



HUMANISTINEN
AMMATTIKORKEAKOULU

OPINNÄYTETYÖ

Varainhankinnan kehittäminen yksityisrahoitteisessa yhdistystoiminnassa

Case Suhe

Thomas Still & Rasmus Svensson

Nuorisotyön ja kansalaistoiminnan perustutkinto (210 op)

Arvioitavaksi jättämisaika 11 / 2015

HUMANISTINEN AMMATTIKORKEAKOULU

Kansalaistoiminnan ja nuorisotyön koulutusohjelma

TIIVISTELMÄ

Työn tekijä Thomas Still, Rasmus Svensson	Sivumäärä 41 & 8
Työn nimi Varainhankinnan kehittäminen yksityisrahoitteisessa yhdistystoiminnassa - Case Suhe	
Ohjaava(t) opettaja(t) Juha Makkonen	
Työn tilaaja ja/tai työelämäohjaaja Suur-Helsingin seurakunta ry, Kirsi Mentu	
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tavoite on tutkia varainhankinnan kehittämistä yksityisrahoitteisessa yhdistystoiminnassa. Työn tilaajana on Suur-Helsingin seurakunta. Osana opinnäytetyötä toteutimme kyselytutkimuksen, joka lähetettiin Suur-Helsingin seurakunnan jäsenille. Tutkimuksen laajuuden vuoksi toteutimme opinnäytetyön parityönä.</p> <p>Opinnäytetyön on tarkoitus tuottaa työkaluja yhdistyksille, jotka tahtovat vahvistaa ja kehittää omaa varainhankintaansa. Tietoperusta pohjautuu kansallisiin tutkimuksiin varainhankinnasta, varainhankintaa ja sen kehittämistä käsittelevään kirjallisuuteen sekä tutkimusmenetelmäoppaisiin.</p> <p>Tilaajan mukaan seurakunnan varainhankinta kaipasi kehittämistä, joten opinnäytetyö pyrkii vastaamaan tilaajaorganisaation tarpeeseen. Yhdessä tilaajan kanssa katsoimme parhaaksi toteuttaa tutkimuksen määrällisenä kyselynä, jossa on myös laadullisia elementtejä. Analysoituamme kyselyn tuloksia järjestimme tilaajalle varainhankinnan kehittämispäivän, jonka tavoitteena oli esitellä tuloksia ja suunnata katse varainhankinnan tulevaisuuteen yhteistoiminnallisten menetelmien keinoin. Menetelminä käytimme aivoriihityöskentelyä ja SWOT -analyysia.</p> <p>Opinnäytetyön ensisijainen hyödynsaaja on työn tilaaja. Lisäksi työstä on hyötyä koko toimialalle, varainhankinnan kehittämisestä kiinnostuneille sekä yhteisöpedagogiopiskelijoille.</p>	
Asiasanat varainhankinta, järjestötoiminta, kehittäminen	

HUMAK UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES
The Degree Programme in Civic Activities and Youth Work

ABSTRACT

Author Thomas Still, Rasmus Svensson	Number of Pages 41 & 8
Title Development of fundraising in organisational activities – Case Suhe	
Supervisor(s) Juha Makkonen	
Subscriber and/or Mentor Suur-Helsingin seurakunta ry, Kirsi Mentu	
Abstract <p>The aim of this thesis is to research development of fund raising in private funded organisational activities. Thesis was commissioned by Suur-Helsingin seurakunta (=parish). We carried out the thesis as a survey which was sent to the members of the parish. Due to large-scale of the research it required two persons to carry it out.</p> <p>Thesis is meant to provide tools for the non-governmental organisations which have the willingness to strengthen and to develop their fund raising. Thesis is based on national researches on fund raising, development of fund raising and method literature.</p> <p>Suur-Helsingin seurakunta needed their fund raising to be developed so the thesis is trying to provide an answer to the demand. It was seen best to carry out the research as a combination of quantitative and qualitative survey. After analysing the results of the survey we arranged an innovative workshop in Suur-Helsingin seurakunta to present the results and brainstorm the issue of fund raising. As methods of the workshop we used brainstorming and SWOT –analysis.</p> <p>Firstly thesis provides benefits for Suur-Helsingin seurakunta. Secondly it serves the industry in whole, those who are interested in the matter of development of fund raising and community educator students.</p>	
Keywords fundraising, organisational activities, development	

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	5
2 TIETOPERUSTA	8
2.1 Lahjoittamisen perusteltavuus	8
2.2 Varainhankinta Isossa-Britanniassa	9
2.3 Kansalaisjärjestöjen nykytila	10
3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET	13
3.1 Kyselyn toteutus	13
3.2 Taustatiedot	16
3.3. Lahjoituksiin vaikuttavat tekijät	18
3.4. Lahjoitustottumukset Suhella	20
3.5. Yksilön merkitys ja osallisuus	23
3.6. Luotettavuus ja läpinäkyvyys	25
3.7. Yhteiskunnallinen näkökulma	27
4 JOHTOPÄÄTÖKSET	30
4.1 Johtopäätökset tuloksista	30
4.2 Tulosten jalkauttaminen	32
5 OPINNÄYTETYÖN ARVIOINTI	36
5.1 Koulutuskohtainen arviointi	36
5.2 Itsearviointi	37
LÄHTEET	39
LIITTEET	42
Liite 1 Saatekirje	42
Liite 2 Kysely	43
Liite 3 SWOT-analyysi	48
Liite 4 Brainstorming-ideat	49

1 JOHDANTO

Nykyaikana jokaisen yhteiskunnallisen toimijan tulee määritellä oman olemassaolonsa tarkoitus selvittääkseen aina vain kiihtyvässä kilpailussa resursseista ja huomiosta. Saavuttaakseen tavoitteensa yhteiskunnallisen toimijan tulee kyetä määrittelemään, kuinka tavoite saavutetaan, jolloin puhutaan strategiasta. Strategia sisältää yhdistystoiminnassa muun muassa varainhankinnan, johon tämä opinnäytetyö pureutuu.

Yksilöiden ja yksityisen sektorin organisaatioiden tuki ovat ensiarvoisen tärkeitä järjestöille. Tukea on helpompi saada järjestön ollessa tunnettu, tuloksellinen ja hyvämaineinen. Nämä yhdessä muodostavat luotettavuuden, jota ilman varainhankinta on miltei mahdotonta. Luotettavuus ei synny lyhyessä ajassa. Kun luotettavuus on varmistettu, varainhankintatekniikat on helppo oppia ja niiden käyttö alottaa. (Wilson 2001, 9.)

Opinnäytetyön tilaaja Suur-Helsingin seurakunta, lyhyesti Suhe, on vuonna 1990 perustettu uskonnollinen yhdistys. Yhdistys saa kaikki tulonsa yksityisiltä henkilöiltä. Seurakunnassa on viisi palkattua työntekijää ja noin 255 vapaaehtoistyöntekijää. (Lehtonen 2015.)

Suhen toimintakertomus (2014) avaa pähkinänkuoressa seurakunnan ideologiaa, tavoitteita, strategiaa, onnistumisia ja haasteita. Toimintakertomuksesta käy ilmi, että Suhe tahtoo olla yhteisö, joka mahdollistaa ihmisen ja Jumalan kohtaamisen. Suhe haluaa olla myös kasvava yhteisö, jossa uudet ihmiset pääsevät helposti mukaan toimintaan. Mahdollistaakseen vaivattoman mukaan pääsyn seurakunta on pyrkinyt luomaan prosesseja, joiden avulla mukaan tulo helpottuisi sekä mittareita, joilla arvioida, kuinka tavoitteessa on onnistuttu. (Suhe, 2014.)

Toimintastrategia on keskittynyt kolmeen osa-alueeseen. Näitä ovat Suhen Sunnuntai jumalanpalvelus, pienryhmätoiminta sekä palvelutiimit. Vuoden 2014 lisäyksenä strategiaan nostettiin akatemia, jonka tarkoituksena on olla tulevai-

suudessa koulutus, joka sisältää teologisia opintoja sekä työssäoppimisen jaksoja. (mt, 2014.)

Kasvuorientoituneisuus näyttäytyy seurakunnan toiminnassa monella osa-alueella. Suhen Sunnuntai jumalanpalveluksia lisättiin kahdesta kolmeen vuonna 2014. Seurakunta alkoi myös vuoden 2014 aikana valmistautumaan uuden toimipisteen perustamiseen Vantaan Tikkurilaan. Lisäksi Espoon Leppävaaraan on suunnitteilla toimipiste. (mt, 2014.)

Kasvua mitataan Suhella säännöllisesti. Seurakunta laskee Suhen Sunnuntain, Suhe Youthin (nuorten jumalanpalvelus) sekä Suhe Kidsin (lasten jumalanpalvelus) viikoittaisia kävijöitä, pienryhmien määrää sekä vuosittaisia lahjoituksia. Suhen Sunnuntain kävijämäärät kasvoivat 24 % vuodesta 2013 vuoteen 2014. Suhe Youthin kävijämäärät kasvoivat 36 %. Suhe Kidsin kävijämäärät kasvoivat 2 %. Pienryhmien määrä lisääntyi 22 %. Laskua tapahtui ainoastaan talouden alueella. Vuonna 2013 Suhe keräsi lahjoituksia 378 706 € ja vuonna 2014 363 802 €. Lahjoittaminen putosi 4 %. (mt, 2014.)

Suhe on kasvuun tähtäävä yhteisö, jolla on vahva tahtotila nostaa profiiliaan ihmisten elämään vaikuttavana yhteiskunnallisena toimijana. Tilaisuuksien tulisi pysyä mielenkiintoisina ja puoleensavetävinä, jotta seurakuntalaiset jatkossakin osallistuisivat mukaan toimintaan. Organisaatiolla täytyy olla taitoja herättää tukijoiden mielenkiinto, vakuuttaa asian arvokkuus ja varteenotettavuus kilpaillessa muiden hyvien asioiden kanssa (Wilson 2001, 11—12). Muun muassa tilakustannuksia olisi mahdotonta kattaa ilman yksityisten lahjoittajien tukea. Näin ollen varainhankinta ja toiminnan ylläpitäminen sekä kehittäminen liittyvät olennaisesti toisiinsa. Kun varainhankinta on kestäväällä pohjalla, muun muassa tapahtumien ja tilaisuuksien suunnittelu on helpompaa.

Taloudellisten haasteiden ilmaantuessa on tärkeää uudistaa varainhankinnan strategioita tai luoda varainhankintastrategia, jos sellaista ei ole. Varainhankintaa kehitettäessä strategiaan tulisi sisältyä neljä tavoitetta. Ensimmäiseksi mahdollisten tukijoiden tulee tietää organisaation olemassaolosta. Toiseksi mahdollisilla tukijoilla tulee olla hyvä syy tukea organisaatiota. Kolmanneksi organisaati-

tio ei saa pelätä pyytää tukea. Neljänneksi organisaation tulee varmistaa pääsy niiden ihmisten luo, jotka tahtovat rakentaa yhteisöä. (mt, 9—15.)

Opinnäytetyön tavoitteena on tutkia varainhankinnan kehittämisen mahdollisuuksia yksityisrahoitteisessa yhdistystoiminnassa. Opinnäytetyön tarkoitus on tuoda näkökulmia varainhankinnan kehittämiseen ja arvioida kehittämisen mahdollisuuksia. Opinnäytetyö voi tulevaisuudessa toimia esimerkkinä yhdistyksille ja seurakunnille, jotka haluavat kehittää varainhankintaansa.

2 TIETOPERUSTA

On tarpeen ymmärtää varainhankinnan taustalla vaikuttavia tekijöitä, jotta varainhankintaa voi kehittää. Tarkastelemme tässä luvussa tutkimusten valossa varainhankinnan nykytilaa Suomessa ja Isossa-Britanniassa sekä sitä, kuinka päättäjät ovat Suomessa onnistuneet viime vuosina parantamaan varainhankinnan toimintaedellytyksiä.

2.1 Lahjoittamisen perusteltavuus

Vastuullinen lahjoittaminen ry, lyhyesti Vala ry, on yleishyödyllisten järjestöjen varainhankinnan kattojärjestö Suomessa. Se perustettiin vuonna 2004, koska koettiin tarpeelliseksi, että järjestöjen yhteistoimintaa tulisi lisätä. (Vala 2015a.) Vala ry:ssä uskotaan vahvasti, että järjestöjen on tehtävä työtä luotettavuutensa eteen. Tästä syystä Vala ry on tuottanut Vastuullisen varainhankinnan ammatilliset arvot ja periaatteet, jonka mukaan varainhankinnan tulisi olla rehellistä, kunnioittavaa, avointa ja läpinäkyvää. (Vala 2013.) On huomionarvoista, että järjestöjen varainhankintaan keskittyvä kattojärjestö perustettiin Suomeen vasta 2000 -luvulla.

Vala ry on sittemmin löytänyt paikkansa suomalaisessa järjestökentässä varainhankinnan kehittämisen puolestapuhujana. Tästä hyvänä esimerkkinä ovat Vastuullisen varainhankinnan ammatilliset arvot ja periaatteet. On tärkeää, että järjestöjen varainhankinnalle on eettiset ohjeistukset, jotka haastavat järjestöjä tarkastelemaan toimintansa arvopohjaa.

Vala ry:n tarkoituksena on edistää järjestöjen varainhankinnan eettisyyttä, vastuullisuutta ja hyvää hallinnointia vahvistaakseen potentiaalisten lahjoittajien luottamusta järjestöjen varainhankintaa kohtaan. Vala ry katsoo, että lahjoittajien luottamus järjestöä kohtaan on avaintekijä yleishyödyllisten järjestöjen varainhankinnassa. (Vala 2012; Wilson 2001, 11—12.) Vala ry:n tavoitteena on, että lahjoittajat voisivat kokea luottamusta sitä järjestöä kohtaan, jota tukevat.

Vala ry myös haastaa järjestöjä olemaan vastuullisempia varainhankinnassaan ja kehittämään parempaa hallinnointia.

2.2 Varainhankinta Isossa-Britanniassa

UK Giving 2014 -raportin mukaan noin 80 % Britannian väestöstä osallistui kansalaisjärjestöjen toimintaan viimeisen 12 kuukauden aikana joko lahjoittaen rahaa tai tehden jotain yleishyödyllistä palvelusta. 60 % osallistui vastaavilla tavoilla viimeisen kuukauden aikana. Raportin mukaan 16—24 -vuotiaat osallistuvat lahjoittamalla tai sosiaalisella toiminnalla vähiten kansalaisjärjestöjen toimintaan. 45—64 -vuotiaista taas suurin osa on osallistunut jollakin tavoin järjestöjen toimintaan. (Charities Aid Foundation 2015, 5.)

Valitsimme Ison-Britannian järjestöjen varainhankinnan vertailukohteeksi tutkimuksellemme kerryttääksemme laajempaa ymmärrystä varainhankinnasta globaalina ilmiönä. Tavoitteena on tarkastella, kuinka yleisluontoisia varainhankintaan liittyvät taustatekijät ovat. Isossa-Britanniassa ihmisten osallistuminen kansalaisjärjestöjen toimintaan on yleisesti aktiivista. Eroa tosin voidaan havaita vanhempien ja nuorten ihmisten osallistumisessa.

70 % Britannian väestöstä lahjoitti rahaa viimeisten 12 kuukauden aikana ja 44 % lahjoitti viimeisen kuukauden aikana. Tyypillinen lahjoittaja on tutkimuksen valossa korkeamman sosioekonomisen luokan vanhempi nainen. Pääasiallinen yksittäisen lahjoituksen määrä oli 14 puntaa. Uskonnollisten järjestöjen keskimääräinen lahjoitusmäärä oli selkeästi korkeampi kuin lahjoitusten kokonaiskeskiarvo. Uskonnollisille järjestöille lahjoitettu keskimääräinen summa oli 20 puntaa. (mt, 5—9.) Isossa-Britanniassa lahjoittaminen järjestöille on aktiivista ja naiset lahjoittavat useimmiten. Huomionarvoista on, että uskonnollisille järjestöille suunnatut lahjoitukset ovat keskimääräisesti korkeampia kuin muille järjestöille.

Käteistä suosittiin eniten lahjoittamistapana. Toiseksi suosituin lahjoitustapa oli maksupäätte, kolmanneksi suosituin oli verkkolahjoittaminen ja neljänneksi suosituin tekstiviestilahjoitus. Nuoret lahjoittajat suosivat keskivertoa enemmän kä-

teisellä lahjoittamista, huolimatta runsaasta verkon ja sosiaaliseen median käytöstä. (mt, 5.) Käteisellä ja maksupäätteellä lahjoitettiin Isossa-Britanniassa eniten. Seuraavaksi yleisimmät lahjoitustavat tapahtuivat verkossa ja tekstiviestein. Nuorten lahjoituskäyttäytymisessä yllättää verkon hyödyntämisen vähyys.

Raportin mukaan tietoisuutta eri lahjoitustavoista tulisi nostaa. Järjestöjen tulisi pyrkiä ottamaan lahjoittajien erilaiset tarpeet huomioon sekä kyetä vakuuttamaan lahjoittajat taloudellisesta turvallisuudestaan lahjoittaessaan. Lisäksi järjestöjen tulisi viestiä sitä, mikä merkitys lahjoituksilla on järjestöjen toiminnalle. (mt, 5.) Raportti esittää, että järjestöillä on kehitettävää varainhankintakeinoissa, lahjoittajien tarpeiden huomioon ottamisessa, turvallisuuden varmistamisessa ja lahjoitusten merkityksen viestimisessä.

2.3 Kansalaisjärjestöjen nykytila

Taloustutkimus Oy:n (2014) toteuttama tutkimus Kansalaisjärjestöjen nykytilasta osoittaa, että kansalaisjärjestöissä varainhankinta on useimmiten (73 %) osajonkun työntekijän toimenkuvaa. Alle kolmannessa osassa järjestöjä (27 %) varainhankijat ovat vapaaehtoisia ja noin joka viidennessä järjestössä (22 %) on palkattu varainhankkija. Useimmiten varainhankinta kuuluu toiminnanjohtajan (56 %) toimenkuvaan ja joskus myös viestinnästä vastaavan toimenkuvaan (18 %). (Taloustutkimus Oy, 2014a, 2.)

Varainhankinnasta vastuussa oleva henkilö voi olla kuka tahansa toiminnanjohtajasta vapaaehtoistyöntekijään. Resurssit asettavat rajoitteita järjestöjen varainhankinnassa. Jos järjestöllä on vain muutama työntekijä, ei varainhankintaan välttämättä voida käyttää palkallisia työtunteja. Toisaalta juuri tämän kaltaiset säästötoimenpiteet voivat aiheuttaa vielä suurempia ongelmia työn jatkuvuudelle. Varainhankinta tulisi ennen kaikkea nähdä arvokkaan työn jatkumisen mahdollistajana.

Järjestö ei voi sivuuttaa varainhankintaa vain siksi, että se tuntuu kerjäämiseltä. Varainhankinta ei ole kerjäämistä, vaan se on osa järjestön työtä kohti turvalli-

sempää ja terveellisempää yhteisön rakentamista. Järjestön saama lahjoitus on tukijan sijoitus yhteisöön ja sen kehittämiseen. (Wilson 2001, 13—14.) Järjestöjen ei tulisi näin ollen suhtautua negatiivisesti varainhankintaan, vaan ymmärtää sen merkitys työn jatkuvuuden kannalta.

Merkittävimpiä lahjoittamisen muotoja ovat jäsenmaksut, kertalahjoitukset, julkiset avustukset, tapahtumat ja tuotemyynti. Yksityisrahoituksen kehittämisen sisäisinä haasteina nähdään henkilöresurssit, järjestön julkisuuskuva, tunnettuus, näkyvyys, toiminnan tuotteistaminen varainhankintaan, taloudelliset resurssit ja varainhankkijoiden ammattitaito. Ulkoisina haasteina mainitaan uusien lahjoittajien löytäminen ja muiden rahankeräystahojen kilpailu. (Taloustutkimus Oy 2014a, 2.)

Tunnettuus, julkisuuskuva ja näkyvyys nähdään merkittävinä haasteina järjestöjen yksityisrahoituksen kehittämisessä. Jos järjestö ei ole tunnettu, se ei voi kerätä varainhankinnallaan juurikaan varoja. Toisaalta tunnettuuden lisääminen vaatii varoja ja markkinointiosaamista, joita pienillä järjestöillä ei aina ole. Näin ollen järjestöt voivat kokea olevansa mahdottoman yhtälön edessä ja voivat siksi päätyä epätoivoisiin rahankeruuraatkaisuihin ilman todellista suunnitelmaa ja strategiaa.

Kansalaisjärjestöt kokevat, että varainhankinnan yksityisrahoituksen toimintaedellytyksiä voisi kehittää tekemällä lahjoittamisen mahdollisuutta tunnetummaksi, laajentamalla lahjoitusten verovähennysoikeutta sekä keventämällä maksujärjestelmiä pankki-, posti- ja puhelinpalveluissa. Kansalaisjärjestöt kaipaavat kattojärjestöiltä koulutusta ja tiedonjakamista sekä päättäjiin vaikuttamista. (Taloustutkimus Oy 2014a, 3.) Lahjoitusten verovähennysoikeuden laajentamisella ja maksujärjestelmien keventämisellä olisi järjestöille suuri merkitys. Onkin toivottavaa, että tulevaisuudessa päättäjät voisivat olla viemässä asioita eteenpäin.

Taloustutkimus Oy:n toteuttama tutkimus järjestöjen taloudellisista toimintaedellytyksistä pyrkii selvittämään poliittisten päättäjien arvioita kolmannen sektorin varainhankinnasta sekä sitä, onko järjestöjen toivomissa julkishallinnon toimissa tapahtunut edistystä ja ovatko ne tukeneet varainhankinnan mahdollistamista.

Vastaajista valtaosa pitää kansalaisjärjestöjen toimintaa yhteiskunnallisesti merkittävänä. Lisäksi kansalaisjärjestöjen nähtiin nostavan esiin yhteiskunnallisessa keskustelussa aiheita, jotka muuten eivät nousisi esiin. (Taloustutkimus Oy 2014b, 1—5.)

Vuoden 2011 hallitusohjelmassa päätettiin, että:

”Kansalaisjärjestöjen toimintaedellytyksiä vapaaehtois- ja vertaistuen, auttamistyön ja erityispalvelujen tuottajina vahvistetaan, resursointia parannetaan sekä varainhankintaa ja verovapautta selkeytetään.” (Taloustutkimus Oy 2014b, 4)

Hallitusohjelman ei nähty toteutuneen missään edellä mainitussa osa-alueessa. Päättäjät kokivat, että lahjoitusten verovähennysoikeuden kehittäminen ja verovapauden selkeyttäminen on toteutunut heikoiten. Tämän vuoksi päättäjät kokivat, että vuosien 2015—2019 hallitusohjelmassa tulisi olla mainittuna taloudellisten toimintaedellytysten vahvistaminen. (Taloustutkimus Oy 2014b, 4—5.)

3 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS JA TULOKSET

Kehittämistyö alkaa kehittämiskohteen löytämisestä ja määrittelystä (Moilanen & Ritalahti 2009, 19). Toisella tämän opinnäytetyön tekijöistä oli yhteys Suur-Helsingin seurakuntaan ja tästä syystä päätimme lähestyä seurakuntaa opinnäytetyön merkeissä. Otimme yhteyttä seurakunnan työntekijään ja ehdotimme, että voisimme tehdä opinnäytetyön seurakunnan toiminnasta. Sovimme tapaamisen, jossa tarkoituksenamme oli selvittää toiminnan kehittämistarpeita. Tapaaminen tuotti tulosta ja saimme selville, että varainhankinnan kehittäminen olisi tärkeää yhdistyksen toiminnan jatkuvuuden takaamiseksi. Yhdistyksen talous nojautuu täysin yksityisten lahjoittajien tukeen ja näin ollen jatkuvuuden kannalta olisi tärkeää saada tietoa lahjoittajista ja heidän mielikuvistaan lahjoittamista kohtaan.

3.1 Kyselyn toteutus

Perusjoukolla tarkoitetaan henkilöitä, joista tutkimuksessa ollaan kiinnostuneita (Vehkalahti 2008, 43). Tämän tutkimuksen perusjoukon muodostavat kaikki SuHELLA käyvät ja toiminnassa mukana olevat henkilöt. Otos tarkoittaa tutkimukseen valittuja henkilöitä (mt., 43). Tutkimuksemme otos sisältää Suhen web-pohjaiseen tietokantaohjelmistoon (Elvanto) rekisteröityneet henkilöt, joille kysely sähköpostitse lähetettiin. Otanta muodostuu otoksen perusteella saaduista tuloksista (mt., 43). Tässä tapauksessa otannan siis muodostavat ne henkilöt, jotka vastasivat kyselyyn.

Päätimme tehdä Suur-Helsingin seurakunnan jäsenille määrällisen ja laadullisen tutkimuksen yhdistelmän. Tutkimuksen toteutimme suljetun ja avoimen kyselyn yhdistelmänä Webropol -alustalla, jonka koimme hyväksi menetelmäksi helppokäyttöisyytensä vuoksi. Lisäksi arvelimme helposti lähestyttävän alustan lisäävän tutkimuksen osallistujamäärää.

Määrällinen menetelmä tarkoittaa strukturoitua kyselyä, jossa on kysytään samat asiat samassa muodossa kaikilta vastaajilta. Strukturoitujen kysymysten vastaukset analysoidaan tilastollisin menetelmin ja yleistetään koko perusjoukkoa koskevaksi. (Moilanen & Ritalahti 2009, 94.)

Laadullisilla menetelmillä tarkoitetaan kyselylomakkeen avoimia osuuksia, joihin vastaaja kirjoittaa omin sanoin näkemyksiään. Avoimien osuuksien tarkoituksena on luoda uutta tietoa. (mt., 95.) Tämän tutkimuksen avoimissa osioissa tarkoituksenamme oli kerätä kehittämissuhteita Suhen toimintaan ja sen varainhankintaan liittyen.

Pohdimme kyselyn ulkoasua ja kysymysten asettelua perusteellisesti. Esimerkiksi tutkiessamme vastaajajoukon ikäjakaumaa kysyimme: ”Mikä on syntymävuotesi?” sen sijaan, että olisimme kysyneet ikää suoraan. Tämä siksi, että osa ihmisistä voi kokea iän kysymisen tungettelevana (Vehkalahti 2008, 25).

Huolellisen pohdinnan ja kysymysten asettelun jälkeen lähetimme seurakuntalaisille sähköpostitse linkin kyselyyn. Saimme Suhen hallitukselta luvan käyttää yhdistyksen tietokantaohjelmistoa, josta saimme jäsenten sähköpostiosoitteet. Lähetimme kyselyn sekä kyselyä esittelevän saatekirjeen 830 seurakuntalaiselle. Saatekirjeen allekirjoitti yhdistyksen hallituksen puheenjohtaja. Jotkut saattavat kokea kyselyn lahjoittamisesta arkaluontoiseksi, joten arvelimme yhdistyksen puheenjohtajan allekirjoituksen lisäävän kyselyn uskottavuutta.

Ei ole yhdentekevää, miten saatekirjeen muotoilee. Saatekirjeessä tulee esitellä tutkimuksen luonne ja tarkoitus, eli kuka tutkimuksen tekee ja miten tuloksia käytetään. Huolellisesti kirjoitettu saatekirje herättää vastaajan mielenkiinnon ja näin ollen useampi vastaa saatekirjeen mukana tulleeseen kyselylomakkeeseen. (Vehkalahti 2008, 49.)

Vastaaminen kyselyyn tapahtui nimettömästi, mitä painotimme saatekirjeessä, jotta vastaajan olisi helpompaa suhtautua kyselyyn avoimesti ja totuudenmukaisesti. Kyselyyn vastaamiseen oli aikaa kolme viikkoa, joiden aikana lähetimme jäsenille kaksi muistutusviestiä.

Otannan ollessa tarpeeksi suuri voidaan varmistua, etteivät tulokset ole sattumanvaraisia. Tällöin puhutaan menetelmän luotettavuudesta eli reliabiliteetista. (Anttila 2006, 515—517.) Kolmen viikon aikana kyselyyn vastasi 232 henkilöä. Näin ollen noin 28 % joukosta vastasi kyselyyn ja katsomme sen olevan tarpeeksi kattava otanta seurakuntalaisista, jotta tutkimusta voidaan pitää luotettavana. Kyselyn päätyttyä siirsimme Webropoliin kirjatut vastaukset tilastotieteelliseen analyysiin suunniteltuun ohjelmistoon (Spss). Tämän jälkeen käytimme taulukoiden luomiseen Excel -ohjelmaa.

Kyselyä tehdessämme pohdimme useaan otteeseen määrällisten kysymysten vastausvaihtoehtoja. Päädyimme laittamaan mielipidekysymyksiin neljä eri vaihtoehtoa: samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, jokseenkin eri mieltä ja eri mieltä. Tulimme tähän tulokseen, koska mielestämme ehdoton kanta mielipideasioihin voi olla vaikea päättää. Helpottaaksemme vastaajan päätöksentekoa lisäsimme vaihtoehtoiksi jokseenkin samaa mieltä ja jokseenkin eri mieltä. Ristiintaulukoidessamme päätimme taulukoiden selkeyttämisen vuoksi yhdistää neljä vastausryhmää kahdeksi. Näin ollen vastaukset jakaantuivat samaa mieltä ja eri mieltä oleviin.

Joidenkin tärkeäksi kokemiemme vastausten pohjalta teimme ristiintaulukointia. Ristiintaulukointi tapahtui Spss-ohjelmassa (crosstabs) ja se tarkoittaa sitä, että kaksi vastausta on yhdistetty siten, että toinen on selittävä tekijä ja toinen on selitettävä tekijä. Kahta vastausta yhdistelemällä voidaan esimerkiksi vertailla vastaajien ikää (selittävä tekijä) ja lahjoituskertoja vuodessa (selitettävä tekijä). Näitä kahta taulukkoa vertailemalla keskenään saadaan selville, mikä ikäryhmä tekee useimmiten lahjoituksia vuodessa.

Laadullisen ja määrällisen tutkimuksen yhdistelmällä saadaan kattavaa tietoa tutkittavasta ilmiöstä (Vehkalahti 2008, 25). Laadullisissa avoimissa vastauksissa vastaajilla oli mahdollisuus myös esitellä omia kehittämisideoitaan. Vastaajien omat näkemykset lahjoittamiseen liittyen olivat tärkeitä, sillä niiden avulla pystyimme myös huomioimaan asioita, jotka jäivät strukturoiduissa kysymyksissä huomioimatta. Kuten tässä osiossa tulemme esittelemään, olemme analysoineet avoimia vastauksia laadullisin menetelmin jakaen ne teemoihin kuten taulukossa 2.

Tilastolliseen tutkimukseen tarvitaan erilaisia mittareita. Kyselytutkimuksen mittarit koostuvat siinä esitetyistä väitteistä ja kysymyksistä. (Vehkalahti 2008, 17.) Vaikka tutkimuksemme onkin laadullisen ja määrällisen tutkimuksen yhdistelmä, sisältää se pääosin määrälliseen tutkimukseen tarkoitettuja kysymyksiä. Koimme näin saavamme paremmin kohdistettua kysymykset vastaamaan tutkimuksen tarkoitusta, sillä avoimissa vastauksissa useampi saattaa poiketa aiheesta. Näin ollen vastauksista tulee hedelmättömiä, eivätkä ne palvele alkuperäistä käyttötarkoitustaan (Valli 2015, 71). Lisäksi strukturoitujen kysymysten vastauksia on vaivattomampi analysoida kun vastaavasti avoimia vastauksia.

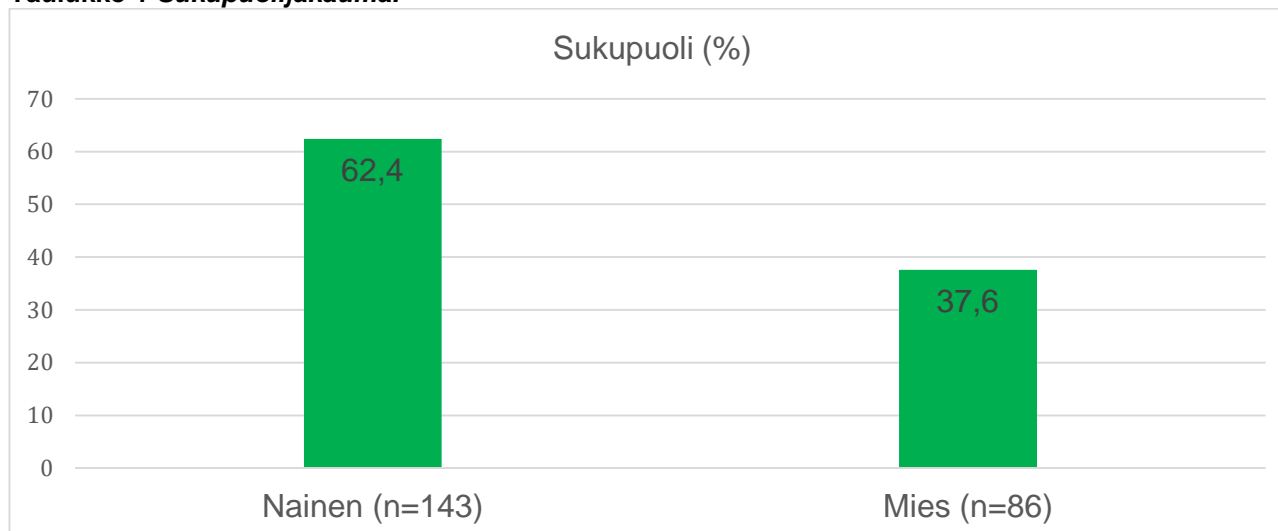
3.2 Taustatiedot

Opinnäytetyötä varten tekemämme tutkimuksen yhtenä tavoitteena oli selvittää suhelaisten ominaispiirteitä. Kysyimme vastaajilta heidän sukupuolta, ikää, siviilisäätyä, perhemuotoa, työtilannetta, kuukausituloja sekä kuukausittaisia lahjoitusmääriä.

Suhelaisista reilusti yli puolet on alle 25—34 -vuotiaita nuoria aikuisia. Vertailuna voisi tarkastella Taloustutkimus Oy:n (2009) tekemää tutkimusta, jossa selvitettiin suomalaisten mielipiteitä Suomen evankelis-luterilaisen kirkon asioista. Tutkimuksen mukaan yli 50 -vuotiaat ovat aktiivisempia kirkossa kävijöitä kuin 25—49 -vuotiaat (Taloustutkimus Oy 2009, 8). Suhen kävijät ovat Suomen evankelis-luterilaiseen kirkkoon nähden nuorempia. Seurakunnan jäsenten nuorta ikää voi selittää Suhen moderni ja nyky-yhteiskuntaan sopiva tapa toimia. Suhen tilat ovat trendikkäät ja siksi helposti lähestyttävät. Seurakunta sijaitsee Kalliossa, jossa asuu paljon nuoria aikuisia. Sijaintinsa puolesta se on hyvällä paikalla tavoittaakseen heitä mukaan toimintaan. Me naiset -lehden (2014) artikkelissa Suhea kutsuttiin cityseurakunnaksi. Seurakunta tavoittaa sosiaalisen median kanavien kautta erityisesti nuoria ja nuoria aikuisia. Suhe tiedottaa asioistaan useissa sosiaalisen median kanavissa, kuten Twitterissä, Facebookissa, Vimeossa ja SoundCloudissa.

Tutkimuksessa selvisi, että naisten osuus Suhella on huomattavasti suurempi kuin miesten (taulukko 1).

Taulukko 1 Sukupuolijakauma.



Suomen evankelis-luterilaisen kirkon nelivuotiskertomuksen mukaan vuoden 2011 lopussa kirkkoon kuului 4 353 352 henkilöä. Koko Suomen väestön naisista 80 % ja miehistä 74 % kuului evankelis-luterilaiseen kirkkoon. (Kirkon tutkimuskeskus 2012, 74.) Naisten selkeä enemmistö Suhella vastaa evankelis-luterilaisen kirkon trendiä, että naiset kuuluvat seurakuntaan useammin kuin miehet.

Avoliitossa olevia on 42 %, naimattomia on 53 % ja avoliitossa on 5 %. Parisuhteessa eläviä, joilla on alaikäisiä lapsia, on 21 %, parisuhteessa eläviä, joilla ei ole lapsia tai lapset ovat aikuisia on 32 %, yksinhuoltajia on 0,5 % ja yksin asuvia on 48 %. Erilaisia perhemuotoja esiintyy tasaisesti lukuun ottamatta yksinhuoltajia.

Kysyimme tutkimuksessamme vastaajien pääasiallista työtilannetta ja keskimääräisiä tuloja kuukaudessa, jotta saisimme tietää suhelaisten sosioekonomisia statuksia. Tutkimuksemme sisälsi myös kysymyksen suhelaisten tekemistä kuukausittaisista lahjoituksista ja niiden säännöllisyydestä. Näillä kysymyksillä toivoimme kartuttavamme tietoa lahjoitusmääriin vaikuttavista tekijöistä.

Seurakuntalaisten työtilanne on melko hyvä. Vastaajista työttömiä on vain 3 %. Opiskelijoita on 37 % ja palkkatyössä toimivia 45 %. Jäsenten nuori ikä selittää sitä, että moni vastaajista kertoi olevansa päätoimisesti opiskelija. Eläkeläisiksi itsensä ilmoitti vain muutama. Toisen asteen tutkinto on 43 %:lla ja korkeakoulututkinto on 53 %:lla. Harvalla ylin suoritettu koulutus on perus- keski- tai kansakoulu (4 %). Voi siis todeta, että suhelaiset ovat melko hyvin kouluttautuneita.

50 % Suheen kuuluvista saa palkkaa kuukaudessa alle 1500 €. 19 %:lla on 1500—2500 €:n kuukausitulot. 21 %:lla on 2500—3500 €:n kuukausitulot. 10 %:lla on yli 3500 € kuukausitulot. Opiskelijoiden suuri määrä on selittävä tekijä näin suureen pienituloisten määrään.

3.3. Lahjoitukseen vaikuttavat tekijät

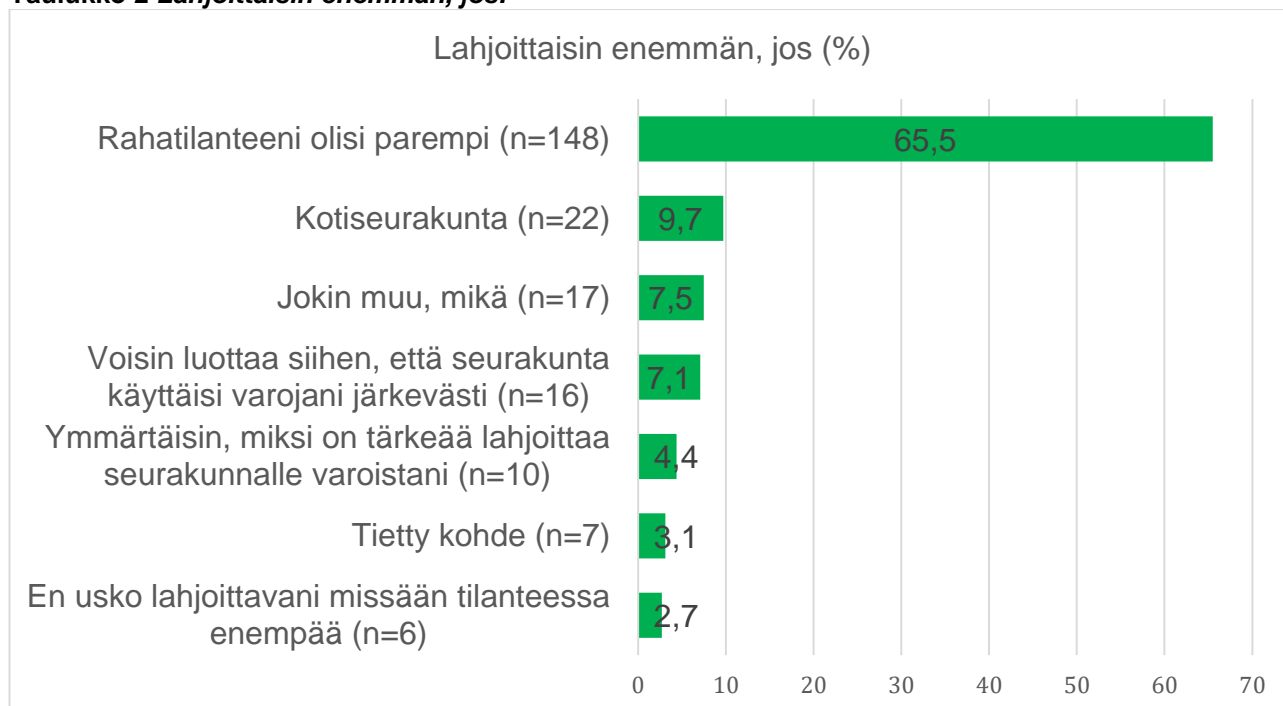
Kysyimme lahjoittajilta, missä tilanteessa he olisivat valmiita lahjoittamaan enemmän Suhelle. Kysymyksellä halusimme kartoittaa mahdollisia toimenpiteitä, joita Suhe voisi hyödyntää varainhankinnan kehittämiseksi. Kysymys lahjoitaisin enemmän, jos (taulukko 2) sisälsi valmiiden vastausten lisäksi myös avoimen vastauksen vaihtoehdon. Jaoimme vapaat vastaukset ryhmiin niissä esiintyvien teemojen mukaan. Uudet ryhmät olivat kotiseurakunta ja tietty kohde. Kotiseurakunnan alle menivät kaikki vastaukset, joissa esitettiin ajatus siitä, että lahjoitaisi enemmän, jos Suhe olisi vastaajan kotiseurakunta. Yksi vastaajista ajatteli seuraavasti:

”Olin täysin varma että se on kotiseurakuntani. Maksamme edelleen kymmenyksiä edelliselle srk:lle joka oli silloisessa kotikaupungissa”.

Tietty kohde vastausryhmän alle menevät kaikki vastaukset, joissa vastaaja sanoi kasvattavansa lahjoitusten määrää, jos Suhe kertoisi lahjoitusten menevän joihinkin tiettyihin kohteisiin, esimerkiksi kehitysapuun, kuten seuraavan esimerkkivastauksen kirjoittaja ajatteli:

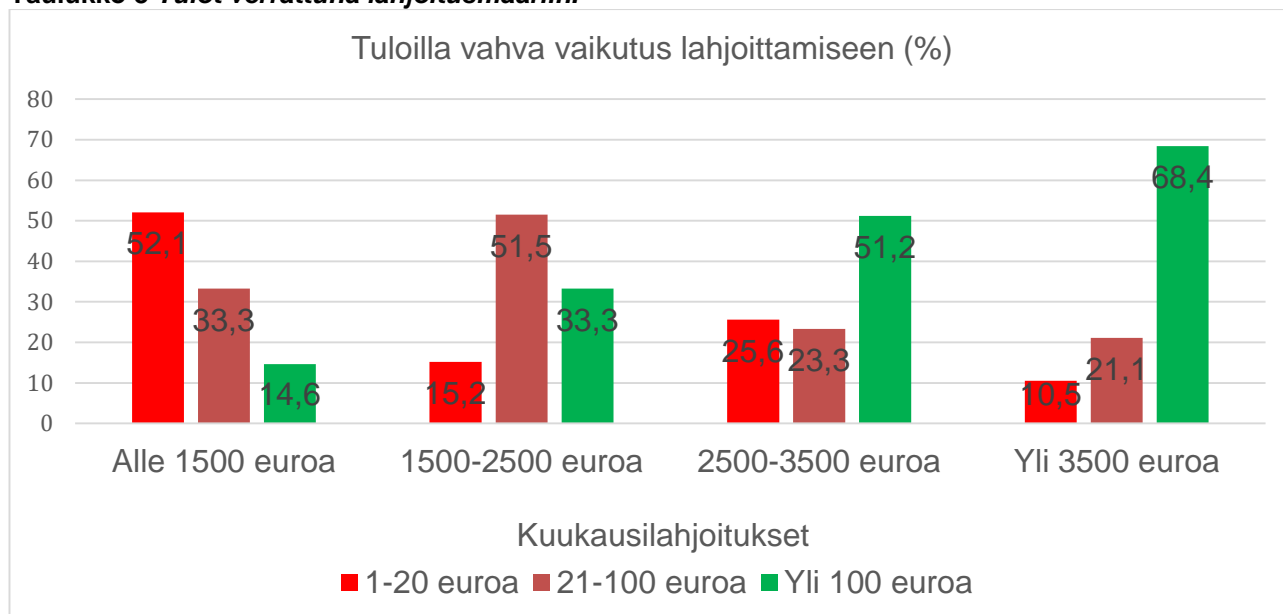
”rahat käytettäisiin diakoniaan, lähetystyöhön, tms.”

Taulukko 2 Lahjoittaisin enemmän, jos.



Tulojen määrä osoittautui erittäin hyödylliseksi selittäjäksi ristiintaulukoinnissa. Taulukon avulla saimme selville, mikä tuloluokka lahjoittaa eniten Suhen toimintaan. Ristiintaulukoinnissa selvisi, että lahjoittajan tulot ovat suurin yksittäinen lahjoitusten määriä selittävä tekijä (taulukko 3). Myös taulukossa 2 selkein yksittäinen tekijä rahalahjoituksen kasvattamiseen on rahatilanteen parantuminen. Voi siis olettaa, että lahjoitusten määrät kasvavat, jos seurakuntalaisten tulot nousevat.

Taulukossa 3, on ristiintaulukoitu tulot selittävänä tekijänä keskimääräisille kuukausilahjoituksille. Taulukosta on selkeästi huomattavissa, että tulojen kasvaessa myös lahjoitusten määrä lisääntyy. Trendi näyttäytyy erityisesti yli 100 € kuukaudessa lahjoittavien määrässä. Alle 1500 € kuukaudessa tienaavia henkilöitä, jotka lahjoittavat yli 100 € kuukaudessa on 15 %. Vastaavan lahjoitusmäärän tekeviä yli 3500 € kuukaudessa ansaitsevien ryhmässä on 68 %.

Taulukko 3 Tulot verrattuna lahjoitusmääriin.

3.4. Lahjoitustottumukset Suhella

Suhelaiset ovat aktiivisia ja sitoutuneita lahjoittajia. Ainoastaan 14 % seurakunnan jäsenistä ei tällä hetkellä lahjoita. Suurin osa lahjoittavista jäsenistä lahjoittaa yli kuusi kertaa vuodessa. Jaoinme vastaajat heidän tekemiensä lahjoitusten määrien perusteella kolmeen eri ryhmään: 1—20 €, 21—100 € ja yli 100 € kuukaudessa lahjoittaviin. Vertaillen lahjoitusten määriä saadaan selville, että niukasti suurin ryhmä, eli 36 % lahjoittajista antaa 1—20 € kuukaudessa. 21—100 € kuukaudessa lahjoittavia on 33 % ja yli 100 € kuukaudessa lahjoittavia 31 %.

Kysyttäessä perusteita lahjoittamiselle 81 % oli täysin samaa mieltä, että se on raamatullinen periaate. 45 % oli täysin samaa mieltä, että kokee sen kristityn velvollisuudeksi ja 37 % oli jokseenkin samaa mieltä. 85 % oli täysin samaa mieltä, että lahjoittaa, koska seurakunnan perustoiminnan mahdollistaminen on tärkeää. 47 % oli täysin samaa mieltä, että lahjoittaa, koska se tuottaa siunauksen elämään. Jokseenkin samaa mieltä oli 37 %.

Pääasiallinen varainhankintakeino Suhella on jumalanpalvelusten yhteydessä kerätty rahalahja. 26 % oli täysin samaa mieltä, että pitää rahalahjapuheista ja

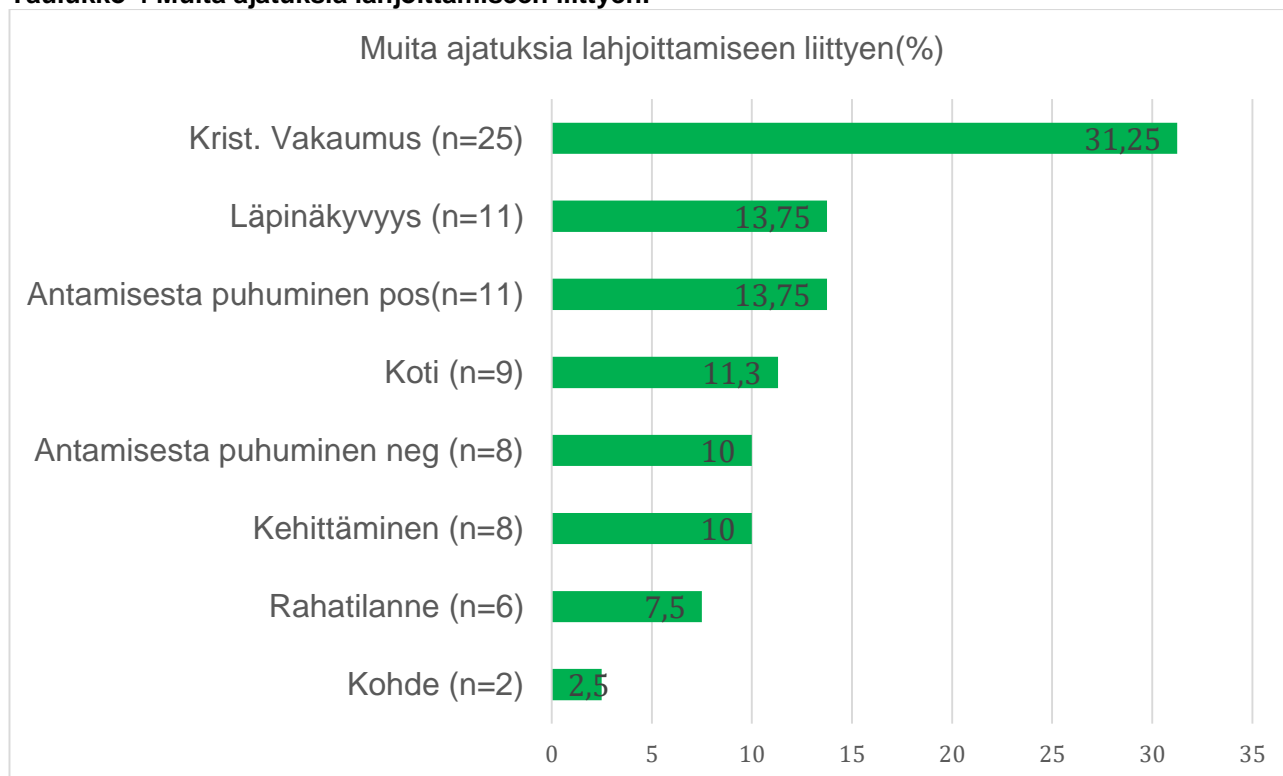
44 % oli asiasta jokseenkin samaa mieltä. Kysyttäessä puhutaanko rahasta liikaa, 20 % oli jokseenkin samaa mieltä. 51 % oli jokseenkin eri mieltä ja 25 % täysin eri mieltä. 55 % oli täysin samaa mieltä, että kokee iloa lahjoittamisesta. 40 % oli jokseenkin samaa mieltä. 10 % oli täysin samaa mieltä, että kokee usein syyllisyyttä, koska ei lahjoita tarpeeksi ja 27 % oli jokseenkin samaa mieltä. Jokseenkin eri mieltä oli 33 % ja täysin eri mieltä 31 %.

Kysely sisälsi myös avoimen vastauksen osion koskien lahjoittamista. Vastaajat kirjoittivat omia ajatuksiaan lahjoittamiseen ja varainhankintaan liittyen. Avoimista vastauksista teimme taulukon, johon jaoimme vastaukset niissä esiintyvien teemojen mukaan. Teemat olivat: kristillinen vakaumus, läpinäkyvyys, antamisesta puhuminen positiivisessa mielessä, kotiseurakunta, antamisesta puhuminen negatiivisessa mielessä, kehittämis ehdotukset, oma rahatilanne ja tietty kohde (taulukko 4). Selkeästi useimmiten avoimissa vastauksissa perusteltiin lahjoittamista kristillisen vakaumuksen pohjalta, kuten seuraavan esimerkkivastauksen kirjoittaja pohti:

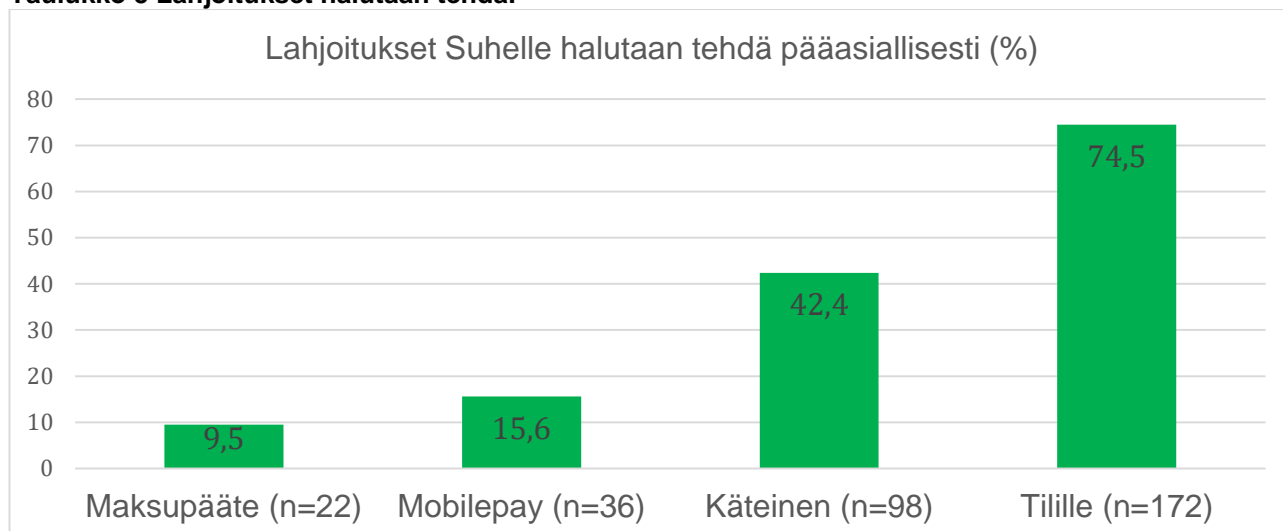
"Pienituloisena perheenä sitä monesti pohtii että onko varaa lahjoittaa seurakunnalle, vaikka pitäisi muistaa että kaikki varat on Jumalan."

Läpinäkyvyys kirkon toiminnassa nousi myös usein esille, kuten esimerkiksi tässä avoimessa vastauksessa:

"Jos srk voisi julkaista tarkan tulo-/menoarvion, josta näkee, että ollaan miinuksella ja kuinka paljon, niin tämä motivoisi lahjoittamaan enemmän. Siis seurakunnan rahatarpeen suuruuden ymmärtäminen tarkemmin."

Taulukko 4 Muita ajatuksia lahjoittamiseen liittyen.

Suurin osa (40 %) lahjoittajista tekee lahjoituksensa tilille. Perinteinen kolehti on lähes yhtä suosittu kuin tilille lahjoittaminen (36 %). Kysyimme lahjoittajilta myös, kuinka he haluisivat mieluiten tehdä lahjoituksensa. Suhelle ei tällä hetkellä pysty tekemään lahjoituksia muilla tavoin kuin tilille ja käteisellä, joten halusimme kehittämismielessä kysyä myös vaihtoehtoisia tapoja. Kysymys oli monivalintainen ja siinä oli myös avoin kohta, johon vastaaja sai tehdä omia ehdotuksia. Vastausvaihtoehto Mobilepay sai jonkin verran kannatusta ja jotkut halusivat suorittaa lahjoituksensa myös maksupäätteellä (taulukko 5).

Taulukko 5 Lahjoitukset halutaan tehdä.

Avoin osio ei tuottanut juurikaan tulosta (neljä vastausta), joten kehittämisideat jäivät vähälle. Kaikki neljä avointa vastausta olivat erilaisia, joten niistä ei saatu muodostettua kehittämis ehdotuksia. Vastauksissa ehdotettiin muun muassa Bitcoineja ja leipomista lahjoittamismuodoiksi.

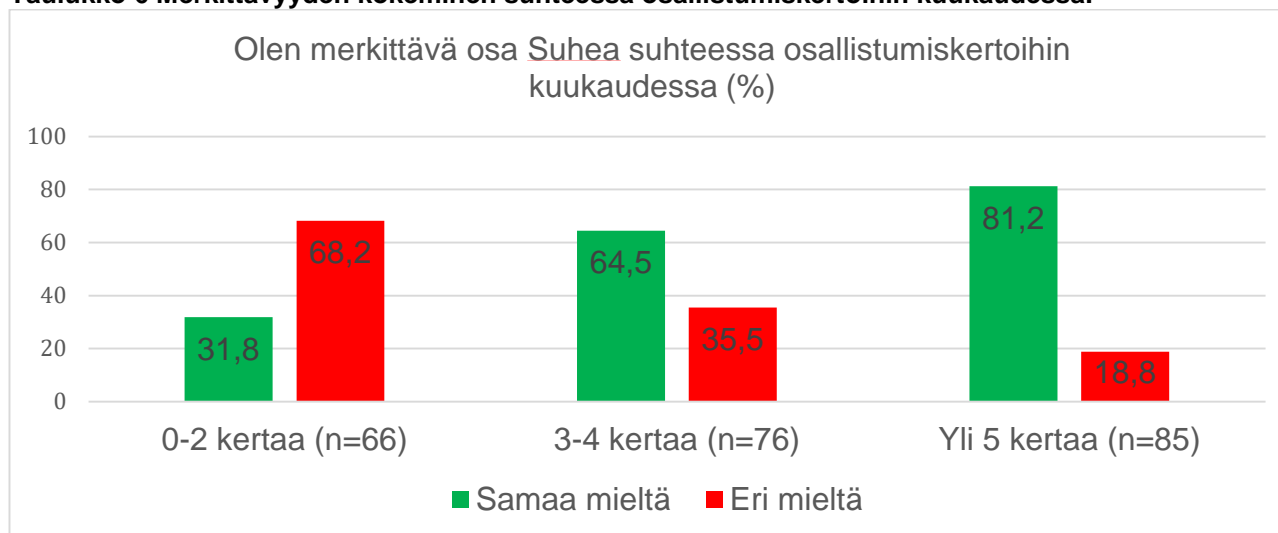
3.5. Yksilön merkitys ja osallisuus

Osallisuus on kokemus yhteisöön kuulumisesta ja vaikutusmahdollisuuksista yhteisön toimintaan (Särkelä-Kukko 2014, 35—36). Suurin osa (37 %) suhelaisista osallistuu Suhen toimintaan yli viisi kertaa kuukaudessa. Toisaalta lähes yhtä paljon osallistuu joko 3—4 kertaa (34 %) tai 0—2 kertaa (29 %) kuukaudessa. Keskimäärin suhelaiset osallistuvat seurakunnan toimintaan noin kolme kertaa kuukaudessa, joten voi todeta, että he ovat melko aktiivisia seurakunnan jäseniä verrattuna Suomen evankelis-luterilaisen kirkon jäsenien aktiivisuuteen. Suomen evankelis-luterilaisen kirkon nelivuotiskertomuksen mukaan kirkkoon kuuluvista jäsenistä jumalanpalveluksiin osallistuu 7 % vähintään kerran kuussa (Kirkon julkaisukeskus 2012, 96).

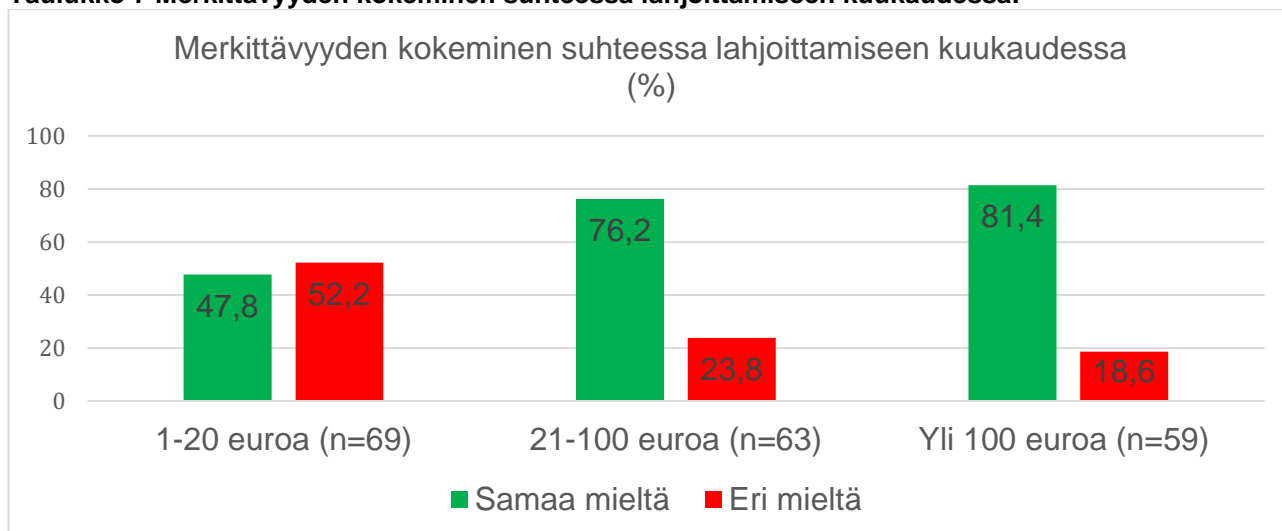
40 % vastasi olevansa eri mieltä väitteestä, olen merkittävä osa Suhea. Ristiintaulukoimalla asiaa osallistumiskertojen kanssa pyrimme saamaan selville, mikä aiheuttaa osallisuuden tunteen puutosta (taulukko 4). Saimme selville, että mitä harvemmin osallistuu Suhen toimintaan, sitä vähemmän tuntee olevansa mer-

kittävä osa Suhea. Syyn ja seurauksen järjestystä on haastavaa arvioida, koska on vaikea tehdä oletuksia siitä, kumpi aiheuttaa kumpaa. Voi olla, että henkilö ei koe itseään merkittäväksi osaksi Suhea, koska osallistuu harvoin toimintaan tai ei osallistu juurikaan Suhen toimintaan, koska ei koe olevansa merkittävä osa Suhea. Toisaalta muuttajat voivat olla niin vahvasti kytköksissä toisiinsa, että molemmat saavat aikaan toista.

Taulukko 6 Merkittävyyden kokeminen suhteessa osallistumiskertoihin kuukaudessa.



Myös lahjoitusmäärillä ja merkittävyyden kokemisella on selkeä yhteys, kuten taulukossa 7 on havaittavissa. Suhen toiminnan kannalta olisi tärkeää saada seurakuntalaiset tuntemaan olonsa merkittäväksi, koska se näyttää vaikuttavan lahjoitusten määrään. Yli 100 € kuukaudessa lahjoittavista 81 % koki olevansa merkittävä osa Suhea. 21—100 € kuukaudessa lahjoittavista niin koki 76 % ja 1—20 € kuukaudessa lahjoittavista 48 %.

Taulukko 7 Merkittävyyden kokeminen suhteessa lahjoittamiseen kuukaudessa.

Mielikuvia Suhesta kysyessämme selvisi, että valtaosan mielestä Suhe on heille tärkeä, sillä lähes kaikki vastasivat olevansa samaa mieltä väitteestä Suhe tuo merkitystä elämäni. 4 % oli samaa mieltä väitteestä, Suhe on yhdentekevä minulle. 34 % oli täysin samaa mieltä, että heidän tarpeitaan pyritään ottamaan huomioon Suhella ja 57 % oli asiasta joksikin samaa mieltä.

3.6. Luotettavuus ja läpinäkyvyys

Tutkimus sisälsi kysymyksiä siitä, kuinka tietoisia suhelaiset ovat seurakunnan varojen käytöstä. Lahjoittajat tahtovat varmistua, että varoja käytetään heidän tahtomallaan tavalla (Wilson 2001, 11–12). Vastauksilla voi olla merkittäviä vaikutuksia tulevaisuudessa yhdistyksen varainhankinnan kehittämistä ajatellen. Lahjoittajien ja seurakunnan varoista vastaavien intressit eivät välttämättä kohtaa. Tällöin olisi tärkeää ottaa lahjoittajien mielipiteet huomioon varainhankinnan kehittämisessä, jotta lahjoittajien mielenkiinto toimintaa kohtaan säilyisi.

Joitakin hyväntekeväisyysorganisaatioita vaivaa luottamuksen puute. Organisaatiolla saattaa olla hyvät tavoitteet, mutta ne eivät toimi niin kuin lupaavat. Tästä on haittaa usein myös muiden organisaatioiden maineelle. (Wilson 2001, 11.) Suhen luotettavuus ja läpinäkyvyys ovat aiheena useassa strukturoidussa kysymyksessä, mutta myös avointen vastausten aihepiirit käsittelevät näitä teemoja. Läpinäkyvyys näyttäisi siis olevan monelle suhelaiselle tärkeä kriteeri

seurakunnan toiminnassa. Vastausten perusteella voi olettaa, että valtaosalle suhelaista lahjoittamisen peruste ei ainakaan ole itsensä korostaminen, sillä anonyymiteetin koki tärkeäksi 85 % vastaajista.

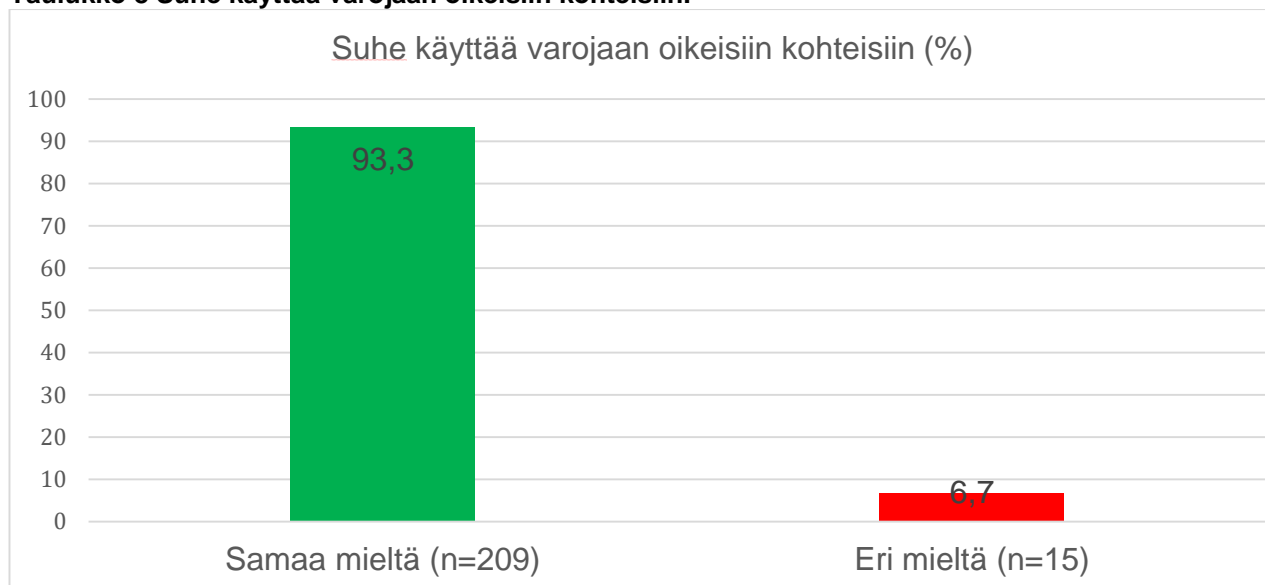
86 % oli samaa mieltä väitteestä, minulle on tärkeää, että tiedän mihin lahjoitukseni käytetään. Avoimissa vastauksissa kehoitetaan ylläpitämään Suhen läpinäkyvyyttä, kuten yksi vastaajista sen ilmaisee:

"Avoin taloudellisen tilanteen jakaminen ja läpinäkyvyys koko seurakunnan edessä taas on mielestäni hienoa ja koen, että se sitouttaa itseäni entistä enemmän antamaan."

Jotkut vastaajat kokivat kuitenkin epätietoisuutta, sillä 21 % vastasi olevansa eri mieltä väitteestä, tiedän mihin lahjoitukseni käytetään. Avoimissa vastauksissa esiintyi myös kehittämissuhteita avoimuuden lisäämiseksi. Esimerkiksi yksi vastaajista kirjoittaa seuraavasti:

"Taloudellisen läpinäkyvyyden kannalta olisi hyvä jos Suhella olisi tilaisuus jossa budjetti ja tilinpito käytäisi esim kerran vuodessa läpi. En tiedä mikä suhen laillinen status on (uskonnollinen yhdistys, rekisteröity yhdistys, joku muu) mutta "yhtiökokous" toisi myös riviseurakuntalaiselle näkyvyyttä seurakunnan rahankäyttöön ja taloudelliseen tilanteeseen."

Seurakunnan tulisi panostaa täyteen avoimuuteen, jotta lahjoittajat voisivat jatkossakin luottaa sen harkintakykyyn käyttää lahjoituksia oikeisiin kohteisiin, kuten nytkin valtaosan mielestä tapahtuu (taulukko 8).

Taulukko 8 Suhe käyttää varojaan oikeisiin kohteisiin.

Luottamus Suhea kohtaan näyttöä erittäin selkeästi vastauksissa. 48 % vastaajista oli täysin samaa mieltä, että saa vastinetta lahjoituksilleen ja 41 % oli asiasta jokseenkin samaa mieltä. 58 % vastaajista oli täysin samaa mieltä, että Suhen varojen käyttö on vastuullista ja 39 % oli asiasta jokseenkin samaa mieltä. Kysytyämme toteuttaako Suhe tehtävänsä hyvin paikallisseurakuntana, onko Suhe hyvin organisoitu, onko Suhelle mukava ja helppo tulla sekä ovatko Suhen toimintamuodot tarkoituksenmukaisia, vastaajat olivat asioista hyvin yksimielisiä. Kaikissa väittämässä samaa mieltä olevia oli yli 65 % ja jokseenkin samaa mieltä olevia oli vähintään 23 %. Vastaajista eri mieltä oli korkeintaan 2 %. Samaa mieltä olevien joukko oli suurin (75 %) kysyttäessä toteuttaako Suhe tehtävänsä hyvin paikallisseurakuntana. Vastaajat luottavat Suheen seurakuntana.

3.7. Yhteiskunnallinen näkökulma

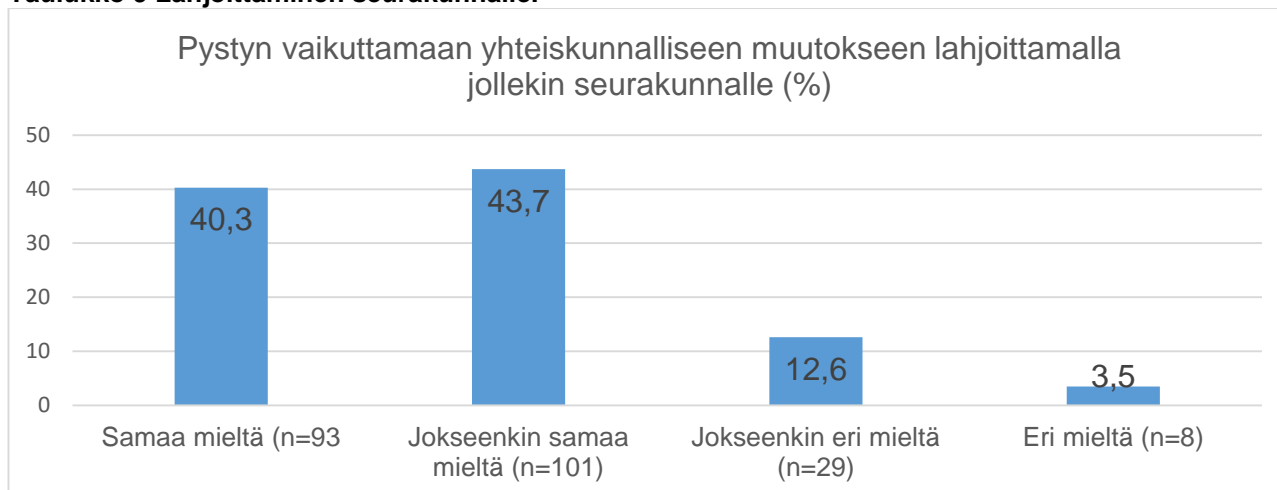
Tehdessämme kyselyä keskustelimme usein seurakuntalaisten kanssa heidän ajatuksistaan lahjoittamiseen liittyen. Tällä tavoin pyrimme saamaan uusia näkökulmia tutkimukseemme ja uusia ideoita kyselyihin liittyen. Yhden seurakuntalaisen ajatus oli, että seurakunnan tehtävä on ajaa kaikkien asioita, eikä kohdentua yhteen avun kohteeseen, kuten hyväntekeväisyysjärjestöillä on usein tapana. Valtaosa erotti seurakuntien ja järjestöjen toiminnot toisistaan, sillä

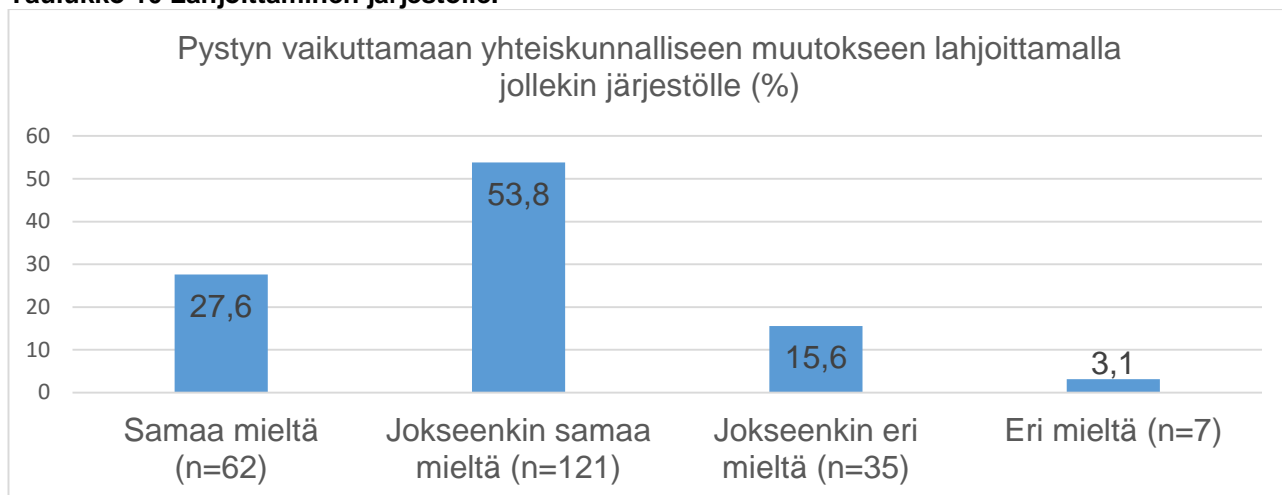
väittämään lahjoitettuani jollekin järjestölle en koe tarvetta lahjoittaa enää seurakunnalle vastasi 95 % olevansa eri mieltä. 49 % kertoi lahjoittavansa varoistaan jollekin hyväntekeväisyysjärjestölle.

Kyselytutkimuksen mukaan suhelaissilla on melko vahva luotto kansalaisyhteiskuntaan, sillä he uskovat seurakuntien ja järjestöjen mahdollisuuksiin vaikuttaa yhteiskunnallisiin asioihin. Kysely sisälsi kaksi väittämää, jotka kartoittavat vastaajien ajatuksia lahjoittamisen vaikutuksista. Väittämät olivat: pystyn vaikuttamaan yhteiskunnalliseen muutokseen lahjoittamalla jollekin seurakunnalle ja pystyn vaikuttamaan yhteiskunnalliseen muutokseen lahjoittamalla jollekin järjestölle. Seurakunnalle lahjoittamisen vaikutuksiin uskottiin (taulukko 9) hieman enemmän kuin lahjoittamiseen jollekin järjestölle (taulukko 10). Erot olivat niin pieniä, että niin seurakuntaan kuin järjestöön lahjoittamisella näyttäisi suhelaisten mielestä olevan vaikutusta yhteiskunnallisiin muutoksiin.

Huomion arvoista tuloksissa on jokseenkin samaa mieltä olevien määrä. 40 % on täysin samaa mieltä, että pystyy vaikuttamaan yhteiskunnalliseen muutokseen lahjoittamalla jollekin seurakunnalle ja jokseenkin samaa mieltä on 44 % (taulukko 9). Kun taas 28 % on täysin samaa mieltä, että pystyy vaikuttamaan yhteiskunnalliseen muutokseen lahjoittamalla jollekin järjestölle ja 54 % on asiasta jokseenkin samaa mieltä (taulukko 10). Mielenpitoita tarkasteltaessa on havaittavissa, että seurakunnalle lahjoittamisen yhteiskunnallisiin vaikutuksiin uskotaan hieman enemmän kuin järjestöille lahjoittamiseen.

Taulukko 9 Lahjoittaminen seurakunnalle.



Taulukko 10 Lahjoittaminen järjestölle.

4 JOHTOPÄÄTÖKSET

Suhe on arvopohjaltaan vahvasti kristillinen yhdistys. Kristillinen arvomaailma näyttäytyy vahvasti sekä suljetuissa että avoimissa vastauksissa. Vaikka tutkimus käsittelee ensisijaisesti kristillisen seurakunnan varainhankintaa, voi tutkimuksesta olla hyötyä myös muille yhdistyksille. Seuraavaksi esittelemme johtopäätöksemme tutkimuksen tuloksista. Tämän jälkeen esittelemme tulosten jalkauttamisprosessia tilaajaorganisaatiolle.

4.1 Johtopäätökset tuloksista

Tyypillinen suhelainen on työssäkäyvä 25—34 -vuotias naimaton nainen, jolla on korkeakoulututkinto ja alle 1500 € kuukausitulot. Hän osallistuu Suhen toimintaan yli kolme kertaa kuukaudessa.

Mitä enemmän henkilöllä on tuloja sitä enemmän hän lahjoittaa. Lisäksi hän antaisi enemmän, jos hänellä olisi parempi rahatilanne ja kokisi seurakunnan omakseen. Suhelaiset ovat sitoutuneita lahjoittajia, sillä melkein kaikki lahjoittavat ainakin jonkin verran Suhelle varoistaan.

Suhelaisten asenne lahjoittamista kohtaan on enimmäkseen myönteinen, mitä seurakunnan tulisi kyetä hyödyntämään. Suhen olisi ennen kaikkea tärkeää pitää huolta nykyisistä lahjoittajistaan. Lisäksi nykyisten lahjoittajien sitouttaminen Suhen toimintaan voi pitkällä aikavälillä johtaa kasvuun lahjoituksissa, sillä suuri osa suhelaisista on opiskelijoita. Opiskelijoiden siirtyminen työelämään taas nostaa lahjoitusten suuruutta, sillä tutkimuksessamme ilmeni, että tutkittavat lahjoittaisivat enemmän, mikäli tulot olisivat suuremmat.

Kolehtiin liittyvään rahalahjapuheeseen suhtaudutaan hieman varauksellisesti. Suhelaiset kokevat selkeästi iloa lahjoittaessaan, mutta silti kolmasosa kokee syyllisyyttä, ettei lahjoita tarpeeksi ja viidesosa kokee, että rahasta puhutaan liikaa. Perinteiset lahjoittamistavat, kuten tilille ja käteisellä lahjoittaminen, koetaan mieluisiksi, mutta on myös niitä, jotka mieluummin lahjoittaisivat maksu-

päänteellä ja mobiilimaksulla. Myös UK Giving -2014 tutkimus osoitti, että nuoret suosivat perinteisiä lahjoitustapoja, mutta myös verkko- ja tekstiviestilahjoittamista tehtiin aktiivisesti (Charities Aid Foundation 2015, 5).

Suhelaisten ilmaisema kokemus siitä, että rahasta puhutaan liikaa ja että rahalahjapuheeseen suhtaudutaan varauksellisesti, on vahva indikaattori sille, että varainhankinnan keinoja tulisi Suhella kehittää ja uudistaa. Lisäksi syyllisyyden kokemiseen tulisi suhtautua vakavasti. Syyllisyyden kokeminen on heikko pohja varainhankinnalle. Perinteiset lahjoittamistavat säilyttävät suosionsa, mutta uusien lahjoittamistapojen, kuten maksupäätteen, mobiilimaksamisen, sekä verkko- ja tekstiviestilahjoittamisen mahdollisuus voisi tuoda uusia lahjoittajia.

Osallisuuden kokeminen ei ole vahvaa, sillä 40 % suhelaista ei koe olevansa merkittävä osa Suhea. Tämä vaikuttaa osallistumisen ja lahjoittamisen määriin. Henkilö, joka ei koe olevansa merkittävä osa seurakuntaa, osallistuu toimintaan harvoin ja lahjoittaa vähän. Monet kokevat silti, että Suhe tuo merkitystä heidän elämäänsä, vaikka hiukan varauksellisuutta on havaittavissa siinä otetaanko heidän tarpeitaan huomioon. Myös UK Giving 2014 -raportissa kävi ilmi, että järjestöjen tulisi ottaa lahjoittajien tarpeet huomioon (mt, 5.). Joka tapauksessa vain harvalle Suhe on yhdentekevä.

Vaikka suhelaisten kokevat taloudellisen läpinäkyvyyden tärkeäksi arvoksi, osa ei tiedä, mihin heidän lahjoituksensa käytetään. Anonymiteetin säilyttäminen koetaan merkittäväksi arvoksi lahjoituksia tehdessä. Suhelaisten kokevat vahvaa luottamusta organisaatiota kohtaan. Valtaosa kokee saavansa vastinetta lahjoituksilleen ja pitää Suhen varojen käyttöä on vastuullisena. Valtaosan mielestä Suhe toteuttaa tehtäväänsä paikallisseurakuntana hyvin, sen toimintamuodot ovat tarkoituksenmukaisia, se on hyvin organisoitu sekä sinne on helppo ja mukava tulla.

Organisaation tulisi kyetä hyödyntämään saavutettua luotettavuutta laajemmin. Pieniä organisaatioita ei välttämättä tunneta omien yhteisöjen ulkopuolella. Kun organisaation ohjelmat kasvavat, on kuitenkin tarpeen saada avustusta ihmisiltä ja yrityksiltä, jotka eivät vielä tunne organisaatiota ja joilla on tahto rakentaa yh-

teiskuntaa. (Wilson 2001, 10—16.) Suhe voisi etsiä uusia lahjoittajia esimerkiksi yritysmaailmasta.

Suomessa yritykset ovat oikeutettuja verovähennykseen koskien pienlahjoituksia. Vähennyskelpoisia pienlahjoituksia ovat 850 euroa alittavat vastikkeettomat rahalahjat, jos kohde on yleishyödyllinen ja paikallinen tai sen tarkoitus on lähellä yrityksen toimintaa. Lahjoitus on lain mukaan vähennyskelpoinen, jos se edistää ainakin välillisesti yrityksen liiketoimintaa eli sitä voi esimerkiksi hyödyntää yrityksen markkinointiin. (Vala 2015b.) Esimerkiksi tätä tietoa Suhe voisi hyödyntää yritys yhteistyössä.

Suhelaiset uskovat vahvasti, että sekä seurakunnalle että järjestöille lahjoittamisella voi vaikuttaa yhteiskunnalliseen muutokseen. Seurakunnalle lahjoittamiseen uskotaan hieman enemmän. Tosin ero on vain alle 3 prosenttiyksikköä. Lisäksi suhelaiset eivät koe, että heidän yhteiskunnallinen vastuunsa rajoittuisi seurakunnan tukemiseen, vaan he tunnistavat vastuunsa tukea myös muita yhteiskunnallisia toimijoita. Monet yksilöt tahtovat olla vahvistamassa yhteisöjään antamalla aikaansa sosiaaliseen muutokseen ja köyhien palvelemiseen (Wilson 2001, 11—12). Myös suhelaisilla on tahto auttaa ja olla mukana jossain merkityksellisessä toiminnassa.

Tärkeää on, että järjestön sisällä tehdään selväksi miksi varainhankintaa tehdään. Ennen kaikkea on kyse mahdollisuuden tarjoamisesta yhteiskunnan rakentamiseen. (Wilson 2001, 10—11.) Järjestön tulisi osoittaa merkittäväväytensä yhteiskunnallisena vaikuttajana sekä yksityisille henkilöille että julkisille toimijoille vakuuttaakseen uudet lahjoittajat.

4.2 Tulosten jalkauttaminen

Olimme sopineet jo aiemmin kesällä, että lokakuun lopussa pidämme Suhen henkilökunnalle tutkimuksen tulosten analysointipäivän. Pyysimme tulosten esittelyyn ja jatkokehittämiseen neljää tuntia henkilökunnan aikaa. Pyyntöömme myönnyttiin. Asetimme päivälle kaksi tavoitetta. Ensimmäisenä tavoitteena oli

jakaa henkilökunnalle ymmärrystä varainhankinnan nykytilasta. Toisena tavoitteena oli keskittyä Suhen varainhankinnan tulevaisuuteen. Ensimmäiset kaksi tuntia ideointipäivästä suunnittelimme käyttävämme nykytilaa koskevaan keskusteluun ja toiset kaksi tuntia tulevaisuuden pohdintaan.

Nykytilaa kartoitimme kyselytutkimuksen avulla. Kyselyn tulosten avulla oli tarkoitus hahmottaa, kuinka Suhella käyvät seurakuntalaiset kokevat varainhankinnan. Halusimme lisäksi saada henkilökunnan oman mielipiteen varainhankinnan nykytilasta. Henkilökunnan mielipiteitä kartoitimme SWOT -analyysin avulla.

SWOT -analyysillä havainnollistetaan jotakin asiakokonaisuutta pohtimalla sen vahvuuksia, heikkouksia, mahdollisuuksia ja uhkia. Ideointimenetelmänä sitä on käytetty muun muassa projektisuunnitelmissa, liiketoimintaideoiden ja tavoitteiden arvioinnissa sekä jatkojalostuksessa. Menetelmä toimii yksilö-, pari- sekä ryhmätyöskentelyssä. SWOT -analyysi avaa mahdollisuuden pohtia, kuinka esiin nousseita positiivisia asioita voisi kehittää edelleen ja kuinka negatiivisia asioita voisi vähentää. (Vehkaperä & Pirilä & Roivas 2013, 124.)

Tarkoituksenamme oli pohtia tulevaisuutta brainstorming -työskentelyn avulla. Brainstorming -menetelmä sopi mielestämme hyvin tulevaisuuteen suuntaavaan työskentelyyn. Yhteistoiminnallinen menetelmä sopi hyvin tähän osioon myös siksi, että tällä tavoin pystyimme toimimaan fasilitaattorin ominaisuudessa ja antamaan tilaa Suhen henkilökunnalle tuottaa uusia ideoita ja ajatuksia. Uskoimme, että tällä tavoin voisimme osallistaa henkilökunnan tutkimuksen edelleen kehittämiseen, jolloin tutkimus voisi toimia osana seurakunnan uutta strategiaa.

Brainstorming -menetelmä on mainostoimistossa työskennelleen Alex Osborinin kehittämä yhteistoiminnallinen ideointimenetelmä. Suomessa siitä käytetään nimityksiä aivomyrsky ja ideariihi. Sopiva määrä osallistujia on 3—10 henkilöä. Menetelmä alkaa siten, että jokainen kirjoittaa liimalapulle oman ideansa. Sen jälkeen ideat luetaan ääneen ja kiinnitetään seinälle. Jokainen tekee tämän vuorollaan. Kierroksia jatketaan niin kauan kuin ideoita syntyy. Tärkeää on, että osallistajat kuuntelevat toistensa ideoita ja jatkokehittävät niitä. Tarkoituksena

on luoda paljon erilaisia ideoita. Lopuksi ideat ryhmitellään ja niistä valikoidaan ideat, joita aletaan suunnitelmallisesti työstämään. (Vehkaperä & Pirilä & Roivas 2013, 122.)

Aloitimme ideapäivän työskentelyn esittelemällä tutkimuksen keskeisiä tuloksia Suhen työntekijöille. Heillä oli esityksen ajan mahdollisuus kommentoida tuloksia. Tulosten esittelyn jälkeen teimme SWOT -analyysin Suhen varainhankinnan nykytilasta tutkimustulosten ja henkilökunnan oman näkemyksen valossa. Tuotimme kattavan analyysin (Liite 3) Suhen varainhankinnan vahvuuksista, heikkouksista, mahdollisuuksista ja uhista. SWOT -analyysin tekeminen tutkimuksen tulosten esittelyn jälkeen mahdollisti sen, että henkilökunta pystyi analysoimaan varainhankinnan nykytilaa vahvemmallalla tietopohjalla. Näin ollen analyysi ei perustunut tuntemuksiin, vaan todelliseen tutkimusaineistoon.

Seuraavaksi keskustelimme varainhankinnan tulevaisuudesta. Ensin pidimme lyhyen opetuksen brainstorming -menetelmästä, minkä jälkeen teimme pienen virittäytymisharjoituksen luovasta ideoinnista. Jaoimme henkilökunnan pareihin ja annoimme heille tehtäväksi luoda täysin uusia käyttötarkoituksia sattumanvaraisille esineille. Parien tehtävänä oli tuottaa mahdollisimman paljon innovatiivisia ideoita. Virittäytyminen tuotti tulosta ja uusia käyttötarkoituksia keksittiin muun muassa teippirullalle, suklaalevyn foliolle ja pahvikupille.

Virittäytymisen jälkeen siirryimme takaisin pohtimaan Suhen varainhankintaa. Toteutimme brainstorming -ideapajan, jossa annoimme Suhen henkilökunnalle tehtäväksi tuottaa mahdollisimman paljon erilaisia ideoita varainhankintaa ajatellen. Pyysimme henkilökuntaa pitämään mielessä, mitä olimme aiemmin jo oppineet tutkimustuloksista ja SWOT -analyysistä. Lisäksi kehoitimme kuuntelemaan tarkasti muiden henkilökunnan jäsenten ehdotuksia ja jatkokehittämään niitä. Henkilökunta ymmärsi nopeasti, kuinka ideapaja etenee, jolloin ideoita alkoi syntyä ja niitä alettiin välittömästi jatkokehittämään. Ideoita syntyi paljon. Pyrimme ryhmittelemään ideoita sitä mukaa, kun niitä syntyi ja lopulta saimme ryhmiteltyä ideat neljään ryhmään. (LIITE 4)

Ryhmät olivat läpinäkyvyys, konsultointi, kampanjat ja muut ideat. Henkilöstö koki myös, että ryhmät tulisi luokitella arvojärjestykseen. Tärkeimmäksi koettiin

läpinäkyvyys seurakunnan talousasioissa. Toiseksi tärkeimmäksi koettiin konsultointi, joka tarkoittaa, että seurakunnan tulisi auttaa seurakuntalaisia omassa henkilökohtaisessa talouden hallinnassa. Kolmanneksi tärkeimmäksi koettiin kampanjat, joiden nähtiin kaipaavan suunnitelmallisuutta. Henkilökunta koki, ettei muita ideoita tarvinnut keinotekoisesti yrittää sijoittaa arvoasteikkoon, koska ryhmässä olevat ajatukset koettiin yleisluontoisiksi ja näin ollen kaikkia edellisiä kolmea ryhmää läpileikkaaviksi.

Organisaation tulisi aloittaa tulonhankkimisprojekteja. Henkilöstö voi tarjota koulutusta tai lyhytaikaisia konsultointitoimeksiantoja. Toimistoa voi vuokrata iltaisin. Tämän kaltaisella toiminnalla voi saada aikaiseksi jatkuvaa ja kohtuullista lisätuloa. Haasteena on, että nämä kaipaavat taitoja, joita organisaatiolla ei ehkä vielä ole, jonka vuoksi suurin osa kokeiluista epäonnistuu. On tärkeää olla pitkäkestoinen suunnitelma, joka sisältää ydintehtävän ja tavoitteet. (Wilson 2001, 15.)

5 OPINNÄYTETYÖN ARVIOINTI

Tässä osiossa arvioimme opinnäytetyön merkittävyyttä yhteisöpedagogin kolutusta ja työnkuvaa ajatellen. Arvioimme myös opinnäytetyön onnistumista ja otamme kantaa tutkimuksen heikkouksiin ja vahvuuksiin.

5.1 Koulutuskohtainen arviointi

Opinnäytetyötä aloittaessamme huomasimme, että yhteisöpedagogien tekemät varainhankintaa ja sen kehittämistä koskevat opinnäytetyöt ovat harvassa. Näin ollen katsoimme, että työn tekeminen on tarpeellista lisätäksemme yhteisöpedagogiopiskelijoiden osaamista kansalaisyhteiskunnan toiminnoista. Opinnäytetyön tulokset palvelevat ensisijaisesti työn tilaajaa, mutta olemme myös itse oppineet paljon tutkimuksen laatimisesta ja analysoinnista. Lisäksi opinnäytetyössä käytetyt tutkimusmenetelmät ja tulokset voivat olla yhteisöpedagogiopiskelijoille ja varainhankintaa yhdistystoiminnassa käsitteleville opiskelijoille hyödyllisiä.

Yhteisöpedagogin kompetensseihin kuuluu tuntee julkisen- ja kolmannen sektorin sääntelymekanismeja ja toimintatapoja. Yhteisöpedagogin tulisi myös ymmärtää ja osata soveltaa tutkimuksellisia kehittämistoimintaan soveltuvia menetelmiä. (Humak 2012.) Sovelsimme tutkimukseen määrällisiä, laadullisia sekä yhteistoiminnallisia menetelmiä. Voimme siis todeta opinnäytetyön menetelmien vastaavan koulutusohjelman tavoitteita.

Kansalaistoiminnan ja nuorisotyön koulutusohjelman tavoitteisiin on kirjattu, että yhteisöpedagogiopiskelijan tulee ottaa huomioon toiminnassaan kehittämistyön vaatimat resurssit ja voimavarat (mt., 2012). Olemme opinnäytetyön tekemisen aikana tutustuneet varainhankintaa ja sen kehittämistä tutkivaan kirjallisuuteen, sekä omaksuneet tutkimusmenetelmällisiä keinoja monista lähteistä. Tutkimuksen jokaisessa vaiheessa olemme ottaneet huomioon tilaajan resurssit ja voi-

mavarat esimerkiksi siten, että sovimme jo aikaisin kesällä aikataulut tutkimuksen kaikille osapuolille sopiviksi.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tutkia varainhankinnan kehittämistä yksityisrahoitteisessa yhdistyksessä. Tuotimme tutkimuksen tilaajataholle, jotta he voisivat käyttää sitä työkaluna yhdistyksen varainhankinnan kehittämisessä. Lisäksi järjestimme tilaajalle ideointipäivän, johon sisältyi kyselytutkimuksen tulosten esittäminen, SWOT -analyysi ja brainstorming -sessio. Näin ollen osallistuimme kehittämisprosessin suunnitteluun ja toteuttamiseen yhdessä tilaajatahon kanssa. Yhteisöpedagogin tulisi osata suunnitella, toteuttaa ja arvioida erilaisia kehittämisprosesseja (mt., 2012). Opinnäytetyön lopussa arvioimme omaa onnistumistamme kehittämisprosessin aikana. Katsomme opinnäytetyön täyttävän koulutusohjelman tavoitteet.

5.2 Itsearviointi

Kyselylomakkeen lähettämisen jälkeen ja vastausten analysoinnin aikana olemme huomanneet joitakin asioita, jotka olisimme voineet tehdä toisin. Kyselylomakkeessa jäi esimerkiksi kysymättä vastaajien asuinalue. Pohdimme, että tiedosta olisi voinut olla hyötyä tilaajalle. Seurakunnalla on toimipisteet Kalliossa ja Tikkurilassa. Toimintaa ollaan perustamassa Leppävaaraan, joten olisi ollut mielenkiintoista tietää, miltä alueilta seurakunta tällä hetkellä tavoittaa ihmisiä.

Työn suunnitelmallisuudessakin olisi ollut hiomisen varaa, sillä teimme kyselyn vailla kunnollista tutkimussuunnitelmaa ja vasta sen jälkeen pohdimme, mitä tuloksia vastauksista tulee etsiä. Pohdimme kysymyksien sisältöä tarkasti ja otimme huomioon tutkimuksen tarkoituksen eli varainhankinnan kehittämisen, mutta kokonaisvaltaisella suunnittelulla olisimme voineet säästää aikaa.

Opinnäytetyön tekeminen ja eritoten tutkimusosuus on ollut mielenkiintoinen ja opettavainen. Kumpikaan meistä ei ole aikaisemmin toteuttanut tämän kaltaista tutkimusta, joten uutta opittavaa on ollut paljon. Vastausten taulukointi ymmärrettävään muotoon oli erityisen haastavaa, sillä aikaisempaa kokemusta Spss-

ja Excel-ohjelman käytöstä ei ollut. Analysointivaiheessa jouduimme useasti korjaamaan ja tekemään taulukoita uudelleen, sillä huomasimme tehneemme virheitä ohjelmien käytössä. Suhelaisille lähetetyn kyselyn laajuudesta johtuen tutkittavaa materiaalia oli paljon, joten löysimme jatkuvasti uusia tulokulmia tutkimukseen.

Panostimme paljon aikaa ja työtä tutkimuksen analysointiin, jotta voisimme esitellä tilaajalle hyödyllisiä tuloksia varainhankinnan kehittämisen suhteen. Suhella pidetyn brainstorming -päivän aikana kävi ilmi, että tilaaja on tyytyväinen tutkimukseen. Tilaajalta on tullut kiitosta tutkimuksestamme ideointipäivän jälkeenkin. Opinnäytetyön tekijöiden yhteistyö sujui hyvin. Saimme prosessiin liittyvät tehtävät sovitettua aikataulullisesti yhteen ja osapuolet hoitivat oman osuutensa moitteettomasti sekä sovitusti.

LÄHTEET

Anttila, Pirkko 2006. Tutkiva toiminta ja ilmaisu, teos, tekeminen. 2. Painos.
Hamina: Akatiimi

Charities Aid Foundation 2015. UK GIVING 2014. An overview of charitable giving in the UK during 2014. Viitattu 3.11.2015.

<https://www.cafonline.org/docs/default-source/about-us-publications/caf-ukgiving2014>

Humanistinen ammattikorkeakoulu 2012. Koulutusohjelmakohtaiset kompetenssit. Kansalaistoiminnan ja nuorisotyön koulutusohjelma. Yhteisöpedagogi (amk) tutkinnon opetussuunnitelmien osaamisperusta. Viitattu 20.11.2015.

<https://wiki.humak.fi/pages/viewpageattachments.action?pageId=4265165&highlight=Kompetenssit-kanu.doc#Kompetenssit-attachment-Kompetenssit-kanu.doc>

Kirkon tutkimuskeskus 2012. Haastettu kirkko. Suomen evankelis-luterilainen kirkko vuosina 2008-2011. Viitattu 31.10.2015.

[http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/0/4D9073DDB9C38745C22576F20030A70E/\\$FILE/Haastettu%20kirkko.pdf](http://sakasti.evl.fi/sakasti.nsf/0/4D9073DDB9C38745C22576F20030A70E/$FILE/Haastettu%20kirkko.pdf)

Lehtonen, Markus. Suur-Helsingin seurakunnan pastori. Henkilökohtainen tiedonanto. 15.1.2015. Helsinki.

Me Naiset 2014. Trendikäs citynuori menee nyt jumalanpalvelukseen. Viitattu 15.11.2015. <http://www.menaiset.fi/node/13616>

Ojasalo, Katri & Moilanen, Teemu & Ritalahti, Jarmo 2009. Kehittämistyön menetelmät. Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 1. Painos. Helsinki: WSOYpro Oy.

Särkelä-Kukko, Mona 2014. Osallisuuden eriarvoisuus ja eriarvoistuminen. Mistä puhumme, kun puhumme osallisuudesta? Teoksessa Jämsen, Arja & Pyykkönen, Anne (toim.) oSallisuuden jäljillä. Saarijärvi: Pohjois-Karjalan Sosiaaliturvayhdistys ry, 34—49.

Taloustutkimus 2009. Valitut Palat. Mielipiteitä kirkosta. Viitattu 31.10.2015.
http://www.valitutpalat.fi/docs/mielipiteita_kirkostaRaportti.pdf

Taloustutkimus Oy 2014a. Kansalaisjärjestöjen nykytila- analyysi. Viitattu 2.11.2015. http://www.vala.fi/userData/vala/tiedotteet/Kansalaisjarjestojen-nykytila-analyysi_2014_kooste.pdf

Taloustutkimus Oy 2014b. Järjestöjen taloudelliset toimintaedellytykset 2014. Viitattu 22.11.2015.
http://www.vala.fi/userData/vala/tiedotteet/Jarjestojen_taloudelliset_toimintaedellytykset_kooste_2602_14.pdf

Vala ry 2012. Valan säännöt. Viitattu 20.11.2015.
http://www.vala.fi/userData/vala/viralliset/Valan-saannot-2103_2012.pdf

Vala ry 2015a. Keitä me olemme. Viitattu 20.11.2015.
<http://www.vala.fi/vastuullinen-lahjoittaminen-ry/keita-me-olemme>

Vala ry 2015b. Vala ry kannustaa yrityksiä hyödyntämään lahjoitusten PR-arvoa. Viitattu 22.11.2015. <http://www.vala.fi/ajankohtaista/uutiset/vala-ry-kannustaa-yrityksia-hyodyntamaan-lahjoitusten-pr-arvon>

Valli, Raine. 2015. Johdatus tilastolliseen tutkimukseen. 2. uudistettu painos. Jyväskylä: PS-kustannus.

Vastuullisen varainhankinnan ammatilliset arvot ja periaatteet –suositukset
23.4.2013. Vastuullinen lahjoittaminen ry. Viitattu 20.11.2015.
[http://www.vala.fi/userData/vala/viralliset/Vastuullisen-varainhankinnan-
periaatteet_2013.pdf](http://www.vala.fi/userData/vala/viralliset/Vastuullisen-varainhankinnan-periaatteet_2013.pdf)

Vehkalahti, Kimmo 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki:
Tammi.

Wilson, Elizabeth Westman 2001. Building credibility, the foundation for fund-
raising. Amsterdam: Royal Tropical Institute.

LIITTEET

Liite 1 Saatekirje

Hei Etunimi,

Teemme tutkimusta seurakuntalaisten lahjoitustottumuksista. Tutkimuksen laadun varmistamiseksi olisi erittäin tärkeää, että juuri sinä osallistuisit kyselyyn. Kyselyyn vastataan täysin nimettömästi ja vastaaminen kestää noin 10 minuuttia.

Tutkimuksen toteuttavat yhteisöpedagogiopiskelijat Thomas Still ja Rasmus Svensson opinnäytetyönään yhteistyössä Suhen kanssa. Kyselyn avulla kartoitamme seurakuntalaisten käsityksiä ja asenteita lahjoittamista kohtaan, ja tuloksia on tarkoitus hyödyntää Suhen toiminnan kehittämisessä. Kysely sisältää pääasiassa monivalintakysymyksiä ja muutaman avoimen kysymyksen. Olisimme erittäin kiitollisia osallistumisestasi, sillä mielipiteesi on meille tärkeä. Viimeinen vastauspäivä on 30.9.2015.

[Vastaa kyselyyn tästä.](#)

Parhain terveisin,
Marko Martiskainen
Suhen hallituksen puheenjohtaja

Liite 2 Kysely

Taustatiedot

1. Sukupuoli

Nainen Mies

2. Syntymävuosi

4 merkkiä jäljellä

3. Siviilisääty

Avioliitto

Rekisteröity parisuhde

Avoliitto

Naimaton

4. Perhemuoto

Parisuhteessa, alaikäisiä lapsia

Parisuhteessa, ei lapsia tai aikuisia lapsia

Yksinhuoltaja

Yksin asuva

5. Ylin suorittamanne koulutus

Korkeakoulututkinto (Yliopisto- tai ammattikorkeakoulututkinto)

2. asteen tutkinto (Ylioppilas-, ammatillinen tai opistotason tutkinto)

Perus-, keski- tai kansakoulu

6. Pääasiallinen työtilanne

Palkkatyössä

Yrittäjä

Työtön

Opiskelija

Eläkeläinen

Jokin muu

7. Keskimääräinen bruttotulo kuukaudessa

Alle 1500 €

1500-2500 €

2500-3500 €

3500-5000 €

yli 5000€

8. Osallistun Suhen toimintaan kuukaudessa

Sisältää jumalanpalvelukset ja kaiken vapaaehtoistoiminnan

0 kertaa.

1-2 kertaa.

3-4 kertaa.

5-6 kertaa.

Yli 7 kertaa.

9. Mielikuvia Suhesta yleisesti

	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
Suhe toteuttaa hyvin tehtäväänsä paikallisseurakuntana.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suhe on hyvin organisoitu.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suhelle on mukavaa ja helppoa tulla.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suhen toimintamuodot ovat tarkoituksen tarkoituksen mukaisia.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

10. Mielikuvia Suhesta suhteessa itseeni

Valitkaa sopivin vaihtoehto

	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
Olen merkittävä osa Suhea.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tarpeitani pyritään ottamaan huomioon Suhella.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suhe tuo merkitystä elämäni.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suhe on yhdentekevä minulle.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Kysymyksiä lahjoittamisesta

11. Lahjoitan Suhelle varoistani

Jos vastaat En lahjoita, voit siirtyä kysymykseen 15.

- 1-5 kertaa vuodessa.
- 6-12 kertaa vuodessa.
- yli 12 kertaa vuodessa.
- En tällä hetkellä lahjoita, mutta olen joskus lahjoittanut.
- En lahjoita.

12. Keskimääräinen lahjoitus Suhelle kuukaudessa euroina (numero riittää)

13. Lahjoitan Suhelle tai jollekin muulle seurakunnalle, koska

Valitkaa sopivin vaihtoehto

	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
se on Raamatullinen periaate.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
se edesauttaa aineellista vaurastumistani.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
se tuottaa siunauksen elämäni.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
seurakunnan perustoiminnan mahdollistaminen on tärkeää.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
koen sen velvollisuudekseni kristittyinä.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Teen lahjoitukseni Suhelle pääasiassa

- tilille.
- käteisellä jumalanpalveluksessa.
- tilille sekä käteisellä.

15. Tekisin lahjoitukseni mieluiten

Voitte valita useamman vaihtoehdon

- tilille.
- mobilepay/ mobiilisovelluksella.
- käteisellä.
- maksupääätteellä.
- jotenkin muuten, miten

Mielikuvia Suhe seurakunnasta

16. Mielikuvia lahjoittamisesta Suhella

Valitkaa sopivin vaihtoehto

	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
Pidän rahalahjapuheista.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koen iloa lahjoittaessani.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Rahasta puhutaan liikaa.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Koen usein syyllisyyttä, että en lahjoita tarpeeksi.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

17. Mielikuvia Suhen luotettavuudesta

Valitkaa sopivin vaihtoehto

	Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
Tiedän mihin lahjoitukseni käytetään.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulle on tärkeää, että tiedän mihin lahjoitukseni käytetään.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan vastinetta lahjoituksilleni.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suhen varojen käyttö on vastuullista.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Suhe käyttää varojaan oikeisiin kohteisiin.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minulle on tärkeää, että säilytän nimettömyyden lahjoittaessani.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Lahjoittamisesta yleisesti

18. Lahjoittaisin Suhelle enemmän, jos

- rahatilanteeni olisi parempi.
- voisin luottaa siihen, että seurakunta käyttäisi varojani järkevästi.
- ymmärtäisin, miksi on tärkeää lahjoittaa seurakunnalle varoistani.
- Jokin muu mikä?
- En usko lahjoittavani missään tilanteessa enempää.

19. Järjestöille lahjoittaminen

Lahjoitan varoistani jollekin hyväntekeväisyysjärjestölle

Kyllä EI

20. Valitkaa sopivin vaihtoehto

Pystyn vaikuttamaan yhteiskunnalliseen muutokseen lahjoittamalla jollekin seurakunnalle.

Pystyn vaikuttamaan yhteiskunnalliseen muutokseen lahjoittamalla jollekin järjestölle.

Lahjoitettuani jollekin järjestölle en koe tarvetta lahjoittaa enää seurakunnalle.

Samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Eri mieltä
jn	jn	jn	jn
jn	jn	jn	jn
jn	jn	jn	jn

Avoimet kysymykset

Vastaaminen vapaaehtoista

21. Muita ajatuksia lahjoittamiseen liittyen

360 merkkiä jäljellä

22. Muita ajatuksia Suhesta

360 merkkiä jäljellä

SUHE

Liite 3 SWOT-analyysi

Vahvuudet

- Sitoutuneisuus
- Positiivinen mielikuva rahalahjapuheeseen
- Systemi
- Nuoret ihmiset
- Henkilöstö uhrautuu
- Vahva perusta
- Hyvä tuote → Sijoitettava kohde

Heikkoudet

- Köyhiä – Taloustilanne – Pelko
- Uskonnollinen henki
- Läpinäkyvyys ei systemaattista
- Ei saada kiinni niitä, jotka kokee etteivät ole merkittäviä osia Suhea
- Tulos miinuksella
- Ei säästöjä
- Pelko

Mahdollisuudet

- Nuoria paljon – alkaa tienamaan tulevaisuudessa
- Opetuslapseuttaminen
- Gospelia enemmän antamiseen
- Mentorointi -> Taloustiimi
- Todistukset antamisesta
- Rahasa puhutaan ilman tabua
- All in –kulttuuri → Sitoutuneisuus
- Menestys

Uhat

- Huono taloustilanne
- Kiinteistöriita
- Jengikato
- Konkurssi
- Henkilöstö ei pysty elättämään perheitään
- Suomalaisuus - Riskittömyys
- Suomalainen lahjoittamiskulttuuri
- Farisealaisuus syövyttää ilmapiiriä
- Tuhlataan rahoja -> Luottamusputa
- Maksukyvyttömyys

Liite 4 Brainstorming-ideat

1. Läpinäkyvyys

- Standardisoitu, säännöllisesti päivitettävä mittaristo, josta jokainen voi katsoa, miten meillä menee.
 - Tavoite – Toteuma = Tulos
- Jakaa kaikille budjetti ja antaa mahdollisuus, kuinka itse tekisi budjetin
- Läpinäkyvyyden lisääminen tietoisilla/suunnitelluilla valinnoilla kaikissa kanavissa (some, puheet, rukoukset)
- Perhekokous

3. Kampanjat

- Karkkikampanja (Tammikuussa lasketaan, kuinka paljon rahaa kuluu kuukaudessa. Helmikuussa karkkilakko ja rahat Suhelle.)
- Anekauppa (Mitä tällä saa? & Adoptoi palvelutöitä)
- Renkaiden vaihto
- Kirppari Suhen hyväksi
- Pyytämislounas (konkreettiseen, esim. kiinteistö)
 - Staff antaa → PR-vetäjät antaa → Srk antaa
- Rahankeruukampanjat suunnitellusti
 - Esim. 2/vuosi erilaisiin kohteisiin, jotka vetoaa erilaisiin ihmisiin
- Saarnasarjojen suunnittelussa mukana tietoisesti elämän osa-alueet, jotka opetuslapseuttavat → Vahvoja kristittyjä
- Huutokauppa
- Hyväntekeväisyyskonsertti
- Fundraising campaign → Even before christmas → 0€ debt before christmas
- Serving with our gift. I do → They pay → Suhe receives
- Church stocks – How can I contribute and be meaningful part of the church – Invest
- Muuttuva rahalahjakonsepti – jokaiselle jotain
- Henkilö- tai yritysponsorointi
 - Aamiaiset, Vapaaehtoisten Gaala/Lounas – toiminnan osa-alueita

2. Konsultointi

- Paneelikeskustelu – hyvin erilaiset ihmiset
- Seminars, How to make the best out of your money
- Ei uskovat ulkopuoliset hahmot
- Pienryhmiin kiertämään rahamentorit

4. Muut ajatukset

- Sitoutuminen seurakuntana Gospelkeskeiseen antamiskehottamiseen (Velvollisuudesta Rakkauteen)
- Usko omaan tuotteeseen. Hyvä myyntipuhe.
- Esimerkkijohtaminen yhteisönä
- Pastorit jakavat kk-budjettinsa seurakunnalle
- Keskustelua priorisoinnista ilman syyllistäväää sävyä
 - Teemalla : Kaikki mitä sulla on, on lainassa
- Rohkaistaan ihmisiä pois mukavuusvyöhykkeeltä
- Rohkaistaan ihmisiä tutustumaan paremmin perheeseensä ja sitä kauttamyös sijoittamaan sen resursseihin; sekä rahallisesti että ajallisesti.
- Haasteen antaminen
 - Itse antaa jotain → Haaste