

## **Hyväntekeväisyysyhdistyksen tunnet- tavuuden parantaminen ja toiminnan kehittäminen**

**Summer Slam 2016 -puutarhajuhla**

Tiina Koivu  
Laura Pihlman

Opinnäytetyö  
Huhtikuu 2017  
Matkailu-, ravitsemis- ja talousala  
Restonomi (AMK), Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma  
Kestävä gastronomia

Tekijä(t) Koivu, Tiina Pihlman, Laura	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä 4.4.2017
	Sivumäärä 90	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi <b>Hyväntekeväisyysyhdistyksen tunnettavuuden parantaminen ja toiminnan kehittäminen</b> Summer Slam 2016 -puutarhajuhla		
Tutkinto-ohjelma Palvelujen tuottaminen ja johtaminen, kestävä gastronomia		
Työn ohjaaja(t) Tarja Viitanen		
Toimeksiantaja(t) Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki Ry		
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli tutkia, miten toimeksiantajan, Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki ry:n tunnettavuutta voidaan lisätä ja kehittää yhdistyksen toimintaa, johon liittyy vahvasti kerran vuodessa tapahtuva varainkeruutapahtuma. Opinnäytetyön ohessa toimeksiantajalle tuotettiin projektikäsikirja, jonka toivotaan helpottavan yhdistyksen Summer Slam -varainkeruutapahtuman järjestämisessä ja sen kehittämisessä.</p> <p>Teoreettinen tietoperusta koostui arvoista, hyväntekeväisyydestä, syrjäytymisestä, markkinoinnista, johtamisesta ja palvelumuotoilusta. Tutkimuksessa käytettiin kvalitatiivista tutkimusotetta, mutta samalla siinä oli piirteitä myös toiminnallisesta ja kehittämistutkimuksesta. Aineiston keruu tapahtui tyytyväisyyskyselyllä, jotka lähetettiin sähköisesti kahdeksalle kymmenelle varainkeruutapahtumassa olleelle vieraille. Lisäksi tehtiin havainnointia ja puhelinhaastatteluja. Tutkimusaineisto analysoitiin ja puhelinhaastattelut litteroitiin. Tutkimuksen aikana havainnoitiin asioita, antoivat lisätietoa varsinaiseen tutkimusongelmaan.</p> <p>Tutkimuksen tuloksista voitiin päätellä, että yhdistyksen varainkeruutapahtuma on yleisesti onnistunut ja hyväntekeväisyys on ollut riittävästi esillä. Vastauksista ei kuitenkaan saatu riittävästi selville, miten hyväntekeväisyys tuli esille tapahtumassa. Hyväntekeväisyydestä ja yhdistyksen toiminnasta haluttiin enemmän tietoa ja toivottiin enemmän markkinointia.</p> <p>Johtopäätöksenä voidaan todeta, että hyväntekeväisyysyhdistyksen toiminta vaatii ammattimaista johtamista. Yhdistystä pitää johtaa kuin yritystä, vaikka se ei tavoittele voittoa. Tutkimuksen tuloksena voidaan todeta myös, että onnistuneen varainkeruutapahtuman suunnittelu ja toteutus edellyttävät moninaisia asioita. Se vaatii pitkäjänteistä prosessia, luotettavia ja hyviä yhteistyökumppaneita, vapaaehtoistyöntekijöitä ja lukemattomia työntunteja. Vuosittain tapahtuvan varainkeruutapahtuman pitää pystyä kehittämään tarjontaansa, jotta sen suosio säilyy ja vierasmäärät kasvavat halutusti.</p>		
Avainsanat yhdistys, hyväntekeväisyys, vapaaehtoistyö, lapset, nuoret, syrjäytyminen, liikunta, johtaminen, markkinointi, kehitystyö, kehittäminen, projektityöskentely, SWOT-analyysi, toimintatutkimus, palvelumuotoilu		
Muut tiedot		

Author(s) Koivu, Tiina Pihlman, Laura	Type of publication Bachelor's thesis	Date 4.4.2017 Language of publication: Finnish
	Number of pages 90	Permission for web publication: x
Title of publication <b>Improving the awareness of a charity association and developing its operations</b> Summer Slam 2016 garden party		
Degree programme Hospitality and service management		
Supervisor(s) Viitanen, Tarja		
Assigned by Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki Ry		
Abstract  <p>The aim of the bachelor's thesis was to find out how the commissioner, Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki ry could increase their awareness and improve their operational actions. Its greatest operation is an annual fund-raising event. Along with the thesis, a project handbook was written, the aim of which was to help the commissioner arrange and develop an event called Summer Slam.</p> <p>The theoretical knowledge base consisted of values, charity, exclusion, marketing, management and service design. The study was a qualitative research but it had characteristics of functional and development research. The data were collected by satisfactory survey, sent by email to twenty guests having participated in fund-raising events. In addition, observation was conducted along with the project and telephone interviews was made. The data were analysed and interviews were transcribed. During the project, several matters were observed which gave additional knowledge to the actual research problem.</p> <p>According to the results of the study, it can be concluded that the association's fund-raising has been generally a successful event. The meaning of charity had been understood and it had been sufficiently on view. However, the responses did not reveal enough how the charity was considered and understood in the event.</p> <p>In conclusion, it can be stated that a charity association's operations and functions need professional management. The association should be managed as any company or enterprise even though it does not try to achieve any profit. As a result of the study it can be also noted that successful fund-raising requires a long-term pro-process, reliable and good partners, volunteers and countless hours of work.</p>		
Keywords association, charity, volunteer, children, young people, social exclusion, physical education, management, marketing, development, project work, SWOT analysis, operational research, service design		
Miscellaneous		

## Sisältö

<b>1 Johdanto</b> .....	<b>3</b>
<b>2 Tutkimusasetelma</b> .....	<b>5</b>
2.1 Tutkimusongelma .....	7
2.2 Aineistonkeruumenetelmät ja analysointi .....	8
2.3 Tutkimuksen luotettavuus .....	13
2.4 Toimeksiantajan esittely .....	14
<b>3 Teoreettinen viitekehys</b> .....	<b>15</b>
3.1 Hyväntekeväisyys .....	15
3.2 Arvot, eettisyys .....	16
3.3 Syrjäytyminen ja liikunta .....	17
3.4 Markkinointi .....	19
3.5 Benchmarking .....	25
<b>4 Kyselyiden tulokset</b> .....	<b>26</b>
4.1 Kyselyihin vastanneiden taustatiedot .....	27
4.2 Kokemukset kesän 2015 Summer Slam -tapahtumasta .....	27
4.3 Kokemukset kesän 2016 Summer Slam -tapahtumasta .....	29
4.4 Yhteenveto Summer Slam -tapahtumasta .....	35
<b>5 Johtopäätökset</b> .....	<b>37</b>
<b>6 Pohdinta</b> .....	<b>44</b>
<b>Lähteet</b> .....	<b>48</b>
<b>Liitteet</b> .....	<b>51</b>
Liite 1. Summer Slam tapahtuman tyytyväisyyskysely .....	51
Liite 2. Summer Slam 2016 -puutarhajuhlan tyytyväisyyskysely .....	52
Liite 3. Loppuraporttitekstiä yhdistyksen nettisivuista, joita tarkasteltiin Electronic Customer Service -opintojaksolla .....	53
Liite 4. Laura Pihlmanin kirjallinen osuus opinnäytetyöstä .....	59
Liite 5. Projektikäsikirja toimeksiantajalle, tekijänä Laura Pihlman .....	74

## Taulukot

Taulukko 1. Havainnointitaulukko projektin aiheista ja niiden päätöksistä .....	12
---	----

Taulukko 2. Yhdistyksen ulkoisen luotauksen alueita.....	21
Taulukko 3. Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki Ry:n SWOT-analyysi ....	24
Taulukko 4. Summer Slam -tapahtuman SWOT-analyysi.....	35

## 1 Johdanto

*Altruismi eli auttaminen on oleellinen osa ihmisten sosiaalista toimintaa (Pessi & Saari 2008, 3).*

*Hyväntahtoisuus on lähipiiriin kuuluvien ihmisten hyvinvoinnin edistämistä ja etusijalle asettamista. Hyväntahtoisuus tarkoittaa erityisesti lähipiiriin kohdistuvaa huolenpitoa ja kiltteyttä, eikä välttämättä sen laajemmalle ulotu. (Puohiniemi, 2002, 35.)*

Opinnäytetyön toimeksiantaja Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki Ry halusi kehittää yhdistyksen vuodesta 2009 järjestämää Summer Slam -tapahtumaa ja samalla parantaa yhdistyksen tunnettavuutta sekä kehittää toimintaa yhdistyksen toimintaa ammattimaisemmaksi. Opinnäytetyössä keskityttiin markkinoinnin ja yhteistyön kehittämiseen ja parantamiseen. Perehdyttiin johtamiseen hyväntekeväisyisyhdistyksen toiminnassa ja lisäksi tuotettiin kirjallinen, sähköisessä muodossa oleva projektikäsikirja. Projektikäsikirjasta toivotaan yhdistykselle toimivaa työkalua, joka ohjaa tulevaisuudessa Summer Slam -tapahtuman järjestämistä ja suunnittelua. Opinnäytetyön pääpainotus oli suunnitella täysin uudenlainen iltatapahtuma. Samalla yhdistyksen brändiä haluttiin saada ammattimaisemmaksi ja uskottavammaksi. Näin yhdistys saisi uusia lahjoittajia ja yhteistyökumppaneita.

Opinnäytetyössä ei haluttu kuvata liikaa tapahtuman suunnittelua ja toteuttamista, koska tapahtumajärjestelyistä on tehty useita opinnäytetöitä. Voidaan kuitenkin todeta, että tapahtumajärjestäminen ja sen ammattimainen suunnittelu ovat erittäin tärkeitä ja jokainen tapahtuma on persoonallinen ja vaatii erilaisia osaamisalueita. Työssä haluttiin samalla selvittää, miten oikeanlaisella markkinoinnilla voidaan edistää hyväntekeväisyisyhdistyksen toimintaa. Tässä projektissa tapahtuma oli tärkeä osa yhdistyksen toimintaa. Tapahtumassa kerätään suurin osa lahjoituksista, joita yhdistys jakaa vuoden aikana. Tapahtuma on siis erittäin tärkeä ja sitä pitää kehittää ja uudistaa maltillisesti kadottamatta alkuperäistä ajatusta, että tapahtumalla tehdään hyväntekeväisyyttä.

Työssä kiinnitetään huomiota myös kestävään ja eettiseen tekemiseen ja ajatteluun yhdistyksen tulevaisuuden toiminnassa sekä järjestettäessä koko päivän kestävää tapahtumaa, joka huipentuu iltajuhlaan.

Opinäytetyön hyväntekeväisyystapahtuma oli hyvä esimerkki monimuotoisesta palvelukonseptista. Muuttuvia seikkoja ja asioita olivat sää, tapahtumapaikka, toteutus, ulkopuolisten palkkaaminen ja vapaaehtoisten työntekijöiden saaminen sekä heidän johtamisensa. Kun kyseessä oli hyväntekeväisyystapahtuma, lisäsi haasteita huomattavasti se, että rahaa ei ollut paljon käytettävissä. Budjetti, jonka toimeksiantaja oli laatinut, oli erittäin tiukka. Piti saada yhteistyökumppaneita, sponsoreita, lahjoituksia ja ilmaisia työtunteja tapahtuman järjestämiseen.

Opinäytetyön ydin oli hyväntekeväisyisyhdistyksen johtamisen, markkinoinnin, palvelumuotoilun ja konseptien kehittäminen. Toiminnallisessa opinäytetyössä kulminoituivat hyväntekeväisyys, johtaminen ja markkinoinnin eri osa-alueet. Näiden kaikkien asioiden osaaminen tai osaamattomuus tekivät opinäytetyöstä mielenkiintoisen ja opettavaisen projektin.

Yhdistys tekee erittäin tärkeää työtä syrjäytymisen estämiseksi tukemalla nuorten liikuntaa Keski-Suomen alueella. Tämä opinäytetyö auttaa sitä samaan tukea toiminnan kehittämiseen, joka tuo uusia lahjoittajia tähän tärkeään työhön.

Jatkossa toimeksiantajasta käytetään sanaa ”yhdistys”.

## 2 Tutkimusasetelma

*Tutkimuskohteena on aina jokin reaali maailma ilmiö. Ilmiötä voidaan tarkastella monelta taholta. (Kananen 2010, 16.)*

Ilmiönä projektissa oli hyväntekeväisyysyhdistys ja sen toimintaympäristö. Haluttiin tutkia ja kehittää hyväntekeväisyysyhdistyksen toimintaa. Yhdistyksen toimintaan liittyy vahvasti varainkeruutapahtuma, joka toteutetaan kerran vuodessa. Varainkeruutapahtumassa pyritään keräämään se varallisuus, jolla yhdistys rahoittaa toimintansa, hyväntekeväisyyden, aina seuraavan, kuluvaan vuoteen.

Tutkimus toteutettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena, jossa oli piirteitä myös toiminnallisesta ja kehittämistutkimuksesta. Kirjassaan Kananen määrittelee laadullisen tutkimuksen seuraavasti: *Laadullinen tutkimus tarkoittaa mitä tahansa tutkimusta, jonka avulla pyritään "löydöksiin" ilman tilastollisia menetelmiä tai muita määrällisiä keinoja (Strauss & Corbin, 1990). Laadullinen tutkimus käyttää sanoja ja lauseita.* (Kananen 2014, 21).

Puhuttaessa laadullisesta tutkimuksesta ei valita määrällisesti isoa tutkimusyksikkölukemaa vaan sopiva määrä henkilöitä, kuten tehtiin tässä opinnäytetyössä.

Tutkimuksen haluttiin olevan laadullinen tutkimus, koska yhdistyksen toiminnan kannalta yksi tärkeämpiä asioita on Summer Slam -varainkeruutapahtuma. Tähän tapahtumaan osallistuu ja on aina osallistunut tietty määrä vieraita. Osallistuneista vieraita oli hyvä laatia kvalitatiivinen vastaajaryhmä ja otanta. Näin uskottiin saatavan riittävästi tutkimustuloksia ilman tilastollisia menetelmiä.

Tutkimukseen valittiin kaksikymmentä henkilöä, joille tyytyväisyyskyselyt lähetettiin sähköpostilla. Tyytyväisyyskyselyihin henkilöt valittiin sillä perusteella, ketkä olivat osallistuneet yhdistyksen tapahtumaan kesällä 2015 ja olivat osallistumassa tapahtumaan kesällä 2016.



Alkuperäinen suunnitelma oli tehdä tyytyväisyyskysely narratiivisina haastatteluina, mutta haastateltavien yhteystietoja ei saatu toimeksiantajalta ajoissa, joten päädyttiin tekemään tyytyväisyyskysely sähköpostitse.

*Narratiivit eli kerronnalliset, kertomukselliset tai tarinalliset aineistot voivat olla henkilökohtaisia tai julkisia, lyhyitä* (Heikkinen 2001, 121-122).

Tutkimusongelmassa haluttiin vastauksia kysymyksiin, ovatko yhdistyksen toiminta ja tapahtuma tarjonneet tunteen ja tiedon siitä, että kyseessä on hyväntekeväisyys? Tarinoiden kerronnassa olisi varmasti noussut vastauksia näihin kysymyksiin.

Tyytyväisyyskyselyllä haluttiin kartoittaa, mitä mieltä vieraat olivat olleet kahdesta eri tavoin toteutetusta tapahtumasta. Oliko selkeästi ymmärretty, että kyseessä oli hyväntekeväisyystapahtuma.

Opinnäytetyö sisälsi paljon toiminnallista tutkimusta. Toimeksiantajalta saatiin heti alussa selkeä pyyntö siihen, että muutosta tarvitaan. Haluttiin yhdistyksen toiminnan ja tapahtuman uudistamista ja uusia toimintamalleja. Yhdistykselle haluttiin enemmän tunnettavuutta, näkyvyyttä ja päätapahtuman tuovan ns. "Vau" -elämyksen vieraille.

Kanasen kirjassa *Toimintatutkimus kehittämistutkimuksen muotona: miten kirjoitan toimintatutkimuksen opinnäytetyönä* kuvaillaan toimintatutkimusta syklisenä prosessina, jossa yksi toimintatutkimuksen sykli pitää sisällään suunnittelun, toimeenpanon, havainnoinnija ja reflektoinnin. (Kananen 2014, 12.)

Projektissa suunnittelua ja ideointia ja niiden kehittämistä tehtiin paljon. Tästä on myöhemmin esitettyä havainnoimistaulukko tutkimustuloksien yhteydessä. Havainnointia tehtiin runsaasti, koska projektin työstäminen aloitettiin jo joulukuussa. Vähintään kerran kuussa oli yhteinen palaveri kaikkien niiden kanssa, jotka osallistuivat yhdistyksen toiminnan johtamiseen ja tapahtuman toteuttamiseen.

Kuten Kananen kirjassaan kirjoittaa, tapahtui yhdistyksessä *jatkuvaa toiminnan kehittämistä ja parantamista, jota kutsutaan kehittämistyöksi* (Kananen 2012, 19). Opinnäytetyössä tavoitteena on selvittää, miten yhdistys voi kehittää toimintaansa yhdistyksenä, kehittää varainkeruutapahtumaansa ja samalla kasvattaa tunnettavuuttaan laajemmalle yleisölle.

Projektin aikana havaittiin, että markkinointiin oli käytetty hyvin vähän resursseja. Varsinaista markkinointisuunnitelmaa ei ollut. Tapahtuman markkinointi perustui lähinnä ”puskaradioon”, jossa tapahtumassa olleet henkilöt kertoivat tutuilleen, ja kutsut lähetettiin ainoastaan sähköpostilla tietyille henkilöille. Tapahtuman tunnettavuus on ollut pienen yhteisön tiedossa. Yhdistyksellä on nettisivut, joiden päivitys ja ulkoasun muokkaus olivat jääneet vähälle huomiolle.

Yhdistyksen nettisivujen tarkastelu ja niiden päivittäminen otettiin projektityöksi Electronic Customer Service -opintojaksolle. Sivut olivat hyvä case-esimerkki siitä, miten sosiaalisen median näkyvyyttä pitää kehittää ja parantaa. Opintojaksolle tuotettu loppuraportti on mukana opinnäytetyön liitteissä.

## **2.1 Tutkimusongelma**

Tutkimuksessa haluttiin saada selville, miten yhdistys on onnistunut tapahtuman järjestelyissä, mitkä asiat ovat olleet hyvin ja mitä kehitettävää tapahtuman suhteen olisi. Haluttiin saada selville, kuinka ihmiset ymmärsivät hyväntekeväisyshdistyksen toiminnan ja tapahtuman perimmäisen tarkoituksen: hyväntekeväisyyden. Oliko kaikille osallistujille ja vieraille selvillä se, että kyseessä oli hyväntekeväisyystapahtuma? Samalla tiedusteltiin asiakastyytyväisyyttä kahdesta eri tapahtumasta. Haluttiin saada mahdollisia ideoita tai ajatuksia siitä, mihin suuntaan tapahtumia pitäisi kehittää tulevaisuudessa.

Tutkimuksessa ei tutkittu markkinointia ja viestintää, koska varsinaista ammattimaista markkinointia ja viestintää ei oltu tehty aiemmin. Heti projektin alkuvaiheessa

havaittiin, että markkinoinnin ja viestinnän lisääminen ja kehittäminen olivat tärkeitä osa-alueita. Todettiin yhdistyksen tarvitsevan toimivia työkaluja kehittämään toimintaa tulevaisuudessa.

Markkinointisuunnitelma on tärkeä osa mitä tahansa toimintaa, kun halutaan tunnettavuutta ja näkyvyyttä. Siksi opinnäytetyössä haluttiin nostaa markkinointi yhdeksi kohdaksi teoreettisessa viitekehyksessä, vaikka se ei ole osana varsinaista tutkimusongelmaa.

Opinnäytetyössä on kaksi tutkimuskysymystä:

1. Miten hyväntekeväisyysyhdistyksen toimintaa voidaan kehittää, jotta yhdistyksen toiminta saadaan paremmin tunnetuksi ja tavoitetaan uusia yhteistyökumppaneita ja lahjoittajia?

Toinen tutkimuskysymys liittyy varainkeruutapahtumaan Summer Slam:

2. Miten tapahtumaa kehitetään, jotta sen suosio säilyy ja osallistujia saadaan lisää? Tapahtuma on tärkeä, koska siinä kerätään koko vuoden aikana tapahtuvan hyväntekeväisyyden rahat.

## **2.2 Aineistonkeruumenetelmät ja analysointi**

Tarjolla olevista kirjallisista lähteistä ei varsinaisesti löytynyt tutkimusongelmaan vastauksia. Suoranaisia tutkimuksia tai vastaavanlaisia toimintamalleja ei löydetty.

Samankaltaista hyväntekeväisyyttä ja toimintaa Suomessa on tehnyt jo pitkään Icehearts Oy. Siihen oltiin yhteydessä ja sovittiin haastattelu. Suomen Icehearts Oy:n toiminnanjohtajana toimii Teemu Vartiamäki, ja hänen kanssa sovittiin Skype-haastattelu. Teknisten ongelmien vuoksi se muuttui puhelinhaastatteluksi.

Vartiamäen lisäksi oltiin yhteydessä puhelimitse erikoistutkija Marko Kantomaahan, joka on filosofian tohtori. Hän toimii liikunnan ja oppimisen tutkijana LIKES-tutkimus-

keskuksessa. Häneltä haluttiin varmistaa, onko Suomessa tai ulkomailla tehty tutkimusta, joka osoittaisi liikunnan vähyyden tai puutteen johtavan lasten ja nuorten syrjäytymiseen. Tällä hetkellä ei tarkkaan tiedetä johtaako vähäinen liikunta lasten ja nuorten syrjäytymiseen. Aihe on kuitenkin ajankohtainen niin Suomessa kuin kansainvälisestikin.

Tutkimustietoa, joka olisi suoraan tutkinut samaa aihetta, ei löytynyt myöskään ulkomailta.

Tutkimuskysymyksillä haluttiin saada tietoa kokemuksista vuoden 2015 kesän Summer Slam -tapahtumasta sekä kesän 2016, uudistetusta, tapahtumasta. Itse tapahtumaa ja tapahtumapaikkaa oli muutettu huomattavasti verrattuna edelliseen vuoteen ja verrattuna edellisiin vuosiin. Kysymyksillä haluttiin saada selville vieraitten ajatuksia ja kommentteja siitä, onko ymmärretty tapahtuman olevan hyväntekeväisyysjuhla. Toimiko hyväntekeväisyystapahtuma siten, kuin odotettiin tai toivottiin?

Tutkimus toteutettiin tyytyväisyyskyselynä. Kyselyt laati Laura Pihlman, joka lähetti tyytyväisyyskyselyt sähköisesti valituille henkilöille. Kyselyt lähetettiin henkilöille, jotka olivat osallistuneet tapahtumaan vuonna 2015 ja olivat osallistumassa vuoden 2016 tapahtumaan.

Tyytyväisyyskyselyt lähetettiin kahdellekymmenelle henkilölle. Ensimmäinen tyytyväisyyskysely lähetettiin huhtikuussa 2016 ja toinen kysely heti tapahtuman jälkeen heinäkuussa 2016. Ensimmäisellä kyselykerralla vastauksia saatiin kahdelta toiselta vieraalta ja toisella kerralla seitsemältä vieraalta. Vastauksia kyselyihin jouduttiin pyytämään useita kertoja. Vaikka kyselyissä oli painotettu kyseessä olevan opinnäytetyö ja kerrottu palautteiden menevän anonymisti toimeksiantajan tietoon, ei vastauksia silti saatu haluttua määrää.

Tutkimuksen kohteena olivat henkilöt, jotka olivat osallistuneet Summer Slam -iltajuhlaan kesällä 2015 ja olivat osallistumassa samaan, uudistettuun iltajuhlaan kesällä

2016. Tutkimuksessa kysyttiin, mitä vastaajat olivat pitäneet kesän 2015 iltatapahtuman sisällöstä. Kuinka hyvin oli mielletty, että kyseessä oli hyväntekeväisyystapahtuma? Lisäksi kysyttiin, mikä oli ollut parasta, mistä ei pidetty ja mitä kehitysideoita vastaajilla oli. Näillä kysymyksillä pyrittiin kartoittamaan vieraiden tunnelmat ja ajatukset iltajuhlasta.

Kirjallisena saadut vastaukset tulostettiin, ja niiden sisältö analysoitiin. Pohdittiin, mikä oli ollut hyvää ja mikä huonoa, koska varsinaista negatiivista vastauksissa ei ollut. Vastauksissa oli mainittu kehitettäviä asioita, mutta mitään ei varsinaisesti moitittu. Vuoden 2015 tyytyväisyyskyselyn parannusehdotukset koottiin yhteen, ja niiden pohjalta pyrittiin tekemään tarvittavat muutokset vuoden 2016 varainkeruutapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa.

Puhelinhaastattelut toiminnanjohtaja Teemu Vartiamaen ja erikoistutkija Marko Kantomaan kanssa äänitettiin, minkä jälkeen ne litteroitiin. Haastatteluista nostettiin esiin oleelliset asiat, joiden uskotaan olevan hyviä esimerkkejä ja ideoita, jotka edistävät yhdistyksen toimintaa ja kehittämistä tulevaisuudessa.

Tutkimuksessa on piirteitä kehittämistutkimuksesta, johon olennaisena osana liittyy havainnointi. Havainnointia tapahtui projektin aikana paljon. Havainnointia tehtiin noin kerran kuussa järjestetyissä palaverissa, joissa ideoitiin asioita tapahtumaan ja sen toteutukseen. Palaverissa käytiin läpi, mitä on sovittuna ja valmiina. Havainnot kerättiin taulukkoon yhtenä aineistonkeruumenetelmänä. Merkintöjen pohjalta on koottu taulukko, joka esitellään tämän luvun lopussa (Taulukko 1).

Face-to-face -havainnointia tapahtui myös varainkeruutapahtumassa kesällä 2016. Tapahtumassa keskusteltiin vieraiden kanssa, kuunneltiin keskustelua ja samalla aistittiin tapahtuman ilmapiiriä, joten osittain voidaan puhua piilohavainninnista. Suullista, positiivista palautetta saatiin jo tapahtuman aikana. Sitä ei kuitenkaan kirjattu ylös, vaan asiat käytiin läpi toimeksiantajan kanssa loppupalaverissa, joka pidettiin 4. elokuuta 2016.

Työssä tehtiin teknistä havainnointia tutkimalla ja päivittämällä yhdistyksen nettisivuja. Niistä tehtiin myös oma projekti pakolliselle opintojaksolle. Siitä kerrotaan myöhemmin luvussa 3.4 Markkinointi. Nettisivustosta ei tehty kirjausta havainnointitaulukkoon, vaan havainnoinnin tulokset on kerrottu opinnäytetyön liitteessä 3.

Taulukko 1. Havainnointitaulukko projektin aiheista ja niiden päätöksistä

Päivämäärä	Aiheet	Mitä päätetty
2.12.2015	Käytiin yhdistyksen toiminta ja periaatteet läpi. Mitä tehty aikaisemmin, mitä haluttiin muuttaa. Alustavaa ideointi esiintyjään ja tapahtuman ohjelmistoon. Illalliskortti/ tapahtumaosallistumismaksun maksun määrän mahdollinen korottaminen.	Tapahtuman päivämäärä, pyydetty yhteystiedot haastatteluja varten. Alustava ideointi tapahtumalle ja sen ohjelmanumeroihin päätetty ja lupa ottaa yhteyttä haluttuihin esiintyjiin. Alustava markkinointisuunnitelma hyväksytty.
16.12.2016	WC-tilojen kartoitus Visuaalisen markkinoinnin ideointi tapahtumaan Ohjelman ideointia Arvoarpajaisten ideointi Kuljetusten suunnittelu Yhteistyökumppanit Sähköpostitilin luominen	Ideoita ja ajatuksia syntyi paljon, jotka esitettiin myöhemmin toimeksiantajalle hyväksyttäväksi. Ideointi tapahtui Perttulan tilan yrittäjien ja opinnäytetyön tekijöiden kesken.
19.1.2016	Mitä asioita saatu eteenpäin, uusia ideoita ja ehdotuksia	Esiteltiin mitä on tehty, mitä asioita saatu eteenpäin. Varsinaista päätöstä ei tehty mistään.
18.2.2016	Perttulan tilan nettisivut Pääsponsoreiden tarkistus vai yhteistyö Puutarhajuhlan maksun korotus? Milloin sitovat ilmoitukset pitää olla? Mahdolliset lisämyynti-ideat	Teltat tulevat Festacomilta J-P Hytönen hoitaa tennispelaajat Yhdistyksen Facebook -sivujen päivitys Mahdolliset golf -väylien myynti yrityksille tapahtumassa luvattiin selvittää.
3.5.2016	Valokuvaus Soittajat Turvamiespalvelu Perttulan tila, tapahtumapaikka Juoksevat tiiusajat Huutokauppatavarat kuvataan? Maksimimäärä juhluvieraita? Kuljetukset, milloin viimeinen paluukuljetus? Seuraava palaveri	Vieraita n.100 nyt, maksimimäärä 300 henkeä Seuraava palaveri 18.5 Kuljetukset porrastetusti Huutokaupattavat tavarat kuvataan ja esitellään yhdistyksen Facebook -sivuilla Kuvauseinä Granolta, jossa otetaan yhteiskuvia juhluvieraista, kuva muistona osallistujille, mahdollisesta maksusta vielä keskustellaan Radio Jyväskylän podcast linkki Facebook -sivuille, jossa kerrotaan yhdistyksestä
18.5.2016	Vierasmäärän tarkistus Kuljetukset Kutsujen uudelleen lähetys Myyntituotteet Huutokauppa, alkuhinnat? Tapahtumien aikataulut, ohjelma-rungot	Uusi kutsukierros lähetetään 10.6 Viimeinen paluukuljetus 23.30 Perttulan tilalta Figaron eteen Ensimmäinen kuljetus lähtee Figaron edestä klo 17.15 -> siitä porrastetusti Soittajat paikalla klo 17.30 Myyntituotteet ja -hinnat sovittu.

## 2.3 Tutkimuksen luotettavuus

Reliabiliteetti kuuluu yleensä määrällisen tutkimukseen. Se ilmaisee miten luotettavasti ja toistuvasti tutkimusmenetelmää on mitattu halutusta ilmiöstä. Tässä tapauksessa hyväntekeväisyisyhdistyksen toiminta: Haluttiin selvittää, miten yhdistyksen toiminta on mielletty varainkeruutapahtumassa, onko hyväntekeväisyys tiedostettu riittävästi.

Tyytyväisyyskyselyitä tehtiin kaksi eri kertaa, joten saturaatio täyttyi. Vastausmäärät olivat toisella kyselykerralla 35 % verrattuna ensimmäiseen tyytyväisyyskyselyyn, jonka vastausprosentti oli 60 %.

Tyytyväisyyskyselyt tehtiin ennen ja jälkeen tutkitun ilmiön, joka tässä tutkimuksessa oli varainkeruutapahtuma.

Tyytyväisyyskyselyt lähetettiin ainoastaan vieraille, jotka ovat osallistuneet molempiin varainkeruutapahtumiin ja kysymysten asettelu oli tehty tutkitavan ilmiön ympärille. Kerätty tutkimustieto on validiteettia eli on mitattu juuri sitä mitä on haluttu.



## 2.4 Toimeksiantajan esittely

*Liikunta vaikuttaa kokonaisvaltaisesti nuorten hyvinvointiin ja ehkäisee nuorten syrjäytymistä monin eri tavoin. Fyysinen aktiivisuus vaikuttaa positiivisesti nuoren terveyteen, yleiseen elämänhallintaan, keskittymiskykyyn, tunne-elämään ja koulumenestykseen. (THL 2015).*

*Nuorten syrjäytymisen suurimpia riskitekijöitä ovat jääminen koulun ja työn ulkopuolelle. Liikunta ja liikuntaharrastusten tukeminen ovat keskeisimpiä keinoja ehkäistä nuorten syrjäytymistä. (Luciano & Puumalainen 2015, 2).*

Opinnäytetyön toimeksiantaja, Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikkunan Tuki Ry, on voittoa tavoittelematon yhdistys. Yhdistyksen tavoitteena on lisätä jaksamista, ehkäistä lasten ja lapsiperheiden sosiaalisia ongelmia ja syrjäytymistä. Yhdistys on perustettu vuonna 2009. Yhdistyksen visio ja toiminta on mahdollistaa, että kaikilla lapsilla olisi mahdollisuus liikuntaan. Toiminnallaan yhdistys haluaa edistää ja tukea lasten ja nuorten liikuntaa ja urheilua eri muodoissa. Yhdistys toimii ainostaan Keski-Suomessa. Avustukset suunnataan apua tarvitseville perheille, tukemalla lasten ja nuorten jo alkanutta urheilutoimintaa. Yhdistyksen toiminta on erittäin tärkeää, koska lasten ja nuorten syrjäytyminen on kasvanut viime vuosina. Syrjäytymisen estämiseen tarvitaan paljon työtä ja rahoitusta, jotta apua sen estämiseksi voidaan tehdä ja toteuttaa.

### 3 Teoreettinen viitekehys

Teoreettisessa viitekehyksessä on haluttu tuoda esiin useita näkökulmia, koska näiden kaikkien koetaan liittyvän oleellisesti hyväntekeväisyisyhdistyksen toimintaan ja niiden kehittämiseen tulevaisuudessa.

#### 3.1 Hyväntekeväisyys

*Hyväntekeväisyys; on antaa rahaa, ruokaa tai muuta apua ihmisille, jotka ovat köyhiä, sairaita jne. Hyväntekeväisyys on organisaatio mikä auttaa ihmisiä, jotka ovat köyhiä, sairaita jne. Organisaatiot, jotka auttavat häädänalaisia. (Merriam-Webster)*

Hyväntekeväisyyden tarkoitus on auttaa muita, avun tarpeessa olevia ihmisiä. Hyväntekeväisyyttä voidaan tehdä monella eri tavalla, lahjoituksilla ja vapaaehtoistyöllä.

Hyväntekeväisyys on pyyteetöntä. Se tuntuu hyvältä, kun voi antaa.

Hyväntekeväisyyttä on tutkittu jonkin verran Suomessa, mutta enemmän ulkomailla. Täysin vastaavanlaisesta toiminnasta, mitä toimeksiantaja tekee, ei löydetty suoraan verrannollista tutkimustietoa.

Läpi historian ihmiset ovat hyväntahtoisesti ja avokätisesti kylväneet miljardeja dollareita järjestöihin vain nähdäkseen, että taustalla olevat ongelmat muuttuvat pahemmiksi ja pahemmiksi. Raha usein löytää tiensä sinne missä sitä ei tarvita, mutta se päätyy johtajistolle, itsevaltaisiin hallintojärjestelmiin. Ja vaikka raha tavoittaisi tarkoitetut edunsaajat, ei sitä useinkaan tarjota siihen mihin se on tarkoitettu. Mutta hyväntekeväisyys on ollut hyvää yhdelle ryhmälle. Se on ollut hyvää lahjoittajille. (Harber 2016, 57).

Opinnäytetyössä yhdistyivät hyväntekeväisyyden osa-alueista lapset, nuoret, urheilu, liikunta ja ympäristö.

Monet Suomessa toimivat hyväntekeväisyysyhdistykset ovat ulkomailla perustettuja, kuten Unicef ja Nenäpäivä. Heidän keräämänsä varat suunnataan pääasiassa ulkomaille, lasten koulutukseen, nälänhätään tai muihin kriiseihin. Suomessa toimii useita muita hyväntekeväisyysorganisaatioita, joiden avustukset suuntautuvat lasten sairailoille, adoptioihin, sijaishuoltoon ja moniin muihin hyviin tarkoituksiin.

Toimeksiantajan avustus on erikoislaatuista, koska siinä avustetaan ja autetaan tietyn alueen, tässä tapauksessa Keski-Suomen alueella asuvia lapsia ja nuoria. Avustukset suunnataan liikuntaan ja urheiluun, lajista riippumatta. Ainoana ehtona on se, että harrastuksen on pitänyt olla jo alkanutta. Uuden harrastuksen tukemiseen yhdistys ei myönnä avustuksia.

### 3.2 Arvot, eettisyys

*Järjestöjen raportoinnissa kehitettävää.*

*Tilintarkastus- ja konsulttiyhtiö PriceWaterhouseCoopers on vuodesta 2005 lähtien järjestänyt vuosittain Avoin raportti -kilpailun, joka on suunnattu erityisesti yhdistyksille ja säätiöille. Kilpailun tavoitteena on edistää kolmannen sektorin toimijoiden läpinäkyvää ja laadukasta raportointia.*

Toimeksiantaja toimii yhdistyksenä ja heidän toimintansa on kaikille avointa ja tiedot nähtävissä ja tarkistettavissa. Vaikka tiedot ovat julkisia, on varmasti paljon henkilöitä, jotka eivät välttämättä tätä tietoa etsi tai ole kiinnostuneita lukemaan. Osalle voi tiedon ymmärtäminen tuottaa epäselvyyttä. Olisi hyvä, että yhdistys jakaisi tiedon avoimesti ja julkisesti. Julkinen viestintä ja tiedottaminen tuovat luotettavan kuvan yhdistyksen toiminnasta ja sen läpinäkyvyydestä.

Itsenäisen läpinäkyvyyden esilletuominen toiminnassa ja markkinoinnissa ovat hyviä vaihtoehtoja, kuin olettaa, että tarvittaessa lahjoitusta harkitseva henkilö, ryhtyy itse tutkimaan yhdistyksen toimintaa. Julkisella viestinnällä lisätään myös yhdistyksen tunnettavuutta. Kun kyseessä on hyväntekeväisyysyhdistys, on sen toiminnassa tär-

keää jatkuva läpinäkyvyys. Näin estetään, jo alussa, epäilevä ja ehkä negatiivinen suhtautuminen. Uutisoinnissa aika ajoin esiin nousseet hyväntekeväisyysyhdistyksen ja -organisaatioiden epärehellinen toiminta, voi joillekin henkilöille luoda jo etukäteen epäilyksiä yhdistysten toiminnasta. Yksi monista markkinoinnin keinoista ja vaihtoehtoista, olisi osallistuminen vuoden 2017 Avoin raportti -kilpailuun.

*Tampereen Pelastakaa Lapset ry:ssä paljastui 30 000 euron kavallus. Pelastakaa Lapset ry:n paikallisyhdistyksessä ilmeni alkuvuonna väärinkäytösepäily. Poliisi tutkii asiaa. (Ketonen 2016, Yle uutiset).*

Tämän kaltainen uutisointi valitettavasti aiheuttaa negatiivisen ilmapiirin. Tällaisesta uutisoinnista voivat saada osansa myös oikein toimivat hyväntekijät. Tämän kaltaiset uutisoinnit karkottavat mahdollisia lahjoittajia.

Aihetta on käsitellyt Sari Kuvaja kirjassaan *Hyvä raha* (Kuvaja 2010, 55), jossa kirjoitetaan siitä, kuinka petetyiksi tulleet lahjoittajat ovat hetkellisesti tai kokonaan lopettaneet rahallisen avustusten antamisen. Tämä tekee hallaa niille yhdistyksille ja järjestöille, jotka aidosti ja rehellisesti tekevät hyvää. Suurimmalla osalla lahjoittajista reagointi johtaa siihen, että he valitsevat tulevaisuudessa avustuskohteensa entistä tarkemmin. Tässä kohtaa tunnetut ja luotetut hyväntekeväisyysjärjestöt ja -yhdistykset ovat voittajia ja saavat avustukset tileilleen ja keräyksiin.

### **3.3 Syrjäytyminen ja liikunta**

*Syrjäytymisen sana viittaa ajatukseen ”sosiaalisen” hajoamisesta tai jakautumisesta, osan irtoamiseen kokonaisuudesta. (Helne 2002, 2).*

Syrjäytymisen yhteydessä puhutaan lähinnä sosiaalisena ongelmana. Kirjassaan Helne kirjoittaa *Ilmausta syrjäytyminen viljellään niin laajalti, että se on kadottanut kykynsä hätkähdyttää* (Helne 2002, 7). Miltei päivittäin eri medioissa ja julkaistuissa tutkimuksissa puhutaan nuorten syrjäytymisestä. Tämän, useasti toistuvan, uutisoinnin vuoksi lasten ja nuorten syrjäytyminen ei ehkä enää hätkähdytä ketään, vaan asiaa pidetään jo normaalina ilmiönä. Asia tavallaan hyväksytään yhtenä ongelmana

nykymaailmassa. Näinhän se ei saisi olla, eikä jäädä ihmisten mieliin hyväksyttynä tosiasiaksi, vaan asialle pitää tehdä jotain.

Puolestaan kirjassa *Tuhat tarinaa lasten ja nuorten syrjäytymisestä* todetaan, että *syrjäytymisessä on aina kyse jäämisestä tai joutumisesta yhteiskunnan keskeisten toiminta-alueiden sekä sosiaalisesti ja kulttuurisesti arvostetun elämän valtavirran tai keskiön ulkopuolelle* (Lämsä 2009, 29).

Syrjäytymiseen johtavat seikat voivat tapahtua nopeasti. Viime vuosina Suomea kohdannut huono taloudellinen tilanne, on kasvattanut suuria työttömyyslukuja, joka aiheuttaa taloudellisia ongelmia perheissä nopeasti. Kirjassa *Ketä kiinnostaa? Lasten ja nuorten hyvinvointi ja syrjäytyminen* (Vähäkylä & Reivinen 2013), todetaan miten tukea ja apua tarvitaan nopeasti. Ongelmia tuottaa miten apua ja tukea voidaan järjestää. Samassa kirjassa kerrotaan: *usein perheen tilanne ehtii monimutkaistua ennen avun saamista* (Reivinen & Vähäkylä 2013, 126). Usein lapsiperheiden avun ja tuen tarve on moninainen, joka lisää haasteita ja vie aikaa. Tässä kohtaa lapsille ja nuorille olisi tärkeää, että he voivat jatkaa liikuntaharrastuksiaan. Tässä tehtävässä yhdistyksellä on tärkeä rooli. Tämän vuoksi kattavampi yhteistyö Jyväskylän kaupungin ja Keski-Suomen kuntien kanssa olisi tärkeää yhdistykselle.

Vasta 2000 -luvulla on ryhdytty keskustelemaan ja tutkimaan liikunnan tärkeyttä lapsille ja nuorille. Liikunnan on todettu vähentävän ajautumista syrjäytymiseen. Tutkimuksia on useita, mutta tutkimusta, joka suoraan olisi tutkinut sitä, että liikkumattomuus aiheuttaa syrjäytymistä, ei löytynyt.

Suomen opetus- ja kulttuuriministeriö on toteuttanut vuodesta 1999 lasten ja nuorten liikuntaohjelmaa. Ohjelman päätavoitteena on lisätä lasten ja nuorten fyysistä aktiiviteettia suositusten mukaisesti. Samalla halutaan lisätä tavoitteita, edistää yhdenvertaisia, tasa-arvoisia ja helposti saavutettavia harrastusmahdollisuuksia. On todettu, että näiden seikkojen avulla voidaan ehkäistä syrjäytymistä ja edistää terveyttä.

Lasten liikunnan hyötyjä on tutkinut mm. Heidi Syväoja, joka tohtorinväitöskirjassaan toteaa, että *liikunta saattaa terveyshyötyjensä lisäksi vaikuttaa myönteisesti myös lasten kognitiiviseen ja akateemiseen suoriutumiseen* (Syväoja 2014, 26).

Pitkällisen tutkimisen tuloksena, ei löytynyt suomalaista tutkimusta, jossa olisi tutkittu vähäisen liikunnan tai liikkumattomuuden vaikutuksia siihen, että nämä tekijät aiheuttavat lasten ja nuorten syrjäytymisen. Asia haluttiin tarkistaa ja otettiin yhteyttä LIKES-tutkimuskeskuksessa työskentelevään erikoistutkijaan, Marko Kantomaahan. Lyhyesti käydyssä puhelinkeskustelussa kävi ilmi, että Suomessa ei ole tutkittu suoraan, aiheuttaako liikunnan vähyys tai sen puute lasten ja nuorten syrjäytymistä. Monessa tutkimuksessa viitataan siihen, miten liikunta saattaa ehkäistä syrjäytymistä. Kantomaa kertoi, että asian tiimoilta on ollut paljon keskustelua, mutta varsinaista tutkimusnäyttöä näiden tekijöiden kausaalisuhteesta ei ole. Kantomaa on itse väitellyt tohtoriksi vuonna 2010. Hänen väitöskirjatyössään tutkittiin miten liikunta vaikuttaa nuorten tunne-elämän ja käyttäytymisen häiriöihin, terveyteen ja koulumenestykseen. Tutkimuksen tuloksena todettiin, *että vähäinen liikunta on yhteydessä nuorten tunne-elämän ja käyttäytymisen häiriöihin*. (Kantomaa 2007, 5). Tutkimuksessa tuloksissa todettiin, että aktiivisella liikunnalla on yhteys hyvään koulumenestykseen. Tämä ja moni muu tutkimus osoittavat, että liikunnalla on tärkeä merkitys lasten ja nuorten hyvinvoinnille.

### **3.4 Markkinointi**

Viestintä tukee markkinointia, josta käytetään sanaa *mediaviestintä*, joka on samalla *vaikuttavuusviestintää* (Juholin 2004, 182). Juholin kirjoittaa kirjassaan, että vaikuttavuusviestintä on samalla maineen hallintaa. Näin yritys voi hakea tunnettavuutta asioiden, kenties hyväksyntää, jolla voidaan vaikuttaa sidosryhmiin, sidosryhmissä toimiviin henkilöiden mielipiteisiin, asenteisiin ja käyttäytymismalleihin. Kaikella tällä on vaikutus yrityksen tulokseen ja tässä tapauksessa yhdistyksen tulokseen, lahjoitusten saamiseen. Lainauksessa puhutaan yrityksen mediaviestinnästä, mutta samat asiat

ovat yhdistettävissä yhdistyksen toimintaan. Toteuttamalla vaikuttavuusviestintää, pystyy yhdistys helpommin solmimaan uusia yhteistyökuvioita, saamaan uusia lahjoittajia ja sponsoreita. Yhdistyksen toimintaa pitää johtaa ammattimaisesti, kuten mitä tahansa yritystä, ja markkinointi on tärkeä osa-alue yritystoimintaa. Kun kyseessä on hyväntekeväisyys, on markkinoinnissa oltava erittäin tarkkana. Se viesti, mitä yleisölle halutaan antaa, pitää kulkea käsi kädessä yhdistyksen arvojen ja aatteiden kanssa. Yhdistys haluaa tulosta, mutta tulosta, joka menee hyväntekeväisyyteen. Tämän viestin on oltava hyvin kirkas, selkeä ja helposti tajuttava, jotta se palvelee kaikkia vastaanottajia.

Kirjassaan *Cosmopolis*, Juholin (2004, 183) kertoo maineen hallinnasta, joka on vaikuttavuusviestintää, mutta markkinointiin verrattuna neutraalisempaa ja välillisempää. Tämä vaikuttaminen tapahtuu pidemmällä aikajänteellä.

Samassa yhteydessä Juholin (2004, 184) kirjoittaa siitä, miten *ennakoivuus on vaikutusviestintää vahvimmillaan*. Yhdistyksen toimintaa halutaan olevan yhdenvertaista yritystoiminnan kanssa. Näin haluttiin analysoida yhdistystä kahdella eri mallilla. Ensin analysoitiin EPISTLE (Gregory 2001) ulkoisen luotauksen työkalulla, joka tarkoittaa tietoisuuden lisäämistä makroympäristön suunnista ja ilmiöistä.

## Ulkoisen luotauksen alueita (Gregory 2001)

*Luotauksella tarkoitetaan heikkojen signaalien tunnistamista ympäristöstä, jotta yritys pystyisi erottamaan toimintansa kannalta olennaisia uhkia ja mahdollisuuksia sekä mahdollisia trendejä. (Juholin 2004, 184).*

Kirjassaan Juholin (2004, 186) on esittänyt taulukon ulkoisen luotauksen alueista.

Taulukko 2. Yhdistyksen ulkoisen luotauksen alueita

<b>Politiikka</b> - lainsäädäntö - kansallinen tilanne - muut vallankäyttäjät	<b>Talous</b> - työllisyys - kansantalouden näkymät	<b>Informaatio</b> - tiedontuotannon ja -tuottajien muutokset - tiedonhallinnan kehitys - viestintäteknologian käytön muutokset - avoimuus ja kansalaisvaikuttaminen
<b>Sosiaalinen tilanne</b> - arvomuutokset - asenneilmasto - kansalaisten tulojen kehitys - kulttuuriset muutokset	<b>Teknologia</b> - uudet teknologiat - uudet toimijat ja muutokset toimijakentässä	<b>Ympäristö</b> - kansalaisvaikuttamisen trendit

Tärkeitä alueita, yhdistyksen toiminnassa ja siihen vaikuttavia asioita ovat, talous, politiikka ja informaatio. Tarkastelemalla ulkopuolisia alueita ja mitä niiden ympärillä tapahtuu, voidaan yhdistyksen toimintaa kehittää siihen suuntaan, että ulkoisen luotauksen alueilla tapahtuvat muutokset huomioidaan yhdistyksen markkinoinnissa ja toimintamallien kehittämisessä.

Ulkoisen luotauksen yhteydessä Juholin (2004, 187) mainitsee nettisivustot, keskustelupalstat ja ilmiöistä blogit. Näitä *seuraamalla pääsee selvyyteen, mikä on ajankoh-taista ja mistä keskustellaan*. Nämä asiat haluttiin nostaa esille projektin yhteydessä, koska tänä päivänä tietoa haetaan ensisijaisesti netistä, omilta nettisivuilta tai sosiaalisesta mediasta. Blogeissa kerrotaan eri ihmisten ajatuksista ja näkökannoista. Blogeissa usein lainataan myös muiden tekstejä, tutkimuksia ja ajatuksia, joihin halutaan



ottaa kantaa. Keskustelupalstoilla käydään keskusteluita erilaisista ilmiöistä, tapahtumista ja henkilöistä. Keskustelupalstojen tyyli ja sävy voi olla kovin vaihtelevaa ja pahimmassa äityä ns. ”some-raivoksi”.

Yhdistyksen nettisivut olivat ja ovat edelleen, muutoksen tarpeessa. Täysin haluttuun muutokseen ei päästy projektissa. Sivujen tekninen toteutus on tehty siten, että vain sivujen tekijällä on oikeudet päivittää tiettyjä elementtejä. Yhdistys pystyy ainoastaan tekemään pienempiä muutoksia ja päivityksiä. Isompien muutosten tekeminen sivustolle, ei yhdistyksen kannalta ole kovin kannattavaa, koska sivujen tekijä ottaa maksun tehdyistä muutoksista. Kun kyseessä on hyväntekeväisyisyhdistys, on mietittävä tarkkaan, miten rahoja käytetään. Kuluihin menevät rahat verottavat avustukseen menevää rahavarantoa. Yhdistyksen toiminnan kannalta olisi parasta rakentaa teknisesti täysin uudet nettisivut Wordpress-pohjalle. Tämän jälkeen kaikki muutokset ja päivitykset pystyttäisiin toteuttamaan yhdistyksessä itsenäisesti.

Yhdistyksen nettisivujen muuttamista ja rakenteen uudistamista analysoitiin Electronic Customer Services -opintojaksolla. Työn tuloksesta tehtiin raportti opintojakson lopputehtävänä. Loppuraportti on yhdistetty opinnäytetyön liitteisiin.

Opinnäytetyön oheistuotteena laaditussa projektikäsikirjassa on ohjeistettu nettisivujen päivittämiseen. Laadukkaan toiminnan kannalta on tärkeää, että nettisivut ovat hyvin toimivat, aina ajan tasalla, kirjoitusasu ja tiedot ovat oikeita ja visuaalisesti trendin mukaiset.

Keskustelupalstan ei uskota olevan kovin oleellinen foorumi yhdistyksen toiminnalle. Tarvittaessa keskustelua voidaan käydä yhdistyksen Facebook -sivuilla, jotka perustettiin heti tämän projektin alussa. Niillä voidaan käydä läpinäkyvää asiakasdialogi. Tulevaisuudessa yhdistyksen oman blogin kirjoittaminen sen toiminnasta ja tapahtumista, voisi olla hyvä viestinnän markkinointikanava. Blogi voi lisätä tunnettavuutta, lisätä läpinäkyvyyttä yhdistyksen toiminnasta. Blogin ympärille voi muodostua hyvä

yhteisö, joka lisäisi avointa ilmapiiriä. Yhdistys voisi kertoa miten se suuntaa avustuksia tai miten yhdistys on kehittänyt toimintaansa. Blogissa voidaan kertoa uusista yhteistyökumppaneista, jotka saavat samalla ilmaista tai maksullista mainontaa. On kuitenkin tärkeää muistaa, että avustusten kohteena ovat yksityishenkilöt. Nämä tiedot eivät ole julkisia tietoja, ellei joku avustusta saanut henkilö, halua antaa kasvoja yhdistyksen toiminnalle. Tietosuojalain osaaminen on tärkeä osaamisalue yhdistyksen toiminnassa.

SWOT -analyysi on toinen työkalu, jolla yhdistyksen toimintaa haluttiin tarkastella syvemmin.



## Yhdistyksen SWOT -analyysi

Taulukko 3. Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki Ry:n SWOT-analyysi

<p style="text-align: center;"><b>Vahvuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pitkä historia hyväntekeväisyydestä lasten ja nuorten hyväksi</li> <li>- yhdistyksen kustannukset suhteellisen pienet</li> <li>- paikallisuus, keskittynyt ainoastaan Keski-Suomen alueelle</li> <li>- seurat tyytyväisiä apuun ja yhteistyöhön</li> <li>- erilaisuus: pyrkiä antamaan kaikille lapsille mahdollisuuden jatkaa jo alkanutta liikuntaharrastusta yhteiskunnallisesta asemasta riippumatta</li> <li>- luottamusta herättävä yhdistys</li> <li>- läpinäkyvyys</li> <li>- olemalla yhdistys</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Heikkoudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- huono tunnettavuus</li> <li>- muut yhdistykset ja järjestöt saavat enemmän huomiota</li> <li>- vapaaehtoistyön puuttuminen</li> <li>- vapaaehtoisten johtaminen</li> <li>- vaikeaa saada mediahuomiota</li> <li>- jääkiekkotausta leimaa liikaa</li> <li>- markkinointiosaaminen</li> <li>- yhteistyökumppaneiden puuttuminen</li> <li>- tapahtuma mielletty yksityishenkilön pitämäksi</li> <li>- liian vähän yhteistyötä eri tahojen kanssa</li> <li>- liian paljon tietoa yhden ihmisen varassa</li> <li>- ei hyödynnetä riittävästi sosiaalista mediaa</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Mahdollisuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- uusi hallitus</li> <li>- toimimalla kuten sosiaalinen yritys</li> <li>- uusittu tapahtumakonsepti</li> <li>- uudet yhteistyökumppanit</li> <li>- yhteistyö Jyväskylän kaupungin ja Keski-Suomen kuntien kanssa</li> <li>- uusia vapaaehtoistyöntekijöitä</li> <li>- uusia lahjoittajia yhteistyön kautta</li> <li>- julkisuus</li> <li>- uudet lahjoituskanavat</li> <li>- tutkija – rahoittaja yhteistyö tutkimaan liikunnan ja syrjäytymisen estämisen yhteyttä</li> <li>- ennakointi luotauksen avulla</li> <li>- vapaaehtoisten työntekijöiden ammatillinen johtaminen</li> <li>- osallistuminen Avoin raportti -kilpailuun vuonna 2017</li> <li>- yhteistyö Iceheart -yhdistyksen kanssa Keski-Suomen alueella</li> <li>- oma blogi</li> <li>- LinkedIn -profiili</li> <li>- oma toimintaa yrityksille ympäri vuoden</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Uhat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- jääkiekko tausta</li> <li>- yritys yhteistyö, ei kumppaneita lähtemään mukaan yhteistyöhön</li> <li>- läpinäkyvyyden puute</li> <li>- yhteistyökumppaneiden saaminen</li> <li>- sponsoreiden saaminen</li> <li>- ammattitaitoisen johtamisen puuttuminen</li> <li>- systemaattisen toiminnan kehittämisen puute</li> <li>- organisoinnin puuttuminen</li> <li>- priorisoinnin puute</li> <li>- liian tutut yhteistyökumppanit</li> <li>- kilpailijat</li> <li>- kaikkien hallituksessa olevien työpanos ei ole saman vertaista</li> <li>- tapahtuman järjestäjien työpanos ei toimi</li> <li>- suurin osa tiedoista yhden ihmisen takana</li> <li>- delegoinnin puute</li> </ul>

### 3.5 Benchmarking

*Benchmarking pureutuu markkinan ja eri toimijoiden hahmottamiseen. Sen avulla voidaan vertailla alan toimijoiden strategiavalintoja, tuotteita, palveluita ja toimintatapoja ja oppia parhaista käytännöistä. (Tuulaniemi 2013, 138.)*

Opinnäytetyötä varten haluttiin löytää toimintamalliltaan samankaltainen yhdistys kuin toimeksiantaja. Samankaltaisia toimintoja ja yhtäläisyyksiä on Suomen Iceheart Ry:n toiminnassa, jota tarkasteltiin lähemmin. Heidän toiminnassaan on paljon samoja elementtejä, jonka vuoksi valittiin heidät sopivaksi benchmarking -kohteeksi.

Suomen Icehearts ry on aloittanut toimintansa jo vuonna 1996. Iceheart ry:n toiminnassa on kuitenkin useita eroavaisuuksia, vertailtaessa toimeksiantajaan. Päämäärä on kuitenkin sama; ehkäistä nuorten syrjäytymistä ja mahdollistaa lapsille ja nuorille liikkumisen ilo.

Puhelinhaastattelusta saatiin paljon hyvää, uutta ja hyödyllistä tietoa, heidän toiminnastaan ja toimintatavoista. Suomen Iceheart ry:llä on hyvät ja kattavat nettisivut. Sivuilla on kerrottu Suomen Iceheart ry:n toiminnasta ja yhteistyökumppaneista. Yhdistyksen kannattaa ehdottomasti hyödyntää omassa toiminnassaan vastaavaa sivustoa. Tulevaisuudessa yhteistyö Suomen Iceheart ry:n kanssa olisi yksi toimintamuoto. Mahdollisesta yhteistyöstä on tehty aiemmin suunnitelma, josta on olemassa luonnos. Tämä luonnos on tehty noin viisi vuotta sitten. Suunnitelma ei silloin toteutunut, koska Jyväskylän kaupunki ei halunnut lähteä mukaan toimintaan. Kaupungin osallistuminen ja mukaan tuleminen, on oleellinen osa Suomen Icehearts ry:n toimintaa.

Suomen Icehearts ry:n toiminta eroaa siten, että he tekevät pitkäkestoista tukitoimintaa perustamalla joukkueita. Aluksi on ollut ainoastaan poikien muodostamia joukkueita, mutta nyt on muodostettu tyttöjoukkue. Suomen Iceheart ry:n tekemien tutkimusten ja laskelmien mukaan, Suomeen tarvittaisiin noin tuhat joukkuetta, jolla pystyttäisiin kokonaisvaltaisesti estämään nuorten syrjäytyminen. Näin nuorilla olisi

paremmat mahdollisuudet olla osana yhteiskuntaa täysipainoisesti. Suomen Iceheart ry tukee kaikkia urheilulajeja, sekä tyttöjä, että poikia.

## 4 Kyselyiden tulokset

Tutkimuksessa tyytyväisyyskyselyt lähetettiin kaksi eri kertaa. Ennen ja jälkeen kesän 2016 tapahtuman, kahdellekymmenelle vieraalle. Ensimmäisellä kerralla haluttiin selvittää, mitä mieltä vieraat olivat olleet kesän 2015 tapahtuman sisällöstä. Tuliko hyväntekeväisyys selvästi esille? Mikä tapahtumassa oli ollut parasta, mistä ei pidetty ja mitä parannusehdotuksia olisi haluttu.

Vastaajina oli naisia ja miehiä.

### **Kysymykset kesän 2015 -tapahtumasta:**

1. Mitä pidit Summer Slam – iltajuhlan sisällöstä?
2. Onko hyväntekeväisyys tullut tarpeeksi tapahtumassa näkyviin?
3. Mikä iltajuhlassa on ollut parasta?
4. Mistä asioista et ole pitänyt iltajuhlassa?
5. Mitä tekisit iltajuhlassa toisin?

### **Kysymykset kesän 2016 -tapahtumasta:**

1. Mitä pidit Summer Slam 2016 -puutarhajuhlan ohjelmasta, tarjoiluista, järjestelyistä?
2. Tuliko mielestäsi hyväntekeväisyys tarpeeksi tapahtumassa näkyviin?
3. Mikä puutarhajuhlassa oli parasta tai mieleenpainuvaa?
4. Mistä asioista tai seikoista et pitänyt puutarhajuhlassa tai tekisit toisin?
5. Mitä pidit Perttulan tilasta verrattuna aikaisempaan juhlapaikkaan?
6. Muita ehdotuksia Summer Slam -tapahtuman puutarha-/ iltajuhlatapahtumaan?

#### 4.1 Kyselyihin vastanneiden taustatiedot

Kyselyihin vastanneet olivat täysi-ikäisiä miehiä ja naisia. He olivat osallistuneet Summer Slam -tapahtumaan kesällä 2015 ja kesällä 2016. Tutkimuksessa emme kysyneet vastaajien ikää, koska emme usko sillä olleen merkitystä tutkimuksen tekemiseen. Ensimmäiseen tyytyväisyyskyselyyn vastauksia saatiin 12 kappaletta. Vastanneista neljä oli miehiä, ja loput vastaukset tulivat naisilta. Toiseen tyytyväisyyskyselyyn saatiin vastauksia seitsemältä vastaajalta.

#### 4.2 Kokemukset kesän 2015 Summer Slam -tapahtumasta

Ensimmäisessä kysymyksessä haluttiin saada selville, mitä mieltä vieraat olivat tapahtuman sisällöstä. Tapahtuman todettiin olevan *mukava, hyvä ja hyvin järjestetty*. Lisäksi todettiin, että ohjelmaa ei ollut liikaa, joten jäi aikaa *vapaaseen olemiseen, seurusteluun ja tuttujen tapaamiseen*. Ruoka mainittiin yhdeksässä vastauksessa ja yksi vastaaja oli kommentoinut ruokaa kahden eri kysymyksen vastauksissa. Ruuasta oli mainittu ensimmäisessä kysymyksessä, jossa kysyttiin tapahtuman sisältöä.

Kysymyksessä kaksi tiedusteltiin, onko hyväntekeväisyys tullut tarpeeksi tapahtumassa näkyviin. Viisi vastaajaa oli vastannut yhdellä sanalla *kyllä* tai *on*. Kahdessa vastauksessa todettiin, että huutokaupan muodossa on hyväntekeväisyys tullut esiin ja yksi vastaaja oli todennut, että *medianäkyvyys toisi varmasti myös lisää uskottavuutta*. Kaksi vastaajaa oli nostanut esiin sosiaalisen median käytön tarpeellisuuden. Yksi vastaaja oli todennut, että *kohde voisi tulla vielä paremmin esiin*.

Kysymyksen kolme, *mikä iltatapahtumassa / puutarhassa on ollut parasta*, oli ruoka ja tarjoilu mainittu seitsemässä vastauksessa. Tästä voidaan päätellä, että ruualla on tärkeä merkitys ja sen koetaan olevan tärkeä osa tapahtuman sisältöä.

Vastaajista neljä kertoi, kuinka tuttavien ja vanhojen ystävien tapaaminen oli parasta. Viisi vastaajaa kertoi *tunnelman olevan parasta ja rento fiilis*. Yksi vastaajista oli mai-

ninnut *tuttavien ja rennon fiiliksen* olevan parasta. Yksi vastauksista oli mielenkiintoinen, koska siinä ei varsinaisesti kerrottu, mikä oli ollut parasta, vaan todettiin seuraavasti: *tapahtuma on hyvin järjestelmällinen, tietää mitä tulee illan mittaan*. Lisäksi oli otettu kantaa siihen, miten parantaa tapahtuman järjestämistä: *huomioikaa jos on sadepäivä, että kaikille sadesuojat + istumapaikka*.

Kysymyksessä neljä haluttiin saada selville, *mistä asioista et ole pitänyt iltatapahtumassa / puutarhajuhlassa*. Viisi vastaajista ei ollut vastannut mitään, joten voidaan olettaa, että heidän mielestään puutarhajuhla oli onnistunut. Kolme vastaajaa kaipasi lisää istumapaikkoja, joita oli ollut liian vähän. Kaksi vastaajaa puhui sadesuojista ja sateen mahdollisuudesta, vaikka vuoden 2015 tapahtumassa ei ollut satanut vettä. Yksi vastaus oli ristiriitainen, koska vastaaja kritisoi *ajankohtaa, ihmiset väsyneitä koko päivän urheilusta. Päättynyt turhan aikaisin*. Tarkoittaako ajankohta tässä tapauksessa kesää vai kuukautta? Vai onko vastaaja tarkoittanut aikataulua? Päivällä tapahtuviin golf- ja tennistapahtumiin eivät osallistu kaikki vieraat, ja paljon vieraita tulee ainoastaan iltajuhlaan. Vastaaja on kertonut väsymyksestä, vaikka samanaikaisesti hän olisi halunnut iltajuhlan jatkuvan pidempään.

Viimeisessä kysymyksessä kysyttiin, *mitä tekisit illan tapahtumaan toisin*. Vastaajista viidellä ei ollut mitään muutosehdotuksia. Seitsemän vastaajan vastaukset antoivat paljon erilaisia vastauksia. Kahdessa toivottiin lisää musiikkia, live-musiikkia ja yksi vastaaja kirjoitti, että *korjaisin tilat*, minkä tarkoitus jäi epäselväksi. Enemmistö vastaajista haluaa iltatapahtuman kestävän pidempään, musiikkia, tanssia, tunnettuja ihmisiä, medianäkyvyyttä, hyvää ruokaa ja naisten huomioimista.

Tapahtuman sisältöä pidettiin pääsääntöisesti onnistuneena. Negatiivisiksi vastauksiksi miellettiin kommentit istumapaikkojen vähyydestä, liian tiukasta ja tiivistä aikataulusta, liian vähäinen ja riittämätön huomio naisiin ohjelmassa, musiikkia ja elävää musiikkia olisi kaivattu enemmän. Iltajuhlan toivottiin kestävän pidempään. Asiasta

mainitsi neljä vastaajaa. Kantaa otettiin myös mahdolliseen sateeseen, vaikka tapahtumailtana ei ollut sadetta eikä sadesää ole osunut koskaan vuosien varrella tapahtumapäivän aikana. Mielenkiitoista oli se, että sateen mahdollisuudesta on mainittu kysymysten, *mikä iltatapahtumassa / puutarhajuhlassa on ollut parasta ja mistä asioista et ole pitänyt iltatapahtumassa / puutarhajuhlassa*, vastauksissa.

### 4.3 Kokemukset kesän 2016 Summer Slam -tapahtumasta

Vastauksia saatiin seitsemältä vieraalta. Tyytyväisyyskysely lähetettiin kahdellekymmenelle henkilölle. Vastausprosentti oli 35 %.

Ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin, mitä vieraat pitivät Summer Slam 2016 -puutarhajuhlan ohjelmasta, tarjoilusta ja järjestelyistä.

Vastauksissa kiiteltiin hyviä järjestelyjä ja sitä, että ohjelmaa oli mukavasti. Järjestettyjä kuljetuksia pidettiin hyvänä asiana, kuten valokuvausta. Kaikkiin puutarhajuhliin tehtyihin muutoksiin otettiin kantaa, kuten paikkaan, visuaalisen ilmeeseen, koristeeluihin ja riittäviin istumapaikkoihin niin sisällä kuin ulkona. Ruoka ja tarjoilut olivat edelleen onnistuneita, kuten kommenteissa todettiin: *erittäin maittavaa, erinomaista ja hyvät tarjoilut*. Yksi vastaajista oli myös todennut, kuinka *kovasti oli työtä nähty järjestelyjen eteen*. Sama vastaaja piti siitä, *että vieraita oli laidasta laitaan vanhemmista nuoriin*.

Varsinaisesti mitään negatiivista palautetta ei annettu, mutta yksi vastaaja pohti: *oliko live-esitys aivan välttämätön. Riippuu varmaan kustannuksista*. Epäselväksi jäi, pitikö vastaajaa esiintyjää huonona ja samalla totesi tämän olevan turha kustannus. Vai tarkoittiko vastaaja jotain muuta, ei selvinnyt vastauksesta. Toinen vastaaja totesi eri toimintapisteiden olevan hajallaan, joka hänen mielestään *vaikutti vieraiden tiiviyteen ja yhteisöllisyyteen, joka korostui Tourulassa, joka pienempi paikka*. Tourulalla viitattiin edellisvuosiin, jossa tapahtumapaikka on ollut toinen. Kolmas vastaaja kertoi *äänentoiston aiheuttavan hieman haasteita*. Äänentoistosta tuli kommentteja jo



puutarhajuhlan aikana. Se oli ongelma, joka tullaan korjaamaan ensi vuoden tapahtumassa.

Kysymyksessä kaksi kysyttiin, *tuliko mielestäsi hyväntekeväisyys tarpeeksi tapahtumassa näkyviin*. Kolme vastaaja kertoi lyhyesti, *kyllä ja mielestäni tuli hyvin*. Kaksi vastaajista oli kiinnostunut tietämään, *mihin aiemmat rahat ovat menneet ja jos jostain parantamista haluaa keksiä, voisi esitellä (jos mahdollista) viime vuotisia esimerkkejä, mihin rahat on käytetty*. Yksi vastaajista oli kuullut, kuinka alkujuonnossa oli kerrottu, että *hyväntekeväisyys on tapahtuman pääasia*. Sama vastaaja oli huomionut, kuinka osa vieraista ei kuitenkaan osallistunut huutokauppaan, joka oli tapahtuman tärkein osuus, jossa huudetaan seuraavan vuoden rahoitus hyväntekeväisyyteen. Vastaajan mielestä puutarhassa oli *liian monta toimintoa ja seurustelupaikkaa*. Lopussa kuitenkin vastaaja totesi, että paikalla oli *varmasti potentiaalisia huutajia, jonka vuoksi huutokauppa onnistui varmasti odotetusti*.

Kolmas kysymys kuului: *mikä puutarhajuhlassa oli parasta tai mieleenpainuvinta*.

Neljää vastaajaa nosti miljöön ja ympäristön esiin kommenteissa. Miljöö oli *osatekijä, parasta, upea*. Yksi vastaaja oli kiinnittänyt huomiota yksityiskohtiin, joita olivat *heinäpaalit istuimina, hauskat urheiluteemaiset viirit ym. sopivat erinomaisesti tunnelmaan*. Vastaajista kuusi kirjoitti tunnelmasta, joka oli *erittäin hyvä, hauska, ihanan ja rento*.

Yksi vastaajista oli selvästi tyytyväinen tapahtuman toimivuuteen, koska *tarjoilu pelasi sujuvasti koko illan ja tunnelma oli erittäin hyvä. Huutokauppa oli erittäin mielenkiintoista seurata. Ruokailu oli järjestetty jouhevasti porrastetusti, eikä tarvinnut jonttaa. Samoin juomatarjoilu pelasi hyvin*.

Muut kommentit koostuivat eri asioista, kuten illan esiintyjästä, jota kommentoitiin seuraavasti: *illan kruunasi mielestäni Reino Nordinin keikka, myös esiintyjä tänä vuonna oli positiivinen yllätys*.

Yksi mielenkiintoisimmista kommenteista oli seuraava: *tuntui ja näytti, että kaikki viihtyivät ja kaikki oli iloisia. Työntekijät olivat iloisia ja palveluhenkisiä.*

Vastauksista saatiin paljon hyviä huomioita ja tärkeitä kommentteja. Vastauksissa mainittiin, kuinka tapahtuman rentous ja aitous lisäsivät viihtyisyyttä.

Kysymyksellä neljä haluttiin selvittää: *mistä asioista tai seikoista et pitänyt puutarhajuhlassa tai tekisit toisin.* Vastauksissa ei saatu yhtään vastausta, jossa olisi suoraan kerrottu mistä ei pidetty tai mitä asioita olisi haluttu tehtävän toisin. Sen sijaan ennakoiitiin säätä, vaikka tapahtuma oli jo ohi. Tapahtuman aikana paistoi lämmin kesäaurinko. Vastaus kysymykseen oli: *sadesuojat jos keli on huono.*

Muissa vastauksissa kommentoitiin äänentoistoa, kerrottiin miten huutokaupattavat tavarat olisi pitänyt hoitaa, jotta *voisi saada enemmän rahaa.* Ainoa negatiivisesti ajateltava kommentit olivat nämä kaksi, jossa mainittiin, että illan live-esiintyjä esiintyi liian aikaisin ja myynnissä olleet Bille Beinin tuotteet. Myyntituotteet olisi pitänyt *tuoda vielä paremmin esille ja "mainostaa" jotenkin että ihmiset olisi innostuneet ostamaan niitä enemmän.*

Viides kysymys liittyi tapahtumapaikkaan, joka oli uusi. Kysymyksessä kysyttiin: *mitä pidit Perttulan tilasta verrattuna aikaisempaan juhlapaikkaan?*

Viisi vastaajista piti juhlapaikkaa hyvänä valintana ja toimivana. Perttulan tilaa pidettiin *erittäin tunnelmallisena ja viihtyisänä ja sopi hyvin juhlaan.* Etäisyyttä Jyväskylän keskustasta pidettiin kuitenkin liian pitkänä, *vaikka kyydit olikin järjestetty hienosti kaikille halukkaille.* Yksi vastaajista oli ensikertalainen, joten hän ei voinut suorittaa vertailua. Hänen mielestään Perttula oli *juurikin puutarhajuhliin loistava paikka!*



Tutkimuksessa varsinaista negatiota oli luettavissa hyvin vähän. Suurimmassa osassa vastauksia oli kommentoitu hyvin lyhyesti tai jätetty vastaamatta kokonaan osaan kysymyksistä.

Tutkimusongelmassa kuitenkin haluttiin selvittää, miten tapahtumaa pystyttäisiin kehittämään tulevaisuudessa niin, että se säilyy mielenkiintoisena, monipuolisena ja onnistuneena. Haluttiin luoda tapahtuma, joka tuottaisi hyvää mieltä ja lämminhenkistä tunnelmaa vieraille tulevaisuudessakin.

Kysymyksiin oli vastattu ehkä liian positiivisesti ja lyhyesti, ilman perusteluita. Esimerkkinä kysymys: *onko hyväntekeväisyys tullut tarpeeksi tapahtumassa näkyviin*, oli näihin kysymyksiin vastattu, *on* tai *kyllä*, mutta ei perusteluja. Kysymyksen muotoilu antoi mahdollisuuden vastata lyhyesti, ilman perusteluja.

Kyselyiden alussa painotettiin, että vastaukset käsitellään anonyymisti. Kerrottiin, että on opinnäytetyö, jolla pyritään parantamaan yhdistyksen toimintaa, tunnettuutta ja markkinointia. Ensimmäiseen kyselyyn vastanneiden vastusprosentti oli 60 %. Toiseen tyytyväisyyskyselyyn vastasi 35 %, jonka toivottiin olevan korkeampi,

koska tapahtumaa ja sen markkinointia oli uudistettu huomattavasti. Toiseen kyselyyn vastanneiden määrä oli vähäinen, joten se ei palvellut kokonaiskuvaan. Kyselyissä olisi haluttu muodostaa selkeä vertailu kesällä 2015 ja kesällä 2016 järjestettyjen tapahtumien välillä.

Kaiken kaikkiaan Perttulan tila koettiin hyväksi ja toimivaksi juhlapaikaksi. Vuoden 2017 Summer Slam -puutarhajuhla aiotaan järjestää myös Perttulan tilalla. Kyselyistä saatu positiivinen palaute vahvisti päätöksen tekoa toimeksiantajalle kuten tapahtumassa saatu suullinen palaute vierailta.

Viimeisessä, kuudennessa kysymyksessä haluttiin saada ehdotuksia Summer Slam -tapahtuman puutarhajuhlaan. Viisi vastaajista ei vastannut mitään. Yksi vastaaja toivoi *tapahtuman kasvattaminen mahdollista isomassa paikassa. Huutokauppaan olisi kiva saada jotain myös naisille.* Toinen vastanneista oli sitä mieltä, että *hintaa voisi olla vähän arvokkaampi mutta huomioiden kuitenkin, ettei tule liian kalliiksi ja vähentäisi osallistujia.*

Tutkimuskyselyiden lopputuloksesta voidaan päätellä, että vuoden 2015 ja 2016 tapahtumissa oli ollut eroavaisuuksia. Tehdyt uudistukset, koskien vuoden 2016 tapahtumaa, olivat onnistuneet. Näin pääteltiin saatujen vastausten perusteella. Vastauksia olisi toivottu enemmän, mutta jo pienestä määrästä saatiin selville, mitä asioita oli tehty oikein, missä on vielä parannettavaa ja mitä asioita on tärkeää kehittää tulevaisuudessa.



#### 4.4 Yhteenveto Summer Slam -tapahtumasta

Kyselyihin saatujen vastausten pohjalta haluttiin vielä paremmin jäsentää Summer Slam -tapahtumaa SWOT-analyysillä. SWOT -analyysissä nähdään tarvittavat kehityskohteet ja mahdollisuudet, kun tapahtumaa halutaan kehittää tulevaisuudessa.

Taulukko 4. Summer Slam -tapahtuman SWOT-analyysi

<p style="text-align: center;"><b>Vahvuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pitkä historia</li> <li>- tunnettavuus, odotettu tapahtuma</li> <li>- paikallisuus, keskittynyt ainoastaan Keski-Suomen alueelle</li> <li>- vahva yhteistyö eri toimijoiden kanssa</li> <li>- erilaisuus, ohjelmassa tennistä, golfia ja iltajuhla</li> <li>- osallistujamäärä pääsääntöisesti nousujohteinen</li> <li>- kokemusta tapahtumajärjestämisestä yli 10 vuodelta</li> <li>- tapahtuman tunnelmaa ja ohjelmaa on pidetty hyvänä</li> <li>- tapahtumaa on aina uudistettu jollain tavalla, josta saatu palautetta</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Heikkoudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- huono tunnettavuus</li> <li>- mielletty liikaa jääkiekkoilijoiden tapahtumana</li> <li>- pääasiassa toteutettu vapaaehtoistyöllä</li> <li>- liian vähän mediahuomiota</li> <li>- ehkä liian homogeeninen osallistuja- ja vierasjoukko</li> <li>- markkinoinnin vähyys</li> <li>- liian vähän yhteistyökumppaneita</li> <li>- mielletty yksityishenkilön pitämäksi</li> <li>- liian vähän yhteistyötä eri tahojen kanssa</li> <li>- liian paljon tietoa yhden ihmisen varassa</li> <li>- sosiaalisen median hyödyntäminen</li> <li>- iltatapahtuman pituus</li> <li>- naisvieraita ei huomioitu riittävästi</li> <li>- istumapaikkojen puute</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Mahdollisuudet</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- jatkuva, haluttu tapahtuma</li> <li>- tasainen kasvu osallistujamäärissä</li> <li>- kehittyvä tapahtumakonsepti</li> <li>- uudet yhteistyökumppanit</li> <li>- yhteistyö Jyväskylän kaupungin ja Keski-Suomen kuntien kanssa</li> <li>- vakinaiset vapaaehtoistyöntekijät</li> <li>- vakinaiset yhteistyökumppanit</li> <li>- hyvä ohjelmasuunnittelu</li> <li>- hyvät myyntituotteet, ei pelkästään huutokaupan varassa tapahtuvaa varainkeruuta</li> <li>- huutokaupan uudistaminen</li> <li>- sosiaalisen median hyödyntäminen</li> <li>- markkinointisuunnitelma koko vuoden ajalle millä lisätään tapahtuman näkyvyyttä eri aikoina</li> <li>- enemmän yritysvieraita</li> <li>- ottamalla eettisen ja ekologisen ajattelutavan osaksi tapahtumajärjestelyjä ja myytäviä tuotteita</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Uhat</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mielletty liikaa jääkiekkoilijoiden tapahtumana</li> <li>- yritys yhteistyö, ei kumppaneita lähtemään mukaan yhteistyöhön</li> <li>- ei osata markkinoida</li> <li>- yhteistyökumppaneiden saaminen</li> <li>- sponsoreiden saaminen</li> <li>- huono delegointi ja organisointi tapahtumasuunnittelussa</li> <li>- priorisoinnin puute</li> <li>- tiedon epätasainen jakaminen tapahtumajärjestäjien kanssa</li> <li>- liian tutut yhteistyökumppanit</li> <li>- muut tapahtumat samanaikaisesti</li> <li>- tapahtuman järjestäjien työpanos ei toimi</li> <li>- liian vähän yritysvieraita</li> <li>- liian homogeeninen osallistuja- ja vierasjoukko</li> <li>- ei riittävästi halua kehittää koko päivän tapahtumaa ja iltajuhlaa</li> <li>- naisvieraita ei huomioida riittävästi</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"><li>- jatkuva tapahtuman kehitystyö palvelumuotoilun avulla</li><li>- tapahtuman uudistaminen on tuonut positiivista palautetta</li><li>- osittain koko perheen tapahtuma</li></ul>	
---	--

## 5 Johtopäätökset

Yhdistyksellä on pitkä historia, ja sen toiminta on ollut vakaata. Tapahtuman osallistujien määrä on ollut pääasiassa kasvussa. Yhdistys haluaa kasvaa ja lisätä hyväntekeväisyyttä Keski-Suomessa. Se edellyttää ammattimaista johtamista. Yritysmalliksi suositellaan sosiaalista yritystä, jossa taloudellisen kannattavuuden lisäksi halutaan auttaa syrjäytymisvaarassa tai jo syrjäytyneitä nuoria ja lapsia. Tätä työtä on yhdistys tehnyt jo useita vuosia.

Suomessa myös yhdistys voi saada palkkatukea. Se voisi olla yksi mahdollisuus palkata työntekijä auttamaan yhdistyksen operatiivisten toimintojen sujumuudessa. Tärkeimpänä työtehtävänä voisi olla nettisivujen ylläpitäminen, päivittäminen ja sosiaalisen median käyttäminen markkinointiin.

Hyväntekeväisyys voi olla läsnä keskinäisissä suhteissa, mutta usein lainsäädäntö ja käytäntö tulkitsevat asian niin, että kyseessä on taloudellisesti ja hallinnollisesti yksisuuntainen suhde. Edunvalvojat esittävät ja ohjaavat, edunsaajat hyväksyvät ja totelevat. Tämä velvollisuuksien epäsymmetrisyys (puute keskinäisessä riippuvuussuhteessa) erottaa selvästi keskinäisyyden hyväntekeväisyydestä. (Ridley-Duff & Bull, 2016, 7.)

Yhdistyksen kannattaa keskittyä toimintansa ohella sosiaaliseen innovointiin, sosiaaliseen missioon, jolla on tarkoitus ja vaikutus. Keskinäisyys merkitsee kaksisuuntaista suhdetta, esimerkiksi verkostoitumisessa, jossa osapuolet auttavat, tukevat ja valvovat toisiaan. Tässä tapauksessa keskinäisyydellä tarkoitetaan yhdistystä, yhteistyökumppaneita, vapaaehtoisia ja filantrooppeja, lahjoittajia.

Lopuksi halusimme koota muutamia, tärkeimpiä asioita, joita yhdistyksen kannattaa kehittää toiminnassaan tulevaisuudessa.



## Yhdistyksen strateginen ja operatiivinen taso johtamisessa

*Vapaaehtoistyön johtaminen tarkoittaa ytimiltään sitä, että vapaaehtoisille luodaan mahdollisuudet toimia ja tavoitella yhdistyksen tai yhteisön päämääriä. Vapaaehtoistyö johtamisessa suunnitellaan toimintaa ja tavoitteita, innostetaan ja motivoidaan vapaaehtoisia sekä koordinoidaan vapaaehtoistyötä yhdistyksen arjessa. (Kuuluvainen 2015, 9).*

Yhdistyksen toimintaa tehdään vapaaehtoistyöllä, joka on haasteellista, koska työpanos ei välttämättä ole tasaista. Palkanmaksua ei tapahdu, joka voidaan mieltää josain mielessä motivaatioksi. Tehdyn työn laatu ei välttämättä ole järjestelmällistä, laadukasta eikä ajan tasalla. Voidaan kysyä mikä on tehdyn työn intensiteetti. Aiemmin on todettu, että yhdistyksen toiminta ja sen ohjeistaminen pitäisi olla verrattavissa ammattimaiseen yritys johtamiseen. Sen pitäisi olla samankaltaista kuin oikean, tuottoa tekevän yrityksen. Ammattimainen johtaminen luo uskottavuuden ja luottamuksen yhteistyökumppaneihin ja lahjoittajiin. Puhuttaessa hyväntekeväisyisyhdistyksestä, yhdistetään siihen korkea moraalit, luottamus ja eettiset arvot.

Yhdistyksen sisällä on hyvä miettiä, mikä on sen visio. Visioon kuuluvat yhdistyksen arvot, mikä on yhdistyksen yrityskulttuuri ja ketä yhdistyksessä toimii. Tämän jälkeen voidaan miettiä suurempaa kokonaisuutta. Siinä tuodaan esille kommunikointitavat, suunnittelu, vapaaehtoisten tekijöiden ja työryhmien roolit.

Yhdistyksen on hyvä miettiä ja suunnitella, mitkä työkalut sopivat parhaiten sen toimintojen sujumuuteen, ylläpitämiseen ja niiden kehittämiseen. Hyviä työkaluja voisi olla esimerkiksi ryhmätyöt, koulutukset, viestintä ja fasilitointi.

Yhdistyksen arkisessa toiminnassa olisi hyvä luoda oma yhteisö, jossa voidaan rakentaa luottamus tekijöiden keskuudessa. Mahdollisten konfliktien ratkominen, perehdyttäminen ja kiittäminen, ovat tärkeitä elementtejä, kun yhdistystä johdetaan arjessa. Olisi hyvä tehdä työnkuvien kartoitus siitä, mitä kukin vapaaehtoinen tekee tai tuottaa yhdistykselle ja millä aikataulutusella.

Yhdistyksen perustoimintojen organisoiminen on tärkeää. Hyvä, ammattimainen johtaja delegoi tehtäviä. Kun kyseessä on vapaaehtoinen työpanos, on sillä suurempi merkitys. Työn ja tehtävien tekeminen ei välttämättä ole säännöllistä, joten on hyvä kartoittaa ja dokumentoida mitä tehdään, kuka tekee ja milloin tehdään.

Operatiivinen ja strateginen johtaminen yhdistyksessä vaati johtamista eri alueilla ja eri tavoilla. Tässä lainaamme Matti Alahuhtaa, joka kirjassaan *Johtajuus – kirkas suunta ja ihmisen voima*, kirjoittaa siitä, miten *yritystä pitää johtaa eri tavoilla, johtajuuden eri vaiheissa. Kaikki vaiheet ovat omalla tavallaan haastavia*. Yhdistyksessä tapahtuva rahaliikenne ja sen kohdistaminen avuntarvitsijoille, viestintä, uusien yhteistyökumppaneiden ja lahjoittajien saaminen, ovat ammattimaista johtamista vaativia toimia. Tapahtumaa järjestettäessä nousee viestintä, tiedottaminen ja informaation jakaminen oleelliseen osaan. Yhdistyksellä pitää olla selkeä, läpinäkyvä ja tasainen viestintä yhteistyökumppaneille, vapaaehtoisille ja vieraille.

Viestintä liittyy kaikkiin toimintoihin yhdistyksessä, mutta eri kohderyhmille pitää olla eri lailla kohdennettua yhteisöviestintää. Kirjassaan *Arvioi ja paranna! Viestinnän mittaamisen opas*, Juholin kirjoittaa siitä, miten viestinnän tulokset ovat mitattavissa. Viestit ovat välittömiä ja välillisiä. Välittömät viestit huomataan ja tunnistetaan. Tulokset välittömästä viestinnästä voidaan mitata jatkuvasti tai tilannekohtaisesti. Pysyvyys, muutokset mielipiteissä ja asenteissa ovat välillistä viestintää.

Tapahtuman lähestyessä on tärkeää, että osallistujat ja vieraat saavat suunniteltua, säännöllistä ja riittävää viestintää tapahtumasta. Siihen liittyviä asioita ovat, maksut, aikataulut ja yleinen ohjeistus, ennen tapahtumaa. Samalla tämä viestintä toimii myös osana markkinointia. Tapahtuman jälkeen on hyvä muistaa jälkimarkkinointi. Vapaaehtoisia, artisteja ja vieraita kiitetään osallistumisesta varainkeruutapahtumaan, tehdystä työpanoksesta ja samalla toivotetaan heidät tervetulleiksi seuraavakin vuonna. Tällöin olisi hyvä olla jo uusi tapahtumapäivämäärä valmiina, joka toimii ensimmäisenä markkinointina tulevaa tapahtumaa ajatellen.

Viestintä pitää olla johdonmukaista, selkeää ja toimivaa. Aina on hyvä muistaa, että osallistujissa on ensikertalaisia. Tällöin viestinnällä on suuri merkitys siihen, miten nämä henkilöt muodostavat käsityksen yhdistyksestä ja sen toiminnasta. Viestintä, informaation jakaminen tuovat luotettavuutta, läpinäkyvyyttä ja antavat ammattimaisen kuvan yhdistyksen toiminnasta.

Projektin alussa luotiin toimintaprosessi, miten ilmoittautuminen, sen tiedottaminen pitäisi tehdä. Tästä tehtiin päätös, mutta ehdotettua toimintaprosessia ei otettu käytäntöön, vaan toimittiin vanhalla mallilla. Tämä aiheutti informaatiokatkoksia ja muita toimintaan vaikuttavia asioita. Tästä huolimatta saatiin tapahtumaan uusia osallistujia, mikä oli yhdistyksen toive ja tahtotila projektin käynnistyessä.

Yhdistyksen pääasiallinen varainkeruu tapahtuu vuosittain, kesällä järjestettävässä tapahtumassa. Summer Slam -tapahtuma vaatii paljon suunnittelua ja siihen liittyvät toiminnot ovat monimuotoisia. Tässä tapahtumassa kerätään yhdistykselle lahjoituksia ja varoja tulevan vuoden hyväntekeväisyystoimintaan. Tapahtumasuunnittelu itsessään vaatii paljon erilaista osaamista ja hallinnointia. Pitää olla vankka osaaminen organisoimisesta, että kaikki tapahtumaan liittyvät elementit onnistuvat. Tapahtuman tekijöille ja toimijoille on laadittava selkeät toimintasuunnitelmat ja tarkka, aika-aulutettu agenda. Näin vältetään siltä, ettei asioita tehdä päällekkäin, eikä mikään asia unohdu. On tehtävä myös varasuunnitelma, mitä tehdään, jos sää muuttuu oleellisesti, koska tapahtuma toteutetaan pääsääntöisesti ulkona.

Opinnäytetyömme lisäksi laadittiin projektikäsikirja, jonka toivotaan auttavan tapahtuman suunnittelussa ja toteutuksessa tulevaisuudessa. Projektikäsikirja on tehty sähköiseksi, jonka johdosta sitä voi helposti ylläpitää ja päivittää. Uskomme, että tässä muodossa tehtynä, se palvelee jatkossa parhaiten toimeksiantajaa.

Lopuksi halusimme koota ajatuksia, joiden avulla yhdistys voi tarvittaessa kehittää toimintaansa tulevaisuudessa.

## **Palvelumuotoilun hyödyntäminen yhdistyksen toiminnassa**

*Suunnittelutyö ilman suoraa yhteyttä liiketoiminnan tavoitteisiin on turhaa toimintaa. (Tuulaniemi 2013, 104).*

Yhdistyksen työ on rinnastettavissa liiketoimintaan, vaikka yhdistyksessä kukaan ei saa palkkaa eikä pääomaa tehdystä työstä. Tämän vuoksi on tärkeää osata tuoda ammattimaisia toimintamalleja yhdistyksen toimintaan kuten palvelumuotoilu. Palvelumuotoilussa kerrotaan asiakasymmärryksen ja liiketoimintatavoitteiden symbioosista.

Palvelumuotoilun pääpaino olisi Summer Slam -tapahtuman suunnittelussa ja kehittämisessä. Tapahtuman halutaan olevan hyvin onnistunut ja tunteisiin vetoava. Tapahtuman halutaan tuottaa mahdollisimman monelle vieraille tyytyväisen, hyvän mielen ja tunteen siitä, että he ovat tehneet hyvää osallistumalla hyväntekeväisyystapahtumaan. Jatkuvana ”punaisena lankana” yhdistyksessä voidaan miettiä, mikä on se asia tai seikka, miksi vieras, joka on osallistunut useana vuonna tapahtumaan, haluaa osallistua jatkossakin. Vieraiden halutaan jatkossakin lahjoittavan rahaa tai tuotteita yhdistyksen toiminnan jatkumisen turvaamiseksi. Vieraiden toivotaan puhuvan asiasta ystävilleen ja tututuilleen, jolloin hyvän jakaminen laajenee ja yhdistyksen tunnettavuus paranee.

Tapahtuman, puutarhajuhlan, halutaan olevan osallistuvalla henkilöllä mieleenpainuva, vaivaton, lopputulokseltaan luotettava ja jotain mahdollistava, kuten Tuulaniemi on listannut kirjassaan Palvelumuotoilu.

Yhdistys on kertonut, että se haluaa tapahtuman olevan tuloksellinen, onnistunut ja erottuva. Tapahtuman, josta positiivista puhetta riittää pitkään ja halukkuus osallistua tulevinakin vuosina.

Tapahtuman suunnittelussa on hyvä luoda palvelupolku. Palvelupolkua suunniteltaessa, on hyvä huomioida, että siihen liittyvä palvelu ei notkahda missään kohtaa. Tapahtuman suunnitteluun jatkossa, olisi hyvä lisätä eettinen ja ekologinen ajattelu ja toiminta. Tänä päivänä ne ovat tärkeitä kriteereitä kaikissa toiminnoissa ja varmasti tuottavat lisäarvoa monelle vieraalle. Eettisyys ja ekologisuus ovat asioita, joita voidaan tuoda esille ja huomioida yhdistyksen markkinoinnissa.

Yhdistyksellä ei ole varsinaisia kilpailijoita Keski-Suomessa, jotka toimisivat samanlaisella konseptilla. Rahalahjoituksista käydään kovaa kilpailua, koska avuntarvitsijoita on paljon. Tunnettuja yhdistyksiä ja hyväntekeväisyysjärjestöjä on lukuisia, jotka ovat lahjoittajille tuttuja. Jatkuva toiminnan kehittäminen on ensisijaisen tärkeää, jotta voidaan erottua muista hyväntekeväisyyttä tekevistä yhdistyksistä ja organisaatioista. Olisi hyvä tutkia ja kartoittaa asiakasymmärrystä ja asiakasarvoa, jos halutaan lisätä yhdistyksen tunnettavuutta, ja saada uusia lahjoittajia.

*Yhteiskehittäminen on palvelumuotoilua. Palvelumuotoilu on yhteiskehittämistä. Palvelumuotoilun yksi keskeinen ajatus on palvelun eri osapuolten osallistuminen palvelun kehittämiseen. (Tuulaniemi 2013, 116).*

Tapahtumaa suunniteltaessa on hyvä hyödyntää vieraiden kokemuksia ja kommentteja, selvittämällä mihin asiakkaat ovat olleet tyytyväisiä ja mitä mielipiteitä heillä on tapahtumaan liittyen. Asiakaskyselyitä pitäisi tehdä säännöllisesti ja analysoida ne kriittisesti. Niistä saatavat kommentit ovat kullanarvoista tietoa, joilla tapahtuman onnistumista ja mieleenpainuvuutta voidaan kehittää tulevaisuudessa.

Tapahtuman ruokatarjoilusta on aina vastannut sama yritys. Tyytyväisyyskyselyssä ruuan laatu nostettiin osaksi tapahtuman sisältöä. Ruoka oli yksi parhaista asioista koko tapahtumassa. Hyväksi todettu palveluntarjoaja kertoo onnistuneesta yhteistyöstä ja halusta, tuottaa hyvää ja onnistunutta palvelua.

Yhdistyksellä on kaikki edellytykset menestyä ja tulla erittäin tunnetuksi hyväntekeväisyisyhdistykseksi. Yhdistys on tehnyt jo vuosia ja tekee edelleen erittäin tärkeää

hyväntekeväisyyttä. Yhdistyksen tekemä hyväntekeväisyys on eri lailla profiloitua auttamista verrattuna muihin yhdistyksiin tai organisaatioihin. Se on erikoistunut auttamaan lapsia ja nuoria, tyttöjä ja poikia, jo alkaneissa urheiluharrastuksissa Keski-Suomessa. Yhdistyksen toiminnan kehittäminen ja tunnettavuuden parantaminen edellyttävät ammattimaista johtamista ja palvelumuotoilua. Näillä taidoilla ja työkaluilla saavutetaan luottamus ja läpinäkyvyys, entisten ja uusien, lahjoittajien ja yhteistyökumppaneiden keskuudessa.

Auttaminen on aina kaksisuuntaista: antajakin saa, esimerkiksi hyvää mieltä, tunteen tarpeellisuudesta, paremman omantunnon ja mielekästä tekemistä. Nämä saattavat olla monelle auttajalle vähintään yhtä tärkeitä auttamisen motiiveja kuin avunsaajan avun tarve (Kuvaja 2010, 185).

## 6 Pohdinta

Toteutettu projekti oli mielenkiintoinen, koska siinä yhdistyi monta erilaista tietope- rustaa ja elementtiä. Työssä tutkittiin yhdistyksen toimintamallia, hyväntekeväi- syyttä, liikuntaa, syrjäytymistä, markkinointia, johtamista ja tapahtumajärjestämistä. Samalla saimme käytännön oppia, miten tärkeitä ovat viestintä, tiedottaminen, yh- teistyö ja kokonaisuuden johtaminen, jossa on paljon muuttuvia elementtejä. Kun näistä elementeistä puuttuu jokin, asiat eivät toimi oikein, syntyy ongelmia ja negaa- tioita, joiden selvittelyyn kuluu paljon aikaa ja energiaa.

Opinnäytetyön tutkimusosuus ei onnistunut halutulla tavalla. Jorma Kanasen kehittä- mistutkimukseen liittyvässä kirjoittamisen oppaassa on todettu seuraavasti: *Tutki- musasetelma ja viitekehys ovat kunnossa, mutta toteutus epäonnistuu esimerkiksi tiedonkeruun osalta.* Opinnäytetyömme tutkimusongelmaa ei saatu tutkittua, kuten alun perin oli tarkoitus, narratiivisena haastatteluna. Yhteystietoja ei saatu ajoissa, vaikka niitä oli pyydetty useamman kerran.

Jos tutkimus olisi saatu toteuttaa narratiivisina haastatteluina, olisi varmasti saatu luotettavampi ja parempi lopputulos tutkimusongelmaan. Uskomme myös, että Sum- mer Slam -varainkeruutapahtumasta olisi saatu kattavampi tulos tällä tutkimusmene- telmällä, kun mitä saatiin tyytyväisyyskyselyillä. Enemmän tietoa olisimme halunneet saada siihen, miten hyväntekeväisyys on ymmärretty tapahtumassa, miten sen esille- tuomista oltaisiin voitu parantaa, myös tulevaisuudessa. Tietoa siihen, oliko tapah- tuma ymmärretty selkeästi, että kyseessä on hyväntekeväisyys olisi haluttu saada pe- rusteltuna. Samoin kysymykseen, minkä hyväksi yhdistys hyväntekeväisyyttä tekee?

Uskomme, että haastatteluista olisi saatu hyviä kehityskohteita ja -ideoita, miten yh- distyksen toimintaa voidaan kehittää ja tunnettavuutta lisätä. Kuinka yhdistys onnis- tuu pitämään varainkeruutapahtuman mielenkiintoisena ja kehittämään sitä tulevai- suudessakin.

Tyytyväisyyskyselyiden tekeminen olisi pitänyt suunnitella paremmin ja kysymysten muotoilu suunnitella paljon paremmin. Kysymyksiä oli liiallista johdattelua, joka ohjasi vastaajat antamaan liian lyhyitä, ei perusteltuja vastauksia. Kyselyiden lähettäjän ei olisi pitänyt olla tuttu henkilöille, jotka vastasivat tyytyväisyyskyselyyn. Tutkimuksen luotettavuus varmasti kärsi tästä.

Esimerkkinä tästä tyytyväisyyskyselyssä, koskien Summer Slam 2015 -tapahtumaa, kysymyksessä kaksi kysyttiin, *tuliko mielestäsi hyväntekeväisyys tarpeeksi tapahtumassa näkyviin*. Tämä kysymys oli liian johdatteleva. Tämä kysymys olisi pitänyt muotoilla eri lailla. Esimerkiksi: *miten hyväntekeväisyys mielestäsi näkyi tapahtumassa? Perustele mielipiteesi*. Tällöin vastaaja olisi joutunut miettimään, miten hyväntekeväisyys näkyi tai ilmeni tapahtumassa.

Samoin kysymys neljä oli muotoiltu väärin, koska siinä kysyttiin: *mistä asioista et ole pitänyt iltatapahtumasta / puutarhajuhlassa*. Kysymyksen asettelu antoi ymmärtää, että kysyttiin kaikista menneistä tapahtumista, kun kysymyksen olisi pitänyt liittyä ainoastaan vuoden 2015 järjestettyyn iltajuhlaan.

Tyytyväisyyskysely, joka koski vuoden 2016 Summer Slam -puutarhajuhlaa, kysymys kaksi oli muotoiltu huonosti liittyen hyväntekeväisyyden näkyvyyttä. Parempi muotoilu olisi ollut samanlainen, kuten se olisi pitänyt muotoilla vuoden 2015 tyytyväisyyskyselyyn, joka esitettiin ylempänä.

Jäimme miettimään, vaikuttiko kyselyihin se, että kysyjä oli tuttu vastaajien kanssa. Tätä voidaan pitää luotettavuutta kyseenalaistavana tekijänä saaduissa vastauksissa. Tähän ajatukseen päädyimme, kun vuoden 2015 tyytyväisyyskyselyssä kysyttiin *Mitä tekisit illan tapahtumaan toisin?* Tähän vastaaja oli vastannut; *vaikea sanoa onko Perttula oikea paikka tapahtumalle*. Vuoden 2015 tapahtumapaikka ei ollut Perttulan tila, joten voidaan olettaa, että vastaaja on kuullut keskustelua uudesta tapahtumapaikasta, joka oli suunnitteilla vuoden 2016 juhlapaikaksi. Annetussa vastauksessa



vastaaja toi epäilyksensä esille, vasta suunnitteilla olevan tapahtumapaikan suhteen. Nämä seikat asettavat epäilyksen tyytyväisyyskyselyiden luotettavuudelle.

Projektin alussa toimeksiantaja ilmaisi selkeästi halunsa, koskien iltatapahtuman muuttamista huomattavasti. Sen haluttiin olevan uudenlainen, erilainen ja elämyksellinen. Ideointiriihisissä, joita pidettiin muutaman kerran, saatiin listattua paljon hyviä, eettisiä, ekologisia ja arvokkaita ideoita. Näitä ideoita esitettiin toteutettavaksi, mutta yksitellen ne hylättiin tai annettiin ymmärtää, että niitä haluttu kuitenkaan toteuttaa. Vuoden 2016 Summer Slam -iltatapahtuma toteutettiin aika lailla samalla konseptilla kuin edellisinä vuosina. Toki muutoksia tehtiin ja asioita toteutettiin uudella tavalla. Puutarhajuhlan tapahtumapaikka oli uusi, musiikki soi koko illan, tapahtumassa myytiin tuotteita, huutokaupan lisäksi. Tuotemyynnissä oli huomioitu myös naisasiakkaat. Paikalle oli kutsuttu ammattivalokuvaaja, joka kuvasi kaikki halukkaat vieraat. Juhlan pituutta oli lisätty kahdella tunnilla. Kuljetukset juhlapaikalle ja juhlapaikalta oli järjestetty.

Lopuksi voidaan todeta, että toimeksiantaja ei ehkä ymmärtänyt riittävästi, että kyseessä oli opinnäytetyö. Opinnäytetyössä tieteellisen tutkimuksen tekeminen on olennainen, osa projektia. Tutkimusote ja tutkimustulokset ovat suuresti vaikuttavia tekijöitä opinnäytetyön arviointiin, vaikuttaen arvosanaan. Asiasta kommentoitiin jokaisessa yhteisessä tapaamisessa, mutta silti se ehkä jäi epäselväksi.

Opinnäytetyössämme tutkimusote olisi pitänyt onnistua paremmin, ollakseen luotettavampi. Uskomme, että luotettavampi tutkimustulos olisi palvellut toimeksiantajaa paremmin. Voidaan todeta, että vähäisten vastausten määrä ja niihin lyhyesti kommentoidut vastaukset, kertovat siitä, että vieraat ovat olleet täysin tyytyväisiä yhdistyksen tapahtumiin. Haluttuja parannusehdotuksia ei saatu lainkaan Summer Slam -tapahtumaan tai yhdistyksen yleiseen toimintaan vastauksissa. Joten voidaan olettaa, että asiakastyytyväisyys oli hyvä tai erinomainen. Vai vaikuttiko liiallinen tuttavallisuus vastaustan positiivisuuteen?

On kuitenkin hyvä miettiä tapahtuman suunnittelussa, kantaako sama konsepti tulevaisuudessa nousujohteiseen osallistumiseen.



## Lähteet

Alahuhta, M., Häikiö, M. & Seppänen, P. 2015. Johtajuus – kirkas suunta ja ihmisten voima. Jyväskylä: Docendo. E-kirja.

Haber, J. 2016. The business of good: social entrepreneurship and the new bottom line. Irvine, California: Entrepreneur Media.

Helne, T. 2002. Syrjäytymisen yhteiskunta. Väitöskirja. Sosiaali- ja tutkimus- ja kehittämiskeskus. Helsinki: Stakes.

Juholin, E. 2004. COSMOPOLIS: Yhteiskuntavastuusta yrityskansalaisuuteen. Helsinki: Inforviestintä.

Juholin, E. 2010. Arvioi ja paranna! Viestinnän mittaamisen opas. Helsinki: Talentum.

Kananen, J. 2015. Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas: Miten kirjoitan kehittämistutkimuksen vaihe vaiheelta. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä: Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2014. Toimintatutkimus kehittämistutkimuksen muotona: Miten kirjoitan toimintatutkimuksen opinnäytetyönä? Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Kantomaa, M. 2010. The role of physical activity on emotional and behavioural problems, self-rated health and educational attainment among adolescents. Väitöskirja. Faculty of medicine, Institute of health sciences, University of Oulu; Finnish Institute of Occupational Health, Oulu. Viitattu 13.2.2017.  
<http://urn.fi/urn:isbn:9789514261077>.

Kantomaa, M. 2017. Erikoistutkija. LIKES tutkimuskeskus. Puhelinhaastattelu. 2.2.2017.

Ketonen, P. 2016. Tampereen Pelastakaa Lapset ry:ssä paljastui 30 000 euron kavalus. Yle uutiset 7.4.2016. Viitattu 10.11.2016.  
<http://yle.fi/uutiset/3-8793705>.

Kuuluvainen, S. 2015. Vapaaehtoistyön johtaminen. Helsinki: Sivistysliitto Kansalaisfoorumi SKAF.

Kuvaja, S. 2010. Hyvä raha: ihmisen ja yhteisöt maailmaa parantamassa. Helsinki: Kirjapaja.

Lasten ja nuorten liikunta. Opetus- ja kulttuuriministeriön laatiman lasten ja nuorten liikuntaohjelma. Viitattu 29.1.2017.

[http://www.minedu.fi/OPM/Liikunta/kansalaistoiminta/lapset\\_ja\\_nuoret/?lang=fi](http://www.minedu.fi/OPM/Liikunta/kansalaistoiminta/lapset_ja_nuoret/?lang=fi).

Luciano, K. & Puumalainen, P. 2015. Liikunnan merkitys nuorten syrjäytymisen ehkäisyssä. Esittelyvideo nuorille Ota koppi! -hankkeen liikuntapaikoista. Opinnäytetyö. Viitattu 10.11.2016.

[https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/96547/puumalainen\\_petri.pdf?sequence=1](https://publications.theseus.fi/bitstream/handle/10024/96547/puumalainen_petri.pdf?sequence=1).

Lämsä, A-L. 2009. Tuhat tarinaa lasten ja nuorten syrjäytymisestä, lasten ja nuorten syrjäytyminen sosiaalihuollon asiakirjojen valossa. Väitöskirja. Kasvatustieteiden tiedekunta, kasvatustieteiden ja opettajainkoulutuksen yksikkö. Oulu: Oulun yliopisto.

Merriam-Webster verkkosanakirja. Viitattu 7.11.2016.

<http://www.merriam-webster.com/dictionary/charity>.

Palkkatuki. TE-palvelut. Viitattu 11.3.2017.

[http://www.te-palvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/loyda\\_tyontekija/tukea\\_rekrytointiin/palkkatuki/index.html](http://www.te-palvelut.fi/te/fi/tyonantajalle/loyda_tyontekija/tukea_rekrytointiin/palkkatuki/index.html).

Pessi, A. B. & Saari, J. 2008. Hyvä tahto. Auttamisen asenteet ja rakenteet Suomessa. Helsinki: Sosiaali- ja terveysturvan keskusliitto.

Puohiniemi, M. 2002. Arvot, asenteet ja ajankuva. Opaskirja suomalaisen arkielämän tulkintaan. Espoo: Limor.

Ridley-Duff, R. & Bull, M. 2016 Understanding social enterprise theory and practice. 2.p. London: Sage Publications Ltd.

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvantiMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 24.1.2017.

[http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7\\_3\\_6\\_4.html](http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L7_3_6_4.html).

Syvöja, H. 2014. Physical activity and sedentary behaviour in association with academic performance and cognitive functions in school-aged children. Väitöskirja. LIKES Research Center for Sport and Health Sciences. Jyväskylä: LIKES.

Reivinen, J & Vähäkylä, L. 2013. Ketä kiinnostaa? Lasten ja nuorten hyvinvointi ja syrjäytyminen. Tallinna: Gaudeamus Oy.

Tuulaniemi, J. 2013. Palvelumuotoilu. 2. p. Helsinki: Talentum Media.

Tutkimuksen reliabiliteetti. Ylemmän AMK-tutkinnon metodifoorumi. Virtuaali ammattikorkeakoulu. Viitattu 23.3.2017.

<http://www2.amk.fi/digma.fi/www.amk.fi/opintojak-sot/0709019/1193463890749/1193464185783/1194413792643/1194415307356.html>.

Vartiamäki, T. 2016. Toiminnanjohtaja. Suomen Icehearts ry. Puhelinhaastattelu 22.11.2016.

## **Liitteet**

### **Liite 1. Summer Slam tapahtuman tyytyväisyyskysely**

#### **Olethan ystävällinen ja vastaat kaikkiin kohtiin.**

Vastaukset käsitellään täysin anonyymeina ja toivomme rehellistä ja monipuolista vastausta, jotka voimme opinnäytetyössämme analysoida ja niiden pohjalta rakentaa tapahtumalle toimintamallikäsikirjan, joka tulevaisuudessa auttaa tapahtuman järjestäviä huomioimaan kaikki tärkeät seikat sekä kehittämään tapahtumaa tulevaisuudessa.

#### **Kiitokset kaikille vastaajille jo etukäteen!**

Terveisin: Tiina Koivu ja Laura Pihlman, Jyväskylän ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijat, palvelujen tuottaminen ja johtaminen, kestävä gastronomia -koulutusohjelma.

- 1. Mitä pidit Summer Slam -iltajuhlan sisällöstä?**
- 2. Onko hyväntekeväisyys tullut tarpeeksi tapahtumassa näkyviin?**
- 3. Mikä iltajuhlassa on ollut parasta?**
- 4. Mistä asioista et ole pitänyt iltajuhlassa?**
- 5. Mitä tekisit iltajuhlassa toisin?**

## Liite 2. Summer Slam 2016 -puutarhajuhlan tyytyväisyyskysely

### **Olethan ystävällinen ja vastaat kaikkiin kohtiin.**

Vastaukset käsitellään täysin anonyymeina ja toivomme rehellistä ja monipuolista vastausta, jotka voimme opinnäytetyössämme analysoida ja niiden pohjalta rakentaa tapahtumalle toimintamallikäsikirjan, joka tulevaisuudessa auttaa tapahtuman järjestäviä huomioimaan kaikki tärkeät seikat sekä kehittämään tapahtumaa tulevaisuudessa.

### **Kiitokset kaikille vastaajille jo etukäteen!**

Terveisin: Tiina Koivu ja Laura Pihlman, Jyväskylän ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijat, palvelujen tuottaminen ja johtaminen, kestävä gastronomia -koulutusohjelma.

- 1. Mitä pidit Summer Slam 2016 -puutarhajuhlan ohjelmasta, tarjoilusta, järjestelyistä?**
- 2. Tuliko mielestäsi hyväntekeväisyys tarpeeksi tapahtumassa näkyviin?**
- 3. Mikä puutarhajuhlassa oli parasta tai mieleenpainuvinta?**
- 4. Mistä asioista tai seikoista et pitänyt puutarhajuhlassa tai tekisit toisin?**
- 5. Mitä pidit Perttulan tilasta verrattuna aikaisempaan juhlapaikkaan?**
- 6. Muita ehdotuksia Summer Slam -tapahtuman ilta-/puutarhajuhlaan.**

### Liite 3. Loppuraporttitekstiä yhdistyksen nettisivuista, joita tarkasteltiin Electronic Customer Service -opintojaksolla

#### **Introduction**

We got principal for our thesis. The principal is charity for supporting children's' and young people's sport hobbies. The official name for charity is Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki Ry. It is not very practical name for social media or marketing use, but since it is name for the charity, there is very good reason to be official, long name. The charity wanted to have something shorter and practical but this name is given by Finnish patent and registration office (PRH).

There are certain rules and regulations for the charity so you need to follow those very clearly.

One of our tasks for thesis, is to bring more coverage for the charity. The charity want more people to notice them and to get more people to give donations and contributions.

The charity has been hosting summer event called Summer Slam, which is the main happening and fund raising party for the charity.

Last summer it was 10-year's anniversary party for Summer Slam event. After the event there were two choices, either go back to old way, to have around 40 people or totally do something bigger and better. Last summer there were 180 people and that was the limit for the event. Mainly the place run out the space.

There is need to have new place for the party and more people to handle the background work and planning. Therefore the founded members first asked Laura Pihlman to help them and she got the idea to do thesis about it. She thought she



needs help, so she called me (Tiina Koivu) to help her and we ended up to do this thesis together.

### **Shortly about Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki Ry**

The charity was founded in 28.10.2009. The founded members wanted to have name Summer Slam Ry for the charity but like it was earlier mentioned, Finnish patent and registration office (PRH) didn't accept that name. The name was supposed to reflect the targets and aims of the charity. The founded members of Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki Ry are J-P Hytönen, Veli-Pekka Hård, Tomi Vaskelainen, Janne Pöllänen ja Markku Hämäläinen.

The charity or organization is a non-profit organization. It operates for general benefit; it doesn't try to achieve any profit. The charity tries to raise the well-being and prevent social problems and social exclusion in the families with children.

### **The charity and social media**

The founded members let us know that the charity/ organization needs to increase coverage, so that more people in Central Finland will know the charity and how important work they are doing. The organization operates only Central Finland area.

The charity has own web pages ( <http://www.summerslam.fi/fi/etusivu>) which have been done 2015 by Whitestone. The pages are not anything special and as we were told, those were done in rush.

When we first time look, there were solecisms, not up-to-date information and some old, not so good photos. Nobody has time to update the pages and you can't update all the parts yourself. The panels, banners are operated by Whitestone.

We did update all the information we could.

Since at the beginning of December we told that new logo of Summer Slam 2016 is done and it should be changed into the pages. Today, it is not still done. It is at the end of March. Invitations have been sent, the event will be happening after three months. Still the basic things like web pages are not updated which is one of the main "business cards" if new people want to know more about Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki Ry. The founded members are trusting that everything goes like past ten years. For sure it works this way for the members and people who have known the event Summer Slam. For the new people and donors this lack of information and social media are not very convincing.

The one of the reason for lacking proper marketing is that the charity can't make any profit and all the money it makes, must go for charity work. Instagram needs to have smart phone with own number and operator. The new web pages' cost something but today's world there are many connections to do those for reasonable price. If there would have been somebody with good negotiation skills, good deal should have been done, since the client would have been the charity organization.

Since there is not money to use for marketing, we try to concentrate for time and skills more than for money.

The skills are needed to get more followers to raise recognition for the charity. Since so many people today follow the social media, getting their information about events, happenings, what is happening in the world. The fact is that popular, convincing contents are spreading fast in social media. It is very fast marketing.

You can do free marketing in social media but it requires a lot of effort, time and skills which we need to develop and polish up more.

We believed also that same people who like the Facebook pages, would have time to time "tweeted", "binged" or "hastaged" some of the news or events from the charity

account. The charity work is easy to market cause many people want to help and give donations. And when you get other people to notice it, it is even better.

In social media we can very easily to follow which people can see the messages. Mainly those people are the ones who follow the charity's Facebook account and their friends. From the Facebook account we can see demographic information as age, gender and location.

The charity should think about paid marketing because it gives them more coverage among more people. With very small amount of euros you can make good marketing campaign where you can allocate your marketing for certain age group, location, interests, time for publishing etc. All this you can easily measure with very accurate details. And you can see how many "likes" there are and who "likes" and what they "like" the most.

## **How we can make the most of the social media**

We had few ideas how to use effective way social media so that the charity gets benefits out of it.

First thought was present internal information of the charity. The most of it is public information but we wanted to people to see and find it easily. This way people who want donate for the charity, are getting trusted information easily.

The people can compliment the charity and at the same time to navigate traffic for their social media accounts like Facebook and Twitter.

Everybody who are using social media can tag himself into the charity's event or news. It is free marketing and coverage for the charity.

If you tweet by using your company's account. Your company and the charity get coverage. This way more people "wake up" and get knowledge about charity work.

The official quarter can join for the discussion at public forum as Facebook "wall".

Once you have followers you can invite them for private or public event which the charity is hosting.

## **Our proposals**

Our first ideas and innovations were for the new web pages, Facebook account, Twitter account and Instagram account. The part of founded members like the ideas but not enough cause only Facebook account was created by us so far.

For the new web pages, the best idea would have been totally new platform done by WordPress platform. It is fast growing blog tool, publishing platform and CMS. Even for free it has many opportunities and price for paid pages is not high. There are many people who can encode these pages easily and cheap. For people who don't know encoding, WordPress quite easy to use and update. In the internet there are many useful pages where you can learn basic coding. On the biggest and very popular is <http://www.w3schools.com/> . It takes time but it is fun.

For Twitter and Instagram we wanted to have cheap smart phones hosted by inexpensive operator, but so far no "green light" for this idea.

## **Conclusion**

Even the charity needed and wanted to have help, more coverage for the charity so that more people will learn their work, the founded members were not ready to act as needed. This is very common problem with many companies, organizations, small businesses to realize that social media is here. The customers, consumers and buyers are following social media. They want to find information fast and easily. The message need to be clear and effect. If there is not updated, up-to-date information or there are too many mistakes, old information, they look for something else, other competitor or they don't trust what they see. To see something old, not up-to-date information it is not good marketing these days. We try to convince them to have

new web pages for the charity, to join Instagram, Twitter and Facebook. Only Facebook account happened. It is not very active since there is not interests or time from founded members to give information and material what to publish there.

Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki Ry

[ETUSIVU](#) [YHDISTYS](#) [SUMMERSLAM](#) [HUUTOKAUPPA](#) [HAE AVUSTUSTA](#) [GALLERIA](#) [YHTEYSTIEDOT](#)



### Yhdistys

Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki Ry on perustettu 28.10.2009. Nimeksi ehdotettiin aluksi Summer Slam Ry, mutta patentti ja -rekisterihallinto ei hyväksynyt kyseistä nimeä. Nimen pitä kuvastaa meidän ja yhdistyksen tavoitteita sekä hyväntekeväisyys kohteita. Näin muodostui Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki Ry. Perustaja jäseniä ovat J-P Hytönen, Veli-Pekka Härd, Tomi Vaskelainen, Janne Pollänen ja Markku Hämaläinen.

Yhdistys on poliittisesti ja uskonnollisesti sitoutumaton. Yhdistys toimii yleiseksi hyödyksi voittoa tavoittelematta sekä tavoitteena lisätä jaksamista ja ehkäistä lasten ja lapsiperheiden sosiaalisia ongelmia ja syrjäytymistä.

## Liite 4. Laura Pihlmanin kirjallinen osuus opinnäytetyöstä

### **Johdanto**

Tämä käsikirja on tehty SummerSlam -tapahtuman järjestämisen apuvälineeksi. Tapahtumassa on muistettava monia yksityiskohtia. Jotta tapahtuma sujuu hyvin, on suunnittelu ja pohjatyö tehtävä huolella. Tämän muistilistan avulla on tarkoitus pysyä kartalla siitä, että kaikki olennainen on huomioitu. Meidän tavoitteenamme oli luoda uusi iltatapahtuma uudessa ympäristössä ja tämän käsikirjan avulla saada kattava käsitys SummerSlam -tapahtuman järjestämisestä ja sen kaikista vaiheista. Pyrimme laatimaan toimivat ja selkeät ohjeet tehdystä työstä sekä muistilistat, joita teimme samalla tapahtumaa järjestäessämme.

Tapahtuma järjestettiin 1.7.2016. Golfen pelipaikka oli Jyväsgolfen viheriö ja tenniksen pelipaikka Hippoksella. Päivän päätti puutarhajuhla., mikä järjestettiin tänä vuonna Perttulan tilalla. Tila tarjoaa hienot puitteet puutarhajuhlalle idyllisessä maalaismiljöössä.

Tapahtuman tavoitteena oli antaa tapahtumaan osallistuville vahva kokemus emotionaalisesti sekä antaa hyvänolon tunne siitä, että he olivat mukana ja tukemassa hyvää ja tärkeää asiaa. Puutarha juhla on aikaisempina vuosina järjestetty yksityishenkilön kotona kaupunkialueella. Tällöin illalla juhlan aikaraja tuli vastaan jo klo 22, jolloin osallistujille tuli tunne, että viihtyisä ilta piti lopettaa kesken. Viime vuoden osallistumismäärän myötä myös tila osoittautui liian pieneksi. Sekin täytyi ottaa huomioon tämän vuoden tapahtumapaikkaa suunniteltaessa. Edellisen vuoden tyytyväisyyskyselyn perusteella oli löydettävä uusi tilavampi paikka. Lisäksi toiveena oli saada tila, missä istumapaikkoja olisi enemmän ja missä iltaa pystyisi jatkamaan hiukan pidemmälle. Tilavalinnassa oli otettava myös huomioon se, että jokaiselle mahdollistettaisiin kuljetukset tapahtumapaikalle ja takaisin.

## Tapahtuman järjestäminen

Tapahtumia on maailmalla moneen lähtöön ja monen näköisiä. SummerSlam - tapahtuman tarkoituksena on kerätä rahaa jolla pystytään auttamaan lapsia ja nuoria heidän liikuntaharrastuksensa parissa. Tapahtumaa suunniteltaessa meidän oli huomioitava kokoontumislain määräykset ja se, minkälaisesta tapahtumasta on kyse.

Tämä tapahtuma oli itsessään projekti, minkä onnistumisesta vastasimme me. Meillä oli tapahtumaa varten koottu projektiryhmä. Projektiryhmä koostui Keski-Suomen lasten ja nuorten tuki ry:n hallituksen jäsenistä sekä yhteistyössä mukana olleista yrityksistä, Perttulan tila ja Ravintola Figaro. Projektiryhmän muodostivat projektipäällikkö ja vapaaehtoiset. Aikaisempina vuosina projektiryhmää ei ole koettu tarpeelliseksi ja sitä ei ole ollut ollenkaan. Meille ryhmän jäsenille kaikki tuntui aluksi uudelle ja ihmeelliselle.

## Tapahtuman suunnittelu

Tapahtuman suunnittelu alkoi jo varhaisessa vaiheessa marraskuussa 2016. Tapahtuma saatiin onnistumaan suunnitellusti. Siihen täytyi laittaa aikaa ja vaivaa ja näin tapahtumasta saatiin toimiva ja elämyksellinen kokemus kaikille. Alussa järjestimme ideointivaiheen palaverin (marraskuu 2016). Sen tapaamisen tarkoituksena oli kerätä paljon erilaisia ideoita. Myöhemmin mietimme ja pohdimme, mitkä ideoista voisivat toimia itse tapahtumassa. Suunnittelussa pohdimme, miten erottaudumme viime vuodesta ja minkälaisen mielikuvan haluamme tänä vuona jättää tapahtumaan osallistujille. Kävimme kaikkien jäsenten kanssa läpi, miksi tapahtuma järjestetään ja mitkä ovat meidän tavoitteemme. Ideointimenetelmänä käytimme aivoriiheä. *Aivoriihen tarkoituksena on tuottaa erilaisia ideoita. Näistä osa karsiutuu myöhemmässä vaiheessa pois. Luovaan työskentelyyn on olemassa lukuisia menetelmiä. Yksi ehkä tunnetuin menetelmä on aivoriihi (Brainstorming) tai ideariihi. Ideariihi on ideoinnin perusväline ja sen tavoitteena on tuottaa mahdollisimman paljon ideoita ja luovia*

*ratkaisuja ilman naurunalaiseksi joutumisen pelkoa. Aivoriihityöskentelyä kutsutaankin monesti ideointitapaamiseksi tai ideointitilanteeksi. Siinä tulevat esiin luovan ajattelun eri ulottuvuudet: sujuvuus, joustavuus, omaperäisyys ja jatkotyöstäminen (<http://www.qk-karijalainen.fi/fi/artikkelit/yhdistae-ideointityoekaluilla-luovan-ajat-telun-eri-ulottuvuudet/> ). Aivoriihityöskentelyn alussa tuotimme paljon ideoita, mistä osan karsimme myöhemmin pois.*

Heti alussa otimme huomioon aikataulun, mikä on tapahtuman suunnittelussa erittäin tärkeää. Milloin tapahtuma alkaa ja milloin se loppuu? Aikataulun tärkeys tulee huomioida myös tapahtumapaikkaa varattaessa, lupa-asioissa, artisteja ja esiintyjä varattaessa, tarvittavien telttojen varauksissa (sadevaraus), kuljetuksissa, wc-varauksissa, ruokailuissa, keittiö- ym. tilan apuhenkilöiden varauksissa.

SummerSlam -tapahtuma on ollut jokavuotinen ja ihmiset osaavat jo odottaa tapahtumaa. Aina on hyvä tarkistaa, onko paikkakunnalla samanaikaisesti muita samanlaisia tapahtumia päällekkäisyyksien välttämiseksi.



## **Suunnitteluvaiheeseen liittyviä asioita**

### **Miksi tapahtuma järjestetään**

- lahjoitusten hankkiminen lasten ja nuorten urheilun ja liikunnan tukemiseksi

### **Mikä tapahtuma**

- hyväntekeväisyys tapahtuma

### **Tapahtuman nimi**

- Summer Slam

### **Kenelle suunnattu**

- Keski-Suomen alueen yrittäjille ja yrityksille sekä yksityishenkilöille, jotka haluavat olla tässä hyväntekeväisyystapahtumassa mukana

### **Milloin**

- päivämäärä ja kellonaika sekä kesto (onko aika kohderyhmää ajatellen sopiva, onko päällekkäisiä tapahtumia tiedossa?)

### **Missä**

- paikka, tila, osoite (onko paikka teknisiltä ratkaisuiltaan ohjelmasisältöihin sopiva, onko paikka logistisesti järkevä?)

### **Aikataulutus**

- onko tapahtuman toteutukselle realistiset mahdollisuudet aikataulullisesti ja taloudellisesti?
- Mihin suurempaan kokonaisuuteen tapahtuma liittyy ja mikä sen rooli siinä on?

## **Tapahtumapaikan tärkeys**

Tapahtumapaikan tärkeys tuli meille esille jo heti alkumetreillä. Missä tapahtuma järjestetään, siihen vaikuttaa moni eriosa-alue. Millaisesta tapahtumasta on kyse? Kenelle tapahtuma on tarkoitettu eli tapahtuman kohderyhmä? Missä tapahtuma halutaan järjestää? Kuinka tapahtuma on tavoitettavissa ja kuinka se halutaan näkyväksi? Paljon halutaan sijoittaa eli kuinka suuret kustannukset saavat olla?

Tämän tapahtuman halusimme olevan puutarhajuhla, joten tapahtuma piti saada puutarhamaiseen miljööseen ja sinne piti mahtua hyvin isot teltat. Paikan piti olla sellainen, missä saadaan sähköä ja vettä. Halusimme paikan, missä kaikki toimii ja isot linja-autot pääsevät lähes pihaan asti.

Yleisesti tapahtuma paikkaa etsittäessä ja sitä varattaessa on syytä ottaa huomioon jo alkuvaiheessa kaikki lupa-asiat, mitä paikka vaatii ja tehdä paikasta varaus. On heti alkuun hyvä miettiä, miten kaikki tapahtumaan liittyvät toiminnot mahtuvat paikkaan. On aina hyvä suunnitella paperilla alustavat suunnitelmat, loput yksityiskohdat tarkentuvat tapahtuman edetessä. Viranomaiset saattavat vaatia jopa karttaa toiminnoista, kuinka tapahtuma on suunniteltu paikkaan.

Oikeanlainen paikka on olennainen osa koko tapahtumaa ja se vaikuttaa suurelta osin tunnelmaan. Paikaksi valitsimme Perttulan tilan. Tila on upea jo itsessään. Kesällä kesäinen luonto, lämmin auringonpaiste ja Perttulan tilan idyllinen miljöö tarjoavat mahdollisuuden luonnon ja peltojen keskellä herätellä omia aisteja, pois kaupungin kiireestä. Osallistujat pystyisivät pysähtymään ja nauttimaan luonnon kauneudesta. Tila antaa mahdollisuuden elää sitä hetkeä sellaisena kuin se hetki on.

## **Aikataulutus**

Aikataulutus ja työnjako olivat asioita, jotka toistuivat läpi tuotantoprosessin. On tärkeä jakaa työt myös itse tapahtumapäivänä yhtä lailla kuin purkuprosessin aikana.

Työnjako- kuka vastaa mistäkin ja kuka tekee mitäkin, se oli meille haaste. Vastuu-alue oli suuri ja päätökset piti aina varmistaa hallitukselta, joten aikataulut venyivät, välillä suhteettoman pitkiksikin. Tässä huomasi kuinka tärkeää on aloittaa suunnittelu ajoissa, kun viivästymiä kuitenkin tulee aina. Ongelmia tuli esim. kutsujen kanssa, niiden tekovaiheessa, päivämäärissä, sähköpostiosoitteissa ja monessa muussa. Aikataulun mukaan lähdimme miettimään, missä vaiheessa mikäkin asia piti olla hoidossa. Esiintyjien hankkiminen ei ollut helppoa. Aloitimme kartoittamaan mahdollisia esiintyjä tammikuussa, viimeinen esiintyjä kuitenkin saatiin varmistettua vasta viikkoa ennen tapahtumaa. Näihin asioihin on siis syytä varata reilusti aikaa. Esiintyjien kartoittaminen on kovaa työtä. Täytyy olla ohjelmatoimistoihin yhteydessä soittaa, laittaa sähköpostia, kilpailuttaa ja pyytää tarjouksia. Tarjouksien pohjalta tehtiin päätökset esiintyjien suhteen. Monessa tilanteessa huomasi, kuinka ihmiset ovat täysin unohtaneet, mikä on hyväntekeväisyys, kun dollarit silmissä pyysivät rahaa.

## **Kyselyt**

Onnistuneen tapahtuman järjestäminen vaati paljon työtä. Halusimme varmistaa, että saamme tapahtuman onnistumaan. Tarvitsimme siihen työkalut, joiden avulla pystyimme järjestämään onnistuneen tilaisuuden. Lähetimme aikaisempien vuosien osallistujille kyselyn edellisistä tapahyväntekeväisyystapahtumien järjestelyistä. Samalla kyselimme toiveita uuden tapahtuman järjestelyihin liittyen. Palauutteista saimme hyödyllisiä ja tarvitsemiamme tietoja tulevan hyväntekeväisyystapahtuman järjestelyyn. Kyselyjen pohjalta pystyimme miettimään, miten hyväntekeväisyys tulee näkyviin, mitkä asiat teemme toisin ja mitkä asiat tuovat ihmiset tapahtumaan. Meidän tuli katsoa parhaat mahdolliset asiat eri vaatimusten, mielipiteiden ja ihmisten mieltymysten välillä. Kyselyllä keräsimme tarvittavan tiedon, jotta pystyimme tekemään parhaat mahdolliset uudistukset.

## **Tapahtuman markkinointi**

Kuinka sitten markkinoimme ja tiedotimme tapahtumaa? Halusimme tulla näkyville ainoastaan tietyille kohderyhmälle, siihen osallistuville yrityksille, yhteistyökumppaneille ja muuten tapahtumassa mukana olijoille. Tapahtumaa itsessään emme pahemmin markkinoineet, pyrimme ainoastaan tavoittamaan tämän tietyn kohderyhmän, jonka halusimme osallistuvan sinne ja siinä onnistuimme hyvin.

Alkuvaiheessa mietimme, miten tavoitamme tämän kohderyhmän. Näitä keinoja on monia, kuten sosiaalinen media. Sosiaalinen media on nuorten ja aikuisten seurassa erittäin hyvä mainontakeino, kun taas ikääntyneempien kanssa se ei ole niin käytetty. Tämän takia käytimme myös sähköpostia. Näin tavoitimme lähes kaikki tapahtumaan osallistuvat ihmiset. Suora soitto oli myös markkinoinnin yksi parhaista keinoista. Vä-lillä päivät venyivät ja puhelimet soivat, jotta kaikki yhteistyökumppanit tavoitettiin ja saatiin asiat sovittua.

## **Tiedottaminen**

Tiedottamisen järjestimme eri median välineissä ennen tapahtumaa. Muuten tiedottaminen tapahtui Facebookin välityksellä ja sähköposteilla, tarvittaessa soittamalla, sosiaalinen media Facebookin välityksellä oli suurin. Lisäksi teimme käyntejä suoraan yrityksiin, käytimme puhelinmarkkinointia ja tietysti puskaradiota yrityskumppaneille, tutuille, kavereille yms. Mainonta tähän tapahtumaan on hiukan muuttunut, aikaisempien vuosien erona voidaan mainita Summer Slam 2009-2015 tapahtumat, jolloin kaikki markkinointi on tapahtunut suoraan sähköpostin välityksellä.

## **Illan ohjelma**

Tapahtumaan teemana oli puutarhajuhla, joka yhdisti koko tapahtumaprosessia ideasta toteutukseen. Tapahtuman teema kertoo jo itsessään paljon järjestettävän tapahtuman luonteesta. Teemaa noudatimme aikaisempien vuosien varrella tutuksi tulleessa puutarhamaisuudessa. Tätä teemaa hyödynsimme tilojen somistuksessa,

kutsukorteissa ja koko päivän aikana tapahtuvassa kesäisessä olemuksessa. Koko illan ohjelman rakensimme puutarhajuhlateeman ympärille, mutta huomioiden kuitenkin tapahtuman tavoitteet ja kohderyhmän. Tietenkin tärkeimpänä teemassa halusimme tehdä yleisölle näkyväksi hyväntekeväisyyden. SummerSlam -tapahtuma on maksullinen, joten ohjelman tuli vastata pääsylipun hintaa. Huomasimme kuitenkin, että hinta voisi olla korkeampikin, kun kyse on kuitenkin hyväntekeväisyydestä. Haluamme tietenkin hyväntekeväisyyteen osallistuvilla tunteen, että he kokevat saavansa tarpeeksi vastinetta osallistumisestaan. Puutarhajuhlan tarkoituksena oli olla laadultaan hyvä, erottuva ja hyvän palvelun hyväntekeväisyystapahtuma, mikä tuottaa ihmisille emotionaalisesti hyvän tunteen olemalla hyväntekeväisyydessä mukana. Tapahtuman pääpaino oli hyväntekeväisyys Keski-Suomen lasten ja nuorten liikunnantuki ry:lle. Strategiana olisi kehittää tapahtumaa kokonaisuutena ja tarjota uusia ulottuvuuksia itse puutarhajuhlaan. SummerSlam -tapahtuman tarkoitus olisi saada mukaan hyväntekeväisyyteen mahdollisimman moni yritys ja yksityinen rahoittaja Keski-Suomessa. Onnistunut tapahtuma, upeat ruuat hyvistä raaka-aineista yhdistettyinä Suomen kauniiseen maalaismiljööseen antoi unohtumattoman kokemuksen kaikille tapahtumaan osallistuneille.

## **Taloudelliset laskelmat**

Paljonko tapahtumaa saa maksaa? Sen suunnittelu on syytä aloittaa heti alkumetreillä. Talous on yksi tärkeimmistä alueista, mitä mikin saa maksaa ja kuka sen maksaa. Tapahtuman budjetti auttoi meitä sen suunnittelussa. Siinä pystyy katsomaan, mitä menoja tulee olemaan, mitä tapahtuma tulee mahdollisesti maksamaan ja mitä tuloja pystytään mahdollisesti saamaan. Menot teltoista, esiintyjistä, kuljetuksista, mainostamisesta, ruuista ja esim. visuaalisesta puolesta, miltä tapahtuma halutaan näyttävän silmälle jne. Näitä asioita on monia ja näiden asioiden lisäksi täytyy aina myös muistaa menot, joita ei heti ole muistanut ottaa huomioon. Lisäksi aina saattaa tulla joitakin yllättäviä menoja tarkkuudesta huolimatta.

Mistä taas rahaa tulee? Tulot pystytään saamaan tapahtumaan osallistuvilta pääsyli- puilla ja mahdollisilla sponsorituloilla. Tässä tapahtumassa käytetään ansaintalogiik- kaa, missä kerätään rahaa myös huutokaupalla. Tapahtuman kannattavuuden laskel- mia pystyimme laskemaan etukäteen, mutta lopullinen tulos selvisi vasta tapahtu- man jälkeen. Tapahtuma keräsi voittoa, mikä oli tarkoituksemmekin. Se olisi siis kan- nattavaa ja järjestö pystyy lahjoittamaan rahaa apua tarvitseville tarkoituksensa mu- kaisesti.

## **Budjetti**

Käsitlemme tässä Summer Slam 2016 kesätapahtuman budjettia.

Olimme tekemässä vuosittain toistuvaa tapahtumaa, joten pystyimme saamaan lähes tarkan meno-tulobudjetin. Jokaisessa yksittäisissä tapahtumissa budjetissa pitää olla pientä liikkumavaraa mahdollisten yllätyksien varalta, niin myös mekin varasimme.

Keski-Suomen Lasten ja Nuorten Liikunnan Tuki Ry:n vuosien kokemus järjestelyistä' näkyi varsinkin tämän vuoden budjetin tekemisessä ja toteumassa. Pystyimme laske- maan koko tapahtuman liikevaihdon kuluineen 99% tarkkuudella. Meillä on tiedossa tarkka osallistujalista hyvissä ajoin ennen tapahtumaa. Varmuus tämän projektityön totuttamiseen tulee myös vuosien opiskelusta. Summer Slam on etsinyt oikeaa tapaa saada haluamansa lopputulos.

Koska kysymyksessä on hyväntekeväisyys lasten hyväksi ja useiden julkisuuden henki- löiden läsnäolo, olemme haluttu yhteistyökumppani useille paikallisille yrityksille myös mainosarvon tähden.

**Kuluja**

- markkinointi- ja mainontakulu
- teltat
- somistus
- tekniikka
- luvat
- kuljetukset
- tarjoilut
- ohjelma
- vartiointi
- palkkiot
- yllätysmeno

**Tuloja**

- sponsorointitulot
- lipputulot
- myyntituotot (paidat, lippikset yms.)

Summer Slam 2016 kustannukset on laskettu 200 osallistujan mukaan. 150€ suuruisen osallistumismaksuun sisältyvät alla olevat tarjoilut sekä SummerSlam paidan ja pelipallot. AVECIT saapuivat iltajuhlaan erillisellä € maksulla.

Tapahtumassa järjestettiin perinteinen huutokauppa julkisuuden henkilöiden lahjoittamille tavaroille. Huutokauppa tuotti hyvin, tapahtuman tuotto kulujen jälkeen siirtyy yhdistyksen tilille kokonaisuudessa.

## Kuinka projekti onnistui

Tämän kokoisessa tapahtumassa on syytä olla omat vastuuhenkilöt kullekin osa-alueelle. Vastuualueet ja niiden tiedostaminen ja vastuun jakaminen järjestäjien kanssa korostui koko projektin ajan. Vastuuta olisi pitänyt jakaa vielä enemmän, mutta tästä oppi tuli seuraavalle vuodelle. Tässä tapauksessa etsimme yrityksiä, jotka halusivat olla hyväntekeväisyydessä mukana. Yritykset, jotka haluavat olla tapahtumassa mukana, jokainen osallistuu omien mahdollisuuksiensa mukaan tekemiseen ja kustannuksiin. Nämä yhteistyökumppanit on syytä laittaa näkyville jo tapahtumaa markkinoitaessa ja kustuja lähetettäessä samoin myös tapahtuman nettisivuilla on huomioitu nämä yritykset.

Jatkon kannalta olisi syytä nimetä eri vastuualueita.

## Toimenkuva

- Tehtävänäni oli huolehtia kokonaisvaltaisesti tapahtuman järjestämisestä ja yhteistoiminnasta. Muut tapahtuman vaatimat järjestelytehtävät jaettiin vastuualueisiin siten, että Ravinto Figaro huolehti tapahtuman cateringista, Perttulan Tila huolehti tapahtuman tiloista ja visuaalisesta puolesta Tiina Koivun kanssa. Yksi henkilö laati budjetin ja vastasi siitä. Kaikista muista tapahtumaan liittyvistä asioista, kalustuksesta kuljetukseen, vastasin minä. Olin yhteydessä ohjelmatoimistoihin ja esiintyjiin. Suorasoiitto oli tässä paras väline.
- Tiina Koivu perusti tapahtumalle facebook-sivut. Yhdessä yritimme päivittää www-sivuja viemällä sinne tapahtumaan koskevia tietoja. Sivujen päivittäminen ei kuitenkaan onnistunut halutulla tavalla, joten yhdessä Whitestone yrityksen kanssa, teimme tarvittavat päivitykset. Päivitykset suunniteltiin niin, että ylläpito on jatkossa helppoa. Samanaikaisesti suunnittelin tapahtuman mainontaa ja muuta kutsuihin liittyvää visuaalista ilmettä.
- Yhteistyössä mukana olleiden tahojen kanssa suunnittelimme painotuotteet, standit, rollupit, kaulapassit ja opasteet. Painotuotteet painettiin yhteistyössä mukana olleen



Granon avulla. Sähköjärjestelyistä vastasi Perttulan tilan, yhdessä Festagon ja minun kanssa. Katsoimme sähköjen olevan riittävän tehokkaat tapahtumapaikalle.

- Vapaaehtoistyöntekijöiden osallistuttaminen tapahtumaan oli vastuullani. Kontaktoin seuroja ja sain mukaan Diskoksen taitoluistelusta 5 täysi-ikäistä naista.
- Kontaktoin KS-turvamiehet Oy:n edustajan kanssa ja sovimme turvallisuuteen ja järjestyksen valvontaan liittyvistä asioista.
- Kontaktoin valokuvaajia. Sain sovittua valokuvaamo Jiri Halttusta kanssa koko päivän kuvauksista, tennis- ja golfillan puutarhajuhlaan liittyvistä asioista.
- Vastasin siitä, että kaikkien sponsoreiden logot tulevat näkyviin, kontaktoin kaikkia heitä.
- Olin yhteydessä Bille Beino -vaatemerkkiin ja sovin heidän kanssaan tuotteet, mitkä tulivat tapahtumaan mukaan. Vein kaikki tuotteet painatukseen, koska jokaisessa tuotteessa piti olla Summer Slam logo vuosilukuineen.
- Tuotteiden painatus tapahtui Suomen Broderauksen kautta, vastasin myös sen järjestymisestä.
- Kalustuksen ja teltoituksen osalta olin yhteydessä Festagoon ja sovin heidän kanssaan tapaamiset ja itse päivään liittyvät asiat.
- Kuljetukset tapahtumaan järjestin Viitasaaren Tilausliikenne Oy:ltä.
- Sovin Intersport Tourulan kanssa tarvittavat Bille Beinin vaaterakit, hengarit yms. vastaavat tarvikkeet sekä logon painatukset.
- Sovin vapaaehtoistoimijoiden kanssa aikataulun ja perehdytin heidät tehtäviinsä.
- Juomien ja pikkupurtavien suunnittelusta vastasin minä, yhdessä Perttulan tilan kanssa.

## YLEISTÄ

1. Tapahtuman nimi Summer Slam
2. Kokoa projektiryhmä
3. Määrittele tavoitteet ja mitä haluat tehdä uutta
4. Tee alustava budjetti
5. Määrittele tulevan tapahtuman luonne ja sen sisältö
6. Valitse kohderyhmä vai pysykö samana
7. Päätä tapahtumapäivä
8. Päätä tapahtumapaikka ja varaa tila

## Yleisimmät asiat, jotka pitää huomioida tapahtumajärjestämisessä

- Paikkavaraus
- Opasteet
- Järjestyksenvalvonta ja vartiointi
- Ensiapu
- Lipunmyynti
- Rakenteet ja kalusteet
- Tarvittavat pöydät, tuolit yms.
- Visuaalinen ilme
- Jätehuolto ja siivous
- Löytötavarat
- Liputus
- WC:t

## Sähkö

- tarvittava äänentoisto
- sähkön määrä ja laatu (voimavirta) jatkojohdot, valaistus yms.
- valotekniikka
- tilat

## Luvat

- Tapahtumailmoitus poliisille, sisältäen pelastussuunnitelman
- Aluekartta
- Vastuuvakuutus
- Teosto, mikäli tilaisuudessa soitetaan musiikkia
- Maankäyttölupa
- Kadun sulkeminen
- Lupa sulkemiseen haetaan poliisilta, kaupungin tulee puoltaa hakemusta
- Elintarvikeilmoitus, pienimmät toimijat kuten yksityishenkilöiden tai harrastekerhojen vähäinen elintarvikkeiden tilapäinen myynti tai tarjoilu on vapautettu ilmoitusvelvollisuudesta.

## Muita luvanvaraisia ja huomioonotettavia asioita

- Meluilmoitus
- Anniskelulupa
- Tupakkalaki
- Lähtökohtaisesti tapahtuma-alueella on aina tupakointi kielletty

## Purkaminen

- alueen siivous
- vuokra/ lainakaluston palautus
- työryhmän purkupalaveri: missä onnistuttiin, missä olisi parannettavaa, järjestetäänkö tapahtuma uudelleen

## Lähteet

Finlex, lainsäädäntö. Viitattu 24.5.2016 . <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1999/19990530#L1P3>

Yhdistä ideointityökaluilla luovan ajattelun eri ulottuvuudet - Aivoriihi, ryhmlykaavio sekä kalanruokaavio. Guality knowhow, J Karjalainen OY.1.11.2007. <http://www.gk-karjalainen.fi/fi/artikkelit/yhdistae-ideointityoekaluilla-luovan-ajattelun-eri-ulottuvuudet/>

Yhdistä ideointityökaluilla luovan ajattelun eri ulottuvuudet - Aivoriihi, ryhmlykaavio sekä kalanruokaavio. Guality knowhow, J Karjalainen OY.1.11.2007. <http://www.gk-karjalainen.fi/fi/artikkelit/yhdistae-ideointityoekaluilla-luovan-ajattelun-eri-ulottuvuudet/>

# **SUMMER SLAM -TAPAHTUMAN PROJEKTIKÄSIKIRJA**



**Tämä projektikäsikirja on laadittu auttamaan Summer Slam -tapahtuman liittyvien asioiden muistilistana, jonka tarkoituksena on toimia tarkistuslistana, jotta kaikki asiat tulevat huomioituiksi ja muistetuksi.**

**Tärkeitä projektivaiheita on laatia aikataulut (ns.vuosikalenteri), markkinointisuunnitelma, kutsujen lähettäminen oikeaan aikaan, rahaliikenteen seuranta ja monia muita asioita.**

## **AIKATAULUTUS**

Juhlien aikataulut, markkinoinnin aikataulut,  
osallistumisaikataulut, peliaikataulut, kuljetusten aikataulut.

## **AJANKOHTA**

Pysyykö tapahtuma kesä tapahtumana? Halutaanko se järjestää jonain toisena ajankohtana, onko kesä kohderyhmän kannalta sopiva? Osuuko tähän päivään päällekkäisiä tapahtumia?

## **ALKOHOLI JA TUPAKKA**

Luvat, tarjoilu, kuinka paljon ja mitä. Anniskelulupien on oltava kunnossa, mikäli tapahtumassa halutaan tarjoilla / myydä alkoholia. Tässä tapauksessa anniskelualueelle ei saa päästää alaikäisiä.

Tupakkatuotteille tulee olla erillinen tupakointialue.

## **ASTIASTO**

Tulee astiasto cateringin kautta vai onko tilassa tarvittava määrä astioita. Kuten juomalaseja, haarukoita, veitsiä, lautasia, jälkiruokalautasia vai tarvitseeko niitä vuokrata.

## **BUDJETTI**

Mikä on tapahtuman budjetti? Kuinka paljon olisi mahdollista saada sponsoreita?

## **CATERING**

Erityisruokavaliot täytyy ottaa huomioon; gluteeniton, laktoositon, kasvisruoka. Jos tapahtumassa myydään elintarvikkeita, täytyy tehdä ilmoitus kaupungin elintarvikevalvontaan.

## **ENSIAPU**

Täytyy huomioida välineet ensihoidon järjestämiseen sekä käytettävissä täytyy olla ensiapupakkaus.

## **ESIINTYJÄT**

Esiintyjän valinnassa tärkeää ottaa huomioon kohderyhmä, aika ja paikka ja tietenkin budjetti. Millaista äänentoistoa ja tekniikkaa he tarvitsevat. Heille oma pukuhuone tai taukotila.

Kuka hoitaa juontamisen ja siihen liittyvät aikataulut?



## **FACEBOOK**

Säännöllinen päivitys, markkinointi, ideointi, aktiivisuus.

## **IDEOINTI JA SUUNNITTELU**

Millainen tapahtuma on ja kenelle se halutaan järjestää, py-syykö samanlaisena kuin aiemmin? Tapahtuman nimi ja teema. Tuleeko tapahtuma ulos vai sisälle?

## **JÄRJESTYSMIEHET**

Järjestyksenvalvojien järjestäminen ja heidän kanssaan aika-  
taulun sopiminen.

## **KALUSTO**

Onko kalusto tilassa valmiina, tuolit, pöydät, esiintymislava,  
tarjoiluvaunut vai tarvitseeko niitä vuokrata?

## **KULJETUKSET**

Tapahtuman sijainnista riippuen täytyy huomioida kuljetukset  
tapahtumaan osallistuville.

## **KUNTA**

Kunnan ympäristövastaavat saattavat vaatia meluilmoituksen ja jätehuoltosuunnitelman.

## **KUTSUT**

Kutsut pitää olla lähetettyinä ajoissa viimeistään huhtikuun puolessa välissä. Kutsussa tulee olla hyvä ohjeistus, kuinka toimia ilmoittautumisen kanssa. Siinä tulee olla tapahtuman nimi, aika, paikka, hinta, www-osoite kotisivuille. Tarvittavat yhteystiedot ja mahdolliset muut erityisluonteiset asiat kuten esiintyjät.

## **LIIKENNEJÄRJESTELYT**

Jos liikennejärjestelyihin täytyy tehdä muutoksia, pitää olla yhteydessä tien pitäjään. Selkeä ohjeistus, missä parkkitila on ja miten sinne pääsee.

## **LIPUNMYyntI**

Lipunmyynti on syytä järjestää sähköisesti

## **LOGOT**

Onko kaikkien yhteistyökumppaneiden logot saatu, mitkä laitetaan kutsuun, laitetaanko logot esille juhlissa, golfissa sekä tenniksessä.

## **LUVAT**

Mitä lupia tarvitaan ja mistä ne pitää hankkia, kuka hoitaa niiden hankkimisen? Luvat poliisilta tai muilta viranomaisilta.

## **MARKKINOINTI**

Missä markkinoidaan, mitä markkinoidaan, kuinka usein, tehdäänkö kohdennettua mainontaa. Järjestäjien tulee ottaa käyttöön eri viestintäkeinot asiakasryhmän mukaan. Sosiaalinen media on hyvä markkinoinnin keino. Tuleeko julisteita, lehdistötiedotteita, lehti-ilmoituksia, radiomainontaa.

## **MELU**

Kunta saattaa vaatia meluilmoituksen. Myös ympärillä oleville naapureille tulee ilmoittaa tapahtumasta.

## **MYYTÄVÄT TUOTTEET**

Mitä tuotteita juhlissa myydään, pitää olla tilattuina ajoissa; vaatteet joulukuussa tai tammikuussa, jos oma mallisto.

## **NETTISIVUT**

Sivujen päivitys säännöllisesti, tarkistus, kesän 2016 kuvat puuttuvat edelleen marraskuussa 2016.

## **OPASTUS**

Opastuskylttien pitää olla paikoilleen ennen tapahtumaa.

## **POLIISI**

Poliisille on tehtävä ilmoitus. Vähintään viisi vuorokautta aikaisemmin yleisötapahtumasta.

## **RAHALIIKENNE**

Osallistumismaksujen tarkistus, pitää olla maksettuina ennen juhlatapahtumaa.

## **SANITEETTITILAT**

WC:t tulee olla merkittyinä molemmille sukupuolille selvästi. Tarvittaessa tuodaan lisää siirrettäviä WC- eli bajamajoja.

## **SIIVOUS**

Tilan siivous, roskien, pullojen ja muiden jätteiden kuljettaminen. Kuka nämä hoitaa ja millä aikataululla, on syytä aikatauluttaa jo etukäteen.

## **SOMISTUS**

Kuka somistuksen hoitaa, millainen siitä pitää tulla? Halu-  
taanko teema näkyviin?

## **SPONSORIT**

Heitä on syytä kontaktoida ajoissa. Sponsorien kautta on  
mahdollista saada käyttöön irtainta tai rahaa. Heidän ansios-  
taan pystymme järjestämään tapahtuman. Sponsoreiden nä-  
kyvyys tulee huomioida mainonnassa.

## **SÄHKÖ**

Tapahtuma on järjestetty ulkona, täytyy muistaa selvittää,  
mihin sähkö saadaan tarvittaessa vedettyä. Täytyy muistaa  
myös jatkojohdot ja vastaavat.

## **TAPAHTUMAPAIKKA**

Pitää olla tapahtumapaikan omistajan tai haltijan suostumus

## **TILAT**

Missä juhlat pidetään, kuinka paljon mahtuu vieraita, fasilitteetit riittävät. Summer Slammia järjestäessä on syytä huomioida tapahtuman koko.

## **TIEDON KULKU**

Tapahtumaa järjestäessä tieto tulee laittaa kaikille mahdollisimman nopeasti. Itse tapahtumassa olisi hyvä olla radiopuhelimet käytössä.

## **TURVALLISUUS**

Turvallisuussuunnitelma on hyvä olla voimassa, jossa käsitellään myös pelastussuunnitelma. Järjestyksenvalvonta on syytä huomioida tämän kokoisessa tapahtumassa. Radiopuhelimet helpottaisivat tiedon kulkua tapahtumassa.

## **TYÖNJAKO**

Työnjako ja vastualueiden määrittelyminen on yksi tärkeimmistä asioista.

## **OSALLISTUJALISTAT**

Kun osallistujalista saadaan, on syytä antaa se järjestyksenvalvojille ja kaikille tapahtuman järjestäjille.

## **VAATTEET**

Mitkä vaatteet vapaaehtoistyöntekijöille, onko järjestäjillä yhdenmukaiset asut, mikä on juhlan dresscode?

## **VAHVISTUKSET**

Muistetaan vahvistaa kaikille osallistujille osallistuminen, kun maksut suoritettu. Myös juhlan jälkeen kiitokset juhlaan osallistumisesta ja liitteenä mahdolliset valokuvat, jos otettu juhlassa.

## **VAKUUTUKSET**

Vastuuvaakutus on tärkeä asia, jos sattuu tapahtumaan jotain vahinkoa. Henkilölle, rakentamisessa tai omaisuudelle. Talokootyövakuutus on erittäin suositeltavaa.

## **VASTUUALUEET**

Kuka tekee ja mitä, kuka on varamies, tiedon jakaminen kaikille järjestäjille. Jo alkuvaiheessa täytyy nimetä eri vastuuhenkilöt eri osa-alueille.

- kuka vastaa budjetista
- kuka vastaa tilajärjestelyistä
- kuka vastaa tekniikasta

- kuka vastaa ohjelmasta
- kuka vastaa markkinoinnista
- kuka vastaa turvallisuudesta
- kuka hoitaa aikataulun
- kuka vastaa tilajärjestelyissä ja somistuksesta
- täytyy muistaa hankkia myös talkootyövoimaa
- tehtävienjako myös tapahtumapäivälle

## **VALOKUVAUS**

Valokuvaus täytyy sopia ammattivalokuvaajan kanssa.

## **VAPAAEHTOISET TYÖNTEKIJÄT**

Heidän ohjeistaminen ja vastuualueet. Täytyy kuitenkin muistaa, että he ovat vapaaehtoisia työntekijöitä ja haluavat olla hyväntekeväisyydessä mukana.

## **VIESTINTÄ**

Mitä, kenelle ja koska? Viestintäkanavat, sähköpostit, What's Up, Facebook.



## **VUOSIKALENTERI**

Laadittava vuosikalenteri, mihin merkintään markkinointi suunnitelma, kokoukset, kutsujen lähettämiset, deadlinet, milloin otetaan viimeiset osallistumiset, juhlien aikataulutus.

## **YRITYKSET**

## **YHTEISTYÖKUMPPANIT**

Ketkä ovat yhteistyökumppanit, paljonko tarvitaan lisää, on syytä selvittää hyvissä ajoin. Yhteistyökumppanit antavat tapahtumalle jonkin palvelun tai tuovat siihen lisäsisältöä.

## **ÄÄNENTOISTO**

Mistä äänentoisto tulee, onko tilassa se jo valmiina? Onko se mahdollista vuokrata? Vuokraus täytyy muistaa tehdä ajoissa. Tarvitsevatko esiintyjät millaista tekniikkaa ja äänentoistoa?

## **Tapahtuman jälkeen**

**Kiitokset kaikille hyväntekeväisyyteen osallistuville Facebookissa ja nettisivuilla ja sähköpostin kautta.**

**Eriyiskiitokset yhteistyökumppaneille.**

**Noin viikko tapahtuman jälkeen on syytä järjestää palautetilaisuus järjestäjien kesken.**