan pakko vastata edetäkseen kyselyssä eteenpäin.

3.2.2 Ikä

Ikä on toinen taustamuuttuja, johon kyselyssä pyydetään vastausta. Iän vaikutus halukkuuteen auttaa, tietouteen kissakodista ja auttamistapoihin on

oletettavasti suuri. Hieman iäkkäimmillä ihmisillä saattaa olla enemmän ha-
lukkuutta auttaa rahallisesti, kun taas nuoremmilla ihmisillä ajallisesti ja
oman aktiivisuuden kautta.

Tässä kyselyssä ikää kysytään avoimena kysymyksenä, eli vastaajan tarkka
ikä kysytään, ei ikäryhmää. Ikäryhmän kysymisessä tulisi haasteeksi se, että
hyvinkin eri-ikäisiä voisi päätyä samaan ikäryhmään, mutta pienellä ikä-
erolla voi toisaalta olla merkitys ikäryhmään, jos ikä sattuu joko ikäryhmän
alku- tai loppupäähän.

3.2.3 Asuinpaikka

Kyselyssä kysytään asuinpaikkaa, koska se vaikuttaa siihen, tunteeo kis-
sakodin toimintaa. Jos asuinpaikkaa ei kyselyssä kysyttäisi, olisi Kattilan
tunnettavuutta mahdoton tietää, koska kaukana asuvat harvemmin ovat toi-
minnasta kuulleet.

Asuinkunnalla tai -kaupungilla ei kuitenkaan tässä kyselyssä ole suurta
merkitystä, ainoastaan sillä, asuuko Hämeenlinnassa tai sen lähellä. Tästä
syystä kyselyn vastausvaihtoehdot ovat ”Hämeenlinnassa”, ”Hämeenlinnan
lähikunnissa (max.50 km Hämeenlinnasta)” ja ”jossain muualla”.

3.2.4 Kissakoti Kattilan tuttuus

Tämän kyselyn neljäs kysymys tutkii, tunteeo vastaaja Kissakoti Kattilan.
Asia kysytään ”kyllä” ja ”ei”-vastausvaihtoehdoin. Lisäksi viimeisenä vaih-
toehtona on ”olen kuullut, mutta en tutustunut”, koska varmasti moni pai-
kallinen on kuullut toimijasta, mutta ei tiedä siitä sen enempää. Näistä hen-
kilöistä ei voida olla varmoja, vastaavatko he tuntevansa vai ei tuntevansa
Kattilan. Siksi viimeinen vaihtoehto on neutraalimpi. Tähän kysymykseen
vastaaminen vaikuttaa siihen, mikä kysymys vastattavaksi tulee seuraa-
vaksi.

3.2.5 Millä tavoin tuntee Kissakoti Kattilan

Viidenneksi kyselyssä kysytään sitä, millä tavoin Kissakoti Kattilan tunte-
vat ovat siihen tutustuneet. Tähän kysymykseen vastaa siis vain he, keille
kissakoti on tuttu, eli ketkä vastasivat edelliseen kysymykseen ”kyllä”.

Tämän kysymyksen vastausvaihtoehtoina ovat;

- Olen osallistunut Kattilan tapahtumiin.
- Olen ottanut kissan Kattilasta.
- Olen tehnyt rahalahjoituksen Kattilaan.
- Olen tehnyt tavaralahjoituksen Kattilaan.
- Olen Kattilan kissakummi.
- Olen Kattilan vapaaehtoinen työntekijä.
- Muu, mikä?
- Olen vain kuullut toiminnasta.

Tässä kysymyksessä vastaaja saa valita useamman vaihtoehdon.

3.2.6 Mielikuvat Kattilasta

Kuudes kysymys mittaa ihmisten mielikuvia ja käsityksiä. Taulukkomaisessa kysymysryppäässä tiedustellaan Kattilan luotettavuudesta, lähestyttävyydestä, logon tunnettavuudesta, maineesta ja tietoudesta.

	Täysin samaa mieltä	Osittain samaa mieltä	Ei mielipidettä	Osittain eri mieltä	Täysin eri mieltä
Kattila on luotettava	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kattila on helposti lähestyttävä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tunnen Kattilan logon	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedän mistä saan tietoa Kattilasta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kattilalla on hyvä maine	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tiedän tarkkaan, missä Kattila sijaitsee	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Kuva 3. Mielikuva-tilaus

3.2.7 Halukkuus osallistua

Seuraavana tässä kyselyssä saa vastaaja vastata siihen, onko hänellä halukkuutta osallistua Kissakoti Kattilan, tai vastaavan toimijan, toimintaan vastaisuudessa. Kysymys on ”kyllä” ja ”ei”-vastausvaihtoehdoin. Kysymyksessä mainitaan myös muut toimijat siltä varalta, että vastaaja ei asu Hämeenlinnan läheisyydessä. Tällöin pelkästään Kissakoti Kattilan toiminnasta ei kannata kysyä, koska liian usea vastaisi välimatkan takia, ettei halua osallistua.

3.2.8 Miksi ei halua osallistua

Kahdeksantena kyselyssä pyydetään toiminnasta ei-kiinnostuneita kertomaan, miksi he eivät ole kiinnostuneita. Tämä kysymys on siis osoitettu niille vastaajille, jotka vastasivat edelliseen kysymykseen ”ei”.

Tämä kysymys on esitetty sekamuotoisella kysymysmallilla, jossa vastaajalle annetaan vastausvaihtoehtoja mutta vastaaja saa vaihtoehtoisesti myös itse kertoa syynsä omin sanoin. Vastaaja saa valita myös useamman vaihtoehdon. Vaihtoehdot ovat ”asun liian kaukana”, ”en halua”, ”minulla ei ole aikaa” sekä avoin vaihtoehto.

3.2.9 Millä tavoin haluaisi osallistua

Seuraava kysymys on vastavuoeroisesti niille, jotka vastasivat haluavansa osallistua kyseiseen toimintaan.

Vastausvaihtoehtoiksi muodostuivat;

- osallistumalla tapahtumiin
- ottamalla kodittoman eläimen

- tekemällä rahalahjoituksen
- tekemällä tavaralahjoituksen
- ryhtymällä vapaaehtoiseksi työntekijäksi
- muuten, miten?

Tässäkin kysymyksessä jätettiin siis viimeinen vaihtoehto avoimeksi, jolloin vastaaja saa kertoa omin sanoin halukkuudestaan. Myös tässä kysymyksessä vastaaja saa valita useamman vaihtoehdon.

3.2.10 Avoimet kysymykset

Kyselyn viimeiset kysymykset ovat yleisen tavan mukaisesti avoimia. Toiseksi viimeinen kysymys antaa vastaajalle mahdollisuuden tuoda omia ideoita ja vinkkejä esiin. Kysymyksessä kysytään erityisesti varainhankintaan liittyviä mielipiteitä.

Viimeisenä vastaaja saa antaa avointa palautetta. Palaute voi olla minkälaista vain, eikä sitä voi analysoida tarkoin tai erityisesti mitata. Avoin palaute voi tulla kyselystä, KISSAKOTI Kattilasta, varainkeruusta tai monesta muusta aiheesta. Avoin palaute-kohtaan tulleet vastaukset eivät todennäköisesti tule tutkittavaksi tarkemmin. Tähän kysymykseen vastaaminen ei ole vastaajalle pakollista.

4 MUIDEN VASTAAVIEN TOIMIJOIDEN VARAINKERUU

Toinen tämän opinnäytetyön tiedonhankintamenetelmistä on haastattelu. Tässä työssä pyritään haastattelemaan vastaavanlaisia toimijoita selvittäen heidän varainhankinnallisia asioita.

Vastaavilta toimijoilta pyritään selvittämään seuraavia asioita:

- Millaisella kokoonpanolla toimija tekee varainkeruuta?
- Millaisia varainkeruun tapoja on käytössä?
- Mitkä varainkeruun tavat ovat toimivimpia?
- Millaisia tapoja on kokeiltu, mutta keinoiksi havaittu?
- Kuinka paljon varainkeruussa on avustavia yhteistyötahoja ja millaiset yhteistyötahot ovat tuottavampia?
- Hyödynnetäänkö sosiaalista mediaa varainhankinnan apuna?
- Millaisia ovat suurimmat menoerät?

Muiden toimijoiden haastattelu on valittu tutkimusmenetelmäksi, koska yhdistyksillä on monenlaisia eri tapoja tehdä varainkeruuta, ja useimmalla on siinä toimivia tapoja sekä puutteita. Haastatteluilla on mahdollisuus oppia ja kuulla toimivista tavoista.

Haastattelupyyntö lähetettiin seuraaville toimijoille; Suklaayhdistys ry, Pelastetaan koirat ry, Kodittomat Espanjan koirat, Helsingin seudun eläintensuojeluyhdistys, Rekku rescue, Suomen kani- ja jyrjäliitto, Kennelliitto, Suomen kissaliitto ry, Kansallinen lastenliitto ry ja Lasten kesä ry. Kaikilta halutuista yhdistyksistä ei saatu vastauksia.

Lisäksi muutaman yhdistyksen varainkeruuta selvitettiin muunlaisin keinoin, esimerkiksi heidän toimintakertomuksiaan lukemalla. Näissä tapauksissa koettiin, ettei kysymyksiä jäänyt enää tarpeeksi, jotta haastattelu olisi tarkoituksenmukaista järjestää.

Seuraavissa luvuissa käydään yhdistys kerrallaan läpi tutkimuksen tuloksia heidän varainkeruun tavoistaan.

4.1 Suklaayhdistys ry

Suklaayhdistys ry on vuonna 2005 perustettu yhdistys. Yhdistyksen perustamisen taustalla oli ajatus suklaanmaisteluilloista hyvässä porukassa. Ensimmäiset viisi vuotta yhdistys kulki nimellä Oulun suklaayhdistys ry, sittemmin se on pudottanut nimestään Oulun pois. Suklaayhdistys on todellisille suklaan ystäville tarkoitettu yhdistys ja sen toiminta on lähinnä ainoastaan erilaisten suklaiden maistelua. Suklaayhdistyksessä on tällä hetkellä 29 jäsentä (2016) ja maistelutapahtumia yhdistys järjestää kerran kuukaudessa. (Suklaayhdistys ry, ei pvm.)

Suklaayhdistys ry:n varainhankinta ja toiminta ovat pienimuotoista. Varainhankintaa harrastaa yhdistyksestä ainoastaan puheenjohtaja. Yhdistyksessä

ei ole työntekijöitä, harjoittelijoita tai muita työntekijöitä. Suklaayhdistyksen varainhankinta perustuu nettisivun tuloihin eli yhdistys myy mainostilaa. Suomen tunnetuin suklaan valmistaja, Karl Fazer, mainostaa tuotteitaan näkyvästi yhdistyksen etusivulla. Yhdistys kerää varoja myös jäsenmaksuilla. (Karhunen, 2016.)

Suklaayhdistys on yrittänyt saada rahallista tukea ja avustuksia virallisilta tahoilta, kuten kaupungilta ja säätiöiltä. Nämä eivät ole tuottaneet lainkaan varoja. Yhdistys ei käytä sosiaalista mediaa varainhankinnallisissa tarkoituksissa. (Karhunen, 2016.)

Varoja yhdistyksessä käytetään suklaan maisteluiltoihin eli suklaan ostamiseen. Lisäksi menoja syntyy nettisivujen ohjelmoinnista sekä sivuston webhotellikuluista. (Karhunen, 2016.)

4.2 Kouluturvaa

Kouluturvaa on kolmen vuoden ajan toiminut koulukiusaamista ehkäisevä yhdistys. Kouluturvaa ylläpitää tukipuhelinta kolmena päivänä viikossa, johon soittamalla saa juteltua asiasta enemmän tietävien, jopa psykologien, kanssa. (Kouluturvaa.fi, 2016.)

Kouluturvaa hankkii varoja pääasiassa myymällä lehteä. Yhden lehden asiakas saa tilata maksamalla 30 euroa. Lehden tilaus päättyy sen jälkeen automaattisesti. Kouluturvaa kerää varoja tukipuhelimen lisäksi luentojensa pitämiseen ja kampanjointiin. (Mäkinen, 2016.)

4.3 Kansallinen lastenliitto ry

Kansallinen lastenliitto ry on valtakunnallinen lapsi- ja varhaisnuorisoyhdistys. Yhdistys on perustettu vuonna 1972. Yhdistys toimii koko Suomen laajuisesti ja järjestää kaikille avointa toimintaa, esimerkiksi kerhoja ja leirejä. Yhdistys järjestääkin aamu- ja iltapäiväkerhoja jopa yhdeksällä eri Suomen paikkakunnalla. Toinen päätoimintamuoto on leirien järjestäminen. Leiritoiminnallaan, ja myös muulla toiminnallaan, lastenliitto pyrkii tukemaan nuorien lisäksi myös nuorten vanhempia keskittyen esimerkiksi uran ja perheen yhdistämiseen. (Kansallinen lastenliitto ry, 2016.)

Esimerkiksi Hämeen alueella Lastenliitto järjestää lakisääteistä iltapäivätoimintaa useammalla ala-asteella Lahdessa. Lisäksi, Hämeen lastenliittona tunnettu yhdistyksen toiminta-alue on mukana erilaisissa tapahtumissa. Lastenliiton periaatteet ovat erilaisuuden hyväksyminen, vastuuntuntoisuus sekä oman elämän hallinta. Kansallinen lastenliitto ry on kokoomuksen läheisjärjestö, mutta silti itsenäinen organisaatio. (Kansallinen lastenliitto ry, 2016.)

Opetus- ja kulttuuriministeriö tukee valtakunnallisia nuorisojärjestöjä avustuksin, jonka varat koostuvat Veikkauksen voittovaroista. Vuonna 2016 ministeriö myönsi 12 106 000 euroa kyseisenlaiselle toiminnalle, josta 220 000 euroa sai Kansallinen Lastenliitto ry. (Kansallinen lastenliitto ry, 2016.)

Kansallisen lastenliitto ry:n Hämeen piirissä työskentelee piirikoordinaattorin lisäksi noin 20 kerho-ohjaajaa, ja sijaiset. Hämeen piirin toiminta koostuu oman toiminnan lisäksi sen alaisuudessa toimivilta kahdesta alue-toimijasta; Lahden piiri sekä Hämeenlinnan piiri. Liitossa on usein harjoittelijoita, yleensä iltapäivätoiminnassa tai projekteissa. (Salo, 2016.)

Hämeen piiri osallistuu pääasiassa tapahtumiin, joissa he eivät tee varainkeruuta, eikä raha muutenkaan liiku. Hämeen piirin varainkeruu koostuu pääasiassa avustuksista, joita saadaan esimerkiksi aluehallintovirastolta ja kaupungilta. Lisäksi kerho- ja jäsenmaksut tuovat liitolle varoja. Varoja käytetään toiminnan kuluihin, esimerkiksi tilavuokriin. (Salo, 2016.)

4.4 Lasten kesä ry

Lasten kesä ry on vuonna 1952 perustettu yhdistys, jonka toimintaperiaate on lasten suojeleminen. Yhdistyksen tehtävä on lasten lomatoiminnan järjestäminen ja sen kehittäminen. Yhdistys järjestää toimintaa ympärivuotisesti koulujen loma-aikoina ja yhdistyksen leireillä käy vuosittain 1000 lasta ja nuorta. Leireillä lapsille ja nuorille pyritään tuottamaan turvallisen ympäristön lisäksi elämyksiä ja onnistumisia. Toimintaa on eri puolilla Suomea, mutta se keskittyy yhdistyksen omistamaan leirikeskukseen Hauholla. Yhdistys saa toimintaansa tukea Raha-automattiyhdistys RAY:ltä. (Lasten Kesä ry, 2016.)

Lasten kesä ry:ssä työskentelee neljä henkilöä; kaksi toiminnanjohtajaa ja kaksi leirikeskuksen työntekijää. Yhdistyksen toimintaa säätelee kymmenen hengen johtokunta ja sen puheenjohtaja. Toimistolla on satunnaisesti harjoittelijoita. (Ahtee, 2016.)

Yhdistyksen toiminta perustuu RAY:n tukeen. RAY:ltä haetaan vuosittain tukea ja raportoidaan tukirahan käytöstä. Avustusrahan hakeminen ei tuota yhdistykselle suuria ponnistuksia eikä vaadi paljoa resursseja. Yhdistys hakee tämän lisäksi avustuksia kunnilta ja satunnaisilta muilta tahoilta, ja saa tukia satunnaisesti. RAY:n tuki riittää kuitenkin yhdistyksen toiminnan ylläpitoon. Avustusten lisäksi rahaa kerätään jäsenmaksuilla ja leirimaksuilla, nämä eivät kuitenkaan ole suuri osuus toiminnan varoista. Yhdistys vuokraa lisäksi leirikeskustaan muiden toimijoiden käyttöön, ja kerää sillä varoja. Kerätyt ja saadut varat käytetään varsinaiseen toimintaan, kuten leiritoimintaan ja työntekijöiden palkkoihin. (Ahtee, 2016.)

4.5 Tampereen ammattikorkeakoulun alumnit ry

TAMK alumnit-nimellä tunnettu yhdistys perustettiin syyskuussa 2006. Yhdistys perustettiin toimimaan Tampereen ammattikorkeakoulun alumnien etuja valvovaksi elimeksi. Yhdistys pyrkii myös kehittämään opinahjon alumnien suhteita ammattikorkeakouluun, työelämään sekä muihin alumneihin. Alumnitoiminta pyrkii myös auttamaan nykyisten TAMKin opiskelijoiden työnsaantia. (Tampereen ammattikorkeakoulun alumnit ry, 2016.)

TAMK alumnit pääsevät yhdistyksen jäseniksi ilmoittautumalla ja maksamalla jäsenmaksun. Jäsenetuina ovat alennetut osallistumismaksut yhdistyksen tapahtumiin ja TAMKin täydennyskoulutuksiin. Lisäksi jäsenet saavat käyttöoikeuden TAMKin kirjastoon ja viisi kertaa vuodessa ilmestyvän jäsentiedotteen. Yhdistys kerää rahaa järjestämällä tapahtumia, perimällä jäsenmaksuja ja myymällä kannatustuotteita. (Tampereen ammattikorkeakoulun alumnit ry, 2016.)

4.6 Tampereen polkupyöräilijät ry

TAPO-nimellä tunnettu yhdistys on vuonna 2007 perustettu Tampereen seudun pyöräilijöiden yhteinen tiimi. TAPO listaa tavoitteekseen saada Tampereen seudulla asuvien ihmisten yleisemmäksi kulkuvälineeksi polkupyörän. He myös pyrkivät turvaamaan sen, että alueella polkupyörällä ajo olisi sujuvaa, turvallista sekä viihdyttävää. Yhdistys pyrkii tähän vaikuttamalla esimerkiksi polkupyöräilyyn vaikuttaviin lakeihin ja säädöksiin. Tätä yhdistys tekee esimerkiksi järjestämillään pyörälenkeillä, joilla ongelmista keskustellaan yhteisen harrastuksen parissa. TAPO tekee läheistä yhteistyötä muiden Suomessa toimivien polkupyöräily-yhdistysten kanssa, kuten Jyväskylän pyöräilyseura sekä Turun polkupyöräilijät. TAPO kuuluu jäsenenä muun muassa Suomen pyöräilyunioni SPU ry:hyn sekä European Cyclists' Federation-yhdistykseen. (Tampereen polkupyöräilijät ry, 2016.)

Vuoden 2013 aikana TAPON hallituksessa istui seitsemän jäsentä ja kolme varajäsentä. Heidän lisäksi hallituksen ulkopuolisia päättäviä henkilöitä oli kaksi; toiminnantarkastaja sekä varatoiminnantarkastaja. Hallitus koontui toimintavuoden kevät 2013- kevät 2014 aikana kymmenen kertaa. Hallituksen kokouksiin saa osallistua hallituksen lisäksi myös kaikki yhdistyksen jäsenet. Vuoden 2013 lopussa yhdistyksellä oli 169 jäsentä. Yhdistyksen jäsenmaksu on opiskelijoilta sekä eläkeläisiltä viisi euroa, muilta 10 euroa. Kannatusjäsenyys maksaa 40 euroa. Ainaisjäsenyyden saa lunastettua maksamalla 200 euroa. (Tampereen polkupyöräilijät ry, 2014.)

Yhdistys järjesti vuonna 2013 yhteensä 20 tapahtumaa. Näissä kaikissa oli osallistujia yhteensä noin 1700 ihmistä. Suosituimmat yhdistyksen tapahtumat olivat; Pyöräilyviikon avaustilaisuus (n. 400 osallistujaa), Kriittinen pyöräilyretki (n. 150 osallistujaa), Pyöränhuoltotapahtuma (n. 150 osallistujaa) ja Talvipyöräilykauden avaus (n. 400 osallistujaa). (Tampereen polkupyöräilijät ry, 2014.)

Toimintavuoden 2013 aikana yhdistyksen talous säilyi vakavaraisena. Tuloja yhdistys sai myymällä tapahtumia Elokumppaneille, jäsenmaksuista, avustuksista sekä pyörien vuokrauksesta. Suurimmat menoerät yhdistyksessä ovat tapahtumien järjestelyt, markkinointi, varaston vuokramenot sekä jäsenmaksut muihin yhdistyksiin. (Tampereen polkupyöräilijät ry, 2014.)

5 KYSELYTUTKIMUKSEN TULOKSET

Tämän tutkimuksen kyselyllä pyritään selvittämään, millä tavoin nykyiset tai potentiaaliset asiakkaat voisivat osallistua Kissakoti Kattilan toimintaan ja sitä kautta tehostaa Hämeenlinnan Kissojen ystävät ry:n varainhankintaa.

Kyselyä levitettiin sosiaalisen median avulla pyrkien tavoittamaan mahdollisimman suuren määrän potentiaalisia Kissakodin tukijoita tai muita asiakkaita. Kyselyn levittämiseen erilaisissa sosiaalisen median ryhmissä tarvitaan aina lupa ryhmien ylläpitäjiltä.

Kysely jaettiin viidessä eri Facebookin ryhmässä ja myös opinnäytetyön tekijän omalla sivulla. Kyselyn saateteksti muokattiin jokaiseen kanavaan sopivaksi ja mahdollisimman vetoavaksi. Kysely poistettiin sivuilta vastaajan päätyttyä. Kysely keräsi 145 vastausta ollessaan auki noin puolitoista viikkoa.

Kyselyn vastauksia ei voida yleistää koskevan esimerkiksi Suomen kansan tai minkään muun ihmisryhmän mielipiteitä. Kyselyn eri kysymysten suhteita voidaan tutkia ja näin tulkita niiden kuvastavan tietynlaisen asiakaskunnan näkemyksiä.

5.1 Taustamuuttajat

Kyselyn vastaajista suurin osa (93 %) oli naisia. Vain kymmenen vastaajaa oli miespuolisia. Kysymykseen vastasivat kaikki kyselyn vastaajat. Sukupuolella ei huomattu merkittäviä vaikutuksia mielipiteisiin ja asenteisiin.

Kysely keräsi vastauksia eri-ikäisiltä henkilöiltä. Suurin osa vastauksista tuli 22–24-vuotiailta. Vastaajien keski-ikä oli kuitenkin hieman yli 34 vuotta. Nuorin vastaaja oli 18-vuotias ja vanhin 61-vuotias. Ikääntyneiltä henkilöiltä ei saatu kyselyyn vastauksia, joka todennäköisesti johtuu siitä, etteivät ikääntyneet yleensä käytä Internetiä säännöllisesti. Myöskään alle 18-vuotiailta ei tullut kyselyyn vastauksia. Kolme vastaajaa jätti kertomatta ikäänsä.

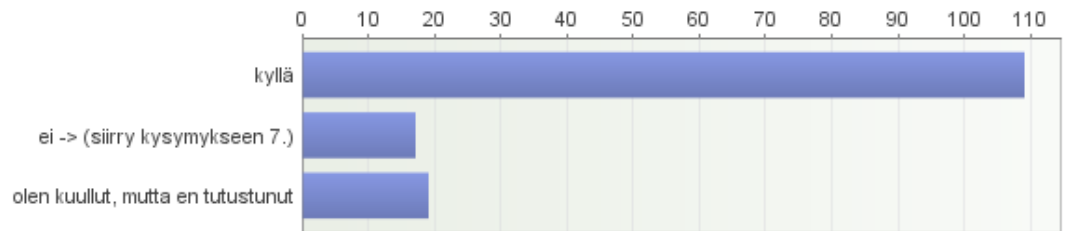
Kolmas kysymys selvitti, asuuko vastaaja Hämeenlinnassa, sen lähikunnissa vai jossain muualla. Vastausten mukaan 46 % vastaajista asuu Hämeenlinnassa, 19 % Hämeenlinnan lähialueilla ja loput 33 % jossain muualla. Suurin osa vastaajista siis asuvat Kissakoti Kattilan toiminta-alueella. Kaikki vastaajista vastasivat kysymykseen.

5.2 Toimijan tuttuus

Seuraava kysymys selvitti, tunteeke vastaaja Kissakoti Kattilan.

4. Onko Kissakoti Kattila sinulle tuttu?

Vastaajien määrä: 145



Kuva 4. Kissakoti Kattilan tuttuus

Suurin osa vastaajista, eli 75 %, vastasivat toimijan olevan tuttu. 13 % vastaajista kertoivat olleensa kuulleet toimijasta ja vain 12 % ei ole kuullutkaan toimijasta. Jokainen vastaaja vastasi tähän kysymykseen.

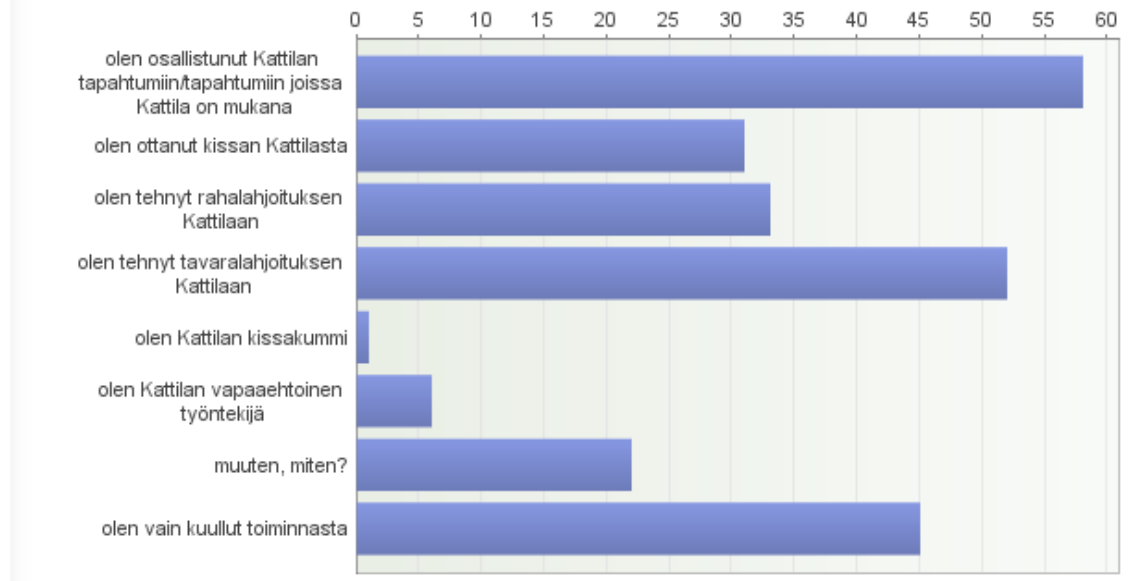
Kysymystä verratessa kysymykseen vastaajan asuinpaikasta, huomattiin että myös ulkopaikkakuntalaiset tuntevat toimijan. Ulkopaikkakuntalaisistakin (yli 50 km päässä asuvat) reilusti yli puolet vastaajista tunsivat toimijan.

5.3 Millä tavoin toimija on tuttu

Seuraava kysymys selvitti, millä tavoin vastaaja tuntee toimijan. Kysymykseen vastasi vain ne, jotka kertoivat tuntevansa toimijan, tai kuulleensa toimijasta, aiemmin. Vastaajat saivat valita useamman vastausvaihtoehdon.

5. Millä tavoin Kissakoti Kattila on sinulle tuttu?

Vastaajien määrä: 128



Kuva 5. Kyselyn kysymys 5 vastaukset

Vastausten mukaan yleisimmin tutuksi toimija on tullut erilaisissa tapahtumissa ja lahjoittaessa toimijalle tavaraa. Vähiten vastauksia keräsi vaihtoehto kissakummiudesta ja vain yksi vastaaja kertoikin olevansa Kattilan kissakummi. Seitsemän vastaajaa ovat olleet Kattilan vapaaehtoisina työntekijöinä. Noin neljäsosa kysymykseen vastanneista ovat ottaneet lemmikin Kattilasta. Suurin piirtein sama määrä on tehnyt rahalahjoituksen toimijalle.

Avoimessa vastausvaihtoehdossa tuli ilmi, että usea vastaaja on käynyt Kisatalolla vierailulla. Moni myös tuntee jonkun Kattilan vapaaehtoisista työntekijöistä tai on suorittanut erilaisia työharjoittelujaksoja Kattilassa.

5.4 Mielikuvat toimijasta

Seuraava kysymysryhmä kartoitti Kattilan herättämiä mielikuvia taulukkomuotoisesti. Kysymysryhmän väittämiin vastasi 120–122 vastaajaa, riippuen kysymyksestä. Kysymys kartoitti vastauksia niiltä, jotka tuntevat toimijan. Ne jotka vastasivat aiempaan kysymykseen, etteivät tunne Kattilaa, ohjattiin ohittamaan kysymysryhmä. Taulukkomuotoisessa kysymysryhmässä selvitettiin, alla olevan kuvan vasemmassa reunassa, listattuja asioita toimijasta.

	Täysin samaa mieltä	Osittain samaa mieltä	Ei mielipidettä	Osittain eri mieltä	Täysin eri mieltä
Kattila on luotettava	77	31	10	3	0
Kattila on helposti lähestyttävä	52	47	11	11	1
Tunnen Kattilan logon	54	27	8	14	17
Tiedän mistä saan tietoa Kattilasta	84	34	1	2	1
Kattilalla on hyvä maine	63	36	10	12	1
Tiedän tarkkaan, missä Kattila sijaitsee	78	19	1	15	8

Kuva 6. Kyselyn kysymys 6 : mielikuvat Kattilasta

Kysymyksessä tuli selville, että Kattila koetaan erittäin luotettavana toimijana. 77 vastaajaa eli 64 % kysymykseen vastanneista, vastasivat olevansa ”täysin samaa mieltä” väittämästä, että Kattila on luotettava. Yksikään vastanneista ei valinnut ”täysin eri mieltä”-vaihtoehtoa. 31 vastaajaa valitsi ”osittain samaa mieltä” ja kymmenellä vastanneista ei ollut asiaan mielipidettä. Kolme vastaajaa valitsivat ”osittain eri mieltä”.

Kattilan lähestyttävyyttä tarjosi enemmän vaihtelua mielipiteisiin, mutta siltäkin suurin osa vastaajista valitsivat olevansa samaa mieltä siitä, että Kattila on helposti lähestyttävä. Yhteensä 99 kysymykseen vastannutta, eli 81 %, valitsi olevansa samaa mieltä. 11 vastaajaa valitsi ”ei mielipidettä”. 12 vastaajaa, joka on 10 % vastanneista, ovat eri mieltä väittämän kanssa. Heistä vain yksi valitsi ”täysin eri mieltä”-vaihtoehdon.

Seuraava väittämä koski Kattilan logoa. Vastauksista voidaan olettaa, että 68 % vastanneista tuntee logon ja 26 % vastanneista eivät tunne toimijan logoa. Kahdeksan vastaajaa valitsivat ”ei mielipidettä”-vaihtoehdon. Jos voitaisiin olettaa, että neutraalin vastauksen valinneet eivät tunne logoa, laskettaisiin että vastaajista 33 % ei tunne logoa. Vastaajia kerättiin myös alueilta, joilla Kattila ei toimi, joten osuudesta ei voida vetää yleistäviä linjauksia.

Seuraavassa kohdassa kysyttiin vastaajalta, onko hän tietoinen, mistä saa tietoa Kattilan toiminnasta. Tulokset ovat lähes yksiselitteiset, sillä vain muutama vastanneista valitsi olevansa eri mieltä väittämästä, jonka mukaan tietää mistä halutun tiedon saa. Tuloksen mukaan siis lähes kaikki vastaajat tietävät mistä löytävät halutessaan tietoa toimijasta. Tulos on odotettava, sillä Internet tarjoaa nykyisin suuret mahdollisuudet löytää tietoa helposti.

Viidenneksi taulukossa oli merkitty väittämä ”Kattilalla on hyvä maine”. Mainen on moniselitteinen käsite, ja ihmiset saattavat kokea sen eri tavoin. Kuitenkin, vastausten mukaan, Kattilalla on hyvä maine. 81 % vastaajista valitsivat olevansa samaa mieltä väittämästä. Kymmenen vastaajaa eivät antaneet mielipidettä. 12 vastaajaa, eli noin 10 % vastanneista, valitsivat ”osittain eri mieltä”. Vain yksi vastaaja kertoi olevansa täysin eri mieltä.

Lopuksi tiedusteltiin toimijan sijainnin tietoutta väittämällä ”Tiedän tarkkaan, missä Kattila sijaitsee”. Logo-kysymyksen jälkeen tämä väittämä toi eniten hajontaa vastauksiin. Samaa mieltä väittämästä oli 78 vastaajaa (64 %) valiten ”täysin samaa mieltä” ja 19 vastaajaa (16 %) valiten ”osittain

samaa mieltä”. Eri mieltä väittämästä olleista 15 vastaajaa (12 %) valitsivat ”osittain eri mieltä” ja 8 vastaajaa (7 %) valitsivat ”täysin eri mieltä”.

5.5 Halukkuus osallistua toimintaan jatkossa

Kysymys selvitti vastaajien halukkuutta osallistua Kissakoti Kattilan tai vastaavan toimijan toimintaan tulevaisuudessa. Kaikki kyselyyn vastanneet vastasivat tähän kysymykseen. Suurin osa vastaajista kertoi haluavansa osallistua kyseisenlaiseen toimintaan jatkossa. 33 % vastaajista eivät haluaisi osallistua lainkaan.

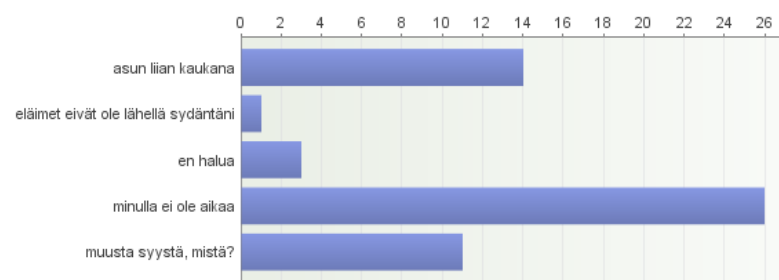
5.6 Syyt haluttomuuteen osallistua

Kyselyn kahdeksas kysymys oli kohdennettu heille, jotka vastasivat, etteivät haluaisi olla mukana kyseisenlaisen toimijan toiminnassa vastaisuudessa. Kysymys kartoitti syitä tälle. Kysymykseen vastasi 47 ihmistä. Vastaja sai valita useamman annetuista vaihtoehdoista tai lisätä avoimen vastauksen.

Ylivoimaisesti yleisin syy haluttomuudelle osallistua on ajanpuute. 26 vastaajaa eli 55 % vastanneista valitsi tämän vaihtoehdon. Toiseksi yleisin syy, jonka valitsi 30 % vastanneista, oli sijaintiin liittyvät ongelmat eli he vastasivat asuvansa liian kaukana. Vain kolme vastaajaa totesivat, etteivät yksinkertaisesti halua osallistua kyseisenlaiseen toimintaan. Yksi vastaaja valitsi vaihtoehdon ”eläimet eivät ole lähellä sydäntäni”.

8. Jos et haluaisi osallistua Kattilan/muun vastaavan toimijan toimintaan, miksi et? --> vastaamisen jälkeen siirry kysymykseen 10.

Vastaajien määrä: 47



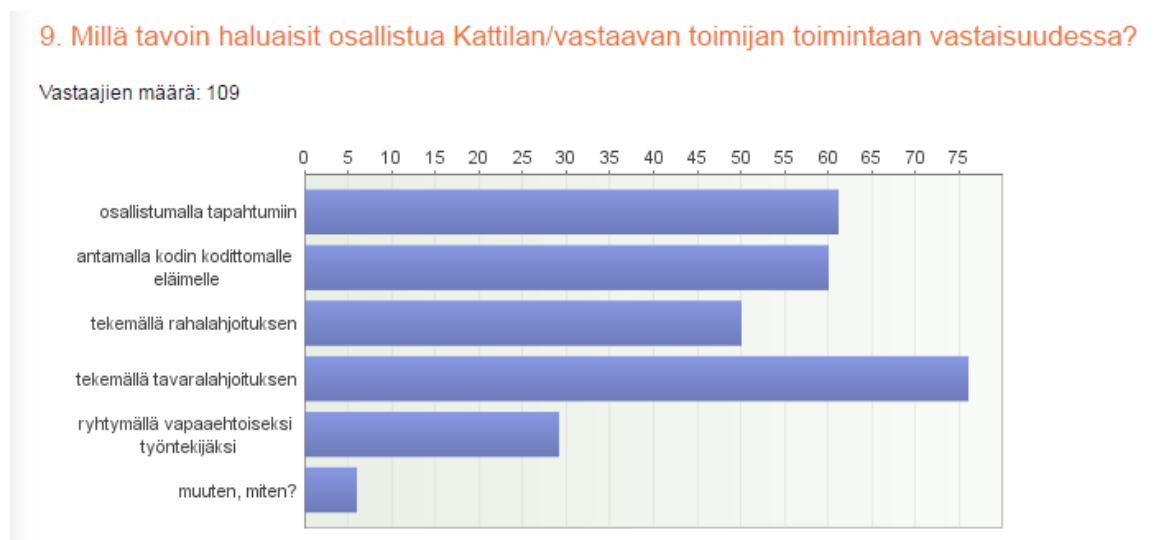
Kuva 7. Kyselyn kysymys 8 vastaukset

Avoimeen vastausvaihtoehtoon tuli useampi, joka mainitsi allergian syyksi sille, ettei voi osallistua. Toinen toistuvasti esille tullut syy oli muun elämän aikataulut, jotka eivät sovi kissatalon aikatauluihin. Esille tuli myös se, ettei toiminnasta tiedetä tarpeeksi.

5.7 Tavat, joilla tahtoo osallistua ja auttaa

Seuraava kysymys oli kohdennettu heille, jotka aiemmin kertoivat haluavansa osallistua ja auttaa kyseisenlaista toimintaa. Kysymys keräsi 109 vastausta.

Mikään tavoista ei ylivoimaisesti mennyt muiden edelle. Suurimman vastaajamäärän keräsi kuitenkin tavaralahjoitusten antaminen. Toiseksi eniten valittiin vastausvaihtoehdot ”osallistumalla tapahtumiin” sekä ”antamalla kodin kodittomalle eläimelle”. Myös rahalahjoituksen antamisen halukkuuden tunnisti itsessään 50 vastaajaa eli kysymykseen vastanneista lähes puolet. Vapaaehtoiseksi vastaajista olisi valmis ryhtymään 29 vastaajaa eli 27 % vastanneista.



Kuva 8. Kyselyn kysymys 9 vastaukset

Avoimeen vastausvaihtoehtoon kerääntyi monenlaisia vastauksia. Yksi vastaaja haluaisi olla mukana järjestämässä Kattilan tapahtumia. Yksi vastaaja taas haluaisi olla hoitokotina kodittomalle kissalle. Ja yksi tahtois osallistua Kissakodin talkoisiin. Muut avoimet vastaukset liittyivät Kattilalla vierailemiseen tai vapaaehtoisena työntekijänä jatkamiseen.

5.8 Varainkeruun tapojen suosittelu

Viimeistä edeltävässä kysymyksessä kysyttiin avoimen kysymyksen keinoin, millaisia varainkeruun tapoja vastaaja suosittelisi Kissakoti Kattilan kaltaiselle toimijalle. Kysymys keräsi 75 vastausta.

Vastauksista 33:ssa ehdotettiin tapahtumien hyödyntämistä. Esimerkiksi valistavia tapahtumia, avoimia ovia, kissanäyttely-tyyppisiä tapahtumia, teemapäiviä, kansainvälisten erikoispäivien hyödyntämistä ja erilaisia rohkeita tempauksia julkisilla paikoilla toivottiin. Avoimissa vastauksissa

myös kehoitettiin useasti hyödyntämään näkyvyyden mahdollisuus tapahtumiin osallistuessa. Tapahtumien etukäteismainostus nostettiin myös useasti esille vastauksissa.

Tapahtumien järjestämisen lisäksi myös muita jo käytössä olevia tapoja ehdotettiin uusina tapoina. Tämä siis kertoo, etteivät vastaajat tienneet kyseisiä tapoja käytettävän Kattilassa. Esimerkiksi kummitoimintaa ehdotettiin neljästi. Lisäksi jäsenyyksiä ehdotettiin useasti. Myös kirpputoripöydän ylläpitoa ehdotettiin useasti, yhteensä seitsemän kertaa.

Toistuvasti esille nousi myös tuotteiden myynti. Myös ei-kissa-aiheisia tuotteita toivottiin myytävän kissakodin hyväksi. Monesti mainittiin myös kyseisten tuotteiden myynti muualla kuin itse Kattilan tiloissa. Lisäksi mahdollisuutta vierailta kissakodilla, peräänkuulutettiin.

Usea vastaaja ehdotti erilaisia yhteistyökuviota muiden yritysten kanssa. He ehdottivat esimerkiksi ruokakauppojen aulassa ruuan keräämistä, yrityskummiutta, sponsorisuhdetta sekä paikallisten koulujen ja yritysten haastamista tempauksiin. Lisäksi kannatustuotteisen nettimyyniä ehdotettiin toistuvasti. Myös avustusten hakemista ehdotettiin muutaman kerran.

Markkinoinnin tarve nostettiin esille useasti avoimissa vastauksissa. Muutama paikallinenkin vastaaja kertoi olevansa tietämätön, että kyseisenlaista toimintaa tehdään lähialueella. Markkinointia ehdotettiin myös kohdentavan ajankohtaisemmin, esimerkiksi rahankeräykseen yhdelle sairaalle kissalle tai toimelle. Markkinointia ehdotettiin suoranaisen toiminnan lisäksi myös muista kissojen hyvinvointiin liittyvistä asioista. Todettiin, että valistamalla esimerkiksi kissojen leikkauksesta, voidaan auttaa Kattilan toimintaa pidemmällä tähtäimellä.

Muutama vastaaja kertoi mielestään nykyisten keinojen olevan toimivia. Niitä voisi uusien keksimisen sijaan siis heidän mielestään tarvittaessa vain tehostaa ja lisätä.

6 TOIMIJAN NYKYINEN VARAINHANKINTA JA SEN TEHOSTAMINEN

Tällä hetkellä Hämeenlinnan kissojen ystävät ry:llä ja sen kautta Kissakoti Kattilalla on hyvin vakiintuneet varainhankinnan tavat. Ne ovat olleet toimivia pitkän aikaa, mutta toiminta tuottaa tappiota, joka kertoo, että varainhankintaa on syytä tehostaa. Käytettyjen tapojen tehostamisen lisäksi uusia tapoja on kannattavaa miettiä ja suunnitella. Se ei silti tarkoita, että uusia tapoja voidaan ottaa käyttöön heti, koska Kissakoti toimii vapaaehtoisvoimin eikä ylimääräistä aikaa tai resursseja ole. Tästä syystä uusissa tavoissa on hyvä keskittyä niihin, jotka eivät vaadi suuria ponnisteluja tai jos vaativat, ovat myös erittäin tuottoisia ja sen myötä kuitenkin kannattavia harkittavaksi.

Kissakodin toiminnassa on mukana monia asiaan paneutuneita ja siitä innostuneita henkilöitä. Tätä resurssia tulisi hyödyntää esimerkiksi järjestämällä tapaamisia kaikkein toiminnassa mukana olevien kesken. Näissä tapaamisissa myös varainhankinnallisista tavoista voitaisiin keskustella ja pitää jonkinlaista ideapiiriä.

Varainhankintaa miettiessä, on aina syytä ensin varmistaa, että ihmisillä on tietoutta toimijasta. Mitä enemmän tietoa toimijasta on, sitä suurempi on todennäköisyys haluta osallistua. Tietoisuutta voi tuoda esimerkiksi kertomalla sopivissa yhteyksissä ihmisille tietoon, mitä erilaiset menoerät ovat. Esimerkiksi kissan leikkaus, kissatalon päivän ruoka tai uuden loukun oston hinnat on hyvä olla asiakkaille tiedossa, jotta he tietäisivät tarkemmin, mihin heidän mahdolliset lahjoitusvaransa menevät.

On myös syytä muistaa, että jokaisella toimijalla toimii hieman erilaiset asiat, ja kokeilemalla ne löytyvät parhaiten. Ennen kokeilua on hyvä tutkia asioita ja tehdä asiat kerralla kunnolla.

6.1 Lahjoitukset

Tällä hetkellä Kissakoti Kattila saa suuren määrän tavaralahjoituksia. Tavaralahjoitukset ovat useimmiten ihmisten omista kodeista käytöstä poistuneita tavaroita, kuten lakanoita tai pyyhkeitä. Näitä tuotteita kissakodin varastossa riittää, kun taas toisenlaisista tuotteista on jatkuva pula. Esimerkiksi roskasäkkejä, lääkkeitä tai desinfioivia puhdistusaineita joutuu yhdistys ostamaan itse. Kissanruoka- tai kissanhiekkalahjoituksia tekevät erilaiset eläinalan yritykset, kuten eläintarvikemyymälät. (Lempelto, 2016.)

Rahalahjoitusten määrä on pienempi. Rahalahjoitukset olisivat kuitenkin toiminnalle tärkeitä, koska esimerkiksi vuokra- tai eläinlääkärikulut ovat niin suuri menonlähde. (Lempelto, 2016.)

Tavaralahjoitusten sisältöä voisi ohjailta ilmaisemalla ihmisille tarkemmin, millaisesta tavarasta on tarve. Esimerkiksi Kissakoti Kattilan Facebook-sivu on todella suosittu, ja siellä voisi pyytää ihmisiltä tilanteen mukaisia

tarpeita, kuten siivoustarpeita tai ruokalahjoituksia. Myös rahalahjoittamisen voisi tehdä helpommaksi antamalla selkeämpää ja näkyvämpää tietoa siitä, miten lahjoittaminen onnistuu.

Varainhankintaa voi toteuttaa myös internetissä. Internetiin voi perustaa lahjoitussivuston, josta ihmiset saisivat kaiken tarvittun tiedon ja sen kautta lahjoittaminen tehdään helpoksi, esimerkiksi suorien linkkien kautta. (GoFundMe, ei pvm) Tämänlaisen sivuston voisi kehittää Kissakoti Kattilan omien kotisivujen yhteyteen. Sivustolla voisi olla suoran rahalahjoittamisen lisäksi linkkejä, joiden kautta voisi suoraan ostaa määriteltyjä tarpeita kissakodille. Esimerkiksi ”paina tästä, osta 10 tölkkiä tonnikalaa”-painike voisi vedota lahjoittajiin ja olla tarpeeksi helppo tapa auttaa.

6.2 Jäsenyys

Hämeenlinnan kissojen ystävillä on noin 100 jäsentä. Nämä jäsenet maksavat vuosijäsenyydestä 20 euroa ja ainaisjäsenyydestä 140 euroa. (Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2015.)

Jäsenmaksuja voisi korottaa, jotta varat olisivat isommat. Myös erilaisia jäsenyyden muotoja voisi kehittää, mahdollistaen yritysjäsenyyden. Esimerkiksi perusjäsenyyden hinta voisi pysyä samana, mutta erikoisjäsenyyden, jota voisi kutsua vaikka kunniajäsenyydeksi, hinta voisi olla korkeampi mutta oikeuttaa eri asioihin. Kunniajäsenyydestä voisi tiedottaa nykyisille jäsenille, kehottaen heitä korottamaan jäsenyytensä. Kunniajäsenyyden sisältö pitäisi tarkoin sopia ja tiedottaa nykyisille sekä potentiaalisille jäsenille. Kunniajäsenyys voisi oikeuttaa esimerkiksi kuulemaan säännöllisemmin kissakodin kuulumisia, tai saamaan yhteistyöyrityksiltä tarjouksia.

Lisäksi yrityksille voisi myydä ns. kannatusjäsenyyksiä. Näiden tunnuspiirteitä voisi olla heidän mainostaminen Kissakodin kanavissa ja tapahtumissa. Lisäksi kunniajäsen-yritykset voisivat lahjoittaa jäsenmaksuna tietyn summan tai osuuden myynnistä Kissakodille.

6.3 Kannatustuotteiden myynti

Kissakoti Kattila on Hämeenlinnan alueella suhteellisen tunnettu toimija, ja se saakin yhteistyökumppaneiltaan joko ilmaiseksi tai alennetulla hinnalla kannatustuotteita myytäväksi. Näitä kannatustuotteita on vuonna 2016 esimerkiksi pannulappuja, tulitikkuaskeja, kortteja, kivikissoja ja leivonnaisia. Näitä kannatustuotteita Kissakoti Kattila myy tapahtumissaan, joita järjestetään säännöllisesti sekä kissatalolla että muissa paikoissa. Muita paikkoja ovat yhteistyökumppaneiden tilat, kuten Hämeenlinnan Tiiriön Kodin Terra, eläinkauppa Faunatar sekä Hämeenlinnan Kumppanuustalo. (Santama, 2016.)

Kissakoti osallistuu useisiin tapahtumiin erityisesti kesäaikaan. Tapahtumiin osallistumisen sekä niiden järjestämisen lisäksi kannatustuotteita voisi myydä niin sanotulla ovelta ovelle-menetelmällä. Tämä tarkoittaa sitä, että

joku yhdistyksen toiminnassa mukana oleva kiertäisi ihmisten koteja ja muita tiloja myyden kannatustuotteita ja levittäen tietoa kissakodista. Ovelta ovelle-myyntillä voisi myydä joitain pienempiä tuotteita, kuten kissojen kuvilla varustettuja tarroja, karkkipaketteja, keksipaketteja tai kalentereita.

6.4 Tapahtumat

Kissakoti Kattila järjestää ja osallistuu erilaisiin tapahtumiin säännöllisesti. Tapahtumien ohjelma sisältää yleensä arpajaiset ja kannatustuotteiden myyntiä.

Tapahtumien järjestämisessä tulisi myynnin lisäksi panostaa tietoisuuteen. Näin tapahtumien järjestäminen ei tuo varoja ainoastaan tapahtuman aikana, vaan mahdollisesti myös sen jälkeen. Lisäksi on hyvä panostaa tapahtuman sisällön lisäksi siihen, että ihmiset tietävät osallistumisesta ja siitä, mitä tapahtumassa tapahtuu tai on esillä. Mainoslipukkeet ja sosiaalisen median kampanjat ovat hyvä ja perinteikäs tapa tuoda tietoisuutta. Lisäksi on hyvä osallistua tapahtumiin, jossa on muutakin, joka tuo asiakkaita paikalle. Näin toimija voi saada uusiakin asiakkaita ja lisätä tietoisuutta. (GiveForward Inc., ei pvm.)

Kissakodin tapahtumissa voisi panostaa entisestään visuaalisuuteen, koska Kissakoti Kattila on tunnettu Hämeenlinnan alueella, ja sen suurempi näkyvyys toisi asiakkaita. Esimerkiksi Kattilan logon tunnettavuutta voisi lisätä tekemällä strategian logon käyttämisestä jokaisessa paikassa, missä Kattila on mainittuna. Näin pelkkä logo voisi, erityisesti muiden tahojen järjestämissä tapahtumissa, tuoda kojulle tai myyntipöydälle asiakkaita. Visuaalisuus voisi myös tarkoittaa kissojen kuvien levittämistä ja näkyvyyttä tapahtumissa ja internetissä.

Tapahtumien ohjelmaa tulisi tuoda aktiivisemmalle tasolle osallistamalla asiakkaita. Tällaisia ohjelmanumeroita voisi tapahtumasta riippuen olla esimerkiksi erilaiset kilpailut, maskotit tai leikit. Esimerkiksi piirustuskilpailu, onginta tai onnenpyörä ovat visuaalisia ja erityisesti perheen pienimpiä houkuttelevia vetonauloja. Aikuisia houkuttelevia asioita voisi mainita olevan esimerkiksi tunnetut vierailijat, musiikki tai videot. Lisäksi omaa toimintaa tapahtumassa tulisi räätälöidä kyseiseen tapahtumaan sopivaksi. (GiveForward Inc., ei pvm.) Esimerkiksi lapsiperheille suunnatuissa tapahtumissa voi painottaa arpajaisiin tai muihin jännitystä nostattaviin ohjelma- numeroihin. Käsityötä arvostavia ihmisiä houkuttavilla tapahtumilla tulisi vuorostaan panostaa yhdistyksen käsityötuotteisiin. Asiakasprofiilia miettien saisi kohdistettua myyntiä ja tietoisuuden levittämistä tarkoituksenmukaisesti. Lisäksi sesonkiaikoihin tulisi panostaa ja hyödyntää niitä.

Tapahtumia tulisi Kattilalla järjestää avoimien ovien lisäksi myös pienemmille porukoille. Esimerkiksi aukioloaikojen ulkopuolella järjestettävät virkistytymispäivät, polttarit, syntymäpäiväjuhlat tai tutustumispäivät voisivat tuoda pienellä vaivalla hyviä tuloja yhdistykselle. Näissä tapahtumissa

pääohjelma voisi olla pelkkä kissoihin ja yhdistyksen toimintaan tutustuminen sekä kahvitarjoilu. Sellaiselle pienellä yhdistyksen vaivalla voisi saada hyvän katteen tulolle.

Tapahtumien suunnitteluun tulisi käyttää resursseja tarpeeksi. Yksityiskohdilla on väliä. Esimerkiksi musiikki, tavaroiden asettelu tai henkilökunnan lähestyttävyyden voivat olla merkittäviä tekijöitä tuloksen kannalta. (GiveForward Inc., ei pvm.) Tapahtumassa työskentelevien kesken on myös hyvä sopia yhteiset pelisäännöt ja kerrata niitä säännöllisesti. Myös tavoitteiden asettaminen, ja kaikkien työntekijöiden tietoisuus niistä, on tärkeää.

Tapahtumiin osallistumisella ja järjestämisellä on aina myös kuluja. Kulut tulisi laskea ja suunnitella tarkoin. Yksityiskohtaisen listan teko on hyvä tapa tutkia eri osa-alueista syntyviä menoja. Näin on helpompi tunnistaa, jos jonkin menoerän saisi pienennettyä.

6.5 Vapaaehtoisten hankinta

Tällä hetkellä Kissakoti Kattilan toiminnassa on mukana noin 10 aktiivista vapaaehtoista, hallituksen lisäksi. Nämä vapaaehtoiset ovat mukana Kissakodin arjessa hoitaen kissoja ja siivoten tiloja. Vapaaehtoiset tämän lisäksi ovat mukana järjestämässä Kattilan tapahtumia, leipovat myyjäisiin tarjottavia ja esimerkiksi auttavat viemällä kissoja lääkärikäynneille. (Santama, 2016.)

Vapaaehtoisten kiinnostusta voisi hyödyntää tämän lisäksi monen muunlaisin tavoin. Jokaisella vapaaehtoisella on varmasti omia taitoja, joita he voisivat mielellään käyttää kissakodin hyväksi. Joku saattaa osata piirtää, joku virkata, joku nikkaroida ja joku markkinoida. Näistä erityistaidoista tulisi ottaa selvää ja hyödyntää niitä.

6.6 Sosiaalisen median ja muun Internetin hyödyntäminen

Internet itsessään tarjoaa nykyään suuria mahdollisuuksia varainkeruulle. Nimenomaisten varainkeruu-sivustojen kautta voidaan aloittaa keräyksiä ja kampanjoita, joissa ihmisten on helppo tehdä tilisiirtoja suoraan valitsemaansa kohteeseen.

Lisäksi kotisivujen hyödyntäminen on tehty tehokkaaksi. Esimerkiksi mainostilan myynnillä voidaan saavuttaa nykyään merkittäviä tuloja, vaivaansa nähden. Kyseiset mainostilat eivät myyntinsä jälkeen aiheuta vaivaa kotisivujen ylläpitäjälle, jonka vuoksi se olisi oiva tapa saada tuottoa.

Jos kotisivulla on hieman yli 100 kävijää päivässä, voi myydä mainostilaa myös ns. ulkopuolisille toimijoille. Tällaisen mainostilan tuotto on noin muutama euro päivässä, eli n.60–90 euroa kuukaudessa ja 700–100 euroa vuoden aikana. Mainostilan myynninkin voi ulkoistaa, mutta tällaiset pal-

velut vievät osuutensa tuotosta. Mainostilan tuotto määräytyy usein klikkauksien määrän mukaan, eli todella suosituilla sivustoilla voi tuototkin olla huomattavat. (MVnet, 2006.) Tälläkin hetkellä Kissakoti Kattilan nettisivuilta löytyy eri yhteistyötoimijoiden logoja. Tätä tehostaakseen samat toimijat voisivat ostaa hieman isomman tilan ja kehittää sopivan mainoksensa siihen.

6.7 Talkootyöt

Talkootöillä tarkoitetaan jonkin määrätyn, yleensä urakaluontoisen, työn tekemistä ulkopuoliselle taholle. Talkootyöt ovat usein sellaisia, mitkä eivät vaadi juurikaan taitoa, tai tarvittua taidon saa talkoiden järjestäjältä. Talkoissa tehdään yleensä konkreettisia töitä ja töitä on satunnaisesti. Talkootehtäviä järjestävät erilaiset tehtaot, metsäyhtiöt tai maataloustoimijat. Talkoita järjestetään verohallinnon mukaan talkoiden järjestäjän hyväksi eikä peritä palkkioita (Verohallinto, 2013), mutta tietyt tehtaot järjestävät talkootyötä myös erilaisten järjestöjen, joukkueiden ja seurojen kanssa, maksaen heille sovitun laisen kertapalkkion työstä.

Kissakoti Kattila on osallistunut muutamiin talkoisiin Iittalan lasitehtaalla (Santama, 2016), mutta toimintaa voisi kehittää ja mainostaa esimerkiksi uusille vapaaehtoisille. On ihmisiä, jotka haluaisivat olla auttamassa Kissakotia mutta eivät esimerkiksi allergian tai aikataulujensa vuoksi voi. Tämän kaltaisille ihmisille talkoisiin osallistuminen olisi oiva mahdollisuus auttaa ja osallistua.

6.8 Talkoiden järjestäminen

Kissakoti Kattilassa on hyvin rutinoituneet päivittäiset tehtävät, eikä isompia työrupeamia useinkaan tehdä. Esimerkiksi siivoustalkoot tai muut KISSATALON viihtyvyyteen tai kissojen hyvinvointiin liittyvät talkoot voisivat tuoda paljon hyötyä, sekä näkyvyyttä KISSATALOLLE. Tällöin yhdistyksen hallituksen jäsenet, harjoittelijat, työkokeilijat, vapaaehtoiset ja muut toiminnassa mukana olevat voisivat viettää aikaa yhdessä tehden hyvää KISSATALOLLA. Tästä saatuna toisena hyötynä voisivat päivään osallistuneet alkaa käydä talolla säännöllisemmin. Lisäksi talon viihtyvyyden lisääntyessä saattaisi asiakkaiden määrä lisääntyä.

Lisäksi talkoomaista toimintaa voisi lisätä myymällä omaa, Kattilan henkilökunnan, palvelua. Tästä esimerkkinä voisi Kattilan henkilökunta osallistua esimerkiksi jonkin tapahtuman tai toimijan järjestelyyn ruokapalveluun. Ruuan jakaminen esimerkiksi tapahtumassa vaatii usein vaan henkilön läsnäoloa ja pientä panostusta, mutta antaisi oivan mahdollisuuden kerätä rahaa ja tuoda tietoutta.

6.9 Yhteistyö muiden toimijoiden kanssa

Tällä hetkellä Kissakodilla on useita yhteistyökumppaneita. Nämä yhteistyökumppanit tarjoavat esimerkiksi tiloja myyjäisille, antavat ruokalahjoituksia, järjestävät erilaisia keräyksiä Kattilan hyväksi ja lahjoittavat arpapalkintoja tehdäkseen Kattilan tapahtumista menestyksekkäämpiä. (Lempelto, 2016.)

Yhteistyö on toimivaa ja tuottoisaa, mutta sitä pitäisi tehostaa. Esimerkiksi yhteydenpitoa nykyisiin yhteistyökumppaneihin tulisi lisätä. Näin Kattila pysyisi tuoreempana yhteistyökumppaneiden mielissä ja voisi lisätä aktiivisuutta heidän puolestaan. Tämän asian korjattua voisi alkaa tehdä lisää kontakteja erilaisten toimijoiden kanssa. Kontakteja sitoessa on hyvä muistaa, että vaikka Kattilan henkilöstö on toimijan tärkein voimavara, kontaktit tehdäisiin Kissakoti Kattilalle, ei sen henkilökunnan jäsenelle.

6.10 Avustukset

Kissakoti Kattila ei nauti avustusta virallisilta tahoilta (Lempelto, 2016) ja asian tulisi muuttua. Avustusten hakeminen on pieni vaiva ja sillä saavutettu hyöty on valtava (Lasten Kesä ry, 2016). Avustuksia myöntäviä tahoja on lukuisia, summat merkittäviä ja tahot usein edellyttävät vain kertomaan, mihin raha suunnitellaan käytettävän ja raportoivan mihin rahaa on käytetty. Kissakoti Kattilan toiminta on erittäin rehellistä, tarkoituksenmukaista, eikä toimijan varoja käytetä väärin. Tästä syystä avustusten hakeminen ja niiden käytöstä raportoiminen olisi hyvin helppoa ja vaivatonta.

7 JOHTOPÄÄTÖKSET JA TYÖN ONNISTUMINEN

Opinnäytetyö on tuonut entistä selkeämmin esille kehitystarpeen Kissakoti Kattilan varainhankinnassa. Jo talouslaskelmatkin kertovat kehityksen olevan tarpeen ja opinnäytetyössä esitelläänkin useampia ehdotuksia parannukseen. Kaikkia ehdotuksia ei kuitenkaan voida hyödyntää tämänhetkisillä resursseilla. Tämän takia on syytä valita sellaiset toimet, joiden hyöty saadaan mahdollisimman pienellä vaivalla. On myös hyvä pyrkiä ensin tehostamaan käytössä olevia varainkeruun tapoja ja vasta sen jälkeen ottaa käyttöön täysin uusia.

Tehdyissä haastatteluissa selkeimmin tuli esille avustusten hakemisen tärkeys. Useampi haastateltavista yrityksistä hakee erilaisia avustuksia ja saa niitä. Kissakoti Kattila voisi hakea avustusvaroja esimerkiksi RAY:ltä, Hämeenlinnan tai muilta lähialueen kaupungeilta tai säätiöiltä. Moni tutkituista yhdistyksistä hyödyntää myös jäsenvaroja. Tämänkin mahdollisuuden tutkinta ja jäsenyyksien kehittäminen tulisi olla Kissakoti Kattilan prioriteettina.

Kysely tuotti monenlaista dataa ja lisäarvoa opinnäytetyölle. Tärkeimmät löydökset olivat, että ihmisten halukkuus lahjoittaa on huomattavasti suurempi pyydettyä jotain aineellista hyötyä kuin rahaa. Kissakodin maine on kyselytuloksien mukaan hyvä, ja siitä syystä visuaalisuuteen ja näkyvyyteen tulisi panostaa. On tärkeää, että tapahtumissa ei keskitytä ainoastaan tapahtuman tuomiin tuloihin, vaan myös pidemmällä tähtäimellä hyödylliseen näkyvyyteen ja tunnettavuuteen. Tämä on pidettävä mielessä myös asiakaspalvelua ja asiakkaille luotuja mielikuvia miettiessä. Kyselytulosten mukaan suurin syy sille, miksi toimintaan ei haluta osallistua, on ajanpuute.

Lisäksi valistavia tapahtumia peräänkuulutettiin avoimissa vastauksissa. Eläinsuojelu-aiheisia valistavia tapahtumia tarjottaessa, olisi parhaimmillaan suuri potentiaali sille, että tietoisuus kasvaa ja Kissakodin toiminta helpottuu pitkällä aikavälillä. Avoimissa vastauksissa tuli ilmi myös hieman puutteellisuutta toimijan asiakaslähtöisyydessä, jonka syystä Kissakoti Kattilan asiakaskohtaamispisteitä tulisi mahdollisesti tutkia paremmin.

Viimeisenä suurempana huomiona kyselytutkimuksesta, tuli se, että Kattilan kissojen uudelleensijoittaminen ja sen perusteet aiheuttavat joissakin henkilöissä mielipahaa. Tämä ei tarkoita, että periaatteita tulisi muuttaa, vaan ne tulisi perustella paremmin ja tuoda näkyväksi yleisölle. Myös henkilökunnan perehdyttämisen kautta saatava yhteinen linja asiaan voisi auttaa asiakkaidenkin ymmärrystä aiheesta.

Nykyisestikin Kissakodilla käytetyistä varainhankinnan toimista tulisi kehittää tehokkaampia. Helpoiten ja hyödykkäimmin tulisi paneutua lahjoittamisen keinoihin, yhteistyökumppanuuksiin sekä vapaaehtoisten hankintaan ja hyödyntämiseen.

Lahjoittaminen tulisi tehdä helpommaksi asiakkaalle. Kissakodin Internetkanavat ovat toimivia, joten niissä tulisi viedä informaatiota lahjoittajille siitä, millaista apua kullakin hetkellä kaivataan. Tämä onnistuisi kertomalla

kanavissa suoraan, millaisia tavaroita, ruokia tai lääkkeitä olisi syytä hankkia lisää kullakin hetkellä. Myös saatujen rahalahjoitusten hyödyllisyydestä ja käyttämisestä tulisi informoida ja konkreettisesti näyttää, miten paljo lahjoitukset toimintaa auttavat ja mihin lahjoituksia on käytetty. Jopa suoria tilinpäätös- tai talousraportteja voisi julkaista ehkäistäkseen huonoa mainetta siitä, että rahoja käytettäisiin väärin.

Yhteistyökumppanuuksilla on parhaimmillaan valtava voima auttaa monin tavoin. Yritysten antamat lahjoitukset ja avustukset ovat yleensä heille pieniä, mutta KISSATALON toiminnalle merkittäviä. Yritysten tuki tuo parhaimmillaan myös valtavasti näkyvyyttä toimijalle. Tästä syystä yhteistyökumppanuuksia tulisi aktivoida ja kehittää. Yhteistyökumppanien kanssa yhteydenpitoa tulisi aktivoida ja saada monimuotoisemmaksi.

Vapaaehtoiset ovat KISSATALON toiminnalle elintärkeä voimavara. Vapaaehtoisilla on selkeä intohimo ja halu olla avuksi. Siksi heidän apuaan tulisi hyödyntää monipuolisemmin. Tämä onnistuisi esimerkiksi tuomalla nykyisille sekä potentiaalisille vapaaehtoisille tietäväksi muitakin tapoja olla toiminnassa mukana, kuin siivoaminen tai muu KISSATALOLLA tapahtuva aktiiviteetti. Tämä voisi tuoda hyvin paljon lisää auttavia käsiä ja monipuolisuutta KISSATALON henkilöstön osaamiseen ja verkostoihin.

Johtopäätökset voisi siis summata seuraavasti:

Avustusten hakemiseen tulisi toden teolla paneutua ja ryhtyä. Lahjoitusten sisältöä tulisi pyrkiä ohjailemaan. Rahalahjoitusten käyttämisestä tulisi myös informoida laajemmin, julkisemmin ja konkreettisesti, sillä on tärkeää että asiakkaat tietävät olevansa tärkeitä ja että heidän avullaan saadaan tuloksia. Lisäksi nykyisten vapaaehtoisten ja muiden asiasta kiinnostuneiden apua tulisi ottaa aktiivisemmin vastaan ja henkilökohtaisia vahvuuksia hyödyntää ja korostaa. Myös nykyisten yhteistyökumppaneiden kanssa syntyneitä kontakteja tulisi ylläpitää aktiivisesti ja monipuolistaa.

Tehty tutkimus oli opinnäytetyön tekijän mielestä onnistunut. Kuitenkin, tehtäessä vastaavaa tutkimusta uudelleen, voisi kiinnittää tarkempaa huomiota seuraaviin seikkoihin; haastateltavien yhteydenotto sekä kyselyn tekemisen ongelmat.

Haastatteluja tulisi pyrkiä mahdollisimman paljon tekemään kasvotusten, jotta haastateltavaan saadaan syvempi luottamus ja ymmärrys. Kasvotusten voidaan hyödyntää myös non-verbaalista kommunikaatiota. Lisäksi laajemmassa tutkimuksessa tutkittavien yhdistysten toimintaan voisi tutustua konkreettisesti.

Kyselyn tekeminen on aina haastavaa, eikä sen kaikkia vastauksia pystytä ennustamaan. Testaamalla kyselyä ahkerasti, voitaisiin paremmin ennakoita tulevia vastauksia ja luoda siihen sopivia vastausvaihtoehtoja. Myös yleistettävissä oleva kyselytutkimus olisi tästäkin aiheesta tarpeellinen. Yleistettävän kyselytutkimuksen tulisi kuitenkin toteuttaa niin, että vastauksia saataisiin todella suuria määriä ja kaikenlaisilta ihmisryhmiltä.

Erityisen hyvin opinnäytetyössä, tekijänsä mielestä, onnistui nykyisten toimintatapojen tehostamisen tutkinta ja raportointi. Lisäksi ajanhallinta oli suunniteltu ja toteutettu onnistuneesti.

Seuraava toimeksiantajan tutkimus voisi tämän tutkimuksen perusteella liittyä esimerkiksi vapaaehtoisten hankintaan ja perehdytykseen, sillä vapaaehtoiset ovat yhdistyksen tärkein voimavara. Toinen mahdollinen jatkotutkimus voisi liittyä joko avustuksen hakemiseen tai yhteistyökumppanien suhteiden hallintaan.

LÄHTEET

- Ahtee, K., 2016. *Toiminnanjohtaja, Lasten kesä ry* [Haastattelu] (29 Elokuu 2016).
- Aplos, 2016. *Fundraising Guide for Nonprofit Organizations*. [Online] Available at: <https://www.aplos.com/academy/fundraising/fundraising-guide-nonprofit-organizations/> [Haettu 23 Elokuu 2016].
- Avoine Oy, 2016. *Yhdistystieto, varainhankinta*. [Online] Available at: <http://yhdistystieto.fi/wiki/72-varainhankinta> [Haettu 13 Syyskuu 2016].
- Doule Donation, ei pvm *67 amazing fundraising ideas*. [Online] Available at: <https://doublethedonation.com/fundraising-ideas/> [Haettu 23 Elokuu 2016].
- F. Drucker, P., 2008. *Voittoa tavoittelemattoman organisaation johtaminen*. suomenkielinen painos toim. Helsinki: talentum.
- GiveForward Inc., ei pvm *Give Forward*. [Online] Available at: <http://www.giveforward.com/p/fundraising-ideas> [Haettu 29 Elokuu 2016].
- GoFundMe, ei pvm *gofundme-nonprofit fundraising*. [Online] Available at: <https://www.gofundme.com/Fundraising-Ideas-for-Nonprofits/?aff=rwh> [Haettu 23 Elokuu 2016].
- GoFundMe, ei pvm *gofundme-top 5 fundraising ideas*. [Online] Available at: <https://www.gofundme.com/fundraising-ideas> [Haettu 23 Elokuu 2016].
- Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2014. *Talousarvioesitys vuodelle 2015*, Hämeenlinna: Hämeenlinnan kissojen ystävät ry.
- Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2015. *Talousarvioesitys vuodelle 2016*, Hämeenlinna: Hämeenlinnan kissojen ystävät ry.
- Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2015. *Toimintakertomus vuodelta 2014*, Hämeenlinna: Hämeenlinnan kissojen ystävät ry.
- Hämeenlinnan kissojen ystävät ry, 2016. *Toimintakertomus vuodelta 2015*, Hämeenlinna: Hämeenlinnan kissojen ystävät ry.
- Heikkala, J., 2001. *Järjestön strategia*. Tampere: Tampere University Press.
- Ionna, N., ei pvm *Mass*. [Online] Available at: <http://www.mass.fi/blog/archive/mista-sponsori-sponsoroinnin-abc/> [Haettu 13 Syyskuu 2016].
- Jyväskylän yliopisto, 2000. *Haasteena haastattelu*. [Online] Available at: <http://www.jyu.fi/viesti/verkkotuotanto/haastattelu/> [Haettu 16 Elokuu 2016].
- Kansallinen lastenliitto ry, 2016. *Lastenliitto.fi*. [Online] Available at: <http://www.lastenliitto.fi/> [Haettu 29 Elokuu 2016].
- Karhunen, J., 2016. *Suklaayhdistys ry, puheenjohtaja* [Haastattelu] (16 Elokuu 2016).
- Karreinen, L., Halonen, M. & Tennilä, M., 2010. *10 askelta parempaan vapaaehtoistoimintaan*. helsinki: Vihreä sivistysliitto ry.
- Kouluturvaa.fi, 2016. *Kouluturvaa*. [Online] Available at: <http://www.kouluturvaa.fi/> [Haettu 23 Elokuu 2016].
- LAHTI sivistystoimiala, ei pvm *Elämäkatsomustieto*. [Online] Available at: <https://peda.net/lahti/koulut/laune/oppiaineet/tjt/mirka->

- poloj%C3%A4rvi/e/h
[Haettu 13 Syyskuu 2016].
Lasten Kesä ry, 2016. *Lasten kesä ry.* [Online]
Available at: <http://www.lastenkesa.fi/>
[Haettu 29 Elokuu 2016].
- Lempelto, P., 2016. *Hallituksen taloudenhoitaja* [Haastattelu] (8 Heinäkuu 2016).
- Loimu, K., 2012. *Yhdistystoiminnan käsikirja*. 5. uudistettu painos toim. Helsinki: Sanoma Pro.
- Loimu, K., 2013. *Yhdistyksen ABC-opas suomalaiseen yhdistystoimintaan*. Helsinki: into.
- Mäkinen, Y., 2016. *vapaaehtoistyöntekijä* [Haastattelu] (23 Elokuu 2016).
- Metsähallitus, 2016. *luontoon.fi.* [Online]
Available at: <http://www.luontoon.fi/vapaaehtoistoiminta/talkoot>
[Haettu 31 Elokuu 2016].
- MobileCause, ei pvm *Fundraising Event Ideas for Nonprofits.* [Online]
Available at: <https://www.mobilecause.com/fundraising-event-ideas/>
[Haettu 23 Elokuu 2016].
- MVnet, 2006. *Kotisivun teko.* [Online]
Available at: [http://www.mvnet.fi/?osio=Kotisivun teko&sivu=Ansaitse rahaa mainostamalla](http://www.mvnet.fi/?osio=Kotisivun%20teko&sivu=Ansaitse%20rahaa%20mainostamalla)
[Haettu 31 Elokuu 2016].
- National Council for Voluntary Organisations, 2014. *Knowhow nonprofit.* [Online]
Available at: <https://knowhownonprofit.org/>
[Haettu 30 Elokuu 2016].
- Nonprofit Expert, ei pvm *Nonprofit Expert.* [Online]
Available at: <http://www.nonprofitexpert.com/fundraising-ideas>
[Haettu 23 Elokuu 2016].
- Nylund, M., 2008. *Vapaaehtoisuus kehitysyhteistyössä*, s.l.: kepa.
- Salmi, A., 2014. *Avoine.fi.* [Online]
Available at: <http://blog.avoine.fi/kirjoitukset/varainhankinta-vauhtiin-8-hyvaa-tapaa/>
[Haettu 6 Elokuu 2016].
- Salo, K., 2016. *Piirikoordinaattori, Häme* [Haastattelu] (29 Elokuu 2016).
- Santama, P., 2016. *Hallituksen puheenjohtaja* [Haastattelu] (6 Kesäkuu 2016).
- Suklaayhdistys ry, ei pvm *Suklaayhdistys.* [Online]
Available at: <http://www.suklaayhdistys.com/>
[Haettu 16 Elokuu 2016].
- Suomen Asiakastieto Oy, 2015. *asiakastieto.fi.* [Online]
Available at: <https://www.asiakastieto.fi/yritykset/hameenlinnan-kissojen-ystavat-ry/14669098/rekisteritiedot>
[Haettu 6 June 2016].
- Suomen eläinsuojeluyhdistys, 2016. *SEY.* [Online]
Available at: <http://www.elainsuojelulaki.fi/>
[Haettu 12 Syyskuu 2016].
- Tampereen ammattikorkeakoulun alumnit ry, 2016. *TAMK alumni.* [Online]
Available at: <http://alumni.tamk.fi/>
[Haettu 30 Elokuu 2016].
- Tampereen polkupyöräilijät ry, 2014. *Tilinpäätös ja toimintakertomus 2013*, Tampere: Tampereen polkupyöräilijät ry.
- Tampereen polkupyöräilijät ry, 2016. *tarakka.fi.* [Online]
Available at: <https://tarakka.fi/tapo/>
[Haettu 30 Elokuu 2016].

The Fundraising Authority, Joe Garecht, 2012. *helping non-profits fund work that matters*. [Online]

Available at: <http://www.thefundraisingauthority.com/fundraising-ideas/fundraising-ideas-for-non-profit-organizations/>

[Haettu 23 Elokuu 2016].

Verohallinto, 2013. *Luonnollisen henkilön tekemän talkoo-, naapuriapu- ja vaihtotyön verotus*. [Online]

Available at: https://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Henkiloasiakkaan_tuloverotus/Luonnollisen_henkilon_tekema_talkoo_naa#1.2Talkootyo

[Haettu 31 Elokuu 2016].

Virtuaali ammattikorkeakoulu, 2007. *Kyselyyn perustuvan tutkimuksen suorittaminen*. [Online]

Available at: <http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojaksot/0709019/1193463890749/1193464131489/1194289345955/1194290010211.html>

[Haettu 16 Elokuu 2016].

WebFinance Inc., 2016. *Business Dictionary*. [Online]

Available at: <http://www.businessdictionary.com/definition/fundraising.html>

[Haettu 30 Elokuu 2016].

Yeung, A. B., 2002. *Vapaaehtoistoiminta osana kansalaisyhteiskuntaa-ihanteita vai todellisuutta?*. Helsinki: Sosiaali- ja terveystieteiden yhteistyöyhdistys yty ry.

Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto, 2010. *Kyselylomakkeen laatiminen*. [Online]

Available at: <http://www.fsd.uta.fi/metelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>

[Haettu 16 Elokuu 2016].

Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto, 2010. *Menetelmäopetuksen tietovarantolomakkeen laatiminen*. [Online]

Available at: <http://www.fsd.uta.fi/metelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>

[Haettu 16 Elokuu 2016].

YLE, 2014. *Yle Uutisluokka-Näin teet hyvän haastattelun*. [Online]

Available at: http://yle.fi/uutiset/nain_tee_hyvan_haastattelun/7024997

[Haettu 16 Elokuu 2016].

HAASTATTELUN SAATEKIRJE

Hei!

Olen HAMK:n toisen vuoden liiketalouden opiskelija. Teen opinnäytetyötä Kissakoti Kattilalle, aiheenani varainkeruu vapaaehtoisjärjestöissä.

Kissakoti Kattila on kodittomien kissojen turvakoti, joka sijaitsee Hämeenlinnassa ja toimii sen lisäksi lähikuntien alueilla. Kissakoti Kattilan periaatteisiin kuuluu antaa turvaa ja hoitoa kodittomille kissoille. Kissakoti Kattilassa ei lopeteta eläimiä, ellei se ole niiden terveydelle paras vaihtoehto, vaan yritetään etsiä uusi koti kaikille hylätyille kissoille. Kissakoti Kattila toimii kokonaan lahjoitusten, vapaaehtoisten ja erilaisten tapahtumien varoin, eikä saa minkäänlaisia valtion tai kaupungin tukirahoja. Tästä syystä Kattilan varainkeruuta on syytä tutkia ja löytää tapoja saada sitä mahdollisimman tehokasta, jotta Kissakodin toiminta voisi jatkua mahdollisimman aktiivisena.

Opinnäytetyöni tarkoituksena on tutkia varainkeruuta ilmiönä sekä eritoten Kissakoti Kattilan kaltaisilla toimijoilla. Päämääräni on löytää uusia toimivia varainkeruun konsteja sekä kehittää jo käytössä olevia tapoja.

Tästä syystä otan teihin yhteyttä; haluaisin haastatella teitä varainkeruuta-voistanne sekä jutustella esimerkiksi erityisen toimiviksi tai erityisen haasteellisiksi teillä huomatuista varainkeruun keinoista. Haastattelumme tiedot tulevat julkisesti opinnäytetyöhön.

Haluan selvittää;

- Millaisella kokoonpanolla teette varainkeruutanne? (vapaaehtoiset, työllistetyt, harjoittelijat, jne.)
- Millaisia varainkeruun tapoja käytätte?
- Mitkä varainkeruun tavat ovat teille toimivimpia?
- Millaisia tapoja olette kokeilleet, mutta kehnoiksi havainneet?
- Kuinka paljon varainkeruussanne avustavia yhteistyötahoja teillä on? Millaiset yhteistyökumppanit ovat tuottaneet teille eniten?
- Hyödynnättekö sosiaalista mediaa varainhankinnan apuna?
- Millaisia ovat suurimmat menoeränne?

Olisin todella mielelläni teihin yhteydessä esimerkiksi puhelimitse, jos olisitte valmiita antamaan vastauksia ainakin joihinkin tutkimiini asioihin. Ymmärrän kuitenkin, jos ette löydä puhelinhaastattelulle aikaa ja tällöin toivon, että ehtisitte vastata sähköpostilla joihinkin mieltäni askarruttaviin asioihin.

Kiitos jo etukäteen!

Ystävällisin terveisin, Tarleena Anttila, HAMK

KYSELYLOMAKKEEN SAATETEKSTI WEBROPOLIIN

Tämä kysely on osa Hämeen AMK:n liiketalouden toisen vuoden opiskelijan opinnäytetyötä. Opinnäytetyön aiheena on varainkeruu.

Tämän kyselyn tarkoitus on selvittää, millaisin tavoin nykyiset sekä potentiaaliset Kissakoti Kattilan asiakkaat voisivat olla mukana Kissakodin toiminnassa. Vastaajia kuitenkin toivotaan myös ihmisistä, joilla ei esimerkiksi maantieteellisten syiden takia ole mahdollisuutta olla mukana Kattilan toiminnassa. Heiltä vastauksia toivotaan hypoteettisemmalla tasolla, esimerkiksi vastaaviin toimijoihin perustuen.

Kyselyn vastaajiksi toivotaan mahdollisimman suurta määrää erilaisia ihmisiä, keskittyen kuitenkin eläintenystäviin.

Kyselyn vastausaika päättyy torstaina 1.9.2016.

Kiitos!

KYSELYYN VASTAAMISEEN SITOUTTAVA SAATETEKSTI-RUNKO

Hei!

Olen HAMK:n toisen vuoden liiketalouden opiskelija. Opintoni ovat siinä vaiheessa, että teen opinnäytetyötä ja siihen tarvitsisin apuasi.

Opinnäytetyöni aihe on varainhankinta ja teen sen Hämeenlinnan Kissojen Ystävät ry:lle. Kyselyssä selvitetään, millaisin tavoin erilaiset ihmiset olisivat yleensä valmiita auttamaan kodittomien kissojen turvakotia.

Kyselyyn vastaaminen kestää alle viisi minuuttia ja vastaaminen auttaa minua työssäni hurjasti!

Apuasi on minulle tärkeää!

Ps. Teille vannoutuneimmille eläintenystävälle tämä ilmoitus voi pompat esiin useammasta eri ryhmästä, pahoittelut siitä. Vastata ei kuitenkaan tarvitse kuin kerran.

Kiitos!

KYSELYLOMAKE

1. Oletko?
nainen mies
2. Ikäsi? _____
3. Asutko?
Hämeenlinnassa
Hämeenlinnan lähikunnissa (max. 50 km Hämeenlinnasta)
Jossain muualla
4. Onko Kissakoti Kattila sinulle tuttu?
kyllä ei
5. Millä tavoin Kissakoti Kattila on sinulle tuttu?
(valitse kaikki sopivat vaihtoehdot)
 - a. olen osallistunut Kattilan tapahtumiin
 - b. olen ottanut kissan Kattilasta
 - c. olen tehnyt rahalahjoituksen Kattilaan
 - d. olen tehnyt tavaralahjoituksen Kattilaan
 - e. olen Kattilan kissakummi
 - f. olen Kattilan vapaaehtoinen työntekijä
 - g. muu, mikä? _____
6. Haluaisitko osallistua Kattilan/muun vastaavan eli kodittomien eläinten auttamiseen erikoistuneen toimijan toimintaan vastaisuudessa?
kyllä ei
7. Jos et haluaisi osallistua Kattilan/muun vastaavan toimijan toimintaan, miksi et?
 - a. asun liian kaukana
 - b. eläimet eivät ole lähellä sydäntäni
 - c. en halua
 - d. minulla ei ole aikaa
 - e. muu syy, mikä? _____
8. Millä tavoin haluaisit osallistua Kattilan/muun vastaavan toimijan toimintaan?
 - a. osallistumalla tapahtumiin
 - b. antamalla kodin kodittomalle eläimelle
 - c. tekemällä rahalahjoituksen
 - d. tekemällä tavaralahjoituksen
 - e. ryhtymällä vapaaehtoiseksi työntekijäksi
 - f. muuten, miten? _____
9. Millaisia varainkeruun tapoja suosittelisit Kissakoti Kattilan kaltaisille toimijoille? _____
10. Avoin palaute, kiitos. _____

SAATETEKSTI HAMK.FB-SIVULLE

Moikka!

Teen opinnäytetyötäni HAMK:n Liiketalouden puolella ja kaipailen vastauksia siihen liittyvään kyselyyni.

Opinnäytetyöni aihe on varainhankinta. Opparin toimeksiantaja on Kissakoti Kattila, joka on Hämeenlinnalainen kissojen turvatalo.

Opparini tarkoituksena on kehittää heidän varainhankintaansa ja sitä kautta parantaa kodittomien kissojen tilannetta.

Kyselyni linkki on tässä : <https://www.webropol surveys.com/S/6FFF7B1CBC233572.par>

Kyselyyn vastaaminen kestää vain muutaman minuutin, mutta auttaa minua opparissani suuresti.

Kysely kartoittaa sitä, millaisin tavoin ihmiset ovat yleensä valmiita osallistumaan kyseisenlaisten toimijoiden toimintaan.

Joten kiitos teille, jotka ehditte vastata!

Ihanaa syksyä!

KYSELYN SAATETEKSTI MOPSI ON IHANA-FB-RYHMÄÄN

Heippa mopsi-ihmiset!

Tässä ryhmässä on mielestäni niin hyvä ja lämmin henki, että ajattelin kysyä jos te haluaisitte auttaa minua tekemässäni opinnäytetyössä liittyen kissoihin!

Linkki: <https://www.webpolsurveys.com/S/6FFF7B1CBC233572.par>

Teen siis opinnäytetyötä varainkeruusta ja toimeksiantajani on Kissakoti Kattila, joka on kodittomien kissojen turvakoti Hämeenlinnassa. Siihen liittyen kaipaankin vastauksia kyselyyni, joka tutkii Kissakoti Kattilan tunnettavuutta ja sitä, millaisia keinoja Kattilan tulisi enemmän hyödyntää ja mihin keskittyä.

Kyselyn pohjalta alan suunnittelemaan hieman sitä, miten Kattilan varainhankintaa tulisi kehittää.

Kyselyyn vastaaminen kestää vain muutaman minuutin, joten toivon, että mahdollisimman moni löytäisi siihen aikaa.

Vastauksenne ovat minulle tärkeitä!

Jaan kyselyni tässä ryhmässä, koska uskon että useat koira(MOPSI!)ihmiset ovat myös halukkaita auttamaan kissa-asioissa.

Kiitos jo etukäteen!

Ps. Teille vannoutuneimmille eläintenystävälle tämä ilmoitus voi pompata esiin useammasta eri ryhmästä, pahoittelut siitä. Vastata ei kuitenkaan tarvitse kuin kerran.

KYSELYN SAATETEKSTI RENKO-FB-RYHMÄÄN

Moikkamoi!

Teen opparia varainhankinnasta ja toivoisin vastauksia kyselyyni!

Opparini teen Kissakoti Kattilalle, joka on Hämeenlinnassa sijaitseva kodittomien kissojen turvakoti.

Opparin tarkoitus on kehittää Kattilan varainhankintaa ja kyselyssä selvitän tapoja, miten ihmiset olisivat halukkaita osallistumaan toimintaan/miksi eivät mahdollisesti olisi.

Arvostaisin todella paljon vastauksia!

Kyselyyn vastaamiseen on aikaa tämän kuun loppuun saakka.

Kyselyn täyttämiseen menee vain muutama minuutti.

Kiitos jo etukäteen teille jotka annatte aikaanne auttaaksenne!

HAASTATTELU 1-SUKLAAYHDISTYS

Meillä varainhankinta on niin vähäistä/pienimuotoista/satunnaista, että eipä siitä paljon kerrottavaa löydy.

- > Millaisella kokoonpanolla teette varainkeruutanne? (vapaaehtoiset, työllistetyt, harjoittelijat, jne)

Minä yksin.

- > Millaisia varainkeruun tapoja käytätte?

Myymme mainostilaa nettisivuillemme joko rahaa tai jäsenalennusta vastaan.

- > Mitkä varainkeruun tavat ovat teille toimivimpia?

Rahaa ei tietenkään päihitä mikään... Jäsenalennukset eivät varsinaisesti kartuta yhdistyksen kassaa, mutta voivat osaltaan vaikuttaa uusien jäsenten liittymishalukkuuteen.

- > Millaisia tapoja olette kokeilleet, mutta keinoiksi havainneet?

Avustusten hakemiset eri tahoilta (kaupunki, säätiöt). Ovat tuottaneet 11 toimintavuoden aikana tasan 0€.

- > Kuinka paljon varainkeruussanne avustavia yhteistyötahoja teillä on?
- > Millaiset yhteistyökumppanit ovat tuottaneet teille eniten?

Avustavia tahoja ei varsinaisesti ole. Nettisivustoamme www.suklaayhdistys.com katsomalla selviää varmasti vilauksella mikä kotimainen suklaa-alan yritys kokee hyötyvänsä näkyvyydestä sivustollamme ja näkyikin siksi oman logomme yläpuolella.

- > -Hyödynnättekö sosiaalista mediaa varainhankinnan apuna?

Emme varsinaisesti. Meidät löytää Facebookista, mutta emme käytä sivua varainkeruussa.

- > Millaisia ovat suurimmat menoeränne?

Suurin on selvästi suklaat, joita maistelemme kuukausittaisissa maisteluissamme. Lisäksi merkittäviä menoeriä suhteessa tuloihin ovat nettisivujen ohjelmointikulut ja sivuston webhotellikulut.

HAASTATTELU 2 : LASTENLIITTO

Nimi: Katariina Salo, Hämeen piirikoordinaattori

Aika: 29.8.2016 klo 13.00-13.25

- Kuinka suuri joukko ihmisiä organisaatiossanne työskentelee?

Hämeen piiri koostuu kolmesta eri yhdistyksestä alueella (Häme ja sen alapuolella Lahti ja Hämeenlinna) eli toiminta-alueena Kanta-Häme ja Päijät-Häme.

Iltapäivätoiminnassa n.200 lasta, kerhotoimintaa jossa yht. vajaa 100 lasta. Työtä tekee noin 15 iltapäiväohjaajaa ja 5 päiväohjaajaa. Tämän lisäksi si-jaisia on.

Yhdistys ottaa mielellään harjoittelijoita, jotka ovat mukana iltapäivätoiminnassa sekä projekteissa. Vapaaehtoisia piirin toimijoita työskentelee usein tapahtumissa.

-Millaisia varainkeruun tapoja käytätte?

Suurimmat tulot saadaan avustuksilla. Muut tuotot koostuvat jäsenmaksuista ja kerhomaksuista. Tapahtumissa ei kerätä varoja.

Jäsenmaksut ja jäsenyysetut ovat piirikohtaisia. Hämeen piirissä jäsenet saavat edullisemmalla hinnolla leirejä ja kerhoja.

-Mitkä tavat ovat sopivimpia?

Yhdistyksellä on todella vakiintuneet varainhankinnan tavat. Tapahtumia voisi kehittää, mutta yhdistys on tällä hetkellä mukana vain maksuttomissa tapahtumissa, joissa ei muutenkaan raha juuri liiku. Tämä on periaatteellinen päätös.

-Millaisia tapoja olette kokeilleet, mutta ne eivät ole toimineet?

Tällaisia tapoja ei juurikaan ole.

-Kuinka paljon varainkeruuta avustavia tahoja teillä on?

Yhdistys hakee varoja aluehallintovirastolta ja kaupungilta. Nämä tahot avustavat toimintaa säännöllisesti.

-Millaisia ovat suurimmat meno-eränne?

Toiminnan aiheuttamat kustannukset ovat suurin menoerä. Esimerkiksi tilavuokrat

-Mitä tapahtuu tapahtumilla?

Yhdistys osallistuu erilaisiin lapsille ja lapsiperheille suunnattuihin tapahtumiin. Tapahtumissa yhdistys järjestää erilaista käytännön tekemistä messuvieraille. Usein yhdistyksellä on jokin kädentaidollinen messuosasto, jossa pidetään toiminnallista pajaa.

HAASTATTELU 3: Lasten kesä ry

Haastateltava: Kaisa Ahtee, toiminnanjohtaja

Aika: 29.8.2016 klo 13.30-13.50

-Millaisella kokoonpanolla teette varainkeruutanne?

Yhdistyksellä on neljä vakituista työntekijää; toiminnanjohtajat, leirikeskus hauholla emäntä ja kiinteistönhoitaja. Toimintaa ohjaa 10 hlön johtokunta. Toimistotöissä on satunnaisesti harjoittelijoita.

-Millaisia varainkeruun tapoja käytätte? Huomasin teidän saavan tukea ainakin RAY:ltä. Saatteko mahdollisesti muilta toimijoilta tukia?

Yhdistys ei saa tukia säännöllisesti muualta kuin RAY:ltä. Muutama kunta antaa satunnaisesti avustuksia. Jäsenmaksut tuottavat, mutta hyvin vähän.

-Lisäksi järjestätte leirejä. Keräättekö varoja leirimaksuilla? Jonkin verran.

Tilavuokrat?

Hauhon leirikeskusta vuokrataan.

-Mitkä varainkeruun tavat ovat teille toimivimpia? RAY tukee vuosittain, aina haetaan. Tämä ei vie omia voimia tai resursseja.

-Millaisia tapoja olette kokeilleet, mutta kehnoiksi havainneet? Avustuksia haetaan silloin tällöin ja joskus saadaan, joskus ei. Se on toimivaa, mutta sillä ei ole takeita onnistua.

-Millaisia ovat suurimmat menoeränne?

Leiritoiminta.