

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalous

Markkinointi/taloushallinto

2014

Heino Krista, Kinnunen Meri

NONPROFIT-ORGANISAATION LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

– EDUNVALVONTAVALTUUTUS RY



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalous | Markkinointi/Taloushallinto

2014 | 51

Ohjaaja: Ella Kasi

Heino Krista, Kinnunen Meri

NONPROFIT-ORGANISAATION LIIKETOIMINTASUUNNITELMA - EDUNVALVONTAVALTUUTUS RY

Tämän opinnäytetyön aiheena oli tehdä liiketoimintasuunnitelma nonprofit-organisaatiolle. Toimeksiantajana oli Edunvalvontavaltuutus ry. Yhdistys on perustettu syksyllä 2013 ja sen tarkoituksena on lisätä edunvalvontavaltuutuksen tunnettuutta, jakaa tietoa ja toimia tukijärjestönä. Opinnäytetyön tekijät ovat itse yhdistyksen jäseniä ja he halusivat selvittää, miten yhdistyksen toimintaa voitaisiin kehittää ja saada se kannattavaksi.

Työssä käytiin läpi liiketoimintasuunnitelman teoriaa ja miten siihen liittyvät asiat toteutuvat käytännössä nonprofit-organisaation kohdalla. Nonprofit-organisaatiot eivät tavoittele voittoa, mutta niidenkin on hyvä laatia liiketoimintasuunnitelma jo sidosryhmienkin vuoksi. Tiedonsaantimenetelminä käytettiin liiketoimintasuunnitteluun ja nonprofit-organisaatioiden markkinointiin liittyvää kirjallisuutta ja internet-lähteitä sekä voimassa olevaa lakia edunvalvontavaltuutuksesta.

Johtopäätöksenä voidaan todeta, että Edunvalvontavaltuutus ry:n toiminnan edellytyksenä on positiivisen mielikuvan luominen ja aktiivinen jäsenmäärän kasvattaminen. Nämä tukevat tunnettuuden lisääntymistä ja auttavat ulkopuolisen rahoituksen saamisessa. Rahoituksen toteutuminen mahdollistaa toiminnanjohtajan palkkaamisen ja yhdistyksen toiminnan kehittämisen. Tavoitteisiin päästään tekemällä yhteistyötä muiden yhdistysten ja organisaatioiden kanssa. Heidän tilaisuuksissaan luennoimalla saavutetaan kohderyhmät ja uusia jäseniä yhdistykseen.

ASIASANAT:

Liiketoimintasuunnitelma, nonprofit-organisaatio, edunvalvontavaltuutus

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Business Administration | Financial Management/Marketing

2014 | 51

Instructor: Ella Kasi

Heino Krista, Kinnunen Meri

BUSINESS PLAN FOR A NONPROFIT ASSOCIATION – CASE: EDUNVALVONTAVALTUUTUS RY

The aim of the present bachelor's thesis is to compile a business plan for a nonprofit association called Edunvalvontavaltuutus ry. The mission of this association is to increase the public awareness of The Continuing Power of Attorney, share information and serve as a support organization. The present authors are members of this association and they wanted to study how the activities of the association could be developed and its profitability increased.

The theoretical part of this thesis discusses a business plan on a general level as well as how it can be implemented in practice by a nonprofit association. Even though the association is nonprofit it needs a business plan. The study is based on literature and internet sources discussing business planning and the marketing of nonprofit-organisations. In addition, the existing law on The Continuing Power of Attorney was used to gather the data.

In conclusion it can be stated that continuous operation requires that a positive image is created and the number of members actively increased. These support public awareness about the matter and help to gather external funding. External funding makes it possible to employ an executive manager and to develop the operation of the association. The goals can be achieved by co-operating with other associations and organisations. By lecturing in their events, target groups and new members can be reached.

KEYWORDS:

Business plan, nonprofit association, The Continuing Power of Attorney

SISÄLTÖ

SANASTO	6
1. JOHDANTO	7
2. EDUNVALVONTAVALTUUTUS	8
2.1 Mikä on edunvalvontavaltuutus?	8
2.2 Edunvalvontavaltuutuksen merkitys ikääntyvässä Suomessa	10
2.3 Edunvalvontavaltuutuksen vähäinen tunnettuus	11
2.4 Edunvalvontavaltuutus ry:n yhdistystoiminta	12
3. LIIKETOIMINTASUUNNITELMA	13
3.1 Liiketoimintasuunnitelman sisältö	13
3.2 Liikeidea	15
3.3 Tuotteet ja palvelut	16
3.4 Asiakkaat ja markkinat	17
3.5 Kilpailu ja kysyntä	23
3.6 Visio ja tavoitteet	25
3.7 SWOT-analyysi	27
3.8 Riskianalyysi	29
3.9 Palvelujen markkinointi	31
3.10 Markkinointistrategia	33
3.10.1 Markkinat ja tuotteet	33
3.10.2 Markkinointitoimenpiteet	34
3.10.3 Organisaatio ja henkilöstö	36
3.10.4 Taloudellinen asema	36
3.11 Markkinointisuunnitelma	37
3.11.1 Tuotepolitiikka ja hinnoittelu	37
3.11.2 Saatavuus	38
3.11.3 Mainonta	38
3.11.4 Sosiaalinen media	39
3.11.5 Toimintatavat	39
4. RAHOITUSSUUNNITELMA	41
4.1 Nonprofit-organisaation rahoitus	41

4.2 Yhdistyksen rahoitustarve	43
4.3 Talousarvio	44
4.4 Tulevaisuudennäkymät	46
5. POHDINTA	48
LÄHTEET	49

LIITTEET

Liite 1. Edunvalvontavaltuutus –valtakirjamalli	
Liite 2. Edunvalvontavaltuutus ry:n tilaisuudet v.2014	
Liite 3. Edunvalvontavaltuutus -esite	

KUVIOT

Kuvio 1. Palveluajatuksen osatekijät. (Lämsä & Uusitalo 2009.)	16
Kuvio 2. Asiakaslähtöisyys organisaatiossa. (Vuokko 2009, 67, muokattu.)	18
Kuvio 3. Edunvalvontavaltuutus ry:n kohderyhmät	20
Kuvio 4. Edunvalvontavaltuutus ry:n sidosryhmät.	21
Kuvio 5. Edunvalvontavaltuutus ry:n kilpailijat.	24
Kuvio 6. Hyvä imago hyvän toiminnan edellytyksenä ja seurauksena (Vuokko 2009, 197 muokattu.)	27
Kuvio 7. Nelikenttäanalyysi (SWOT). (Suomen Riskienhallintayhdistys 2014.)	28
Kuvio 8. Yrityksen riski-ikkuna. (Suominen 2000, 31.)	30
Kuvio 9. Päätöksentekoprosessi (Vuokko 2000, 40, muokattu.)	33
Kuvio 10. Yksityisen jäsenorganisaation malli (Vuokko 2000, 21.)	41
Kuvio 11. Valistus- ja hyväntekeväisyysjärjestön malli (Vuokko 2000, 22.)	42
Kuvio 12. Julkisen sektorin nonprofit-organisaation malli (Vuokko 2000, 24.)	42
Kuvio 13. Edunvalvontavaltuutus ry:n tulevaisuuden toimenpiteet.	46

TAULUKOT

Taulukko 1. Väestö ikäryhmittäin koko maa. (Väestötilastot 2012, Tilastokeskus)	10
Taulukko 2. Liiketoimintasuunnitelman keskeinen sisältö. (Yrityssuomi 2014)	14
Taulukko 3. Edunvalvontavaltuutus ry:n SWOT-analyysi.	29
Taulukko 4. Edunvalvontavaltuutus ry:n talousarvio 2015.	45

SANASTO

Nonprofit-organisaatio	Voittoa tavoittelematon organisaatio, jonka toiminta perustuu mission toteuttamiseen. (Vuokko 2010, 14.)
Edunvalvontavaltuutus	Kirjallinen asiakirja, jonka avulla voi etukäteen järjestää asioidensa hoidon siltä varalta, että itse tulee myöhemmin kykenemättömäksi hoitamaan asioitaan, esimerkiksi sairauden tai heikentyneen terveydentilan vuoksi. (Antila 2007, 1.)
Edunvalvonta	Edunvalvontaan voi joutua tilanteissa joissa ei itse kykene valvomaan omia etujaan tai hoitamaan omia asioitaan. Holhousviranomaisena toimii maistraatti. (Suomi 2014.)
Oikeustoimikelpoisuus	Oikeustoimikelpoisuudella tarkoitetaan henkilön kelpoisuutta tehdä itseään velvoittavia sopimuksia. Luonnollinen henkilö tulee oikeustoimikelpoiseksi täytettyään 18 vuotta. (Internetix 2014.)
Terve-SOS 2013	Messu- ja koulutustapahtuma jossa sosiaali- ja terveysalan toimijat esittelivät palvelutarjontaansa, tuotteitaan ja uusia innovaatioitaan. (Terveyden- ja hyvinvoinninlaitos 2013.)
Väestöennuste	Tilastokeskuksen väestöennuste on demografinen trendilaskelma, jossa väestönkehityksen on oletettu jatkuvan viime vuosien kaltaisena. (Tilastokeskus 2014.)
Väestöllinen huoltosuhde	Väestöllinen huoltosuhde kertoo lasten ja eläkeikäisten määrän sataa työkäistä kohden. (Tilastokeskus 2014.)
Hoitoketju	Hoitoketjulla tarkoitetaan yleensä alueellista palvelukokonaisuutta, sopimusta siitä, miten potilasta tietyssä tilanteessa tutkitaan ja hoidetaan terveydenhuollon eri tasoilla. (Terveyskirjasto 2014.)

1. JOHDANTO

Opinnäytetyömme toimeksiantajana oli Edunvalvontavaltuutus ry, jonka toiminnassa olemme itse mukana. Yhdistys on perustettu syksyllä 2013, joten toiminta on vasta alussa. Edunvalvontavaltuutus ry:n tarkoituksena on lisätä edunvalvontavaltuutuksen tunnettuutta ja toimia edunvalvontavaltuutettujen tukijärjestönä. Sen lisäksi yhdistyksessä toimivat asiantuntijat järjestävät koulutusta ja luennoivat aiheesta.

Edunvalvontavaltuutus on juridinen asiakirja ja ennakkoinnin väline, jonka avulla laatija voi varmistaa, että hänen asiansa hoituvat mahdollisimman sujuvasti entiseen tapaan hänen omasta toimintakyvyttömyydestään huolimatta. Edunvalvontavaltuutus on myös omaisille helpompi tapa hoitaa läheisen asioita, joita hän ei enää itse kykene hoitamaan.

Opinnäytetyön tavoitteena on tehdä liiketoimintasuunnitelma Edunvalvontavaltuutus ry:lle. Liiketoimintasuunnitelma toimii jatkossa yhdistyksen käsikirjana. Tämän liiketoimintasuunnitelman avulla on tarkoitus perehtyä erityisesti non-profit-organisaatioiden toiminnan kehittämiseen ja markkinointiin. Selvitämme, kuinka yhdistystoiminnalle saadaan luotua pysyvät toimintamahdollisuudet. Työssä kartoitamme yhteistyökumppaneita ja pohdimme keinoja, joilla asia saadaan ihmisten tietoisuuteen.

Liiketoimintasuunnitelma syventää liikeideaa yhdistyksen visioksi ja strategiaksi. Suunnitelman laatiminen asettaa yhdistyksen tilanteeseen, jossa on mietittävä kaikkien osa-alueiden toimintaa. Liiketoimintasuunnitelma antaa lukijalle kokonaiskuvan oleellisimmista asioista, joihin yhdistyksen toiminta lähitulevaisuudessa pyrkii. Sen vuoksi ja pysyvän toiminnan aikaansaamiseksi, myös non-profit-organisaatiolle on tärkeää luoda liiketoimintasuunnitelma.

2. EDUNVALVONTAVALTUUTUS

2.1 Mikä on edunvalvontavaltuutus?

Edunvalvontavaltuutus on kirjallinen asiakirja, joka tukee itsemääräämisoikeuden toteutumista. Edunvalvontavaltuutuksella voi etukäteen järjestää asioidensa hoidon sen varalta, että itse tulee myöhemmin kykenemättömäksi hoitamaan asioitaan esimerkiksi sairauden tai heikentyneen terveydentilan vuoksi. (Oikeus 2014.)

Valtuutetuksi voi halutessaan nimetä kenet tahansa itselleen tärkeän henkilön, joka on suostunut tehtävään. Edunvalvontavaltuutetun ei tarvitse välttämättä tehdä säännöllistä tilinpitoa, mutta varat ja omaisuus tulee pitää erillään omista varoista. Verrattuna edunvalvontaan, valtuutuksen avulla voi lisäksi teettää runsaasti monipuolisia omaisuuteen ja terveyteen liittyviä toimia, mitä edunvalvoja toimiva ei pystyisi tekemään ainakaan niin nopeasti ja joustavasti, kuin valtuutuksen avulla. Näitä ovat esimerkiksi omaisuuden myyntiin, panttaamiseen ja lahjoittamiseen liittyvät toimet sekä henkilön hyvinvointiin liittyvät asiat. (Antila 2007, 18.)

Laki edunvalvontavaltuutuksesta

Laki edunvalvontavaltuutuksesta (648/2007; EVVL) on tullut voimaan 1.11.2007 Tasavallan Presidentin vahvistamana (Antila 2007, 3).

Tämän lain tavoitteita ovat olleet:

1. itsemääräämisoikeuden vahvistaminen
2. edunvalvonnan kasvun hillitseminen
3. toimintakyvyttömän henkilön suojaaminen

(Antila 2007, 4-7.)

Itsemääräämisoikeuden vahvistaminen toteutuu siten, että tämä laki mahdollistaa varautumisen oman toimintakyvyn heikkenemiseen jo etukäteen. Edunval-

vontavaltuutusvaltakirjassa valtuuttaja nimeää itse haluamansa valtuutetun ja määrittelee asiat, jotka hän haluaa kuuluvan valtuutuksen piiriin. Valtuuttaja voi myös itse säädellä, kuinka tarkkaan maistraatti valvoo valtuutetun toimia. (Antila 2007, 4-5.)

Lailla pyritään myös hillitsemään edunvalvonnan piiriin joutuvien henkilöiden määrää. Vanhimmat ikäluokat muodostavat yhä suuremman osan väestöstä ja nykyään vanhuksilla on myös entistä useammin sellaista varallisuutta, joka edellyttää toimenpiteitä. Tämä näkyy käräjäoikeuksissa ja maistraateissa lisääntyvinä edunvalvojan määräämistä koskevinä asioina, joka vaatii lisäresursseja. Ruuhkautuminen voitaisiin välttää teettämällä edunvalvontavaltuutus ajoissa. (Antila 2007, 5-6.)

Jotta välttyttäisiin väärinkäytöksiltä, pitää itsemääräämisoikeuden vastapainona olla suojakeinoja toimintakyvyttömän henkilön suojaamiseksi. Tällaisia keinoja ovat valtakirjan tiukat muotovaatimukset ja se, että valtakirjan voimaantulo edellyttää maistraatin vahvistusta. Maistraatti myös valvoo valtuutetun toimintaa. (Antila 2007, 6-7.)

Edunvalvontavaltuutuksen laatiminen

Edunvalvontavaltuutuksen teettämiseksi tulee ottaa yhteyttä asiantuntijaan, jonka avustuksella voi laadituttaa itselleen määrämuodot täyttävän edunvalvontavaltuutuksen. Valtuuttaja allekirjoittaa valtakirjan kahden esteettömän todistajan läsnä ollessa ja myös todistajat allekirjoittavat todistuslausuman alle. Valtuuttaja tallettaa asiakirjan odottamaan mahdollista tarvetta. Jos valtakirja pitää ottaa käyttöön, valtuuttajalle täytyy hakea lääkärintodistus, jossa lääkäri todistaa valtuuttajan olevan siinä tilassa, että valtakirjaa tarvitaan asioiden hoitamiseksi. Tämän jälkeen valtuutettu vie valtakirjan ja lääkärintodistuksen maistraattiin vahvistettavaksi, jonka jälkeen valtakirja on käytettävissä.

2.2 Edunvalvontavaltuutuksen merkitys ikääntyvässä Suomessa

Tilastokeskuksen 28.9.2012 julkaisema väestöennuste kertoo, että 65 vuotta täyttäneiden määrä on tulevaisuudessa hieman alhaisempi kuin vuonna 2009 julkaistu ennuste, johtuen vuosien 2009-2011 kuolleisuuskehityksestä. Yli 65-vuotiaiden osuuden väestöstä arvioidaan nousevan nykyisestä 18 prosentista 26 prosenttiin vuoteen 2030 ja 28 prosenttiin vuoteen 2060 mennessä. (Tilastokeskus 2014.)

Tilastokeskuksen ennusteille ovat perustana syntyvyys, kuolevuus ja muuttoliikkeen kehitys. Niiden laatimisessa ei huomioida taloudellisten, sosiaalisten ja muiden poliittisten päätösten vaikutusta tulevaan väestönkehitykseen. Laskelmista näkee, mihin väestökehitys voi johtaa, jos se jatkuu samaan malliin. Laskelmia ei siis tule tulkita niin, että kehitys toteutuu juuri sellaisenaan. Väestöennuste tarjoaa päättäjille keinoja arvioida kehitystä ja tarvitaanko toimia, joilla siihen voi vaikuttaa. (Tilastokeskus 2014.)

Taulukko 1. Väestö ikäryhmittäin koko maa. (Väestötilastot 2012, Tilastokeskus.)

Vuosi	Ikäluokat yhteensä	0–14	15–64	65–	0–14 %	15–64 %	65– %
1990	4 998 478	964 203	3 361 310	672 965	19,3	67,2	13,5
2000	5 181 115	936 333	3 467 584	777 198	18,1	66,9	15,0
2010	5 375 276	887 677	3 546 558	941 041	16,5	66,0	17,5
2020	5 631 017	932 596	3 425 603	1 272 818	16,6	60,8	22,6
2030	5 847 678	936 712	3 415 342	1 495 624	16,0	58,4	25,6
2040	5 984 898	923 027	3 495 360	1 566 511	15,4	58,4	26,2
2050	6 095 858	940 800	3 515 618	1 639 440	15,4	57,7	26,9
2060	6 227 635	948 631	3 523 775	1 755 229	15,2	56,6	28,2

Taulukosta 1 nähdään, että väestö ikääntyy ja edunvalvontavaltuutuksen tarve ja tärkeys ihmisten varotoimenpiteenä oman terveyden heikkenemisen varalta kasvaa vuosien varrella.

Edunvalvontavaltuutuksen merkitys ikääntyvässä yhteiskunnassa on suuri. Kuitenkin käsitteenä se on vielä niin terveyden- ja sosiaalihuollon ammattilaisten, kuin tavallisten kansalaistenkin joukossa tuntematon. Edunvalvontavaltuutus on aiheena hyvin henkilökohtainen, sillä asia koskettaa ihmisen itsemääräämisoikeuden toteutumista. Sen vuoksi edunvalvontavaltuutuksesta tiedottaminen on myös haastavaa. Voidaankin todeta, että Edunvalvontavaltuutus ry:n tekemä työ on hyvin merkittävässä osassa tämän jokaiselle tärkeän asian eteenpäin viemisessä. On erittäin tärkeää huomata, että edunvalvontavaltuutus täytyy tehdä hyvissä ajoin ennen oikeustoimikelpoisuuden menettämistä, jotta itsemääräämisoikeus säilyy. Edunvalvontavaltuutuksen avulla voi varmistaa, että asiat hoituvat mahdollisimman sujuvasti entiseen tapaan omasta toimintakyvyttömyydestä huolimatta.

2.3 Edunvalvontavaltuutuksen vähäinen tunnettuus

Ongelmana on edunvalvontavaltuutuksen vähäinen tunnettuus ja se, että valtuutus sekoitetaan usein edunvalvontaan, joka taas on tunnetumpi käsite. Edunvalvontaan päätyy silloin, kun henkilö ei pysty huolehtimaan taloudellisista asioistaan eikä edunvalvontavaltuutusta ole ajoissa tehty. Edunvalvonta on ankarammin säädelty ja huomattavasti byrokraattisempi verrattuna edunvalvontavaltuutukseen. Edunvalvontavaltuutuksen laatimisen keskeinen vaikutus edunvalvontaan nähden on, että edunvalvontavaltuutuksen laatijalle ei tarvitse määrätä edunvalvojaa. (Maistraatti 2014.)

Edunvalvontavaltuutuksia on asiakirjan tärkeydestä huolimatta laadittu erittäin vähän. Edunvalvontavaltuutuksen laadintaan ryhdytään liian usein vasta sitten, kun on pakko. Valtuutuksen laatiminen tulee kiireelliseksi esimerkiksi muistisairausdiagnoosin yhteydessä. Edunvalvontavaltuutuksen voi tehdä jokainen 18

vuotta täyttänyt henkilö, joka on oikeustoimikelpoinen eli ymmärtää edunvalvontavaltuutuksen merkityksen. (Edunvalvontavaltuutus 2014.)

2.4 Edunvalvontavaltuutus ry:n yhdistystoiminta

Yhdistystoiminta syntyy, kun jäsenet toimivat vapaaehtoisesti yhteisen aatteen hyväksi. Yhdistyksen syntymiseen tarvitaan vähintään kolme jäsentä. Jäsenistö voi koostua luonnollisista henkilöistä, yhdistyksistä, osakeyhtiöistä tai niiden sekoituksista. Yhdistyksen aatteellisuus kattaa monenlaisen toiminnan. Se voi olla yhteisen hyvän asian tai vaikka harrastuksen edistäminen. Aatteellisuus voi tarkoittaa esimerkiksi:

- aatesuunnan edistämistä (reilun kaupan ruoka)
- ryhmän etujen valvontaa (ammattiyhdistykset)
- hyväntekeväisyyttä (Lions-klubit)
- jäsenpalvelujen tuottamista (Edunvalvontavaltuutus ry)
- harrastustoimintaa (urheiluseurat)

Aatteellisuuteen ei liity voiton tavoittelu tai taloudellinen toiminta. Yhdistystoiminta on tarkoitettu pysyväksi. (Yhdistystieto 2014a.)

Edunvalvontavaltuutus ry on saanut alkunsa Turun ammattikorkeakoulun edunvalvontavaltuutusprojektin opintojaksolta, joka pidettiin yhteistyössä maistraatin kanssa. Opintojakso herätti kiinnostuksen asiaan ja tarpeen edistää ihmisten itsemääräämisoikeuden toteutumista terveydentilan heikentyessä. Viiden jäsenen voimin perustettiin joulukuussa 2012 osuuskunta Edun Turku- niminen yritys, jonka kautta lisättiin edunvalvontavaltuutuksen tunnettuutta ja hankittiin yhteistyökumppaneita. Matkan varrella kuitenkin huomattiin, että yhteistyökumppaneiden, jotka olivat pitkälti nonprofit-organisaatioita, on helpompi tehdä yhteistyötä yhdistysten kanssa. Tästä lähti ajatus yhdistyksen perustamisesta ja Edunvalvontavaltuutus ry rekisteröitiin syksyllä 2013. Yhdistyksen tarkoituksena on edunvalvontavaltuutuksesta tiedottaminen ja tukijärjestönä toimiminen.

3. LIIKETOIMINTASUUNNITELMA

3.1 Liiketoimintasuunnitelman sisältö

Liiketoimintasuunnitelma kertoo, mikä on yrityksen liikeidea, toiminnan tarkoitus, strategia, markkinat sekä talous- ja rahoitusennuste. Se tulee tehdä jo yrityksen perustamisvaiheessa. Myös rahoittajat vaativat liiketoimintasuunnitelman tekoa aina ennen lainapäätöksiä. Kirjallinen suunnitelma on vakuuttavampi kuin ”innostuneen yrittäjän suullinen kertomus ylioptimistisine odotuksineen”. Vuosien varrella liiketoimintasuunnitelmaa tulee päivittää yritystoiminnan kehittyessä. (Pitkämäki 2000, 9.)

Kirjoitettu suunnitelma auttaa työskentelemään suunnitelman mukaisesti. Sen avulla yritys voi paremmin onnistua tehtävässään. Kun pitää tehdä ratkaisuja, hyvä liiketoimintasuunnitelma auttaa päätösten teossa. Tavallisesti liiketoimintasuunnitelma tehdään vuoden ajanjaksolle ja investointi- ja taloussuunnitelmat laaditaan kahden tai kolmen vuoden ajanjaksolle. (Pitkämäki 2000, 10.)

Liiketoimintasuunnitelman tulisi antaa yleiskatsaus toimialasta, kertoa, mitä liiketoimintaa harjoitetaan, määrittellä asiakkaat, tuotteet ja palvelut sekä kilpailuedut. Se sisältää myös markkinointistrategian ja taloussuunnitelman. (Uusyrittäjäkeskus 2014.)

Taulukko 2 kertoo tiivistetysti, mitä kaikkea liiketoimintasuunnitelma pitää sisältyä. Liikeidea on lähtökohta, jonka kautta selvitetään mitä, kenelle ja miten myydään. Yrittäjän tulisi käydä läpi omat vahvuutensa ja perehtyä kilpailuympäristöön, kohderyhmiin sekä markkinatilanteeseen vaikuttaviin osatekijöihin. Käytännön järjestelyjen miettiminen on yksi tärkeä osa liiketoimintasuunnitelmaa, jotta yritystoiminta saadaan käyntiin. Myös rahoitus- ja kannattavuuslaskelmat kuuluvat olennaisena osana liiketoimintasuunnitelmaan. (Yrityssuomi 2014.)

Taulukko 2. Liiketoimintasuunnitelman keskeinen sisältö. (Yrityssuomi 2014.)

Liikeidea	Mitä myyt? Kenelle myyt? Miten myyt?
Yrittäjän vahvuudet	Yrityksen perustajan osaaminen, kokemus, vahvuudet, toimialatuntemus ja verkostot.
Tuotteet ja palvelut	Tarjottavien tuotteiden kilpailuympäristö, imago, tavoiteltu kilpailuetu, hintataso, katerakenne ja niin edelleen.
Asiakkaat ja markkinat	Asiakasryhmät tai kohderyhmät, näiden ostokäyttäytymisen, sijainti, määrä ja tavoittamisen keinot. Markkinatilanne toimialalla ja toiminta-alueella, kysynnän ja tarjonnan suhde, kilpailijoiden vahvuudet, heikkoudet ja strategiat, erottautumistekijät kilpailijoihin nähden.
Käytännön järjestelyt	Toimitilat, sijainti, tarvittavat välineet, työntekijät ja alkurahoitus, mainonta ja markkinointi, internetsivut, vakuutukset, kirjanpito ynnä muut.
Rahoituslaskelmat	Investoinnit toimitiloihin ja välineisiin, pääoman tarve perustamiskuluihin ja ensimmäisiksi toimintakuukausiksi, rahoituskeinot.
Kannattavuuslaskelmat	Tarve myyntikatteelle, jolla kiinteät kulut ja lainojen lyhennykset tai muut rahoituskulut katetaan; hinnoitteluperiaatteet, joilla tarvittavat myyntivoitot voidaan saada minimitulostavoitteeseen pääsemiseksi.

Nonprofit-organisaatioiden tavoitteena ei ole tuottaa yritysten tavoin voittoa, vaan toteuttaa missiotaan. Siitä huolimatta liiketoimintasuunnitelman tekeminen auttaa hahmottamaan kokonaiskuvan ymmärtämistä ja toiminnan organisointia. Myös nonprofit-organisaatioiden tulee selvittää kohderyhmänsä, kilpailijansa, omat vahvuudet ja heikkoudet sekä miettiä käytännön järjestelyt ja rahoitusasiat. (Vuokko 2009, 9.)

Tämän liiketoimintasuunnitelman tarkoituksena on selvittää ja kartoittaa keinot, joilla Edunvalvontavaltuutus ry:n ajamaa asiaa saadaan edistettyä ja jäsenmäärää lisättyä. Tulevaisuuden visiona on myös toiminnanjohtajan palkkaaminen, jonka avulla yhdistyksen toimintaa saataisiin kehitettyä.

3.2 Liikeidea

Liikeidean lähtökohtana on tarjota tuotetta tai palvelua, joka erottuu muista samantyyppisistä. Se voi olla joko täysin uusi tuote tai palvelu tai erottua kilpailijoista muilla tavoilla. Palvelu- ja tuoteidean lisäksi voi erottua erityisellä toteuttamistavalla, yritysimagolla tai poikkeavalla asiakassegmentillä. (Hiltunen ym. 2007, 27.)

Liikeidea tulisi ajatella niin, että se on ratkaisu johonkin asiakkaan tarpeeseen tai ongelmaan, koska se on syy, miksi asiakkaat ostavat jonkin tuotteen tai palvelun (Tillman 2000, 23).

Liikeidea on:

1. selvitys siitä, minkä tarpeen idea tyydyttää ja missä muodossa
2. selvitys tuotteen tai palvelun markkinoista ja kohderyhmistä
3. selvitys rahan ansaitsemisen tavasta ja määrästä

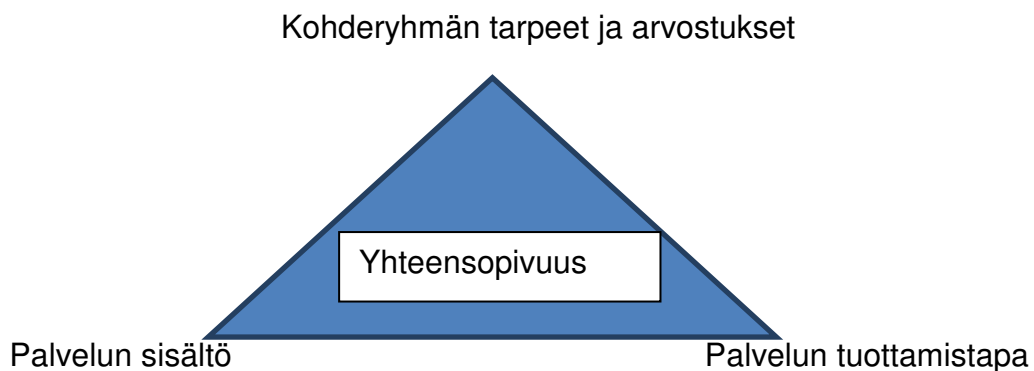
(Tillman 2000, 33.)

Liikeidean on tarkoitus ratkaista ongelma, jota asiakkaat pitävät tärkeänä. Tuotteen tai palvelun tulee tarjota enemmän hyötyä kuin vaihtoehtoiset ratkaisut. Tämä hyöty ratkaisee myös liikeidean menestymisen markkinoilla. Liikeidean pitää olla sellainen, että asiakkaat ymmärtävät sen edut. Asiakas on siis saattava vakuuttumaan tuotteen tai palvelun paremmuudesta muihin vastaaviin verrattuna. (Tillman 2000, 33-34.)

Edunvalvontavaltuutus ry:n liikeideana on tarjota asiantuntijatietoa selkeästi ja helposti sekä antaa oikeudellista neuvontaa ja toimia tukijärjestönä. Yhdistyksen kohderyhmänä ovat ensisijaisesti eläkeikää lähestyvät ja jo eläkkeellä olevat oikeustoimikelpoiset henkilöt. Yhdistysaktiivit käyvät luennoimassa edunvalvontavaltuutuksesta yhteistyökumppaneiden järjestämissä tilaisuuksissa ja tapahtumissa. Toiminnasta tiedotetaan mainostamalla yhdistysten ja yritysten julkaisuissa sekä lähettämällä jäsenille ja muille sidosryhmille uutiskirjeitä. Yhdistys osallistuu myös messuille ja erilaisiin tapahtumiin.

3.3 Tuotteet ja palvelut

Yritys voi tarjota aineellisia tavaroita, aineettomia palveluja tai näiden muodostamia kokonaisuuksia. Tuote on moniulotteinen kokonaisuus, joka muodostuu asiakkaille tarjottavista hyödyistä. Palvelun kehittäminen erilaisista osista koostuvana kokonaisuutena on palvelun tuotteistamista. Yrityksen palveluajatus (kuvio 1) määrittelee kohderyhmät, niiden tarpeet sekä niiden arvostamat kokemukset, palvelun sisällön sekä miten palvelu tuotetaan ja toteutetaan käytännössä. Kaikkien tekijöiden tulee sopia yhteen keskenään (Lämsä & Uusitalo 2009, 100-101).



Kuvio 1. Palveluajatuksen osatekijät. (Lämsä & Uusitalo 2009.)

Tuotteistamisen avulla tuote tai palvelu tehdään asiakkaalle mahdollisimman helpoksi ostaa. Sen tulee vastata asiakkaan tarpeisiin. Näin asiakas tietää, mitä hän on ostamassa. Palvelutuotteen haasteena on sen konkretisoiminen asiakkaalle. Mitä tarkemmin sen pystyy tekemään, sitä helpommin kohderyhmä on tavoitettavissa. (Hiltunen ym. 2007, 47-48.)

Edunvalvontavaltuutus ry:n tarjoamia palveluja ovat:

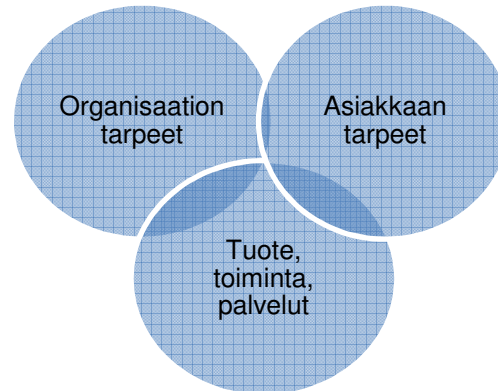
- edunvalvontavaltuutuksesta tiedottaminen
- edunvalvontavaltuutusluennot yhteisöjen ja yritysten tilaisuuksissa
- puhelinneuvonta
- edunvalvontavaltuutettujen tukeminen

Yhdistys on keskittynyt varsin kapealle asiantuntijasektorille. Myöhemmin tulevaisuudessa se voisi laajentaa palvelujen tarjontaansa mm. hoitotestamenttien tekoon. Lisäksi tarkoituksena on tehdä selkokielineen opas edunvalvontavaltuutuksen laatimisesta. Tärkeää on, että pysytään oman alan asiantuntijana, eikä lähdetä laajentamaan tarjontaa liikaa. Palvelujen tuottaminen yhdessä osuuskunta Edun Turun kanssa lisäisi yhdistykselle rahoitusta, jota se toiminnan ylläpitämiseen tarvitsee. Osuuskunta voisi tulevaisuudessa tehdä yhdistyksen jäsenille edunvalvontavaltuutuksia ja lisäksi esimerkiksi hoitotestamentteja ja testamentteja.

3.4 Asiakkaat ja markkinat

Jokaisen yrityksen tie tuottavaan liiketoimintaan alkaa asiakkaiden ymmärtämisestä. Yrityksen tulee perehtyä asiakkaan motiiveihin ja toimia sen tiedon perusteella oman kannattavuutensa ylläpitämiseksi. Oikean asiakasryhmän löytäminen on tärkeää, markkinointi liian laajalle kohderyhmälle ei taloudellisesti kannata. Tällöin segmentoinnin merkitys kasvaa. (Pitkämäki 2000, 51.) Segmentoinnin avulla jaetaan kokonaismarkkinat pienempiin osiin esimerkiksi taloudellisten, alueellisten ja ostokäyttäytymiseen vaikuttavien tekijöiden perusteella. (Mainostajanhakemisto 2014.)

Asiakaskeskeinen toimintatapa on erittäin tärkeää yritysten lisäksi myös non-profit-organisaatioille. Kuviossa 2 on kuvattu asiakaslähtöisen toimintatavan piirteet. Siinä jo tuotteen, toiminnan ja palvelujen suunnitteluvaiheessa otetaan tasapuolisesti organisaation ja asiakkaan tarpeet huomioon. Asiakkaiden tarpeiden selvittämiseksi tulee luoda ja käyttää hyväksi erilaisia järjestelmiä, jotta asiakaslähtöisyys saadaan toteutumaan. (Vuokko 2009, 66-67.)



Kuvio 2. Asiakslähtöisyys organisaatiossa. (Vuokko 2009, 67, muokattu.)

Asiakslähtöisyys vaatii koko organisaatiolta sitoutumista kyseiseen toimintatapaan. Sitoutumisen lisäksi se myös edistää henkilöstön motivoimisessa. Jotta asiakslähtöisyys toteutuisi, vaatii se tiedonkululta onnistumista ja kokonaisuudessaan yhteistyön korostamista. Kun asiakkaat, henkilökunta ja muut sidoryhmät ovat tyytyväisiä ja sitoutuneita, on organisaation kannalta lopputulos aina positiivinen. (Vuokko 2000, 70.)

Jotta tavoitetaan asiakaskeskeinen toimintatapa, tulee segmentointi toteuttaa huolella. Segmentoinnin avulla asiakasryhmästä ja markkinoista saadaan runsaasti hyödyllistä tietoa. Asiakkaiden tarpeet, motiivit ja arvot tulee tunnistaa, jotta asiakkaan yksilölliset tarpeet voidaan tyydyttää. Samankaltaisten, pienempien ryhmien löytäminen auttaa yritystä keskittymään itselleen sopivan kohde-ryhmän palvelemiseen. (Lämsä & Uusitalo 2009, 45-46.)

Segmentointikriteerit palvelujen markkinoilla jaetaan viiteen eri ryhmään:

1. asiakkaan sosioekonomiset ominaisuudet
2. maantieteelliset tekijät
3. elämäntyyli
4. osto- ja kulutuskäyttäytyminen
5. asenteelliset tekijät

(Hiltunen ym. 2007, 17-18.)

Sosioekonomisilla ominaisuuksilla tarkoitetaan ikää, rotua, kieltä, uskontoa, sukupuolta, perheen muotoa ja kokoa sekä elämänkaarta, tuloja, koulutusta, ammattia ja sosiaaliluokkaa. Elämäntyyli käsittää elämänarvot, mielipiteet ja kiinnostukset. Osto- ja kulutuskäyttäytymiseen kuuluu liike-, merkki- ja asiantuntijauskollisuus, kanava- ja mediauskollisuus sekä ostotottumukset ja tavoitettavuuden helppous. Asenteellisia tekijöitä puolestaan ovat, kuinka tärkeää alalla on palvelun ja asiantuntijan arvostus, palvelun ulkoiset puitteet, kuluttajansuojaan liittyvät kysymykset sekä erottuminen muista palvelun tarjoajista. (Hiltunen ym. 2007, 18.)

Näiden viiden segmentointiperusteen avulla saadaan runsaasti hyödyllistä tietoa liittyen mm. elämäntapoihin, osto- ja kulutuskäyttäytymiseen, asuinpaikkaan, ikään, ammattiin ja asenteisiin. Kun segmentointi on toteutettu, pyritään seuraavaksi löytämään keinot, joilla omalle yritykselle sopivat kohderyhmät aiotaan tavoittaa. (Hiltunen ym. 2007, 18.)

Kuviossa 3 on lueteltu Edunvalvontavaltuutus ry:n kohderyhmät. Niihin kuuluvat yhdistyksen sidosryhminä toimivien järjestöjen ja yhdistysten jäsenet, 30-50 -vuotiaat, 50-65 -vuotiaat, yli 70-vuotiaat ja hyväkuntoiset eläkeläiset. Myös liikuntarajoitteiset nähdään yhtenä kohderyhmänä, koska he eivät välttämättä pääse helposti palvelun luokse, joten yhdistys vie palvelun heidän luokseen tekemällä kotikäyntejä.



Kuvio 3. Edunvalvontavaltuutus ry:n kohderyhmät

Hyväkuntoiset eläkeläiset pyritään saamaan yhdistyksen jäseniksi ja ajamaan yhdistyksen asiaa. Ikäryhmään 30-50 -vuotiaat kuuluvien henkilöiden toivotaan välittävän tietoa edunvalvontavaltuutuksen tärkeydestä omille vanhemmilleen ja isovanhemmilleen. He voisivat myös olla malliesimerkinä teettämällä valtuutuksen itselleen. Ikäryhmään 50-65 –vuotiaat kuuluvat voivat suositella valtuutusta omille vanhemmilleen ja teettää hyvissä ajoin edunvalvontavaltuutuksen itselleen. He voisivat toimia myös yhdistyksen aktiiveina. Näiden ikäryhmien lisäksi voidaan lisätä yli 70 –vuotiaiden ryhmä. Heille valtuutuksen tekeminen on erityisen tärkeää.

Yhteistyökumppanit

Yhdistyksen toimintasuunnitelman painopisteet vuodelle 2014 ovat:

- Tiedotustyö
- Yhteistyökumppaneiden kartoittaminen ja lisääminen
- Jäsenmäärän kasvattaminen
- Edunvalvontavaltuutusten määrän lisääminen

Tunnettuutta lisätään tiedottamalla edunvalvontavaltuutuksesta hoitoketjun eri vaiheissa sekä yhteistyöllä vanhusneuvostojen kanssa. Valtuutusten määrää kasvatetaan laatimalla jäsenille valtuutuksia yhdistyksen toimitiloissa.

Tulevaisuudessa yhteistyökumppaneiden määrää halutaan lisätä. Keväällä 2013 tehtiin kysely Sosiaali- ja terveystieteiden Turussa. Kyselyyn vastanneiden 35:n sosiaali- ja terveysalan ammattilaisen vastauksista kävi ilmi, että edunvalvonta ja edunvalvontavaltuutus sekoitetaan helposti toisiinsa eikä edunvalvontavaltuutuksen etuja tunneta. Tämän kyselyn perusteella voidaankin päätellä, että Edunvalvontavaltuutus ry:n tärkeitä yhteistyökumppaneita (kuviokuva 4) ovat erityisesti muistialan järjestöt, ikääntyneiden ja vammaisten omaisjärjestöt, eläkeläisjärjestöt sekä ikääntyneiden palvelu- ja asumisjärjestöt. Näiden toimijoiden kautta yhdistys tavoittaisi mahdollisimman laajasti sille tärkeitä kohde-ryhmiä luennoimalla heidän tilaisuuksissaan. Viranomaiset, kuten maistraatti, voivat ohjata asiakkaitaan yhdistyksen puoleen aina silloin, kun valtuutuksen teko on vielä mahdollista. Uusia tahoja voisivat olla lisäksi julkisen sektorin toimijat, yrittäjäjärjestöt sekä terveydenhuoltoalan ammattilaiset.



Kuvio 4. Edunvalvontavaltuutus ry:n sidosryhmät.

Seuraavassa luettelossa on selvitetty Edunvalvontavaltuutus ry:n tulevaisuuden mahdollisia yhteistyökumppaneita.

- Varsinais-Suomen Kansallinen Senioripiiri Ry (tähän kuuluu 14 varsinaissuomalaista senioriyhdistystä)
- Eläkeliiton Varsinais-Suomen Piiri Ry
- Eläkkeensaajien keskusliiton Varsinais-Suomen Piiri Ry
- Varsinais-Suomen Sydänpiiri
- Naantalin Seudun Seniorit Ry
- Uudenkaupungin Kansalliset Seniorit Ry
- JHL Turku Eläkeläiset Ry
- Senioriapu Varpu (kotihoidon tuottajia)
- Mainio Vire
- Esperi
- Huolenpito Helena
- Kerttulin Vanhainkoti
- Lehmusvalkama
- Palvelukeskus Höveli
- Ruusukorttelin Palvelukeskus

Pelkästään Varsinais-Suomen alueella on lukuisia erilaisia yhdistyksiä ja järjestöjä. Mahdollisuudet siis Edunvalvontavaltuutus ry:n kasvuun ja laajenemiseen ovat tulevaisuudessa erittäin hyvät. Koska yhdistys toimii vähän tunnetulla alalla, yhteistyökumppaneiden löytäminen on ensisijaisen tärkeää. Haasteena on luottamuksen synnyttäminen ja palvelu tulee tehdä tunnetuksi ennen kuin sitä pystytään markkinoimaan laajalle kohderyhmälle.

Edunvalvontavaltuutus ry:n kannalta tärkeitä linkkejä sidosryhmäsuhteiden luomiseen ovat lähitulevaisuudessa terveyden- ja sosiaalipuolen ammattilaisten kontaktointi. Heidän kautta viesti uudesta asiasta leviäisi nopeasti ja ennen kaikkea heillä on jo olemassa luottamussuhde asiakkaisiinsa, jolloin myös yhdistyksen tarjoamasta palvelusta saataisiin luotua luotettava kuva.

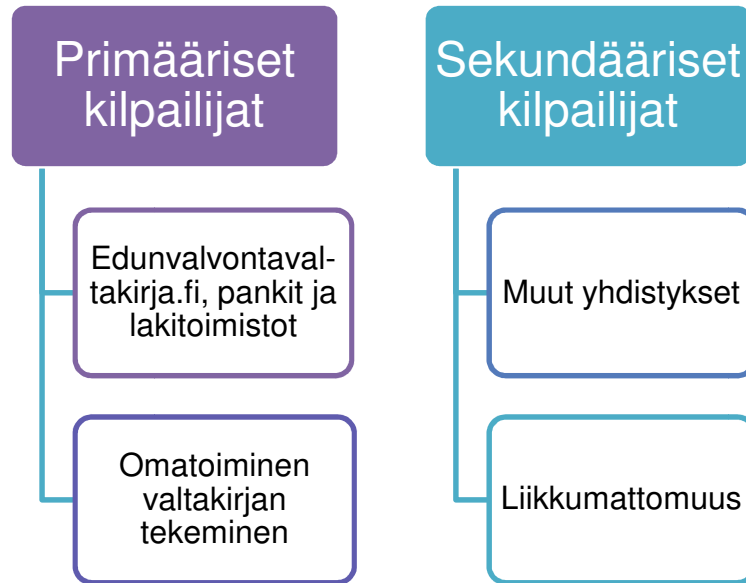
Edunvalvontavaltuutus ry toimii yhteistyössä Muistisairaahan ihmisen edunvalvontaprojektissa yhdessä Suomen muistiasiantuntijat ry:n kanssa. Yhteistyöllä pyritään edistämään muistisairaiden ihmisten edunvalvonnan parantamista. Edunvalvontavaltuutus ry antaa projektin käyttöön oman kokemuksensa ja asiantuntemuksensa edunvalvontavaltuutuksesta. Projektin suunnitelmissa on tehdä aiheeseen liittyvä kattava opas, jota jaettaisiin terveys- ja sosiaalialan ammattilaisille sekä järjestöille.

3.5 Kilpailu ja kysyntä

Oman alan kilpailijat ja toimiala tulee tuntea, jotta pystytään erottautumaan markkinoilla. Kilpailijoiden strategia, tavoitteet ja toimintatavat tulee kartoittaa ja sen jälkeen tehdä suunnitelmat vahvistamaan oman yrityksen tai yhdistyksen kilpailuetua. Kartoitus auttaa hahmottamaan, ketä ovat muut alalla toimivat yrittäjät ja järjestöt sekä erityisesti sen, ketkä ovat omia ydinkilpailijoita. (Hiltunen ym. 2007, 19-20.)

Ydinkilpailijaksi lasketaan se, jolla on kaikkein eniten samoja ominaisuuksia ja tavoitteita kohderyhmästä, markkinoista, toimintatavoista ja hintapolitiikasta kuin omalla yrityksellä. Kun ydinkilpailija on kohdennettu, voidaan alkaa pohtia tapoja, joilla erottautua. Kun suunnitellaan yrityksen strategisia toimintoja, on kilpailuedun saavuttaminen sen avaintehtävä. Kilpailuedun voi saavuttaa millä tahansa yrityksen toiminta-alueella. Se voi olla esimerkiksi tehokas ja nopea palvelu, alan asiantuntijuus, hyvät lisäpalvelut tai kotikäynnit. Jokaisen yrityksen tulee löytää itselleen toimivin tapa. (Pitkämäki 2000, 39.)

Yhdistyksellä ei ole varsinaisesti kilpailijoita, koska kaikki, jotka tiedottavat samasta asiasta, ovat yhteistyökumppanien roolissa. Kuviossa 5 voimme kuitenkin nähdä, että primääristen eli ensisijaisten kilpailijoiden roolissa ovat muut toimijat, jotka tarjoavat samantyyppistä palvelua Edunvalvontavaltuutus ry:n kanssa. Näitä ovat mm. edunvalvontavaltakirjoja tekevät tahot kuten Edunvalvontavaltakirja.fi, pankit ja asianajotoimistot.



Kuvio 5. Edunvalvontavaltuutus ry:n kilpailijat.

Myös esimerkiksi internetin kautta löytää mallipohjia, joilla henkilö voi tehdä omatoimisesti valtuutuksen. Nämä mallipohjat eivät välttämättä kuitenkaan muotokieleltään täytä edunvalvontavaltakirjan tarkkoja vaatimuksia, jolloin niitä ei ehkä voida maistraatissa vahvistaa.

Sekundäärisinä eli toissijaisina Edunvalvontavaltuutus ry:n kilpailijoina voidaan pitää muita yhdistyksiä. Kaikki yhdistykset kilpailevat keskenään siitä, mihin ihmiset haluavat aikaansa vapaaehtoisesti laittaa. Ihmisten liikkumattomuus laskeaan myös toissijaiseksi kilpailijaksi. Kilpailu onkin yksi syy, jonka takia markkinoinnin avulla myös nonprofit-organisaatiot yrittävät vaikuttaa kohderyhmiinsä. (Vuokko 2009, 51-52.)

Kysyntä vaihtelee eri aikakausina ja siihen vaikuttavat taloudelliset, psykologiset ja sosiologiset tekijät. Taloudelliset tekijät koostuvat tuotteen tai palvelun hinnasta, yleisestä taloudellisesta tilanteesta, ostovoimasta ja siitä, onko tuote välttämätön. Psykologiset tekijät käsittävät tarpeet, asenteet, persoonallisuuden, motiivit ja oppimisen. Sosiologisiin tekijöihin kuuluu ryhmät, elinkaaren vaihe, sosiaaliluokka, arvot ja normit, elämäntyyli sekä kulttuuri. (Sutinen & Viklund 2004, 14.)

Koska edunvalvontavaltuutus on varsin tuntematon asia, on sen kysyntä vielä vähäistä. Kuitenkin tulevaisuudessa on odotettavissa kasvua alalla, koska väestö ikääntyy ja esimerkiksi muistisairaiden määrä kasvaa. Jo nyt 36 suomalaista saa muistisairausdiagnoosin joka päivä (HS Repo 11.3.2014). Kun tunnettuus lisääntyy, ymmärretään myös aiheen tärkeys ja välttämättömyys.

3.6 Visio ja tavoitteet

Visio on näkemys siitä, miltä yrityksen tulevaisuus näyttää. Se kertoo yrityksen tavoitetilan eli mihin suuntaan yritystä halutaan kehittää. Visio ohjaa valintoja ja sen takia oikea visiointi on tärkeää. Se auttaa yritystä tekemään oikeita ratkaisuja. Jos taas visio on väärä, yritys voi menettää kilpailukykyä väärillä ratkaisuilta. (Pitkämäki 2000, 86-87.)

Visiota mietittäessä tulee vastata seuraaviin kysymyksiin:

- minkä asian ratkaisemiseksi yritys on olemassa?
- mitä yritys toivoo saavuttavansa?
- mikä on kohderyhmä ja mitä heille halutaan tarjota?

(Businessnewsdaily 2014.)

Liiketoiminnan tavoitteet tulee määritellä, mikäli yritys aikoo menestyä. Joillekin tavoite voi olla vapaus tehdä, mitä haluaa ja milloin haluaa. Toisille taas tavoite voi liittyä taloudelliseen turvaan. (Entrepreneur 2014.)

Tavoitteet sidotaan yleensä johonkin tiettyyn aikaan. Tavoitteiden pitäisi olla yksinkertaisia ja selkeitä, jotta niitä on helppo seurata ja nähdään, missä mennään. Tavoitteiden pohjalta syntyvät yrityksen jokapäiväiset tehtävät, jotka suorittamalla saavutetaan tavoitteet. (Pitkämäki 2000, 102-104.)

Tavoitteet voivat liittyä sekä taloudellisiin että ihmisiin liittyviin asioihin. Taloudellisia asioita ovat esimerkiksi maksuvalmius, voitto, kannattavuus ja tuottavuus. Ihmisiin liittyviä ovat esimerkiksi osaamisen lisääntyminen, motivaatio, sitoutu-

minen yritykseen, innostuneisuus työtä kohtaan ja mahdollinen sukupolvenvaihdos. (Pitkämäki 2000, 102-103.)

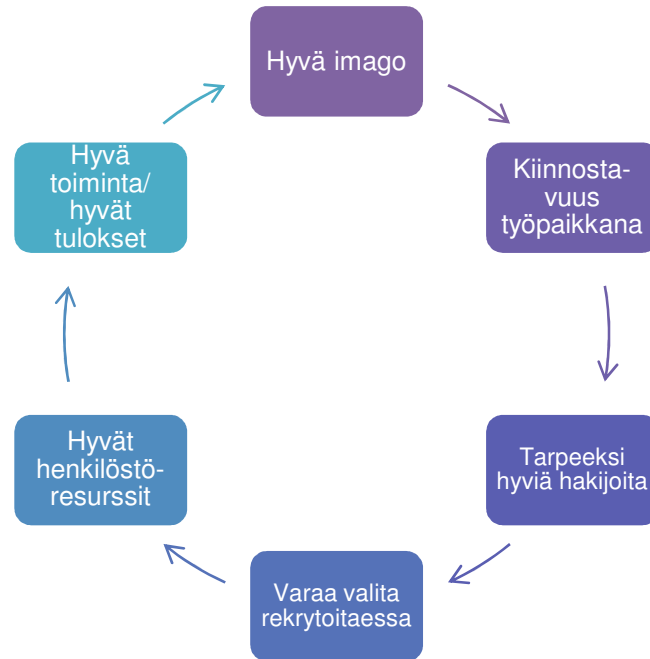
Tavoitteiden avulla yritys lisää vahvuuksia ja parantaa heikkouksia. Tavoitteiden asettamiseen liittyy tiettyjä perusehtoja, joita ovat:

- ihmisten halu työskennellä yhdessä toisten kanssa
- oman työn osaamisen tuoma tyytyväisyyden tunne
- useimpien ihmisten halu kuulua yhteisöön
- halu vaikuttaa omaan työhön ja ryhmän menestymiseen
- ihmisten tarve saada arvostusta

(Pitkämäki 2000, 104.)

Edunvalvontavaltuutus ry:n visiona on toimia oman alan pioneerinä ja tehdä edunvalvontavaltuutus tunnetuksi aluksi Varsinais-Suomessa ja myöhemmin koko maan alueella niin, että jokainen kansalainen tietää, mistä edunvalvontavaltuutuksessa on kyse. Edunvalvontavaltuutus ry:n tärkein tavoite on saavuttaa luotettava ja asiantunteva mielikuva. Ilman sen toteutumista on nonprofit-organisaation toiminnan jatkuminen mahdotonta. Tavoitteena on saada yhdistystoiminta jatkuvaksi ja tulevaisuudessa palkattua toiminnanjohtaja, joka edistäisi yhdistyksen toiminnan kehittämistä. Toiveena on myös saada jatkossa RAY:ltä rahoitusta. Tulevaisuudessa myös Edunvalvontavaltuutus ry voi olla kiinnostava työmarkkinoilla, jolloin rekrytoitaessa varmistetaan parhaiden kykyjen saavuttaminen yhdistyksen käyttöön.

Jotta Edunvalvontavaltuutus ry:n tavoitteet saadaan toteutumaan, tulee sen panostaa erityisesti mielikuvan eli imagon luomiseen (kuvio 6). Sen tulee saada luotua positiivinen mielikuva kaikissa sidosryhmissä.



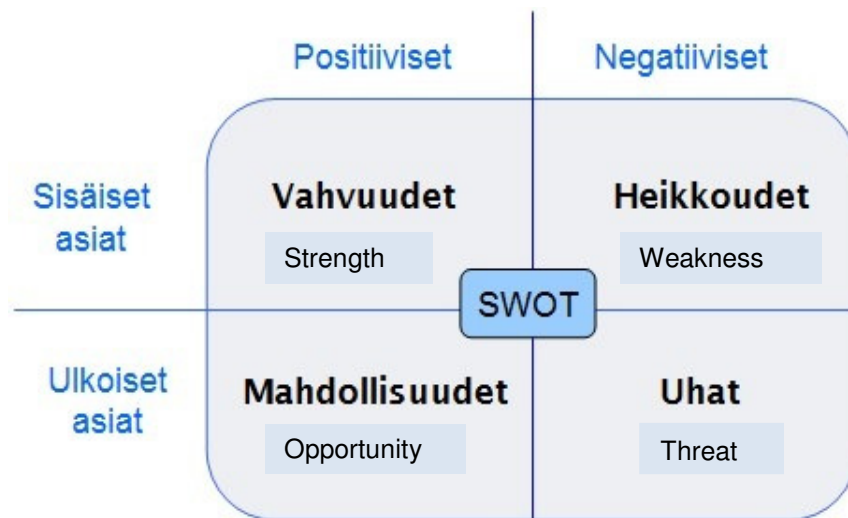
Kuvio 6. Hyvä imago hyvän toiminnan edellytyksenä ja seurauksena (Vuokko 2009, 197 muokattu.)

Kokonaisvaltainen hyvä imago toteutuu silloin, kun yhdistyksen henkilöstöresurssit ovat hyvät, ihmiset ovat motivoituneita ja yhdistyksen asioihin perehtyneitä. Kun henkilöstöasiat ovat kunnossa, saadaan aikaan hyviä tuloksia ja hyvää, missiota edistävää jatkuvaa toimintaa. Näin ihmiset pysyvät kiinnostuneina yhdistyksestä, levittävät hyvää mielikuvaa eteenpäin ja jatkuvuus on turvattu. (Vuokko 2009, 194-196.)

3.7 SWOT-analyysi

Nelikenttäanalyysin (SWOT) avulla voidaan selvittää yrityksen vahvuudet, heikkoudet, tulevaisuuden mahdollisuudet ja uhat. Se avulla on helppo arvioida yrityksen toimintaa. Yrityksen vahvuudet ovat niitä asioita, joita yritys pystyy hyödyntämään ja heikkoudet taas niitä asioita, joita yrityksen pitää parantaa, jotta se toimisi tehokkaasti. Tärkeää on myös tuntea tulevaisuutta vaarantavat uhat ja menestymiseen vaikuttavat mahdollisuudet. (Suomen Riskienhallintayhdistys 2014.)

SWOT-analyysi (kuvio 7) sisältää ne edellytykset, joita tarvitaan toimialalla menestymiseen. Näihin edellytyksiin yritys vertaa omia vahvuuksiaan ja heikkouksiaan. Pitää miettiä, miten voi hyödyntää ympäristön tarjoamia mahdollisuuksia menestymiseen ja onko yrityksellä osaamista toimialalle (Pitkämäki 2000, 79).



Kuvio 7. Nelikenttäanalyysi (SWOT). (Suomen Riskienhallintayhdistys 2014.)

Edunvalvontavaltuutus ry:n nelikenttäanalyysiin (taulukko 3) on koottu sen vahvuudet, heikkoudet, mahdollisuudet ja uhat. Yhdistyksen vahvuuksia ovat erikoistuminen asiaan, jonka tunnettuus ei vielä ole laajalle levinnyt eikä monen yrityksen tarjoama palvelu. Yhdistyksellä on myös henkilöstössään monen alan ammattilaisia, joten mahdollisuudet laajentaa toimenkuvaa yhteistyössä osuuskunta Edun Turun kanssa ovat olemassa. Suurena vahvuutena näemme myös asiakkaille tarjottavan kotikäyntien mahdollisuuden. Tämä on tärkeää esimerkiksi vanhemmille ihmisille, jotka eivät enää kovin hyvin pääse liikkumaan paikasta toiseen.

Edunvalvontavaltuutus ry:n heikkouksia puolestaan ovat vielä tällä hetkellä vähäinen jäsenmäärä, jota siis tulevaisuudessa on tarkoitus laajentaa. Yleinen tietoisuus edunvalvontavaltuutuksesta on heikkous ja myös pääoman puute, mikä rajoittaa yhdistyksen laajempaa markkinointia.

VAHVUUDET <ul style="list-style-type: none"> • erikoistuminen • monialainen asiantuntijuus • asiakaslähtöisyys 	HEIKKOUEDET <ul style="list-style-type: none"> • vähäinen jäsenmäärä • yleinen tietoisuus asiasta • pääoman vähäisyys
MAHDOLLISUUDET <ul style="list-style-type: none"> • jäsenmäärän kasvu • viranomaisten luottamus • laaja verkosto • RAY-rahoitus 	UHAT <ul style="list-style-type: none"> • rahoituksen epäonnistuminen • kiinnostuksen vähäisyys

Taulukko 3. Edunvalvontavaltuutus ry:n SWOT-analyysi.

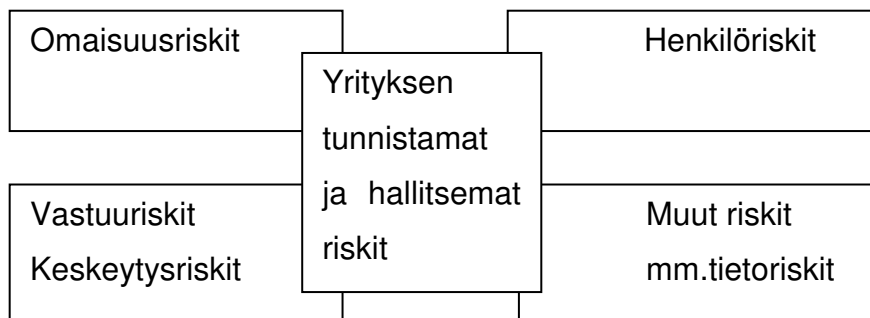
Mahdollisuuksina nähdään tuleva jäsenmäärän kasvu ja laajenevan verkoston kautta saatava viranomaistenkin luottamus. Mahdollisuutena on myös saada RAY:ltä rahoitusta vuonna 2015. Uhkana nähdään tilanne, jossa kiinnostus ja kysyntä asiaa kohtaan eivät herääkään eikä yhdistyksen toiminta ole tarpeeksi aktiivista.

3.8 Riskianalyysi

Riskienhallinta on prosessi, jonka avulla voidaan torjua yritystä uhkaavia vaaroja ja minimoida niistä aiheutuvia menetyksiä. Normaali jokapäiväinen riskienhallinta perustuu maalaisjärkeen ja hyväksi havaittuihin ratkaisuihin. Sitä ei voi hoitaa kertaprojektina vaan sen tulee olla jatkuva prosessi, jonka kehitystä vaalitaan kaikin tavoin. Aito riskienhallinta etenee suunnitelman mukaan. (Suominen 2000, 26-30.)

Riskien tunnistamiseen ja arviointiin yritys voi käyttää esimerkiksi kuvion 8 mukaista riski-ikkunaa, jossa näkyvät erilaiset riskityypit. Omaisuusriskit, henkilöriskit ja vastuu-/keskeytysriskit ovat toimialasta riippumatta lähtökohdiltaan samanlaisia. Muut riskit-ikkuna painottuu enemmän toimialalle ja yritykselle ominaisiin riskeihin. (Suominen 2000, 30-31.)

Omaisuusriski tarkoittaa toteutuessaan vahinkoa aineellisille tuotannontekijöille eli jos omaisuus vaurioituu tai tuhoutuu. Vastuuriski merkitsee korvausvelvollisuutta tai tulojen menetystä. Vastuut voivat liittyä tuotteeseen, toimintaan tai ympäristöön. Toiminnan keskeytyminen on myös merkittävä riski. Varsinkin, jos yrityksen toiminta on riippuvainen toisista yrityksistä. Henkilöriski voi olla joko liikeriski tai vahinkoriski. Liikeriskinä voidaan ajatella esimerkiksi avainhenkilön siirtymistä kilpailijalle, jos hän vie mukanaan yritykselle tärkeää osaamista. Tyyppillinen vahinkoriski on esimerkiksi avainhenkilön vammautuminen, sairastuminen tai kuolema. Myös väärät rekrytoinnit tai henkilöstön negatiivinen toiminta työympäristössä voivat merkitä menetystä. Muut riskit ovat toimialakohtaisia riskejä. Esimerkiksi tietoturvallisuusriskit nykypäivän atk-järjestelmissä, jotka lisääntyvät sähköisen kaupankäynnin ja internet-yhteyksien myötä. (Suominen 2000, 13-17.)



Kuvio 8. Yrityksen riski-ikkuna. (Suominen 2000, 31.)

Nonprofit-organisaation merkittävimmät riskit ja epävarmuustekijät liittyvät vapaaehtoistyövoiman saatavuuteen ja jäsenmaksuihin. Jos vapaaehtoisia työntekijöitä ei ole saatavilla, eikä jäsenmaksuja kerry, yhdistyksen päivittäinen toiminta kärsii. Riskien ennakointi kartoittaa mahdollisia uhkatekijöitä ja pyrkii minimoimaan jo toteutuneiden riskien vaikutusta. (Mielenterveysseura 2014.)

Edunvalvontavaltuutus ry:n riskejä tarkastellessa voidaan huomata, että omaisuusriskejä ei ole. Henkilöriskejä on, koska kaikki henkilöt ovat avainasemassa toiminnan ylläpitämisessä. Ilman henkilöstöä yhdistyksen missio ei toteudu ja yhdistyksen olemassaolo vaarantuu.

3.9 Palvelujen markkinointi

Asiakkaiden hankintaan ja asiakassuhteiden ylläpitämiseen ja kehittämiseen tarvitaan markkinointia. Yrityksen ja sen sidosryhmien kytkeminen tapahtuu myös markkinoinnin avulla. Tavoitteena on saada aikaan vuorovaikutussuhde sidosryhmien ja yrityksen välille. (Jylhä & Viitala 2013, 107.)

Tavaroiden ja palveluiden markkinointi eroavat toisistaan siinä, että palvelut ovat näkymättömiä. Palveluiden markkinoinnin keinot ovat myös nonprofit-organisaatioille tarpeellisia (Vuokko 2009, 26). Niitä ei pysty aistein havainnoimaan eikä arvioimaan. Esimerkiksi television ja kasvohoidon markkinointi ovat hyvin erilaisia. Asiakas pystyy arvioimaan televisiota jo etukäteen ulkoisesti ja tutustumaan sen toimintoihin liikkeessä ennen ostopäätöksen tekoa. Kasvohoittoon tulevan on täytynyt päättää jo etukäteen, että hän haluaa sellaisen. Kuinka siis voidaan markkinoida tehokkaasti yrityksen tarjoamia palveluja. (Jylhä & Viitala 2013, 110.)

Palvelujen markkinoinnin tärkein ominaisuus on saada asiakas vakuuttumaan palvelun laadusta. Kun tuote ei ole käsin kosketeltava, on asiakas saatava vakuuttumaan palvelun tarpeellisuudesta ja erinomaisuudesta muilla keinoilla. Yrityksen tuottama palvelu pyrkii tarjoamaan ratkaisun johonkin asiakkaan ongelmaan. (Jylhä & Viitala 2013, 124.)

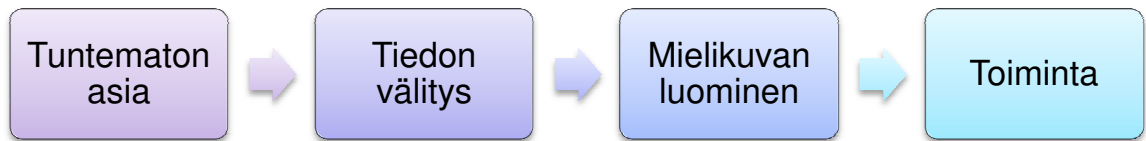
Palvelujen markkinointiin käytetään markkinointimixin 4P:stä laajempaa versiota, jotta erityisesti palvelun luonnetta vastaavat kilpailukeinot tulevat huomioitua (Ylikoski 2001, 212). Markkinointimix (marketing mix) on kilpailukeinojen kokonaisuus. Siihen kuuluvat tuote (product), hinta (price), saatavuus (place) ja viestintä (promotion). Näiden neljän perusosan (4P) lisäksi käytetään usein myös muita osia, joita ovat esimerkiksi ihmiset (people) ja prosessit (processes). (Europapreneur 2014.)

Palvelujen markkinoinnin kilpailukeinoja ovat hinta, saatavuus, palvelutuote, markkinointiviestintä ja vuorovaikutus. Hinta on merkittävä tekijä palvelun markkinoilla. Kun asiakas kokee saavansa lisäarvoa palvelusta ja ratkaisun tarpee-

seensa, maksaa hän siitä mielellään. Saatavuus tarkoittaa palvelun jakelukanaavaa, jolla palvelu tuodaan asiakkaan saataville. Palvelutuote käsittää varsinaisen palvelun lisäksi palveluprosessin ja lisäpalvelut. Markkinointiviestinnän tehtävänä on luoda ihmisille mielikuvia ja tarpeita ja saada näillä keinoilla ihmisiä ostamaan palveluja. Palveluympäristö on myös merkittävä osa viestintää. Vuorovaikutus on ihmisten välistä kommunikointia, jota tapahtuu niin markkinointiviestinnässä kuin palveluprosessin aikanakin. Palvelutilanteessa sekä asiakkaan että palvelun tarjoajan välisen vuorovaikutuksen aikana luodaan palvelun laatu. Palvelun laadun takaaminen tulisi varmistaa käyttämällä eri kilpailukeinoja parhaalla mahdollisella tavalla. (Ylikoski 2001, 212-214.)

Markkinoinnin keinoin niin yrityksissä kuin non-profit-organisaatioissakin pyritään vaikuttamaan asiakkaisiin ja muihin sidosryhmiin. Sillä pyritään lisäämään organisaation ja sen tarjoamien palveluiden tai tuotteiden tunnettuutta. Markkinoinnilla pyritään asiakkaan tarpeen täyttämisen lisäksi herättämään kiinnostusta ja pitämään kokeilukynnys matalalla. Tavoitteena on aikaansaada muutos ja nopeuttaa päätöksentekoprosessia toiminnan aikaansaamiseksi. (Vuokko 2000, 37.)

Päätöksentekoprosessin (Kuvio 9) ensimmäisessä vaiheessa organisaatio tai sen ajama asia on vielä täysin tuntematon halutulle kohderyhmälle. Seuraavassa vaiheessa markkinoinnin keinoin tulee välittää tietoa. Kolmannessa vaiheessa pyritään vaikuttamaan mielikuvan luomiseen. Siinä organisaation tulee miettiä, mikä sen tarjonnassa on kohderyhmän kannalta merkityksellistä ja houkuttelevaa. Neljännessä ja viimeisessä vaiheessa pyritään aikaansaamaan toimintaa. Sen keskeinen tavoite on tiedottaa ulospäin, millaisia tuotteita, palveluja ja toimintaa organisaatiolla tai yrityksellä on tarjolla. (Vuokko 2000, 39.)



Kuvio 9. Päätöksentekoprosessi (Vuokko 2000, 40, muokattu.)

Markkinointi on viestinnän lisäksi organisaation jatkuvaa toiminnan, tuotteiden ja palveluiden kehittämistä. Sen avulla tulee tunnistaa kohderyhmän tarpeet, ennakoida ja tyydyttää ne. Asiakkaan hyötyä pitää pyrkiä lisäämään sekä vähentämään niitä uhrauksia, joita asiakas kokee tekevänsä. (Vuokko 2000, 40.)

3.10 Markkinointistrategia

3.10.1 Markkinat ja tuotteet

Edunvalvontavaltuutus ry:n nykyiset asiakkaat ovat pitkälti tulleet yhteistyökumppaneiden kautta, joita ovat mm. Muistiliitto, Suomen Punainen Risti, Omaiset Mielenterveystyön Tukena ry ja muita niin Varsinais-Suomessa toimivia kuin kansallisen tason yhdistyksiä. Nämä yhteistyökumppanit ovat olleet äärimmäisen merkittävässä osassa toteuttamassa yhdistyksen toiminnan alkamista. Yhdistys on pitänyt luentoja yhteistyökumppaneiden järjestämissä tilaisuuksissa, joissa edunvalvontavaltuutuksen tunnettuutta on voitu edistää.

Edunvalvontavaltuutus ry:n kohderyhmiä ovat jäsenet, potentiaaliset jäsenet, paikalliset päättäjät sekä sponsorit. Olemassa olevia jäseniä tulisi informoida sekä aktivoida osallistumaan järjestön toimintaan. Mitä enemmän saadaan ihmisiä aktivoitumaan, sitä nopeammin tieto yhdistyksen toiminnasta leviää. Myös potentiaalisia jäseniä pitää houkutella mukaan. Koska Edunvalvontavaltuutus ry on jäsenjärjestö, sen taloudellinen riippumattomuus nojautuu jäsenmaksuista saatuihin tuloihin. Paikallisten päättäjien ja sponsorien avulla voi saada toimin-

ta-avustuksia sekä luvan käyttää kunnan ja seurakunnan tiloja yhdistyksen tilaisuuksiin.

Edunvalvontavaltuutus ry:n potentiaaliset jäsenet ja sidosryhmät:

- muistisairaat
- hyväkuntoiset eläkeläiset
- työkäiset
- julkinen sektori
- vanhusten parissa työskentelevät (järjestöt, yhdistykset, terveydenhuollon ammattilaiset)

Kuten luvussa 3.5 todettiin, muistisairaiden määrä kasvaa Suomessa päivittäin, ja ensisijaisen tärkeää olisi saada vietyä tietoa heille edunvalvontavaltuutuksen tärkeydestä. Erityisesti muistisairaille on tärkeää tehdä tulevaisuutta koskevia toimenpiteitä, kuten edunvalvontavaltuutuksen laatiminen, ajoissa. Muistisairauksia on hyvin erityyppisiä ja joissain tapauksissa kunto voi heikentyä nopeasti. Ajoissa toimiminen koskee tietysti kaikkia ryhmiä. On tärkeää, että valtuutus laaditaan jo siinä vaiheessa, kun kunto on vielä hyvä. Edunvalvontavaltuutukseen voi tehdä muutoksia ennen sen vahvistamista.

3.10.2 Markkinointitoimenpiteet

Edunvalvontavaltuutus ry:n jäseniä on tällä hetkellä 15. Jäsenmäärää pyritään kasvattamaan siksi, että saadaan luotua jatkuvaa toimintaa jäsenmaksujen ja aktiivisten jäsenten kautta. Vuoden 2014 tavoitteeksi on asetettu 50 jäsenen saaminen.

Nykyiset markkinointitoimenpiteet:

- kotisivujen luominen ja ylläpito
- sidosryhmien järjestämissä luentotilaisuuksissa ja messuilla käynti (vuonna 2014 5-10 krt), kuulijoita tavoitettu tähän mennessä n. 400 henkilöä

- käyntikorttien ja esitteiden jakaminen (vuonna 2014 jaettu 400 kpl)
- Facebook-sivujen luominen

Yhdistyksellä on käytössä omat kotisivut, jonka sivuilta löytyy perustietoa sen toiminnasta. Kotisivujen kautta pystyy jättämään jäsenanomuksen ja luento-pyyynnön. Näin helpottuu yhteydenotto, eikä puhelinsoittoa välttämättä tarvita. Kotisivuilta löytyy myös blogi, johon päivitetään ajankohtaisia edunvalvontavaltuutusta käsitteleviä artikkeleita. Alkuvuonna 2014 yhdistys on käynyt vajaassa kymmenessä tilaisuudessa, joissa on tavoitettu 400 kuulijaa. Tilaisuuksien järjestäjinä ovat olleet Raision palkansaajat, Raision Muistiyhdistys, Poiju, Muisti-liitto, Kaarinan kaupunki, Raision seura, Hulvelan helmi ja Kotikunnas. (Liite 2) Tilaisuuksissa on jaettu esitteitä ja käyntikortteja edistämään yhteydenottoa. Yhdistyksellä on myös Facebook-sivut, jonne päivitetään tietoa tulevista tapahtumista ja linkitetään ajankohtaisia julkaisuja.

Tulevat markkinointitoimenpiteet:

- kotisivujen ja blogin aktiivinen päivitys
- tilaisuuksissa ja messuilla esittely (n. 1-3 tilaisuutta/vko)
- käyntikorttien ja esitteiden jakaminen
- Facebook-sivujen aktiivinen ylläpitäminen
- jäsenkirjeiden lähettäminen (3/vuosi)
- uusien ja olemassa olevien yhteistyötahojen kontaktointi

Tulevia markkinointitoimenpiteitä on myös jatkossa aktiivinen kotisivujen ja blogin päivitys. Tilaisuuksiin ja tapahtumiin osallistuminen 1-3 kertaa viikossa auttaa saamaan runsaasti uusia kuulijoita ja mahdollisia jäseniä ja yhteistyökumppaneita Edunvalvontavaltuutus ry:lle. Tulevia tilaisuuksia keväällä ja syksyllä 2014 on sovittu seuraavien yhteistyökumppaneiden kanssa: Naantalin SOTE-ryhmä, RIL- rakennusinsinöörien liitto, Poiju, Euran ja Vehmaan eläkeläisyhdistykset sekä Turun Kaupunkilähetys Oy. (Liite 2) Käyntikortteja ja esitteitä jaetaan tilaisuuksien ja tapaamisten yhteydessä. Esitteen tulee olla selkeä ja muistettava, jotta siitä on lukijalleen hyötyä. Lisäksi siinä tulee olla yhteystiedot, jonka kautta yhdistyksestä saa helposti lisätietoa. (Liite 3)

Facebook-sivuja tulisi aktivoida lisää. Julkaisemalla säännöllisesti uusi päivitys tai kuva saadaan sivuille lukijoita. Jäsenkirje lähetetään kolme kertaa vuodessa. Jäsenkirjeessä kerrotaan yhdistyksen tapahtumista ja ajankohtaista tietoa edunvalvontavaltuutuksesta. Nykyisiä yhteistyökumppaneita tulee kontaktoida säännöllisesti, jotta pidetään yhteys jatkuvana. Näin voidaan tiedustella esimerkiksi edellisen yhteisen tilaisuuden onnistumisesta ja pohtia seuraavia. Uusia yhteistyökumppaneita tulee tavoitella aluksi esimerkiksi sähköpostitiedustelulla, jonka jälkeen voidaan ottaa yhteyttä puhelimitse tai yrittää sopia tapaaminen.

3.10.3 Organisaatio ja henkilöstö

Yhdistyksen hallitukseen kuuluu viisi jäsentä. Heillä jokaisella on oma osaamisalueensa. Juristi ja oikeustradenomit vastaavat oikeudellisesta neuvonnasta ja valtakirjojen laatimisesta. Markkinoinnin tradenomi vastaa sisäisestä ja ulkoisesta viestinnästä sekä muista markkinointitoimenpiteistä. Taloushallinnon tradenomi hoitaa yhdistyksen kirjanpidon ja toimii myös rahastonhoitajana. Lisäksi yhdistyksessä toimii muita aktiiveja. Heidän määrää halutaan kasvattaa, jotta Edunvalvontavaltuutus ry:n tunnettuutta saadaan lisättyä. Kun yhdistyksen toiminta on vakiintunut ja voidaan harkita henkilöstön rekrytoimista, tulee erityisesti kiinnittää huomiota heidän henkilökohtaisiin ominaisuuksiinsa. Henkilöstö on avain siihen, saadaanko yhdistykselle luotua positiivinen mielikuva ja tätä kautta toiminta menestymään.

3.10.4 Taloudellinen asema

Edunvalvontavaltuutus ry:n ensisijainen tavoite on edistää sosiaalisten tarpeiden toteutumista. Tämä edellyttää, että pakolliset kiinteät kulut saadaan katettua. Tavoitteena on saada yhdistykselle palkallinen toiminnanjohtaja, jonka kuukausikustannukset olisivat 2.200,00 €. Muita kuukausittaisia kuluja ovat vuokra ja sähkö 300 €, puhelinkulut ja vakuutukset.

Pakollisten menojen lisäksi ylijäävät varat käytetään esitteiden ja käyntikorttien hankintaan sekä muihin markkinointimenoihin, jotka edistävät yhdistyksen toimintaa. Yhdistyksen varat tulevat joko olemassa olevien asiakkaiden jäsenmaksuina tai oman pääoman sijoituksina.

3.11 Markkinointisuunnitelma

3.11.1 Tuotepolitiikka ja hinnoittelu

Edunvalvontavaltuutus ry tiedottaa yleisesti edunvalvontavaltuutuksesta luennoilla ja muissa tilaisuuksissa. Edunvalvontavaltuutuksen ollessa vielä tuntematon asia, tilaisuuksien saamiseksi luennot ovat maksuttomia. Tulevaisuudessa luennoista veloitetaan kulukorvaus.

Jäsenille kuuluvia palveluita ovat:

- oikeudellinen neuvonta
- edunvalvontavaltuutettujen tukijärjestönä toimiminen
- edunvalvontavaltuutuksen laadinta (vuonna 2014)

Oikeudellista neuvontaa annetaan jäsenille edunvalvontavaltuutukseen liittyvissä kysymyksissä joko puhelimitse tai yhdistyksen toimitiloissa. Lisäksi Edunvalvontavaltuutus ry toimii edunvalvontavaltuutettujen tukijärjestönä ja järjestää tiedotusta ja neuvontaa heille ajankohtaisista aiheista. Vuonna 2014 yhdistys laatii edunvalvontavaltuutuksia toimintakuntoisille jäsenilleen. Jatkossa yhdistyksen tarkoituksena on keskittyä tiedotustyöhön.

Jäseneksi liittyminen maksaa ensimmäisen vuoden osalta 60 euroa, seuraavina vuosina vuosimaksu on viisi euroa. Liittymismaksu sisältää maksuttoman edunvalvontavaltuutuksen laadinnan yhdistyksen toimitiloissa. Hinta on pyritty pitämään kohtuullisena, jotta kynnys jäseneksi liittymiseen ja valtuutuksen teettämiseen olisi mahdollisimman alhainen. Edunvalvontavaltuutuksen laatiminen on yhdistyksen kautta huomattavasti edullisempaa verrattuna pankkeihin ja lakitoimistoihin.

3.11.2 Saatavuus

Edunvalvontavaltuutus ry:n toimipiste sijaitsee Turussa, kävelykadulla, hyvien kulkuyhteyksien päässä. Toimistolla otetaan asiakkaita vastaan ajanvarauksella arkipäivisin ja tarvittaessa myös iltaisin. Yhdistys tarjoaa puhelinneuvontaa arkisin klo 9-17 välisenä aikana. Edunvalvontavaltuutus ry:llä on informatiiviset ja selkokielliset kotisivut, josta löytää tietoa helposti ja vaivattomasti kellon ympäri. Yhdistys tekee tarvittaessa kotikäyntejä, jos asiakkaan on hankala tulla toimistolle. Lisäksi yhdistys käy säännöllisesti tilaisuuksissa luennoimassa, jolloin asiakkaat voivat tulla kysymään henkilökohtaisesti edunvalvontavaltuutukseen liittyviä kysymyksiä.

3.11.3 Mainonta

Tietoisuutta yhdistyksestä ja palveluista lisätään mm. mainostamalla Vanhustyön Keskusliiton jäsenlehdessä. Lisäksi lähetetään tiedotteita järjestöjen postitusryhmien kautta esimerkiksi kokouskutsujen tai jäsenkirjeiden yhteydessä.

Tämän lisäksi Edunvalvontavaltuutus ry on panostanut Googlen hakusanamainontaan, jolla pystytään vaikuttamaan yhdistyksen kotisivujen löydettävyyteen hakukoneessa aiheesta tietoa etsiville ihmisille. Hakukonemainonnan on todettu toimivan hyvin, sillä joka viides googlemainoksen näkijä klikkaa itsensä yhdistyksen sivuille. Yhdistyksen kotisivuja ja blogia päivitetään aktiivisesti. Lisäksi yhdistys on luonut Facebook-sivut, joissa tiedotetaan mm. tulevista tilaisuuksista, joissa yhdistys on mukana.

Jatkossa pyritään myös saamaan enemmän palvelusta kertovia juttuja lehtiin ja muihin medioihin. Edunvalvontavaltuutus ry:n tavoite on saada rahoitusta, josta osa käytettäisiin myös maksulliseen mainontaan. Toistaiseksi maksettua mainontaa on käytetty vähän sen kalleuden vuoksi. Lisäksi tulee tarkkaan miettiä sitä, minkä kanavan kautta Edunvalvontavaltuutus ry:n kohderyhmät saadaan tavoitettua. Esimerkkinä maksetun mainonnan välineistä ovat paikallislehdet,

kuten Turkulainen ja Rannikkoseutu. Myös paikallisradio on hyvä mainonnan väline.

3.11.4 Sosiaalinen media

Sosiaalisen median käyttö lisääntyy jatkuvasti, eikä se ole enää vain nuorten foorumi. Asiantuntijat ovat kartoittaneet vuoden 2014 some-trendejä. Facebookista on tulossa jo koko kansan media vauvasta vaariin. Nuoriso siirtyy käyttämään sosiaalista mediaa yhä enemmän mobiililaitteilla. Liikkuvan kuvan määrä kasvaa ja se lisääntyy myös yritysten viestinnässä. Sosiaalisen median käyttäjät jakavat toisilleen mm. videoklippejä ja tieto leviää nopeasti ja laajalle. (Yle 2014.)

Some on organisaatioille korvaamaton asiakaspalveluväline, mutta se vaatii jatkuvan läsnäolon. Se on tavallaan organisaation käyntikortti. Pitää myös muistaa, että kaikki julkaistu materiaali säilyy jossain muodossa asiakkaiden nähtävillä ja näin ollen sosiaalinen media voi olla myös petollinen paikka osaamattomille. Ihmiset jakavat helposti tietoa toisilleen niin hyvässä kuin pahassa. (Yle 2014.)

Nonprofit-organisaatiolle sosiaalisen median käytöstä voi olla oikein toimittuna paljon hyötyä. Sosiaalisen median käyttö on maksutonta, mikä sopii hyvin järjestöjen markkinointibudjettiin. Somen käytössä tulee olla säännöt selvillä. Aktiivisella julkaisutahdilla ja ajankohtaisilla aiheilla sosiaalinen media on oivallinen apu nonprofit-organisaatioiden mission edesauttamisessa. Kohderyhmät on otettava huomioon valittaessa sosiaalisen median välineitä.

3.11.5 Toimintatavat

Edunvalvontavaltuutus ry:n ajama asia, edunvalvontavaltuutus, koskettaa henkilökohtaisella tasolla ja siksi henkilöstöltä vaaditaan erityistä lähestymistapaa asiakaskohtaamisissa. Edunvalvontavaltuutus ry:n tulee kouluttaa, motivoida ja johtaa henkilöstöään tehokkaasti, jotta myös sen kohderyhmät kokevat asian

itselleen tärkeäksi. Koska tilaisuuksia on hyvin erilaisia ja kohderyhmiä useita, tulee ne räätälöidä niille sopiviksi.

Edunvalvontavaltuutus ry:n yleisiin toimintatapoihin kuuluu eettinen ja moraalinen lähestymistapa. Asiakasta kuunnellaan ja neuvotaan ja pyritään löytämään paras ratkaisu hänen tarpeisiinsa. Asiakasta haastatellaan lyhyesti ensimmäisen yhteydenoton aikana, jolloin kartoitetaan mahdollinen ongelma. Sen jälkeen sovitaan henkilökohtainen tapaaminen, jonka aikana käydään läpi vaihtoehdot, joita asiakkaalle voidaan suositella. Jos asiakas haluaa tehdä edunvalvontavaltakirjan, se tehdään hänelle kahden asiantuntijan läsnä ollessa. Asiantuntijat toimivat myös valtakirjan todistajina. Kun valtakirja on tehty, annetaan mukaan vielä ohjeet, joissa neuvotaan kuinka tulee toimia, kun valtuutusta halutaan käyttää. Edunvalvontavaltuutus ry toimii myös edunvalvontavaltuutettujen tukijärjestönä.

4.RAHOITUSSUUNNITELMA

4.1 Nonprofit-organisaation rahoitus

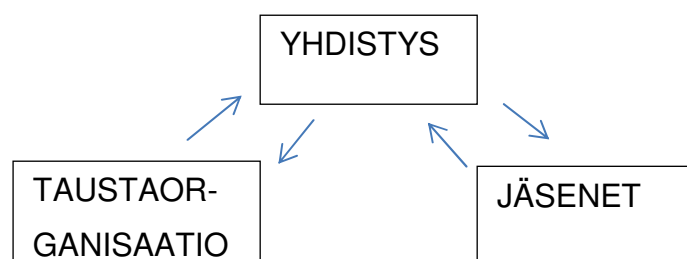
Nonprofit-organisaatioiden päätavoite ei ole voiton tuottaminen. Siitä huolimatta nekin tarvitsevat rahaa toimintansa ylläpitämiseen. Vaikka kyse olisi vapaaehtoistyöstä, joitain kustannuksia toiminnasta aina silti syntyy. Tällaisen organisaation päärahoitusmalleja ovat:

1. yksityinen jäsenorganisaatio
2. valistus- ja hyväntekeväisyysjärjestöt
3. julkisen sektorin nonprofit-organisaatio

(Vuokko 2000, 21-23.)

Yksityiset jäsenorganisaatiot ajavat jäsentensä etuja. Niiden toiminta rahoitetaan jäsenmaksuilla ja lisäksi ne voivat saada tukea myös esimerkiksi omalta kunnaltaan. Mikäli yhdistyksellä on valtakunnallinen taustaorganisaatio, yhdistys tilittää osan jäsenmaksutuloistaan usein tälle. (Vuokko 2000, 21.)

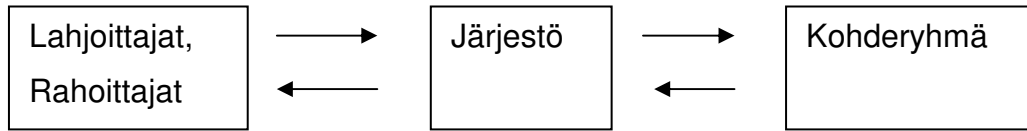
Kuviossa 10 nuoli jäseniltä yhdistykseen voi tarkoittaa jäsenmaksujen lisäksi myös työpanosta. Jäsenet voivat tarjota yhdistyksen käyttöön myös asiantuntemustaan tai suhdeverkostoaan. (Vuokko 2000, 21.)



Kuvio 10. Yksityisen jäsenorganisaation malli (Vuokko 2000, 21.)

Valistus- ja hyväntekeväisyysjärjestöt tuottavat jäsenetujen lisäksi jotain muutaakin. Niiden missio voi olla valistaa, kouluttaa tai edistää tietynlaista toimintaa tai ajattelutapaa. Vapaaehtoisten työntekijöiden merkitys on suuri, vaikka organi-

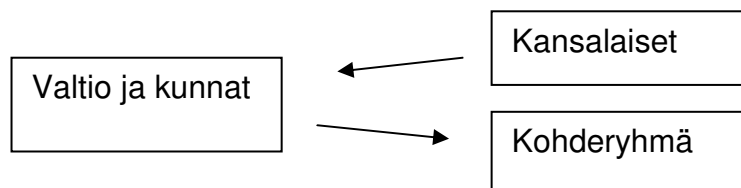
saatiolla saattaa olla palkattuakin henkilökuntaa. Kuviossa 11 on valistus- ja hyväntekeväisyysjärjestön malli. Jäsenmaksuja voidaan saada lopulliselta kohderyhmältä, mutta usein on niin, että kohderyhmältä ei saada rahaa tai muutaakaan panosta.



Kuvio 11. Valistus- ja hyväntekeväisyysjärjestön malli (Vuokko 2000, 22.)

Lähinnä julkiset rahoittajat rahoittavat nonprofit-organisaatioiden toimintaa. RAY tukee valistus- ja hyväntekeväisyysjärjestöjä vuosittain. Tuen antaminen perustuu siihen, että järjestö tekee yhteiskunnallisesti tärkeää työtä. Se on tavallaan julkiselle sektorille oman toiminnan jatke ja siksi sitä usein kutsutaan kolmanneksi sektoriksi. Myös yksityiset henkilöt ja yritykset tekevät lahjoituksia, koska auttamisesta saa hyvän mielen. Yritykset haluavat ehkä myös osoittaa sosiaalista vastuuta ja saada julkisuutta. (Vuokko 2000, 22-23.)

Kolmas päärahoitusmalli (kuvio 12) on julkisen sektorin nonprofit-organisaatio, joka perustuu verotuloihin. Näiden verotulojen avulla ylläpidetään julkisen sektorin palvelutarjontaa. Osa verotuloista palautuu kansalaisille sosiaalihuollon ja Kelan avustuksina. Yritykset voivat vastaavasti saada työllistämistukea.



Kuvio 12. Julkisen sektorin nonprofit-organisaation malli (Vuokko 2000, 24.)

Tässä mallissa ei ole kyse vapaaehtoisesta maksamisesta, vaan se perustuu veronmaksupakkoon, joka ylläpitää organisaatiota. (Vuokko 2000, 23-24.)

4.2 Yhdistyksen rahoitustarve

Yleisimmin yhdistysten varainhankinta tapahtuu jäsenmaksujen muodossa, jonka suuruus päätetään vuosikokouksessa. Varsinaisen jäsenmaksun rinnalla voi olla suurempi kannatusjäsenmaksu, joka antaa mahdollisuuden tukea yhdistyksen toimintaa ja kasvattaa varallisuutta. Muita varainhankintakeinoja ovat myyjäiset ja arpajaiset. Myyjäisten suhteen pitää muistaa, että jos aikoo myydä syötävää ja juotavaa, pitää selvittää tarvittavat luvat. Tavara-arpojen myyntihinnan jäädessä alle 2000 euron, erillistä lupaa arpajaisia varten ei tarvitse hakea. Varainhankintaa voi tehdä myös järjestämällä erilaisia tapahtumia kuten iltamia ja seminaareja. (Yhdistystieto 2014b.)

Sponsorointi

Sponsorointi on ammattimaista markkinointia, jossa sponsori saa julkisuutta ja sen tunnettuus lisääntyy. Sponsorin on jollain tavoin hyödyttävä yhteistyöstä eli esimerkiksi yritys näkyy yhdistyksen tapahtumissa ja nettisivuilla. Sponsori voi myös tarjota jotain yhdistyksen jäsenille. (Tamy 2014.)

Hyvien suhteiden ylläpito on tärkeää, sillä se on pohja pidempiaikaiselle yhteistyölle. Yhteistyökumppanit tulee kutsua yhdistyksen tapahtumiin ja heitä kannattaa muistaa merkkipäivinä. (Yhdistystieto 2014b.)

Raha-automaattiyhdistys

RAY eli Raha-automaattiyhdistys tarjoaa raha-automaatti- ja kasinopelejä Suomessa yksinoikeudella. Näistä kertyneistä voittovaroista RAY jakaa avustuksia sosiaali- ja terveysalan järjestöille, jotka tekevät työtä suomalaisen hyvinvoinnin parantamiseksi. Noin 800 järjestöä saa vuosittain avustuksia. Rahaa jaetaan yhteensä noin 300 miljoonaa euroa. (Ray 2014a.)

Avustetulta toiminnalta edellytetään tavoitteellisuutta, joka perustuu todettuun tarpeeseen. RAY myöntää neljänlaisia avustuksia. Yleisavustuksia myönnetään valtakunnallisten, merkittävien järjestöjen toiminnasta aiheutuviin menoihin. Kohdennetuissa toiminta-avustuksissa painotetaan palvelutuotannosta ja kunti-

en velvoitteista selkeästi erottuvaa kansalaisjärjestölähtöistä toimintaa. Investointiavustuksia myönnetään järjestöjen toimitilojen tai tukiasuntojen ym. hankintoihin. Tässä painotetaan tilojen esteettömyyttä ja turvallisuutta. Projektiavustuksia myönnetään uusien toimintamallien kehittämiseen ja innovatiivisiin projekteihin. Hakijoilta edellytetään suunnitelmallisuutta ja asiantuntemusta. Erityisesti kiinnitetään huomiota odotettaviin tuloksiin ja vaikutuksiin. (Ray 2014b.)

RAY:n avustuskausi 2012-2015 suuntaa rahoitusta toimintaan, joka tukee ihmisten itsenäistä suoriutumista ja elämänhallintaa. (Ray 2014c.)

4.3 Talousarvio

Talousarvio on tilikauden mittainen taloussuunnitelma yhdistyksen tuloista ja menoista. Se kertoo, mihin ja miten paljon rahaa tullaan käyttämään sekä millä toimintaa rahoitetaan. Talousarvio hyväksytään vuosikokouksessa toimikaudeksi kerrallaan. Talousarviota tehtäessä pitää miettiä jäsenmaksun ja kannatusjäsenmaksun suuruutta sekä arvioida jäsenmäärän kehitys ja mahdollinen hintojen nousu. Jäsenmaksun tulee kattaa jäsenistöön liittyvät kulut ja samalla myös olla sellainen, että jäsenet tuntevat saavansa jäsenmaksulle katetta. (Yhdistystieto 2014c.)

Edunvalvontavaltuutus ry kuuluu valistus- ja hyväntekeväisyysjärjestöjen piiriin. Sen tarkoitus ei ole tuottaa voittoa vaan valistaa, kouluttaa ja edistää edunvalvontavaltuutuksen tunnettuutta kansan keskuudessa. Yhdistyksen pääasiallinen rahoitus tulee tällä hetkellä jäsenmaksuista, mutta ilman ulkoista rahoitusta yhdistys ei pysty toimimaan. Tulevaisuuden haaveena on saada palkattua toiminnanjohtaja, mutta ilman ulkoista rahoitusta se ei onnistu. Yhdistyksen pysyvän toiminnan ja kehityksen vuoksi on päätetty hakea rahoitusta RAY:ltä. Tämän lisäksi tulisi yrittää hankkia lisärahoitusta yhteistyöllä yritysten kanssa, jotka saisivat mainostilaa yhdistyksen kotisivuilla sponsoriavustusta vastaan.

Edunvalvontavaltuutus ry:n talousarvio on melko suppea, sillä tuloina ovat jäsenmaksut ja menoina toimitilan vuokra ja sähkö sekä pienimuotoiset markkinointikulut, kuten käyntikortit ja esitteet tilaisuuksiin. Mitään investointeja ei ole

tarpeen tässä vaiheessa tehdä, joten pääoman tarvetta ei ole. Valtakirjojen laatimiseen käytetään yhdistysaktiivien omia tietokoneita, joten toiminnan juoksevat kustannukset ovat ainoita tällä hetkellä. Ohessa oleva talousarvio (Taulukko 4) on laadittu tulevaa kehitystä ajatellen.

Taulukko 4. Edunvalvontavaltuutus ry:n talousarvio 2015.

EDUNVALVONTAVALTUUTUS RY					
TALOUSARVIO	2015				
Luentopalkkiot	2500				
Matkakulut	-500				
Mainoskulut	-300				
Puhelinkulut	-100				
Vuokra, 12*300	-3600				
	-2000				
Varainhankinta					
jäsenmaksut, 100*20	2000				
	0				
Toiminnanjohtaja					
> palkka 12kk*2200	26400				
Henkilösivukulut	5676				
	32076				

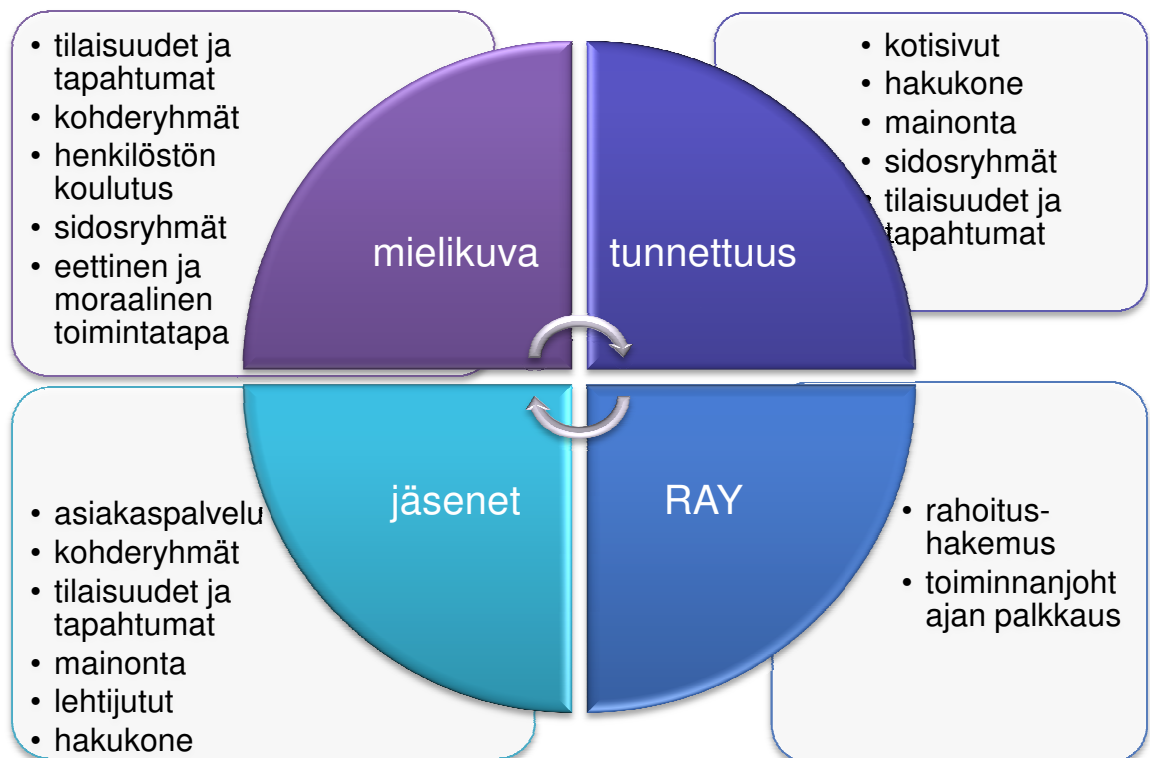
Talousarvioon on kirjattu luentopalkkiot, koska yhdistys voisi alkaa keräämään pitämistään infotilaisuuksista ja muista luentotilaisuuksista pienimuotoista korvausta. Yhdistysaktiiveille tulee kuitenkin matkakuluja, kun he matkustavat joskus aika kauaksikin pitämään esittelytilaisuuksia. Loput tuloista tulevat jäsenmaksujen muodossa ja nämä yhdessä kattavat pakolliset kulut.

Taulukosta voimme nähdä, että tällaisilla tuloilla yhdistyksellä ei ole varaa palkata toiminnanjohtajaa, joten sellaisen palkkaamiseksi tarvitaan ulkopuolista

rahoitusta. Siksi yhdistys on hakemassa Raha-automaattiyhdistykseltä avustusta vuodelle 2015.

4.4 Tulevaisuudennäkymät

Edunvalvontavaltuutus ry:n tulevaisuutta ja toiminnan vakiinnuttamista ajatellen tärkeitä asioita, joihin pitää entistä enemmän kiinnittää huomiota ja panostaa, ovat yhdistyksen positiivisen mielikuvan kasvattaminen ja tunnettuuden lisääminen, jäsenmäärän kasvattaminen, toiminnanjohtajan palkkaaminen ja RAY-rahoituksen hakeminen (kuvio 13).



Kuvio 13. Edunvalvontavaltuutus ry:n tulevaisuuden toimenpiteet.

Erilaisin markkinoinnin keinoin saavutettu tunnettuus lisää yhdistyksen luotettavuutta ihmisten mielikuvissa. Mielikuvan parantuessa jäsenmäärä kasvaa. Kun jäsenmäärä on saatu tarpeeksi isoksi, voidaan hakea RAY:ltä rahoitusta ja sen turvin palkata toiminnanjohtaja.

Tässä on suurena apuna aktiivinen toimiminen erilaisissa tilaisuuksissa ja tapahtumissa kohderyhmät huomioiden, uusien sidosryhmien kartoitus ja kontaktointi sekä aktiivinen yhteydenpito jo olemassa oleviin sidosryhmiin. Henkilöstöä pitää kouluttaa ja johtaa niin, että saadaan ylläpidettyä eettistä ja moraalista toimintatapaa. Markkinointia ja mainontaa tehostamalla saadaan jäsenmäärää kasvatettua. Kotisivujen ja facebookin aktiivinen päivittäminen, mainostaminen lehdissä ja sidosryhmäjulkaisuissa sekä myös suoramainonta edistävät jäsenmäärän ja tunnettuuden lisäämisessä.

5. POHDINTA

Tässä opinnäytetyössä käsiteltiin liiketoimintasuunnitelmaa nonprofit-organisaation näkökulmasta. Tämä aihe valittiin, koska opinnäytetyön tekijät ovat itse toimeksiantajayhdistyksen ja sen hallituksen jäseniä. Liiketoimintasuunnitelma tulee toimimaan tulevaisuudessa Edunvalvontavaltuutus ry:n toiminnan käsikirjana. Edunvalvontavaltuutus koettiin myös niin tärkeäksi asiaksi, että haluttiin selvittää, miten saadaan lisättyä sen tunnettuutta.

Liiketoimintasuunnitelma on tärkeä toiminnan työkalu myös nonprofit-organisaatiolle. Se muistuttaa jatkossakin toiminnan kehittämisestä ja suunnitelluista toimenpiteistä. Myös lukija saa käsityksen yhdistyksen toiminnasta.

Tässä liiketoimintasuunnitelmassa esitetyt menetelmät tukevat jo aiemmin Edunvalvontavaltuutus ry:ssä tehtyä työtä. Kun toiminta saadaan vakiinnutettua, voidaan suunnitelmaa laajentaa myös esimerkiksi uuden projektin kehittämisen kautta. Tulevaisuuden suunnitelmissa yhdistys voisi projektin kautta toimia yhdessä lähikuntien eläkeläisyhdistysten kanssa. Näin saataisiin varmistettua lähialueiden eläköityville asukkaille tiedotusta edunvalvontavaltuutuksesta.

Yhdistyksen ajama asia on tärkeä, haasteita riittää ja työtä pitää tehdä paljon jokaisen kansalaisen itsemääräämisoikeuden säilyttämiseksi. Tulevaisuus näyttää lupaavalta yhdistyksen toiminnan kannalta, sillä ihmisten kiinnostus edunvalvontavaltuutusta kohtaan on selkeästi kasvanut vuoden 2014 alusta alkaen.

LÄHEISEN ETUA PUOLUSTAEN!

LÄHTEET

Teokset:

Antila, T. 2007. Edunvalvontavaltuutus. Vantaa: WSOY.

Hiltunen, M.; Karjalainen, T.; Mannio, L.; Pättiniemi, P.; Pötry, J.; Savolainen, A.; Tainio, J.; Tirkkonen, T. & Välke, R. 2007. Hyvinvointiyrittäjän liiketoimintaopas: ammatinharjoittajasta yrittäjäksi. Tallinna: Tietosanoma.

Jylhä, E. & Viitala, R. 2013. Liiketoimintaosaaminen: menestyvän yritystoiminnan perusta. 6., uudistettu painos. Porvoo: Edita.

Lämsä, A-M. & Uusitalo, O. 2009. Palvelujen markkinointi esimiestyön haasteena. Helsinki: Edita.

Pitkämäki, A. 2000. Pk-yrityksen liiketoimintasuunnitelma. Jyväskylä: Gummerus.

Repo, P. 2014 Muistisairaiden uhka voi selvitä verikokeella. Helsingin Sanomat 29.1.2014.

Suominen, A. 2000. Riskienhallinta. Vantaa: WSOY.

Sutinen, M. & Viklund, E. 2005. Kaikki mitä olet halunnut tietää yritystoiminnasta: mutta et ole tiennyt keneltä kysyä. 10., uudistettu painos. Kirjakas: Savonia ammattikorkeakoulu.

Terveysten- ja hyvinvoinninlaitos, 2013. Terve-Sos 2013. Messuinfolehtinen.

Tillman, M. 2000. Ideasta kasvuyritykseksi: käsikirja liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Helsinki: WSOY.

Ylikoski, T. 2001. Unohtuiko asiakas? Keuruu: Ky-Palvelu.

Vuokko, P. 2009. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Helsinki: WSOYpro Oy.

Verkkosivut:

Businessnewsdaily 2014. What is a vision statement. Viitattu 26.3.2014 <http://www.businessnewsdaily.com/3882-vision-statement.html>.

Edunvalvontavaltuutus 2014. "Luulin, ettei edunvalvontavaltuutusta kannata vielä tehdä!" Viitattu 3.4.2014 <http://edunvalvontavaltuutus.com/2014/02>.

- Entrepreneur 2014. Goal Setting. Viitattu 19.3.2014
<http://www.entrepreneur.com/encyclopedia/goal-setting>.
- Europapreneur 2014. Markkinoinnin kilpailukeinomalli 4P:tä. Viitattu 17.3.2014
<http://europapreneur.info/wp-content/uploads/2011/04/Markkinointi.pdf>.
- Internetix 2014. Suomen oikeusjärjestys. Viitattu 3.4.2014
http://materiaalit.internetix.fi/fi/opintojaksot/9historia/lakitieto/suomen_oikeusjarjestys.
- Mainostajanhakemisto 2014. Markkinoiden segmentointi. Viitattu 11.3.2014
<http://www.mainostajanhakemisto.fi/index.php?go=sanasto&nayta=1362&haku=m&termit=54>.
- Maistraatti 2014. Edunvalvontavaltuus. Viitattu 3.4.2014
<http://www.maistraatti.fi/fi/Palvelut/holhustoimi/Edunvalvontavaltuus/>.
- Mielenterveysseura 2014. Yhdistyksen projektiopas. Viitattu 26.3.2014
<http://julkaisut.mielenterveysseura.fi/projektiopas/projektin-suunnittelu/#riskien-ennakointi>.
- Oikeus 2014. Mikä edunvalvontavaltuus on? Viitattu 3.4.2014
<http://oikeus.fi/fi/index/esitteet/edunvalvontavaltuus.html>.
- RAY 2014a. Yleiskatsaus avustuksiin vuonna 2014. Viitattu 3.4.2014 <http://avustukset.ray.fi/fi/fi/yleiskatsaus/2014/avustukset-toimialoittain>.
- RAY 2014b. Avustuslajit. Viitattu 3.4.2014 <http://www2.ray.fi/fi/jarjestot/hakeminen/avustuslajit>.
- RAY 2014c. Avustuslinjaukset. Viitattu 3.4.2014
<http://www2.ray.fi/fi/jarjestot/hakeminen/linjaukset>.
- Suomen Riskienhallintayhdistys 2014. Nelikenttäanalyysi-SWOT. Viitattu 11.2.2014
<http://www.pk-rh.fi/index.php?page=swot>.
- Suomi 2014. Edunvalvonta ja holhous. Viitattu 31.3.2014
https://www.suomi.fi/suomifi/suomi/palvelut_aiheittain/perhe_ ja_sosiaalipalvelut/edunvalvonta_ja_holhous/.
- Tamy 2014. Yhdistyksen varainhankinta. Viitattu 3.4.2014
http://www.tamy.fi/tamypedia/index.php?title=Yhdistyksen_varainhankinta.
- Terveyskirjasto 2014. Hoitoketju. Viitattu 24.4.2014
<http://www.terveyskirjasto.fi/xmedia/duo/duo91721.pdf>.

- Tilastokeskus 2014. Väestöennuste. Viitattu 20.3.2014
https://www.tilastokeskus.fi/til/vaenn/2012/vaenn_2012_2012-09-28_tie_001_fi.html.
- Uusyrityskeskus 2014. Kuinka kirjoittaa liiketoimintasuunnitelma ja miksi? Viitattu 10.2.2014
<http://www.uusyrityskeskus.fi/kuinka-kirjoittaa-liiketoimintasuunnitelma-ja-miksi-1>.
- Yhdistystieto 2014a. Yhdistys – mikä se on? Viitattu 1.4.2014 <http://yhdistystieto.fi/wiki/63-yhdistys-mika-se-on>.
- Yhdistystieto 2014b. Varainhankinta. Viitattu 3.4.2014 <http://yhdistystieto.fi/wiki/72-varainhankinta>.
- Yhdistystieto 2014c. Talousarvio. Viitattu 3.4.2014 <http://yhdistystieto.fi/wiki/70-talousarvio>.
- Yle 2014. Asiantuntijat: nämä ovat sosiaalisen median trendit vuonna 2014. Viitattu 3.4.2014
http://yle.fi/uutiset/asiantuntijat_nama_ovat_sosiaalisen_median_trendit_vuonna_2014/7028857
- .
- Yrityssuomi 2014. Liiketoimintasuunnitelma. Viitattu 10.2.2014.
<http://www.yrityssuomi.fi/fi/liiketoimintasuunnitelma>.

EDUNVALVONTAVALTAKIRJA - ESIMERKKI

VALTUUTTAJA	Matti osoite	Meikäläinen	(synt.aika)
VALTUUTETTU	Maija osoite	Meikäläinen	(synt.aika)

VALTUUTUS

Valtuutan Maija Meikäläisen edustamaan minua
1) omaisuuttani koskevilla ja muilla taloudellisilla asioissani
sekä

2) sellaisissa henkilöäni koskevilla asioissa, joiden merkitystä en kykene ymmärtämään sillä
hetkellä, jolloin valtuutusta on käytettävä.

Määrään valtuutuksen tulemaan voimaan siinä tapauksessa, että tulen sairauden, henkisen toi-
minnan häiriintymisen, heikentyneen terveydentilan tai muun vastaavan syyn vuoksi kykene-
mättömäksi huolehtimaan asioistani.

Paikka ja aika

Matti Meikäläinen
eläkeläinen, Turku

TODISTUSLAUSUMA

Samanaikaisesti läsnä olleina esteettöminä todistajina vakuutamme, että Matti Meikäläinen,
jonka henkilöllisyyden olemme tarkistaneet, on omakätisesti allekirjoittanut tämän edunvalvon-
tavaltakirjan. Toteamme, että Matti Meikäläinen on tehnyt valtakirjan vapaasta tahdostaan ja
että hän on kyennyt ymmärtämään sen merkityksen.

Paikka ja aika

Seppo Suomalainen ammatti, kaupunki synt.aika, osoite	ja	Seija Suomalainen ammatti, kaupunki synt.aika, osoite
---	----	---

EDUNVALVONTAVALTUURUS RY:N TILAISUUDET V.2014

Pv	Järjestäjä	Tilaisuus	Kuulijat
23.1.	Raision palkansaajat	Infotilaisuus	60
4.2.	Mielipide, HS	Mielipidekirj. EV:sta	52 lukijaa netissä
24.2.	Muistisairaalan ihmisen edunvalvonta		
25.2.	Raision muistiyhdistys, Helmi	Infotilaisuus	15
7.3.	Poiju	Infotilaisuus	45
10.3.	Muistiliitto	Messut	15+10 näytteilleasettaja
11.3.	Kaarinan kaupunki	Palveluohjaajien info	36
13.3.	Raision seura	Infotilaisuus	35
1.4.	Hulvelan Helmi	Infotilaisuus	
10.4.	Kotikunnas	Infotilaisuus	
24.4.	Naantalin SOTE-ryhmä	Esittely	
29.4.	RIL-rakennusinsinöörien liitto	Esittely	
8.5.	Poiju	Infotilaisuus	
9.5.	Helsinki	Hlö-kunnan koulutus	
21.5.	Eura		
11.9.	Vehmaa		
7.10.	Kaarina	Palvelupiste Vinkin 10 vuotisjuhlat, esittely	
Syys-loka	Turun Kaupunkilähetys Oy		

Edunvalvontavaltuutus – Huomisen varalle

Edunvalvontavaltuutuksen avulla voit etukäteen itse määrätä, kuka hoitaa asioitasi, mikäli olet tulevaisuudessa toimintakyvytön. Edunvalvontavaltuutus on kirjallinen asiakirja.

Oman tulevaisuuden ennakointi on mahdollista edunvalvontavaltuutuksen avulla. Ennakointiin ja edunvalvontavaltuutukseen liittyy kaksi keskeistä asiaa:

- Edunvalvontavaltuutus tukee itsemääräämisoikeutta
- Edunvalvontavaltuutus on edunvalvontaan nähden rinnakkainen ja joustavampi keino hoitaa toimintakyvyttömän henkilön asiat

Läheinen voi hoitaa toimintakyvyttömän henkilön asioita yhden ainoan asiakirjan, edunvalvontavaltuutuksen avulla. Edunvalvontavaltuutuksen laatiminen helpottaa lähiomaisia erityisesti taloudellisten asioiden hoitamisessa silloin, kun henkilö ei omien taloudellisten asioiden hoitoon enää kykene.

Edunvalvontavaltuutuksen laatiminen ei tarkoita omien oikeuksien luovuttamista pois itseltään. Edunvalvontavaltuutusta käytetään vasta sitten, jos tulet kykenemättömäksi huolehtimaan asioistasi. Edunvalvontavaltuutus laaditaan turvaksi toimintakyvyttömyyden varalta.

Edunvalvontavaltuutuksen voi tehdä kahdeksantoista vuotta täyttänyt henkilö, joka kykenee ymmärtämään valtakirjan merkityksen. Muistisairauden edetessä henkilön kyky ymmärtää valtakirjan merkitys menetetään kokonaan, joten edunvalvontavaltuutus on suositeltavaa laatia mahdollisimman ajoissa.

Edunvalvontavaltuutus on merkittävä asia tulevaisuuden kannalta. Tärkeyden johdosta edunvalvontavaltuutuksen laatimiseen suosittelemme asiantuntijan apua. Edunvalvontavaltuutus ry:n jäsenellä on jäsenenä oikeus laatia edunvalvontavaltuutus yhdistyksen asiantuntijan avustuksella.

Edunvalvontavaltuutus ry. Yliopistonkatu 26 B, 5.kerros, Turku

edunvalvontavaltuutus@gmail.com

www.edunvalvontavaltuutus.com