



Pienpuolueen varainhankinnan kehittäminen

Ekholm Hilikka, Kuusela Minna

2019 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Pienpuolueen varainhankinnan kehittäminen

Ekholm Hilikka, Kuusela Minna
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Kesäkuu 2019

Ekholm Hilikka, Kuusela Minna

Pienpuolueen varainhankinnan kehittäminen

Vuosi 2019 Sivumäärä 37

Tämä opinnäytetyöraportti kuvaa puoluerahoitusta ja puoluevarainhankinnan kehittämistyön eri vaiheita. Opinnäytetyö toteutettiin Eläinoikeuspuolueen toimeksiantona. Toimeksiantaja on niin sanottu pienpuolue. Pienpuolueet rahoittavat itse omat kulunsa, kun taas eduskuntapuolueet saavat valtiollista avustusta. Puolueiden rahanke-
räästä säädellään lailla. Halusimme tutkia, kuinka varainhankintaa voisi tehostaa, ja mitä uusia keinoja varainhankinnassa voisi kokeilla, jotta puolue saisi enemmän re-
sursseja työhönsä.

Kehittämistyö tehtiin ensin perehtymällä sekä kotimaisten pienpuolueiden varainhan-
kinnan tilaan, että kansainvälisille eläinoikeuspuolueille suunnatun verkkokyselyn
muodossa. Verkkokyselyllä kartoitettiin muiden puolueiden käyttämiä varainkeräys-
menetelmiä ja niiden tehokkuutta. Seuraavassa vaiheessa kyselyn tulokset sekä ha-
vainnot muiden kotimaisten pienpuolueiden varainhankinnasta esiteltiin Eläinoikeus-
puolueen edustajille varainhankinnan kehittämistyöpajan yhteydessä. Löydösten poh-
jalta hahmoteltiin puolueen tulevaisuuden varainhankinnan keinoja, tavoitteita ja ai-
katauluja. Ensimmäisen vaiheen selvitystyön perusteella havaittiin, että jäsenmaksut
muodostavat pienpuolueiden rahoituksen ytimen. Tähän ydinrahoitukseen on kuiten-
kin mahdollista tavoitella lisää kokeilemalla uusia varainkeräysmenetelmiä, kuten
joukkorahoituskampanjoita. Työn tulokset ja työssä käytetty kehittämistyön rakenne
ja vaiheet ovat hyödynnettävissä niin järjestöjen kuin puolueidenkin varainhankin-
nassa.

Asiasanat: puolue, varainhankinta, puoluerahoitus.

Ekholm Hilka, Kuusela Minna

Developing the fundraising of a small political party

Year	2019	Pages	37
------	------	-------	----

This thesis report describes party funding and the different stages of developing party fundraising. The thesis was commissioned by The Finnish Animal Rights Party, EOP. EOP is categorized as a small political party. Electoral parties receive government funding whereas small parties fund their existence themselves. Party funding is regulated by law. The aim of this thesis project was to investigate how party funding might be carried out more effectively and what methods might be experimented with to gather more resources for the party.

The development work was carried out by first considering domestic small party funding and by issuing a web-based questionnaire to international Animal Rights Parties. The questionnaire was carried out to survey the fundraising methods used by other parties and also to determine their effectiveness. In the second stage of our work we presented our key findings to EOP representatives in a workshop to develop the party fundraising. The findings were used as a basis to outline possible future methods, goals and schedules of party fundraising. Even though it was discovered that membership fees make the core of small party funding it also became evident that seeking further funding is possible, and should be attempted, by experimenting different methods of fundraising, such as crowdfunding campaigns. The results and the framework and stages of the development work are applicable in developing party fundraising as well as fundraising in organizations.

Keywords: political party, fundraising, political financing.

Sisällys

1	Johdanto	6
2	Puoluetoiminta.....	6
2.1	Puolue.....	6
2.2	Eläinoikeuspuolue.....	7
2.3	Puoluelaki	7
2.4	Vaalirahoituslaki	8
3	Varainhankinta	8
3.1	Nonprofit-organisaatioiden varainhankinta	8
3.1.1	Jäsenmaksut	9
3.1.2	Myyjäiset ja arpajaiset.....	10
3.1.3	Lahjoitukset ja testamentit	10
3.1.4	Yritysyhteistyö.....	11
3.1.5	Joukkorahoitus	11
3.1.6	Muut keinot	12
3.1.7	Avustukset ja apurahat	12
3.2	Poliittinen varainhankinta Suomessa ja maailmalla	13
4	Kehittämistyön toteutus ja tulokset	14
4.1	Benchmarking.....	15
4.1.1	Internet-sivujen havainnointi	16
4.1.2	Kysely	16
4.2	Kehittämistyöpaja	19
4.2.1	Työpajan perusteet	19
4.2.2	Toteutus	22
4.2.3	Tulokset.....	26
5	Johtopäätökset ja pohdinta	28
	Lähteet	30
	Kuviot	33
	Kuvat	34
	Liitteet.....	35

1 Johdanto

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tunnistaa parhaita menetelmiä poliittiseen varainhankintaan Suomessa ja kehittää niiden perusteella pienpuolueen varainhankintaa yhteistyössä toimeksiantajan kanssa. Pienpuoluetta työssämme edustaa Eläinoikeuspuolue, jäljempänä EOP. Vaikka toimeksiantajamme toimii EOP niin päädyimme kuitenkin otsikoinnin osalta pelkkään pienpuolueeseen, sillä työtämme voi hyödyntää mikä tahansa Suomessa toimiva puolue.

EOP perustettiin vuonna 2015 ja merkittiin puolerekisteriin vuonna 2016. Puolue on osallistunut yksin kunnallisvaaleihin ja eduskuntavaaleihin ja saanut pienpuolueeksi melko hyvin kannatusta. Pelkillä jäsenmaksutuotoilla on kuitenkin vaikea erottua valtion rahoitusta nauttivien suurten puolueiden varjosta. Varainhankintaa pienpuolue tarvitseekin juuri turvataksaan edes jonkin asteisen näkyvyyden. Toisaalta tehokkainkaan varainhankinta tuskin ylittää samalle tasolle kuin puoluetuki, joten kerätyt varat tulee hyödyntää viisaasti ja kekseliäästi.

Tutkielman ensimmäisessä osiossa esitellään puoluetoiminnan, varainhankinnan ja puoluerahoituksen tietoperustaa. Valitut tutkimus- ja kehitysmenetelmät nojaavat tietoperustassa esiteltyihin säädöksiin ja käytettävissä oleviin varainhankinnan instrumentteihin. Kehitystyön yhteydessä toteutetun kyselyn avulla saatiin tietoa maailmalla toimivien vastaavanlaisten eläinoikeuspuolueiden varainhankinnasta. Saadun tiedon pohjalta pidettiin varainhankinnan kehittämispaja EOP:n edustustolle. Työpajassa jalostettiin kyselyssä tunnistetuista varainhankintamenetelmistä, sekä Suomessa muiden puolueiden hyödyntämistä menetelmistä EOP:lle sopiva yhdistelmä, jota on tarkoitus hyödyntää tulevassa varainhankinnassa. Tutkielman viimeisessä osiossa esitellään lisäksi työn aikana havaitut johtopäätökset ja jatkokehittämistarpeet, sekä työn hyödyntämismahdollisuudet myös kansainvälisessä toiminnassa.

2 Puoluetoiminta

2.1 Puolue

”Puolueella tarkoitetaan oikeusministeriössä pidettävään puolerekisteriin merkittyä rekisteröityä yhdistystä” (Tarasti 2010, 113). Puolue on aina myös rekisteröity yhdistys (Tarasti 2014, 526). Puolue -nimikettä voi käyttää myös rekisteröimätön puolue, mutta lisäosa r.p. eli rekisteröity puolue on käytössä vain rekisteröidyillä puolueilla. Puolueiden määrä vaihtelee, sillä puolue, joka ei ole saanut kansanedustajia kaksissa vaaleissa, poistetaan puolerekisteristä (Puoluelaki 6§). Voidakseen tulla rekisteröidyksi puolue tarvitsee vähintään 5000 kannattajakorttia, eli kannattajaa (Puoluelaki 2§). Vuoden 2019 eduskuntavaalien jälkeen Suomessa toimi 19 rekisteröityä puoluetta, joista 9 on edustettuina eduskunnassa, suurimpina puolueina Sdp, Perussuomalaiset ja Kokoomus.

2.2 Eläinoikeuspuolue

Eläinoikeuspuolue on merkitty vuonna 2016 puolerekisteriin (Oikeusministeriö 2016). Puolue perustettiin alun perin vuonna 2015, kun eläinoikeusaktiivit huomasivat sille tarvetta Suomessa (Barczinski 2019). Puolue ei kuulu valtiollisen puolueavustuksen piiriin, vaan toiminta rahoitetaan pääsääntöisesti jäsenmaksuilla ja lahjoituksilla. Lisäksi EOP järjestää ajoittain myyntitapahtumia, josta esimerkkinä taidenäyttely ja -myynti sekä vaalikampanjan avaus Hakaniemessä 22.3.2019. Myyntitapahtuma ei täyttänyt odotuksia, mutta teosten myyntiä jatkettiin verkossa. (Eläinoikeuspuolue 2019.)

EOP:lla on tällä hetkellä jäseniä noin 300. Puolueen vuoden 2019 jäsenmaksut ovat vähintään 25 € / kalenterivuosi, ja vähävaraisilta, opiskelijoilta ja eläkeläisiltä 12 € / kalenterivuosi. Kuitenkin jokainen voi maksaa suuremman jäsenmaksun, mikäli haluaa tukea puolueen toimintaa enemmän. EOP:lla on kahdenlaisia jäsenyyppejä, jotka ovat varsinainen jäsenyys ja kannatusjäsenyys. Jäsenyyden luonne ei kuitenkaan vaikuta jäsenmaksun suuruuteen. Varsinaiset jäsenet saavat äänioikeuden puoluekokouksissa, johon kaikki ovat tervetulleita. Kaikki jäsenet saavat kerran kuukaudessa jäsenkirjeen ja voivat osallistua mukaan toimintaan. Jäsenen hyväksymisestä ja erottamisesta päättää puoluehallitus. (Eläinoikeuspuolue 2019.)

Jäsenmaksujen lisäksi EOP hakee rahoitusta lahjoituksilla sosiaalisen median kautta. Puolueen hyödyntämiä näkyvyyden väyliä ovat puolueen omat sivut, Facebook, Twitter ja Instagram. (Eläinoikeuspuolue 2019).

2.3 Puoluelaki

Tarastin mukaan (2010, 24) ”puolueita, puolueyhdistyksiä ja ehdokkaiden tukiryhmiä sekä valitsijayhdistyksiä pidetään kaikkia tuloverolain (1535/1992) 22§:ssä tarkoitettuina yleishyödyllisinä yhteisöinä”. Yleishyödylliset yhteisöt ovat tuloverotuksessa verovelvollisia hyvin rajoitettusti, ja esimerkiksi lahjaverotuksen ulkopuolella. Tästä seuraa, että vaaliavustukset ovat pääsääntöisesti verovapaita. Edellä mainittu koskee puolueita. Yksittäisten edustajien kohdalla tilanne on toinen, mutta koska opinnäytetyö käsittelee rekisteröidyn puolueen varainhankintaa, rajaamme puoluelain tutkimisen siihen mitä nimenomaisesti puolueista määrätään. Ehdokkailla ei tulisi olla puolueen rahoitukseen käytettävää tiliä omissa nimissään mahdollisten veroseuraamusten välttämiseksi (Tarasti 2010, 25). Yleishyödyllinen yhteisö ei ole oikeutettu tekemään arvonlisäveron sisältämistä hankinnoistaan arvonlisäverovähennystä, johon esimerkiksi arvonlisäverovelvolliset yritykset ovat oikeutettuja. Jotkin puolueet ovat yhtiöittäneet liiketoimintojaan tästä syystä saadakseen vähennysoikeuden (Tarasti 2010, 27-28).

Yritysten antama tuki puolueille tai ehdokkaille ei ole vähennyskelpoinen, vähäistä suhdetoimintaa lukuun ottamatta (Tarasti 2010, 26-27) - tämä voi vaikuttaa niiden halukkuuteen osallistua poliittiseen rahoitukseen. Toisaalta jos yritys antaa puolueelle edun esimerkiksi

tarjoamalla mainostilaa tavanomaista edullisemmin, yrityksen veronalaista tuloa voidaan korjata alihinnoittelun vuoksi (Tarasti 2010, 27).

2.4 Vaalirahoituslaki

Vaalirahoituslaissa annetaan kehykset sille, minkälaisia tukia vaalirahoituksessa voidaan käyttää, ja kuinka tuista on raportoitava. Puoluelaki ja vaalirahoituslaki määrittelevät muun muassa mitä tukea puolue ei saa ottaa vastaan. Tällaista tukea on tuki, jonka alkuperää ei voida selvittää, pois lukien tavanomaisella keräystoiminnalla saatu tuki. Tuen määrälle on myös määritelty ylärajaksi 30 000 € kalenterivuodessa - tosin katto ei koske puolueen lähiyhteisöltä saatavia lahjoituksia tai testamenttilahjoituksia. Suurten edunsaajien tapauksessa tätä rajaa on mahdollista kiertää siten, että keskusjärjestö, puolueen piirijärjestöt ja puolueyhdistys ottavat kukin vastaan maksimisumman. Puoluelain 8§ 3 mukaan puolueen ja puolueyhdistysten toisiltaan saamat suoritukset eivät ole tukea.

Ulkomaista tukea on mahdollista ottaa vastaan vain yksityishenkilöiltä tai puolueen aatesuuntaa edustavilta järjestöiltä tai säätiöiltä. Lukuun ottamatta puoluetukea ei puolue saa ottaa vastaan mitään julkista tukea esimerkiksi kunnalta, valtiolta tai julkisessa määräysvallassa olevilta yhtiöiltä.

3 Varainhankinta

Hyödynsimme työssämme kirjallisuutta, jossa käsitellään nonprofit-organisaatioiden toimintaa. Kansainvälisen ICNPO (International Classification of NonProfit Organizations) -järjestelmän mukaan poliittiset puolueet ja niiden varainhankintaelimet luetaan nonprofit-organisaatioihin (John Hopkins University 1996). Perinteisen nonprofit-varainhankinnan lainalaisuudet eivät kuitenkaan täysin päde puoluevarainhankinnassa, johtuen muun muassa lain-säädännöstä. Aateyhteisöjen, jollainen Eläinoikeuspuoluekin on, varainhankinta on taas hyvin erilaista kuin esimerkiksi vanhempainyhdistyksen varainkeruu. Varainhankinta - silloin, kun se ei koostu pelkästään määräraha-hakemusten täyttämisestä - nivoutuu yhteen markkinoinnin ja myynnin kanssa. Erityisesti kansainvälisellä tasolla tämä on jo huomattu, ja Suomeenkin varainhankinta on rantautunut melkoisella voimalla viime vuosina. Markkinointi mielletään helposti liiketoiminnan osa-alueeksi. Markkinoinnin lainalaisuuksia ja menetelmiä voidaan kuitenkin soveltaa myös voittoa tavoittelemattomaan toimintaan (Vuokko 2004, 13).

3.1 Nonprofit-organisaatioiden varainhankinta

Varainhankinnan muotoja on monia, kuten talkootyö, arpajaiset, tuotteiden myyminen, tapahtumatarjoilut, säätiörahoitus, rahankeräykset, lahjoitukset ja tukijat. (Perälä & Perälä 2006, 105.) Tapahtumia varten tai tapahtumien yhteyteen järjestetyt varainhankinnat ovat usein helpoimpia, sillä tällöin tuottojen tarkoitus on tarkoin rajattu. Varainhankinnan perusedellytyksenä on laadukas toiminta. (Järjestöwiki 2014.)

Varainhankinnan potentiaali on kasvanut viime vuosikymmeninä erityisesti, koska nykyään on mahdollista tavoittaa globaali lahjoittajien yleisö kotimaisen yleisön lisäksi (McLeish 2010, 3). Kuitenkin poliittisessa varainhankinnassa tulee ottaa huomioon puoluelain 8 b §, jossa määritetään, että ”puolue, puolueyhdistys ja puolueen lähiyhteisö saavat vastaanottaa ulkomaista tukea vain yksityishenkilöiltä ja puolueen aatesuuntaa edustavilta kansainvälisiltä yhteisöiltä ja säätiöiltä”. Aivan varauksetta varainhankintaa ulkomailta ei siis voi tehdä. Merkityksellistä on, että tukea saa ottaa vastaan puolueen aatesuuntaa edustavilta yhteisöiltä ja säätiöiltä, ja tähän kannattaisi panostaa tulevaisuudessa. Maailmalla on muutamia säätiöitä, jotka jakavat jopa poliittisiin tarkoituksiin varoja, mikäli hankkeella, johon varoja jaetaan, olisi mahdollista vaikuttaa laajasti eläinten hyvinvoinnin edistämiseen.

Esimerkiksi globaali Effective Altruism- liike tutkii, millä lahjoittamisen, osallistumisen ja vapaaehtoisuuden keinoilla on saavutettavissa mahdollisimman suuri hyöty. Liike julkaisee suosituksia tutkimustensa perusteella. Effective Altruism on valinnut neljä eri osa-aluetta, joille on perustettu säätiöt lahjoitusten hallinnoimiseksi. Aiheet on valittu sen perusteella, että ne ovat laiminlyötyjä, tärkeitä ja mukautuvia. Tuotantoeläinten aseman edistäminen on valikoitunut yhdeksi suositelluksi keinoksi ajaa muutosta tehokkaasti, koska parannukset koskevat niin suurta määrää elollisia olentoja. Effective Altruism- liikkeen kanssa yhteistyössä toimii myös Open Philanthropy-liike. Open Philanthropy Project jakaa apurahoja ja myös neuvoo tehokkaaseen lahjoittamiseen liittyen muita apurahojen jakajia. Tuotantoeläinten hyvinvointi on myös vuoden 2019 apurahapainotuksissa mukana (Open Philanthropy, 2019).

3.1.1 Jäsenmaksut

Jäsenmaksun tarkoitus on yleisesti ylläpitää puolueen toimintaa. Maksun suuruus voidaan määrätä säännöissä ja vahvistaa vuosittain kokouksissa. Jäsenmaksun lisäksi saattaa olla myös liittymismaksu, mutta sitä ei usein puolueilla ole. Puolue hyötyy mahdollisimman suuresta jäsenmäärästä niin maksujen kuin vaikutusvallan muodossa. Jäsenmaksu voi olla erilainen eri jäsenryhmille, joita voivat olla EOP:n tavoin varsinainen jäsen ja kannatusjäsen. Säännöissä on oltava määräys maksun eri suuruuksista tai mikäli jokin jäsenryhmä on vapautettu kokonaan jäsenmaksusta. Maksujen porrastuksen perusteistakin määrätään yleensä säännöissä. Jäsenmaksu saattaa riippua henkilöjäsenten lukumäärästä tai jäsenet maksavat työmarkkina- asemansa mukaista maksua. (Loimu 2010, 38.)

Säännöissä määritellään myös jäsenmaksun maksamatta jättämisen sanktiot, joka voi olla pahimmillaan erottaminen. Tätä voi tarkemmin määritellä esimerkiksi niin, että mikäli maksun laiminlyö kahtena peräkkäisenä vuotena, katsotaan jäsen suoraan eronneeksi. (Yhdistystieto 2013.)

3.1.2 Myyjäiset ja arpajaiset

Puolue voi järjestää toimintaansa tukeakseen myyjäisiä ja arpajaisia, joiden tuotot eivät ole veronalaista tuloa, sillä toimintaa ei harjoiteta elinkeinotoiminnan muodossa (Verohallinto 2011). Pienpuolueet järjestävät enemmän myyjäisiä, kuten esimerkkinä aiemmin mainittu EOP:n järjestämä taidenäyttely ja -myyntitapahtuma. Tämä tapahtuma järjestettiin osana vaalikampanjaa, jolloin varainhankinta oli helpompi kohdentaa.

Arpajaiset voidaan ryhmitellä tavara-arpajaisiin, pienarpajaisiin, miniatyyriarpajaisiin ja markkinointiarpajaisiin. Arpajaisiin liittyviä määräyksiä löytyy arpajaislaista, jonka mukaan arpajaisia saa järjestää rekisteröity yhdistys, itsenäinen säätiö tai muu yleishyödyllinen yhteisö, jonka kotipaikka on Suomessa. Tavara-arpajaisten järjestämistä varten tarvitaan lupa, ellei kyseessä ole pienarpajaiset tai miniatyyriarpajaiset. Lain mukaan arpajaisten tuoton tulee edistää yleishyödyllistä toimintaa. (Arpajaislaki 1047/2001, 5 §.)

Tavara-arpajaisia varten lupa haetaan poliisilaitokselta tai Poliisihallitukselta. Poliisilaitos antaa luvan omalle toimialueelleen ja Poliisihallitus silloin, kun kyseessä on yhden poliisilaitoksen aluetta laajempi alue. Pienarpajaisia tai miniatyyriarpajaisia varten ei tarvita lupaa, kunhan tietyt ehdot täyttyvät. Pienarpajaisten arpojen yhteenlaskettu myyntihinta saa olla enintään 2000 euroa ja miniatyyriarpajaisten 500 euroa. Molempien myynnin ja voitonjaon on tapahduttava samassa tilaisuudessa. (Arpajaishallinto 2019.)

3.1.3 Lahjoitukset ja testamentit

Lahjoituksia ja testamentteja puolueet voivat ottaa vastaan tukeakseen toimintaansa. Usein lahjoitukset ovat kertaluontoisia, ja niiden tulee tapahtua vastikkeettomasti. Ihmiset haluavat toisinaan antaa lahjoituksia tukeakseen omia periaatteitaan tukevaa toimintaa. Yhteisöiltä tai yksityishenkilöiltä saamistaan lahjoituksista puolueen ei tarvitse maksaa veroja. Lahjoituksen ei kuitenkaan tarvitse olla aina rahaa tai testamentteja vaan se voi olla myös tavaraa ja työsuorituksia. (Perälä ym. 2008, 36.)

Kallioinen (2014) neuvoo blogikirjoituksessaan, että verkkosivujen lahjoituspyyntö tulee olla selkeästi esillä, ja siinä tulee olla tarkemmat ohjeet lahjoituksen tekemiseen. Hän myös opastaa, että lahjoittajan tietoja kannattaa kerätä vain tarpeellinen määrä, ja lahjoitussumman vaihtoehtoja saattaa olla hyvä tarjota, jolloin lahjoittaja ei joudu sitä turhaan pohtimaan. Vaikka lahjoituksen tulee olla vastikkeetonta, Kallioinen (2014) sanoo, että voi kuitenkin antaa jotakin symbolista ja aineetonta, kuten titteleitä, tarroja tai pelimerkkejä. Nämä voivat vedota ihmisten tapaan jäsentää maailmaa. Kuvan avulla voi tehokkaasti konkretisoida lahjoituksella saavutettavia hyötyjä, ja tunnetasolla tämä vetoaa tehokkaasti. Lahjoittajiin kannattaa pyrkiä luomaan jatkuva suhde, sillä kertalahjoittaja on potentiaalinen lahjoittaja jatkosakin, ja lahjoittamalla hän on jo ilmaissut kannattavansa puolueen toimintaa. Lahjoittajaa

voi lähestyä esimerkiksi sähköpostilla pyytäen uutta lahjoitusta - tosin tärkeää on olla yhteydessä myös muutenkin kuin vain lahjoitusten pyytämistä varten. (Kallioinen 2014.)

3.1.4 Yritysyhteistyö

Yritysyhteistyössä tarjotaan yritykselle omaa osaamista, tuotantoja ja palveluja vastikkeeksi yrityksen taloudellisten sijoitusten, tavaroiden tai palvelujen käytöstä (Oesch 2002, 21). Yhteistyössä tulee ymmärtää toisen osapuolen motiivit ja tarpeet, jolloin on helpompi luoda ja ylläpitää yhteistyösuhteita (Vuokko 2004, 214).

Sponsorointi on yrityksille tapa ja väylä viestiä omista päämääristään, kiinnostuksen kohteistaan, palveluistaan tai tuotteistaan sitomalla ne johonkin kohteeseen, jolla on merkityksellisiä tavoitteita. Sponsorilla ja sponsoroinnin kohteella on tässä suhteessa omat motiivinsa, tarpeensa ja intressinsä. Sponsoroinnin avulla yritys hakee itselleen tunnettuutta, positiivista näkyvyyttä ja mielikuvalisää. Tunnettuuden kasvattamisen myötä yritys saattaa edistää tuotteidensa menekkiä. Sponsorioijan tulee olla tarkka siitä minkä mielikuvan hän haluaa viestiä. Tämä vaikuttaa sponsorointikohteen valintaan. Sama pätee myös toisinpäin, sillä sponsorioijan arvojen tulee tukea sponsoroitavan ajamaa asiaa, ettei niiden välille synny ristiriitaa. (Vuokko 2004, 217-218.)

On syytä muistaa, että hyväntekeväisyys ei ole sama kuin sponsorointi. Sponsoroinnin hyöty on sponsorin kannalta olennaisen hyödyn saavuttaminen, ja julkisuus ja markkinointitavoitteet ovat selkeitä ja näkyviä. Lisäksi sponsorointi perustuu sopimukseen. Hyväntekeväisyyteen eivät liity näistä mitkään. (Vuokko 2004, 222-223.)

Toiminnallisessa yhteistyössä saadaan yhdessä aikaan jokin palvelu. Yhteistyötä puolueen kanssa voivat tehdä yritykset, järjestöt, yhdistykset tai toiset puolueetkin. Yhteistyön avulla pyritään parantamaan palvelua tai tuotetta, jonka mahdollistaa erityisesti tai pelkästään yhteistyö. (Vuokko 2004, 240.)

3.1.5 Joukkorahoitus

Varainhankinnan työkaluihin lukeutuu myös 2000-luvun alkupuolella yleistynyt joukkorahoitus. Lahjoitusmuotoisella, eli vastikkeettomalla joukkorahoituksella kerättiin Euroopassa vuonna 2016 peräti 32MEUR (CCAF 2017). Vaikka joukkorahoitusta on mahdollista hyödyntää monin eri tavoin, vain lahjoitusmuotoinen, ja joissain tapauksissa niin sanottu joukkosponsorointi ovat puolueen kannalta relevantteja joukkorahoituksen muotoja. Joukkosponsoroinnilla tarkoitetaan sellaista joukkorahoituksen muotoa, joissa vastineella on lähinnä symbolinen, ei niinkään taloudellista tai vaihdannallista, arvoa (Kallio & Vuola 2018 79, 83). Suomessa lahjoitusmuotoiseen joukkorahoitukseen sovelletaan rahankeräyslakia ja valtioneuvoston asetusta rahanke-
räyksistä.

Huomionarvoinen seikka suomalaisen lainsäädännön rajoituksista lahjoitus pohjaisessa joukkorahoituksessa koskee palvelualustojen käyttöä. Palvelualustat, eli välityssivustot, eivät ole rahankeräyslupan saamisen kannalta yleishyödyllisiä järjestöjä, joten niillä ei ole rahankeräyslupaa, eivätkä ne voi kerätä rahaa vastikkeetta. Suomalainen palvelualusta Mesenaatti vaatii Poliisihallitukselta lausunnon siitä, ettei sitä katsota rahankeräyslain mukaiseksi toimijaksi (Kallio & Vuola 2018, 93). Vastike- tai hyödykemuotoinen rahankeräys sopii kuitenkin myös puolueen varainhankintaan, eikä ole puolueen yleishyödyllisen statuksen vuoksi tuloverotuksessa verotettavaa ansiota.

Hyvä esimerkki joukkorahoituksen hyödyntämisestä vuoden 2019 eduskuntavaalien alla tuli Feministiseltä Puolueelta. Puolueella oli Mesenaatti.me-alustalla 14 000€:n keräystavoite. Kampanjakeräys oli kuukauden voimassa, ja sitä varten oli valmistettu 01:40 minuuttia pitkä video. Vastikkeeksi puolue tarjosi muun muassa tarroja ja kangaskasseja. Kampanja keräsi 11 470€ (Mesenaatti.me 2019), eli oli onnistunut.

3.1.6 Muut keinot

Talkootyön avulla tuetaan oman puolueen toimintaa. Siitä ei makseta korvausta, yleensä tilapäistä ja kestää rajatun ajan. Tärkeää on kuitenkin muistaa se, että talkoilla ei voi teettää sellaista työtä, josta tulisi saada palkkaa, palkkiota tai muuta etua. Lisäksi talkootyö ei kuulu työturvallisuuden piiriin, kuitenkin järjestäjä saattaa joutua vahingonkorvausvastuuseen. Talkootyöstä ei koidu veroseuraamuksia työn tekijälle eikä kohteelle. (Oikeusministeriö 2018.)

Toinen mainittava keino on rahankeräys, jossa kerätään rahaa vastikkeettomasti vetoamalla yleisöön. Tämän avulla toimintaansa voivat rahoittaa yleishyödyllistä toimintaa harjoittavat yhteisöt tai säätiöt, johon he saavat luvan samalla tapaa kuin tavara-arpajaisia varten poliisilaitokselta tai Poliisihallitukselta toimialueesta riippuen. (Arpajaishallinto 2019.)

3.1.7 Avustukset ja apurahat

Monien yhdistysten ja säätiöiden toiminta rahoitetaan pääosin avustuksien avulla. Avustus on yleensä vuodesta toiseen toistuva, ja lahjoitus taas kertaluontoinen. Lisäksi nämä eroavat siinä, että avustuksia myöntää yleensä julkisyhteisö tai keskusjärjestö, ja lahjoituksen antaa yksityinen henkilö tai yritys. (Perälä & Perälä 2003, 264.)

Puoluetuki on puolueiden saama avustus, jota valtioneuvosto myöntää vuosittain poliittisen toiminnan tukemiseen. Tämän myöntäminen kuitenkin edellyttää, että puolue on eduskunnassa edustettuna ja merkitty puoluekisteriin. Puoluetuen käyttöä valvoo Valtiotalouden tarkastusvirasto. (Oikeusministeriö 2019.)

3.2 Poliittinen varainhankinta Suomessa ja maailmalla

Toimivan demokratian ja poliittisen rahoituksen välillä on hienoinen tasapaino. Puolueet tarvitsevat rahoitusta toimiakseen. Rahalla voi kuitenkin olla vääristävä vaikutus demokraattisiin prosesseihin. Useimmat Euroopan maat ovat tehneet lainsäädännöllistä työtä säädelläkseen puoluerahoitusta (van Biezen 2003, 12).

Van Biezenin mukaan (2003, 13) perinteinen puoluerahoitusmalli, jossa toiminta rahoitetaan jäsenmaksuja keräämällä, ei toimi enää useimmissa tapauksissa. Toisaalta julkisella rahoituksella puolueet altistetaan riippuvaisuudelle valtiosta, joten sekään ei ole täysin ongelmaton vaihtoehto. Parhain vaihtoehto olisi siis lailla säädelty ja valvottu rahoitus sekä julkiselta taholta että yksityisiltä tahoilta.

Van Biezen (2003, 17) lukee puolueiden rahoitusinstrumentteihin perinteiset jäsenmaksut, pääomatulot, mikäli puolueella on varallisuutta esimerkiksi kiinteistön muodossa, ja erilaiset varainkeräystapahtumat- ja toiminnot kuten puolueen julkaisun myyminen. Jäsenmaksut ovat rahoittamiskeinoista demokraattisin ja legitimein, sillä jäseniltään rahoitusta saava puolue nauttii jäsenistön luottamusta ja kannatusta. Ongelmaksi muodostuu kuitenkin tällä rahoitusmuodolla kerättyjen varojen tasainen lasku viime vuosikymmenten aikana.

Euroopassa tärkeimmät sidosryhmiltä saatavat lahjoitukset tulevat useimmiten työmarkkinajärjestöiltä (van Biezen 2003, 25). Taustalta löytyy usein suora tuki nykyiselle hallitukselle ja sen toimille, tai pyrkimys vaikuttaa sen toimiin. Suurten järjestöjen osallistuminen puolueiden rahoitukseen voi kuitenkin johtaa sopimattomaan vaikuttamiseen (van Biezen 2003, 25). Ongelmalliseksi voi muodostua myös se, että varat kerätään suurelta määrältä jäsenistöä, mutta niiden allokointi ei tapahdu automaattisesti yhtä suuren määrän kannatuksella. Joissain valtioissa, kuten Kanadassa ja Yhdysvalloissa työmarkkinajärjestöt eivät saa edellä mainituista syistä osallistua puolueitten rahoittamiseen.

Nassmacher (2009, 215) kirjoittaa, ettei ruohonjuuritason rahoituksesta ole saatavilla tyhjentävästi tietoja minkään demokratian osalta, erityisesti, koska minimilahjoitussummat, joista löytyy tietoa ovat melko suuria. Nassmacherin (2009, 216) mukaan puolueet hankkivat ruohonjuuritason rahoitusta muun muassa suorakirjeitse, arpajaisilla ja kasvatusten keräämällä. Eräänlaiseksi lahjoituksen muodoksi hän mainitsee myös vapaaehtoistyön, joka tosin on vähenemään päin. Joissain maissa, kuten Kanadassa puolueiden rahoitus koostuu 90 %:sti lahjoituksista (Nassmacher 2009, 218). Varsinkin vaalivuosina lahjoituksia kerätään enemmän.

Vaikka tämän opinnäytetyön yhteydessä toteuttamamme kysely kohdistettiin kansainvälisille eläinoikeuspuolueille, kiinnitimme kuitenkin huomiota yleisesti myös suomalaisten eri aate-ryhmiä edustavien pienpuolueiden varainhankinnan menetelmiin. Pienpuolueet tarjoavat lahjoitusvaihtoehtoa melko aktiivisesti verrattuna suuriin puolueisiin, ja perusteluita lahjoitusten

tarpeelle. Esimerkiksi EOP:n kanssa 2019 eduskuntavaaleissa vaaliliitossa olevilla puolueilla oli kampanja-aikaan käytössä monipuolisesti erilaisia lahjoitusvaihtoehtoja. Piraattipuolueella oli useampia lahjoitusmuotoja käytössä, kuten bitcointili ja paypal-lahjoitus. Feministisellä puolueella oli joukkorahoituskampanja, liberaalipuolueella oli käytössä lahjoituksia varten myös Holvi-verkkopankki.

4 Kehittämistyön toteutus ja tulokset

Tämän opinnäytetyön tutkimuksellinen kehittäminen sai alkunsa ongelman tunnistamisesta puolueen johtoryhmässä. Eläinoikeuspuolue tarvitsee varoja toimiakseen, ja tehtävämme oli selvittää, mitä keinoja varojen hankkimiseen on olemassa, ja mitä keinoja vastaavat toimijat käyttävät. Kun eri menetelmät oli tunnistettu, ongelma pyrittiin ratkaisemaan osallistamalla puolueen jäseniä itse kehittämään varainhankintansa suunnittelua. Kehittämistyön tuloksena syntyi yhteisvoimin jalostettuja ideoita, joita puolue lupautui ottamaan mukaan varainhankinnan suunnitteluun.

Poliittinen varainhankinta aateyhteisön hyväksi on varainhankinnan oma alalajinsa omine erityispiirteineen, joten päätimme perehtyä maailman eläinoikeuspuolueiden keinoihin rahoittaa toimintaansa ja kehittää varainhankintasuunnitelmaa niiden pohjalta. Halusimme siis vastaukset seuraaviin kysymyksiin:

- Mitkä ovat tehokkaimpia keinoja kerätä varoja puolueelle?
- Mitkä näistä keinoista soveltuvat parhaiten Suomen oloihin?

Varainhankinta nivoutuu yhteen monen eri tekijän kanssa. Esimerkiksi markkinointi ja kampanjointi ovat oleellinen osa varainhankintaa. Varainhankintakampanja, josta kukaan ei tiedä, tuskin tuottaa suurta tulosta. Kampanjoinnilla voidaan tarkoittaa monia asioita, muun muassa mainoskampanjointia, mielipidevaikuttamiseen tai vaikuttamiseen tähtäävää kampanjointia, mutta tämän työn rajaamiseksi pidättäydymme tarkastelemaan kampanjointia vain niiltä osin kuin se liittyy oleellisesti varainhankintaan.

Opinnäytetyömme on luonteeltaan tutkimuksellinen kehittäminen. Uuden ratkaisun ja parannuksen luominen on tutkimuksellisen kehittämistyön ideana (Moilanen, Ojasalo & Ritalahti 2014, 19). Perehdyimme puolueen varainhankinnan kehittämiseen McLeishin esittelemiä (2010, 231-235) kehityskohtia mukailen. Osaa menetelmistä sovelletaan vasta kehittämissosiossa, mutta koska ne toimivat viitekehystenä kehittämistyössä, ne on listattu jo tässä kokonaisuudessaan.

1. Bechmarking oppimismielessä

Tutkitaan miten muut (pienpuolueet, eläinoikeuspuolueet ja varainhankinnan ammattilaiset) hoitavat samat toiminnot. Voidaanko muista ottaa oppia?

2. Sidosryhmien kuunteleminen

Tunnistetaan millä tahoilla on samat tavoitteet? Onko hyödyntämättömiä yhteistyömahdollisuuksia? Mitä ryhmiä tulisi lähestyä? Minne suhteita pitäisi edistää?

3. Ihmisiin keskittyminen

Vapaaehtoisia tarvitaan lisää, myös tehokkaampaa varainhankintaa varten. Millaisia puolueen jäsenet ovat, ja kuinka heidät tavoittaa paremmin?

4. Kilpailijoista erottuminen

Miten puolue eroaa järjestöistä? Mihin puoluetta tarvitaan? Kuinka tämä viestitään?

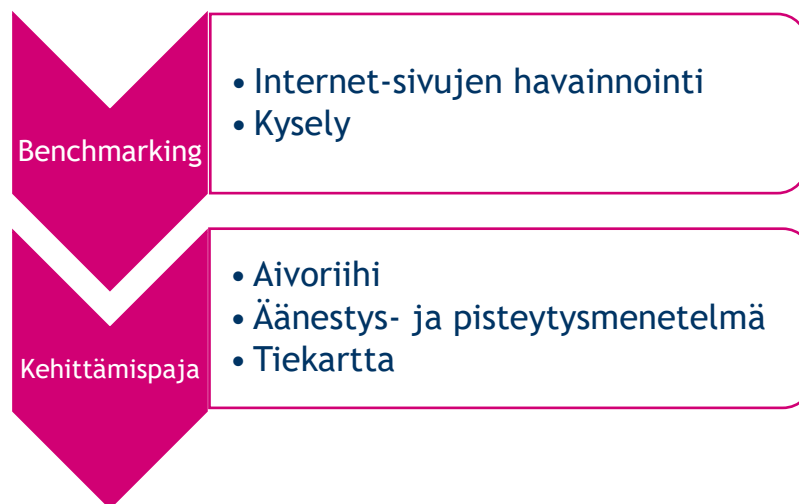
5. Uusien taktiikoiden kokeileminen

Ei voida tuomita menetelmää toimimattomaksi ennen kuin sitä on kokeiltu, esimerkiksi siirtyminen jatkuvan varainhankinnan malliin.

4.1 Benchmarking

Alapuolella olevassa kuvio 1:ssä esitellään käyttämämme kehittämistyön vaiheet, joista ensimmäisenä on benchmarking. Benchmarkingissa tutkitaan, kuinka toiset menestyvät suhteessa oman organisaation kehittämiskohteeseen (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 186). Työssämme tutkimme muiden pienpuolueiden, eläinoikeuspuolueiden ja varainhankinnan ammattilaisten menetelmiä. Tämän menetelmän avulla tunnistetaan omia heikkouksia toiminnassa, joihin laaditaan kehittämistavoitteita sekä kehitysideoita. Benchmarkingia voi toteuttaa monin eri tavoin, ja työssämme hyödynsimme puolueiden

Internet-sivujen läpikäyntiä sekä kyselyä. (UEF 2018.)



Kuvio 1: Kehittämistyön vaiheet

4.1.1 Internet-sivujen havainnointi

Suomessa puoluetukea maksettiin 29,6 milj. euroa vuonna 2018. Tämä tuki jaetaan puolueen saamien kansanedustajapaikkojen mukaan niin, että jokainen paikka oikeuttaa 1/200 osuuteen puoluetuesta (Tarasti 2014, 549). Suurilla puolueilla ei siis ole kovin suurta painetta hankkia muuta rahoitusta, ja sitä kautta tukea omalle näkyvyydelleen. Vuoden 2019 eduskuntavaalien alla suoritettu puolueiden Internet-sivujen läpikäynnin perusteella suurimmat puolueet eivät hae aktiivisesti lahjoituksia. Vain Kokoomuksen sivuilta löytyy lahjoita-vaihtoehto. Sdp:llä sama vaihtoehto on osallistu-nimellä. Keskusta, Perussuomalaiset ja Siniset tarjoavat vain jäsenyyttä tukemuotona. Suomen puoluetuki on Euroopan suurimpia suhteutettuna äänestäjien lukumäärään, ja siihen onkin pyritty saamaan muutosta muutaman kansalaisaloitteen ja puolueen toimesta - toistaiseksi tuloksetta.

On selvää, että tilanteessa, jossa suurimmat puolueet käyttävät kampanjointiin 1,5-2 milj. euroa, on pienpuolueiden vaikea erottua ja päästä vastaavasti esille. Pienimuotoinen tutkimus muiden pienpuolueiden kotisivuilla osoitti pienpuolueiden käyttävän melko kekseliäästi erilaisia keinoja kerätä varoja (näistä kohdassa 3.1). Vaikka rahoituspohja verrattuna eduskuntapuolueisiin on erilainen, yhdenvertainen kohtelu taataan lailla myös pienpuolueille puoluelain 10§:n tasapuolisuusvaatimuksessa. Vaade koskee julkisvallan alaisia yhteisöjä ja laitoksia ja näkyy käytännön tasolla lähinnä Yleisradio Oy:n vaaliohjelmissa; jokaiselle rekisteröidylle puolueelle on annettava mahdollisuus osallistua vaaliohjelmiin (Tarasti 2014, 569).

4.1.2 Kysely

Kyselyn tarkoituksena oli selvittää maailman eläinoikeuspuolueiden parhaimmat ja tehokkaimmat varainhankintamenetelmät, ja oppia niistä. Kysely toteutettiin benchmarking-

menetelmää hyödyntäen. Tuloksia tulkittaessa otettiin huomioon lainsäädännölliset erot, ja kulttuurierot.

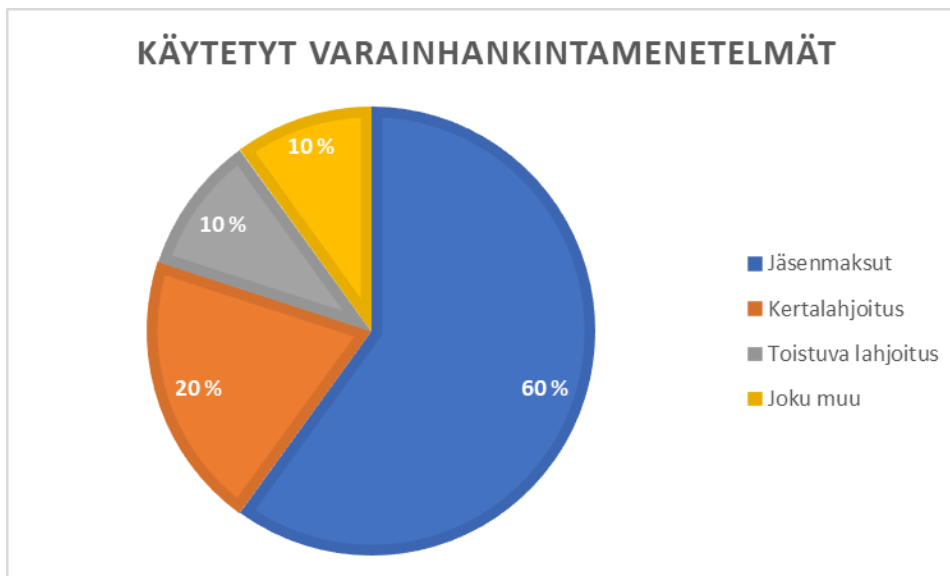
Kysely (ks. Liite 1) toteutettiin maailman eläinoikeuspuolueille, sillä tutkittaessa aateryhmien käyttämiä menetelmiä saadaan näin todennäköisesti vertailukelpoisinta tietoa. Kyselymme jakelijana ja toisena yhteistyökumppanina toimi hollantilainen vuonna 2012 perustettu Animal Politics Foundation (jäljempänä APF). APF on maailman toistaiseksi menestyneimmän, hollantilaisen eläinoikeuspuolueen (Partij voor de Dieren) perustama eläinpolitiikan kattojärjestö. APF on perustettu tukemaan puolueita ja se järjestää vuosittain puolueiden koulutus- ja verkostoitumistapahtumia.

Määräaikaan mennessä kyselyyn vastasi 11 puoluetta. Kysely toimitettiin 19 puolueelle. Vastaamatta jättäneiden määrää selittänee osaltaan se, että kevät 2019 oli monessa maassa vaalien aikaa. Myös äidinkielellä saattaa olla merkitystä. Niissä maissa, joista emme saaneet vastausta kahdeksasta seitsemässä äidinkieli oli jokin muu kuin englanti. Kolmessa näistä on käytössä kokonaan eri kirjoitusjärjestelmä.

Kyselyyn liitettiin myös muutama kysymys, joilla pyrittiin selvittämään puolueiden halukkuutta ja kokemaan tarvetta kansainväliseen yhteistyöhön. Näiltä osin kyselyn tulokset ovat APF:n hyödynnettävissä omassa kehitystyössään, joka tosin rajautuu tämän opinnäytetyön aiheen ulkopuolelle. APF on joka tapauksessa todennäköisin kansainvälisen sidosryhmätyöskentelyn organisoiija, ja kuten kehitystyötä tehdessä havaittiin, sidosryhmiin tulisi panostaa jatkossa enemmän.

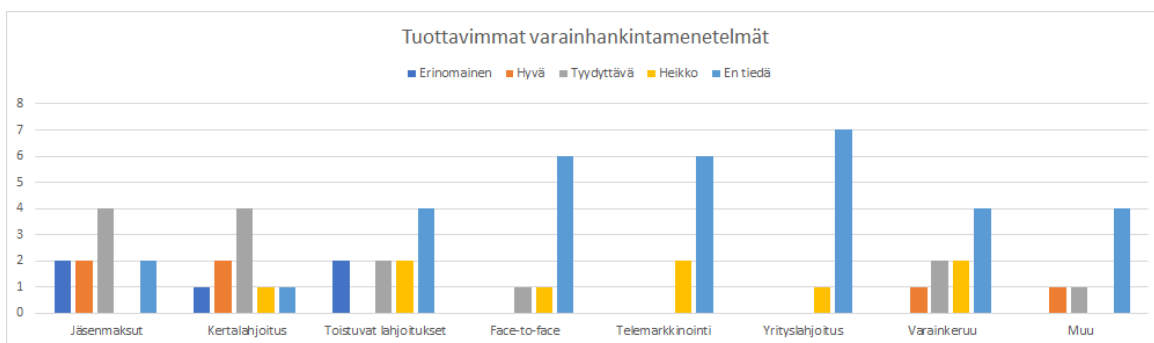
Puolueiden varainhankinnan tilaa selvittävät kysymykset pyrittiin valitsemaan niin, että vastaaminen olisi mahdollisimman helppoa. Puolueita muun muassa pyydettiin valitsemaan listasta käyttämänsä varainhankinnan menetelmät, ja arvioimaan niitä tehokkuuden osalta asteikolla 1-5. Useimmissa kysymyksissä vastaajille jätettiin myös mahdollisuus vastata vapaasti tai lisätä omia huomioitaan. Moni jätti kiitokset kyselyn järjestämisestä ja toivoi yhteenvedon jakelua verkostolle.

Vaikka lainsäädännössä on maailmanlaajuisesti erilaisia rajoituksia puolueiden varainhankinnassa, suurin osa vastanneista puolueista teki kuitenkin jonkinlaista työtä varojen hankkimiseksi. Suosituimpien menetelmien joukossa olivat jäsenmaksut ja toistuvat lahjoitukset, kuten kuvio 2:sta voidaan havaita. Monet puolueet kohdistivat varainhankinnan toimensa vain olemassa olevalle jäsenistölle ja lahjoittajille. Vastauksista oli kuitenkin havaittavissa se, että niissä maissa, joissa varainhankintaan oli panostettu, panostus oli yleensä kannattanut. Kekseliäisyys ja erilaisten asioiden kokeileminen oli usein toimivimmiksi koettuihin menetelmiin päätyemisen taustalla.



Kuvio 2: Kyselyn tulosten perusteella käytetyt varainhankintamenetelmät

Mielenkiintoisia löydöksiä oli muun muassa, että joissain maissa varainhankintatilaisuudet ovat toimivimpien keinojen joukossa, ja toisissa toimimattomien. Tämä selittyy ainakin osittain eroilla lahjoituskulttuurissa. Kuvio 3 myös havainnollistaa meille tuottavimpien varainhankintamenetelmien eroja maiden välillä, minkä perusteella niissä on eroja. Kyselyn perusteella esimerkiksi Brasiliassa tehokkaimmaksi menetelmäksi todettiin julkisuuden henkilöiden tekemät vetoomukset puolueen ajamien asioiden puolesta. Vaikuttajayhteistyö, ja erilaiset sosiaalisen median vetoomukset koettiin myös toimiviksi keinoiksi. Yritysyhteistyötä ei pidetty missään maassa kovin lupaavana varainhankinnan muotona. Jotkin puolueet kiinnittivät huomiota yritysten haluan pysyä puolueettomina, toiset taas kokivat yhteistyön vaarantavan oman itsemääräämisoikeutensa. Erityisesti Euroopan ulkopuolisissa maissa koettiin yritykset epäluotettavina ja epätoivottavina yhteistyötahoina. Organisaatioiden väliseen yhteistyöhön suhtauduttiin avoimemmin, mutta siitä ei ollut merkittäviä varainhankintaan vaikuttavia kokemuksia.



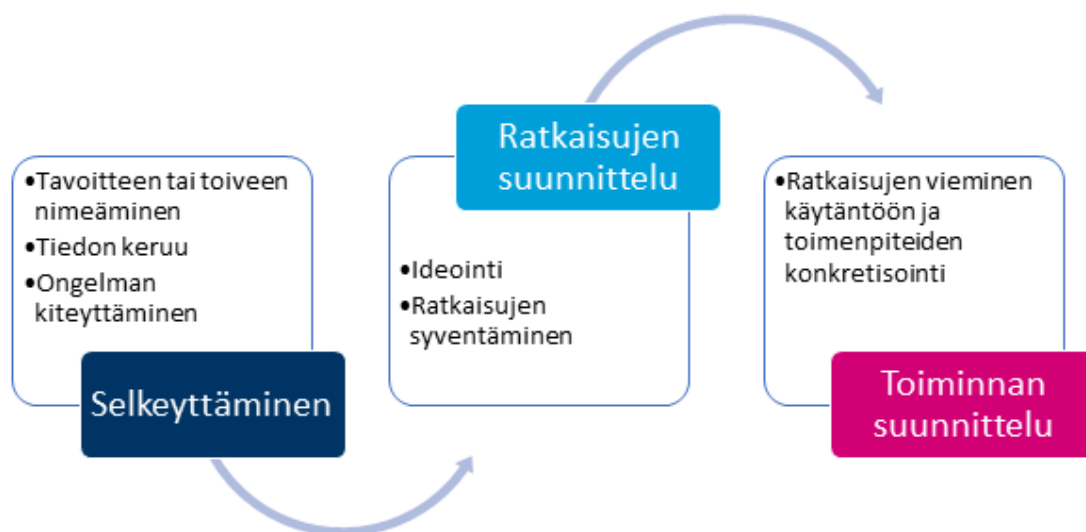
Kuvio 3: Kyselyn tulosten perusteella tuottavimmat varainhankintamenetelmät

4.2 Kehittämistyöpaja

Kyselyn perusteella tunnistetut varainhankinnan keinot (sekä toimivat että toimimattomat) esiteltiin puolueelle varainhankinnan kehittämispajassa. Pyrimme käyttämään kehittämiseen liittyvässä ideoinnissa erilaisia menetelmiä, jotta saisimme mahdollisimman monipuolista ja syvällistä tietoa toimenpidesuosituksen tueksi. Kehittämistyössä on yleistä se, että hyödynnetään yhteisöllisiä ideointimenetelmiä (Moilanen, Ojasalo & Ritalahti 2014, 40). Yhtenä kehittämismenetelmänä käytimme luovan ongelmanratkaisun ja yhteisöllisten ideointimenetelmien pohjalta rakennettua kehittämispajaa.

4.2.1 Työpajan perusteet

Luova ongelmanratkaisu (CPS, Creative Problem Solving) on prosessi, jonka avulla pyritään määrittelemään ongelmia tai haasteita tarkasti, saavuttamaan uutta ajattelua ja viedä ratkaisut käytäntöön. Vaikka CPS nimi antaisi viitteitä luoviin lopputuloksiin niin prosessi ei niitä sinänsä takaa vaan kyse on menetelmistä, joita prosessin läpi viemiseksi käytetään, ja kuinka niitä käytetään. (Kantojärvi 2012, 18.)



Kuvio 4: Luovan ongelmanratkaisun prosessi (Kantojärvi 2012, 24, 28, 30).

Alex Osborne ja Sidney Parnes ovat Luovan ongelmanratkaisun prosessin (CPS) kehittäjiä. Sen juuret ovat Pohjois-Amerikassa, Buffalossa, jossa edelleen toimii Luovan ongelmanratkaisun tutkijoiden ja kehittäjien yhteisö. Nykyisin Luovan ongelmanratkaisun prosessin kehittäjiä ja variaatioita on useita, mutta pääperiaatteet ovat säilyneet samana. (Kantojärvi 2012, 23-24.) Luovan ongelmanratkaisun prosessin vaiheet voidaan jakaa kuuteen vaiheeseen (kuvio 4), jonka ensimmäinen vaihe on selkeyttäminen, johon sisältyy kolme vaihetta:

1. Tavoitteen tai toiveen nimeäminen
2. Tiedon keruu
3. Ongelman kiteyttäminen

Selkeyttämisvaiheessa luodaan ymmärrys haasteista ja mahdollisuuksista, jotta saadaan ydinkysymys. Tässä vaiheessa selkeytetään lähtötilanne ja fokus, johon keskitytään. Näin luodaan fokusoidusta asiasta ymmärrystä sekä käydään läpi siihen liittyvät ongelmat ja huolet. Tämän lisäksi kartoitetaan jo aiempi tieto asiasta, ja mahdolliset yritykset ratkaista ongelmaa. Saavutettuaan yhteisen ymmärryksen mahdollisuuksista ja haasteista, päästään kiteyttämään ydinongelmaa kuvaava kysymys, johon tarvitaan ratkaisua. (Kantojärvi 2012, 27-29.)

Selkeyttämisvaihetta seuraa ratkaisujen suunnittelun vaihe, joka voidaan jakaa ideointiin ja ratkaisujen syventämiseen. Tämä vaihe voi olla myös lyhyempi, mikäli hurjan luovia ratkaisuja ei tarvita. Alkuun villiinnytään ideoiden tuottamiseen ja mahdollisesti pyritään irti totutusta ajattelutavasta. Tämän jälkeen valitaan ideoita, joista jalostetaan mahdollisia ratkaisuja. Näitä ratkaisuja analysoidaan ja peilataan ydinkysymykseen. (Kantojärvi 2012, 28-30.) Ideointi ei aina ole helppoa, eivätkä kaikki ideat ole hyviä, mutta suuremmissa ryhmässä tuotetaan yleensä enemmän hyviä ideoita kuin pienemmässä ryhmässä. Tähdätessään suureen määrään ideoita, pakotetaan ryhmäläiset vapautumaan ajatustavoistaan. Tällä tavalla synnytetään ideoita, jotka alkuun tuntuvat käyttökelttomilta, mutta myöhemmin osoittautuvat kehityskelpoisiksi. Syytä on muistaa, että ideointi ei korvaa tietoa tai ammattitaitoa. (Moilanen, Ojasalo & Ritalahti 2014, 160.)

Prosessin viimeisessä vaiheessa suunnitellaan ratkaisujen vientiä käytäntöön ja konkretisoidaan toimenpiteitä. Toimenpiteiden lisäksi tämä vaihe sisältää myös vastarinnan käsittelyn ja idean jalkauttamisen. Mikäli Luovan ongelmanratkaisun prosessi nähdään yhtenä työpajana, siihen lisätään aloitus ja lopetus. Aloittamisessa luodaan turvallinen ilmapiiri, ja haetaan viittäyttyneisyyttä tulevaan. Lisäksi selvennetään koko työpajan tarkoitus: miksi olemme täällä, mitä tulee tapahtumaan, toimijoiden roolit, pelisäännöt sekä prosessin tarkoitus ja tilaisuuksien tavoitteet. Lopetuksessa puolestaan arvioidaan käyty työpaja, kuinka tavoitteet ja odotukset saavutettiin. Lisäksi sovitaan jatkosta ja tehdään vielä loppuhuipennus. (Kantojärvi 2012, 28-30.)

Opinnäytetyössämme käyttämää kehittämispajaa varten hyödynnettiin yhteisöllisistä ideointimenetelmistä tunnetuinta aivoriiheä, äänestys- ja pisteytysmenetelmää sekä tiekarttaa. Valitsimme nämä menetelmät luetun materiaalin ja asiantuntijalta saadun neuvon perusteella, sillä kummallakaan meistä ei ollut aiempaa kokemusta tai koulutusta fasilitoinnista.

Kehittämispajassamme käyttämä tulevaisuuden visio oli muunnelma aivoriihestä. Aivoriihen ideana on yhdessä, ryhmänä ja vapaasti keksiä mahdollisimman paljon aiheeseen liittyviä ideoita ilman kritiikkiä. Kehittämistyöpajamme aivoriihen avulla pyrimme kehittämään uusia lähestymistapoja ja keinoja puolueelle varainhankintaan. (Moilanen ym. 2014, 44, 160.)

Kyselyn tuloksia tutkiessamme osallistujien kanssa, käytimme äänestys- ja pisteytysmenetelmää, jossa osallistujat pisteyttivät ideat. Äänestys- ja pisteytysmenetelmiä on muitakin:

- Merkitään mielenkiintoisimmat ideat palloilla, tarroilla tai nimikirjaimilla. Suositeltavaa on antaa jokin haarukka valintojen määrällä, jolloin ideoita saadaan sopiva määrä.
- Negatiivinen pisteytys, jolloin poistetaan eniten pisteitä saaneet ideat.
- Leikkirahassa jaetaan pareittain rahamäärä toteutuskelpoisimmille ratkaisuille. Tämän tarkoituksena on luoda keskustelua.
- Merkitään tähdellä todennäköisimmät ideat ja radikaaleimmat salamalla.
- Liikennevaloäänestyksessä annetaan jokaiselle vaihtoehdolle vihreä (kyllä), keltainen (ehkä) tai punainen (ei) valo, ja näistä valitaan eniten vihreitä saaneet ideat, sekä ristiriitaisimmat. Lopuksi keskustellaan tuloksesta ja lopullisesta valinnasta.
- Asetetaan vaihtoehdot huoneen eri puolille, ja siirrytään seisomaan kannattamansa idean kohdalle. Mikäli seisoo kahden idean välissä, kannattaa tällöin molempia.
- Sähköisessä äänestyksessä toimii järjestelmä.
- Muussa äänestystavassa voidaan hyödyntää viittausta, huutoa, suljettuja lippuja tai äänekkäintä valintaa. (Kantojärvi 2012, 190-192.)

Kehittämispajan aikajana toimi tiekarttana. Tiekartan tarkoituksena on pitää huolta siitä, etteivät lopputulokset päädy unohduksiin. Erityisen tärkeää työpajan sisällön viemiseksi käyttöön on toimenpiteiden konkretisointi ja niihin sitoutuminen. Näkyvät tekijät ja toimenpiteet sijoitetaan tiekarttaan aikajärjestyksessä. Siihen voi lisätä myös tavoiteltavan lopputuloksen piirtämällä visuaalisin symbolein tai kirjoittamalla tekstimuodossa. Tiekartan visualisoidut toimenpiteet jäävät paremmin muistiin kuin pelkkä teksti tai keskustelu. Tiekartan toteutus voi olla fläppitaululle piirretty maisema tai aikajana. Aikaansaadusta tiekartasta voi osallistujien kanssa keskustella muun muassa, miltä se näyttää, minkälaisia tuntemuksia se herättää ja mihin toimenpiteet johtavat. (Kantojärvi 2012, 211, 215 & 218.)

4.2.2 Toteutus

Kehittämispaja järjestettiin 11.5.2019 Töölön kirjastossa Helsingissä. Tässä osiossa käytämme käsitettä työpaja. Työpajan tarkoituksena oli järjestämämme kyselyn tulosten pohjalta herätellä osallistujia pohtimaan varainhankinnan menetelmien vaihtoehtoja ja niiden mahdollisuuksia sekä tulevaisuuden suunnitelmia varainhankinnan osalta. Työpajan runkona toimi luovan ongelmanratkaisun prosessi ja yhteisölliset ideointimenetelmät, jonka pohjalta rakentui työpajan tehtävät. Työpajaan osallistui yhteensä kahdeksan puolueen edustajaa, muun muassa puheenjohtaja, varapuheenjohtajat sekä jäsenistöä. Myös yksi vapaaehtoinen osallistui työpajaan.

Kokoonnuimme aluksi käsittelemään EOP:n eduskuntavaalien koontia. Tämä loi haasteita työpajallemme niin ajallisesti kuin tunnelmaan virittäytymisen kannalta, koska emme tienneet tarkkaa aikaa työpajallemme sen aloituksen tai keston suhteen, emmekä olleet varmoja jaksavatko osallistujat vielä virittäytyä työpajan tunnelmaan koonnin jälkeen. Tämä pelko osoitautui kuitenkin turhaksi, sillä keskustelu toimi erittäin hyvänä alustuksena työpajalle, koska esille tuli vahvasti varojen vähyden aiheuttamat haasteet vaalikampanjoinnissa.

Meidän roolimme työpajassa oli toimia fasilitaattoreina. Tarkoituksemme oli pyrkiä toimimaan neutraaleina ja ohjata muut osallistujat vastaamaan sisällön tuottamisesta. Neutraaliuden lisäksi hyvän fasilitaattorin ominaisuuksiin kuuluu puolueettomuus, joustavuus ja aktiivinen kuuntelevuus (Kantojärvi 2012, 11, 40).

Alustus ja lämmittelyosuus

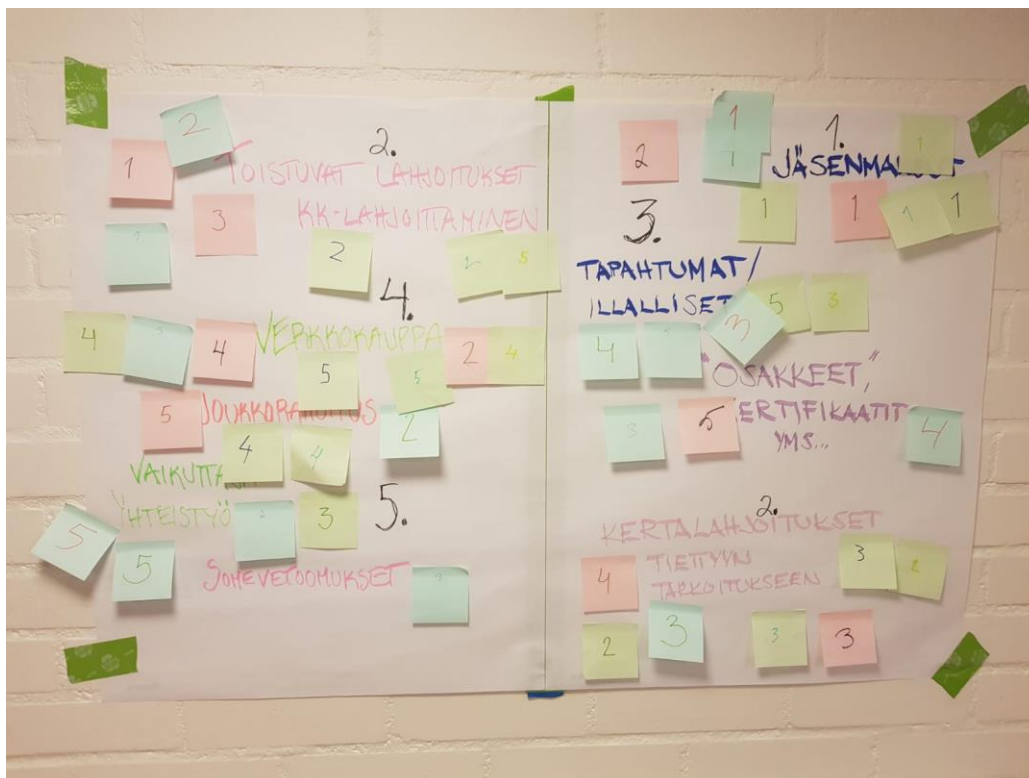
Kun eduskuntavaaliasiat oli käsitelty, siirryimme työpajaosuuteen. Aluksi esittelimme itsemme, ja pyrimme kertomaan selkeästi ja tiivistetysti miksi olimme kaikki siellä, miksi työpaja pidetään ja mikä on työpajan tarkoitus. Esivaiheen jälkeen siirryimme lämmittelytehtävään, jonka tarkoituksena oli luoda avoin, positiivinen ja ennakkoluuloton ilmapiiri. Osallistujien tehtävänä oli miettiä minkälainen EOP olisi vuonna 2030, mikäli heillä olisi käytössään rajattomat resurssit sekä mahdollisuudet kaikessa onnistumiseen. Tämä tehtävä valittiin, sillä halusimme oikean ilmapiirin luomisen lisäksi kiinnittää huomiota varainhankinnan merkitykseen puolueen toimintojen ja niiden jatkuvuuden kannalta. Tehtävän visiointi suoritettiin 3 hengen ryhmissä, ja aikaa tähän oli kymmenen minuuttia. Tätä varten jaettiin jokaista ryhmää kohti yksi A4 paperi ja tussi. Ajan päätyttyä jokainen esitteli visionsa, jonka pohjalta käytiin myös keskustelua. Itse emme osallistuneet visiointiin, vaan teimme esivalmisteluja seuraavia tehtäviä varten.

Huomasimme iloksemme, että tehtävä toimi kuten oli tarkoituskin - osallistujat innostuivat luomaan visiota, ja käyttivät koko tehtävään annetun ajan. Yhdellä ryhmistä oli selkeästi eniten realismia tulevaisuuden toiveissaan. Jokaisen ryhmän visioon kuului puolueen edustajuus

eduskunnassa, valtuustoissa sekä europarlamentissa. Muutama ryhmä visioi myös puolueen ulkopuolelle laeista, veroista sekä tiettyjen epäeettisistä pidettyjen käytäntöjen lakkautuksista ja lopetuksista. Hyvä huomio maanläheisimmän visioineelta ryhmältä oli se, että ammattimaisen toiminnan edellytyksenä on palkattu työvoima.

Äänestys- ja pisteytysmenetelmä

Seuraavaksi esittelimme osallistujille kyselyn osallistuneiden puolueiden, sekä kotimaisten pienpuolueiden hyödyntämiä varainhankintamenetelmiä. Muiden maiden menetelmien onnistumisia tai epäonnistumisia emme vielä tässä vaiheessa kuitenkaan paljastaneet. Tämän jälkeen jokainen osallistuja sai tehtäväkseen arvioida menetelmiä asteikolla 1-5, jossa numero yksi oli paras menetelmä ja numero viisi vastaavasti huonoin. Tässä käytettiin apuna äänestys- ja pisteytysmenetelmää, sillä halusimme kyetä erottamaan eniten ja vähiten pisteitä saaneet menetelmät, sekä osallistujien mahdolliset mielipiteiden jakautumiset. Edellisen tehtävän aikana olimme kirjoittaneet kaikki esittelemämme menetelmät kahdelle suurelle paperille, ja kiinnittäneet paperit seinälle. Jaoin tehtävää varten jokaiselle post-it lappuja ja tussin. Lapuille jokainen merkitsi arvosanan, jonka kävi kiinnittämässä sen menetelmän kohdalle, jolle halusi arvosanan antaa. Tämän jälkeen analysoimme ideoita keskustelemalla, ja pyrimme varmistamaan ymmärryksen eri vaihtoehdoista. Työpajan äänestys- ja pisteytysmenetelmän tulokset esitettynä alapuolen kuvassa 1.



Kuva 1: Äänestys- ja pisteytysmenetelmän tulokset

Menetelmien paremmuusjärjestelyssä esiintyi jonkun verran hajontaa, mutta selkeäksi ensimmäiseksi tulivat jäsenmaksut, aivan kuten kaikissa muissakin vastaavissa puolueissa maailmalla. Tämä koettiin yksinkertaisesti toimivimmaksi tavaksi kerätä varoja puolueelle. Toiseksi sijoittuivat toistuvat lahjoitukset (kuukausilahjoittaminen) ja kertalahjoitukset. Kolmanneksi tulivat tapahtumat/illalliset, joiden onnistumisen edellytykseksi mainittiin erityisesti ajankohta. Lisäksi todettiin, että taustalla olisi hyvä olla relevantti tarina, sillä se vetoaa parhaiten ihmisiin. Keskustelussa tuli esille myös tapahtuman markkinoinnin ja näkyvyyden merkitys suuremman yleisön saavuttamiseksi.

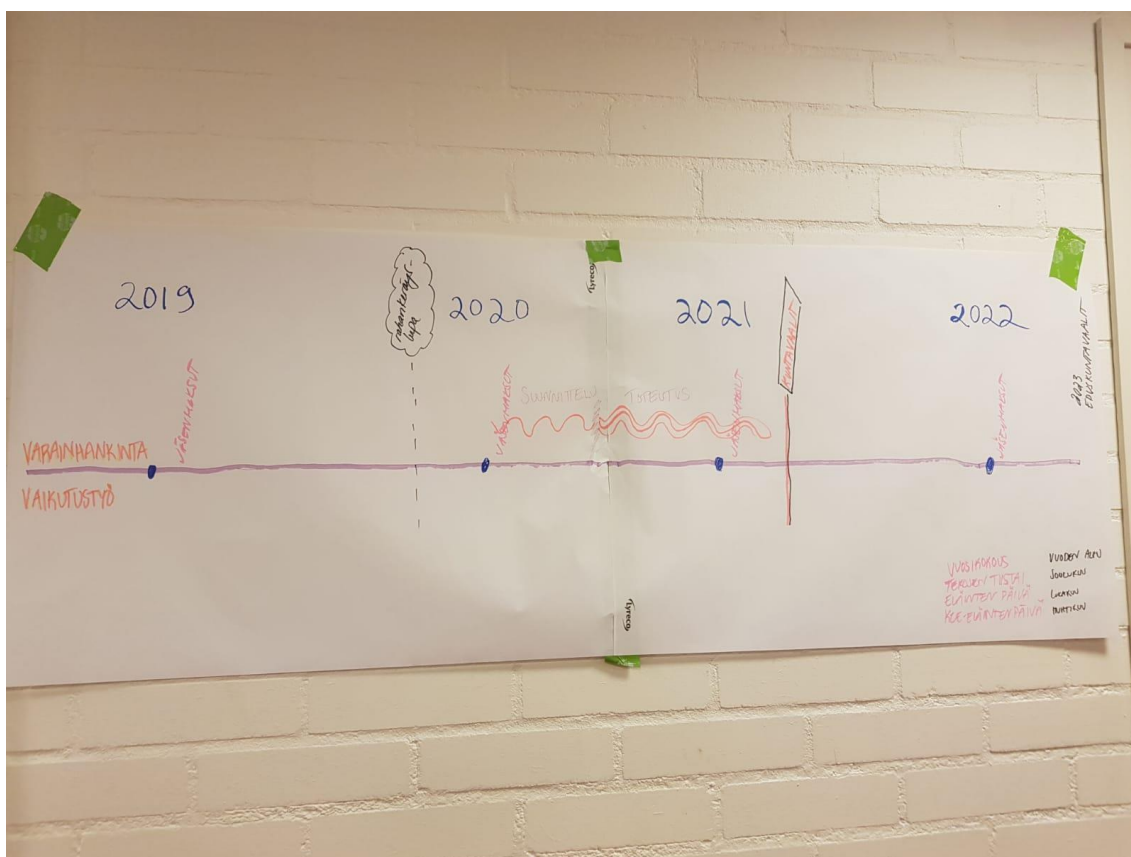
Verkkokauppa sijoittui pisteytyksessä neljänneksi, mikä kyllä toi hieman ristiriitaisia ajatuksia, sillä materialin, ja materialismin koettiin olevan jossain määrin ristiriidassa puolueen arvojen kanssa. Pohdinnassa päädyttiin kuitenkin siihen, että verkkokauppaa voi hyödyntää myös aineettomasti, ja esimerkiksi lahjoituksia varten, joista vastineeksi lahjoittaja saisi vaikkapa sertifikaatin. Verkkokaupan hyödyistä mainittiin myös se, ettei se vaadi jatkuvaa panostusta. Viimeiseksi pisteytyksessä sijoittui joukkorahoitus/vaikuttajayhteistyö/somevetoomukset - näiden kaikkien katsottiin olevan jokseenkin samoja menetelmiä. Joukkorahoitus ei saanut kovinkaan paljoa kannatusta, sillä se vaatisi liikaa sellaisia resursseja, joita puolueella ei tällä hetkellä ole. Lisäksi joukkorahoituskampanja ei voi olla jatkuvasti käynnissä, vaan tehokkaan kampanjoinnin on liityttävä johonkin ajankohtaiseen hankkeeseen, kuten kampanjointivarojen keräämiseen muutaman vuoden välein. Näitä menetelmiä ei siis tyrmätty, mutta päädyttiin siihen, että niiden käyttöön ja kokeiluun täytyy perehtyä vielä lisää.

Aikajana

Kun varainhankinnassa vastaavassa käytössä olevien varainhankinnan menetelmistä ja osallistujien omista mielipiteistä oli rakennettu osallistujille selkeämpi käsitys, jatkettiin aikajanan hahmotteluun. Edellisen tehtävän aikana olimme esivalmistelleet neljän vuoden aikajanan paperille, ja kiinnittäneet sen seinälle menetelmien viereen. Tämän menetelmän tarkoituksena oli havainnollistaa osallistujille varainhankinnan oikean ajallisen kohdistamisen merkitystä, sekä tuoda näkyväksi kaikkia siihen liittyviä prosesseja ja työvaiheita. Hahmottelemalla työvaiheiden ajoitusta ja päällekkäisyyttä on helpompi havaita ruuhkahuiput, joihin ei ole mahdollista lisätä enempää työtaakkaa. Vastaavasti näin työskentelemällä voidaan nähdä missä kohtaa aikajanaa on hiljaisempia kausia, ja resursseja panostaa ylimääräiseen suunnittelu- ja toteutustyöhön. Tällä tehtävällä oli myös tarkoitus johdatella puolueen johtoryhmä oivaltaamaan, miten hyvissä ajoin varainhankinta täytyy aloittaa ennen vaaleja, ja lisäksi kiinnittää huomio siihen, että suunnittelutyö täytyy aloittaa vielä aiemmin. Tätä tehtävää käsittelemme keskustellen, ja samalla paperille kirjaten.

Aikajanalta toistuvaksi tapahtumaksi kirjattiin vuosittainen jäsenmaksujen laskutus. Seuraavaksi ennen vuotta 2020 merkittiin rahankeräyslupan uusiminen. Vuoden 2020 tammikuulle

osui jäsenmaksujen keräys, ja samaan aikaan tulisi aloittaa kuntavaalien varainhankinnan suunnittelu. Kuntavaalit ovat 2021 huhtikuussa, joten varainhankinta tulisi aloittaa viimeistään puolta vuotta aiemmin. Lisäsimme vielä paperin alanurkkaan vuosikokouksen, joka pidetään aina vuoden alussa. Lisäksi tuli ehdotuksia varainkeräyksellisesti merkittävistä päivistä, joihin voisi panostaa, kuten esimerkiksi joulukuussa maailmalta Suomeen kantautunut tekojen tiistai (Giving Tuesday), joka ajoittuu ostospäivänä tunnetun Black Fridayn jälkeiselle viikolle. Muita ehdotuksia erityisiksi kampanjapäiviksi olivat eläinten päivä ja koe-eläintenpäivä, jotka ovat huhti- ja lokakuussa. Keskustelimme lopuksi myös siitä, että tällaista aikajanan suunnittelua tulisi tehdä koko ajan, ja hiljaisemmat kaudet tulisi hyödyntää valmistelutöihin. Työpajan valmis aikajana esitettynä alapuolen kuvassa 2.



Kuva 2: Aikajanan tulokset

Sidosryhmäanalyysi

Viimeisenä avasimme sidosryhmäanalyysia, jossa osallistujat pohtivat seuraavia seikkoja:

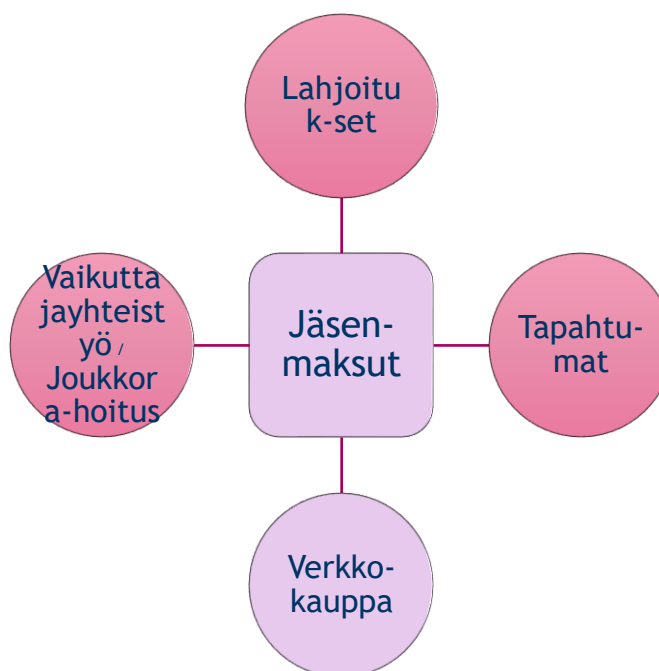
- Tunnistetaan puolueen toiminnan kannalta tärkeimmät sidosryhmät
- Minkälaisia tulevaisuuden vision yhteistyökumppanit olisivat?

- Arvioidaan pisteyttämällä oleellimmat
- Jos yhteistyötä ei vielä ole, kuinka sen voisi saavuttaa?
- Jos yhteistyö on jo olemassa, kuinka sitä voisi kehittää?

Sidosryhmäanalyysi oli työpajan ohjelmassa lähinnä muistuttamassa sidosryhmien merkityksestä varainhankinnassa, ja varalla niin sanotusti ylimääräisenä tehtävänä, joka päätettiin kuitenkin käsitellä, sillä aikaa oli vielä hieman jäljellä. Alkuun listattiin ne sidosryhmät, joihin puolueella tällä hetkellä on kontakteja, ja ne, joiden kanssa jo tehdään yhteistyötä. Sen jälkeen listattiin tavoiteltavia sidosryhmiä, ja havaittiin, että joitain voitaisiin perustaa jopa puolueen omien jäsenten toimesta, kuten eläinten oikeuksia ajavat eläinlääkärit. Havaittiin myös, että jäsenistöllä on jo paljon olemassa olevia yhdistyskontakteja, joita voitaisiin pyrkiä hyödyntämään aktiivisemmin jatkossa. Käsitellyt materiaalit ja koonti toimitettiin puolueelle vielä jälkikäteen. Myös työpajan pohjalta saatujen ideoiden avulla työstetty varainhankinnan kehityssuunnitelma toimitettiin sekä EOP:lle että APF:lle.

4.2.3 Tulokset

Kehityskohteet valittiin keskustelemalla ja tunnistamalla puutteita nykyisissä toiminnoissa, ja toimintoja, joissa olisi mahdollista toimia myös toisin. Kuvio 5:ssä esittelemme kehityskohteet, jotka on valittu osittain McLeishiä mukaillen, ja ne on esitelty kohdassa 4.



Kuvio 5: Varainhankintasuunnitelmaan valitut menetelmät

Sidosryhmä- ja vaikuttajayhteistyö

Vaikuttajayhteistyön mahdollisuuksiin suhtauduttiin työpajassa jonkin verran epäilevästi, vaikka joissain maissa siitä oli saatu positiivisia kokemuksia. Tämä onkin yksi kehittämiskohdeista varainhankinnassa. Sidosryhmätyöskentely on luonteeltaan jatkuvaa - silti sitä on mahdollista tehdä suunnitellusti. On tärkeää tunnistaa oman toiminnan kannalta oleelliset sidosryhmät. Vuokko (2004, 173) kirjoittaa suhdetoiminnalla olevan merkitystä, kun pyritään luomaan luottamusta organisaatioon ja takaamaan sen tarvitsemien resurssien saanti. Näihin resursseihin lukeutuu ”goodwill” ja tuki omalle asialle. Vuokko mainitsee aktiivisen osallistumisen ja lobbauksen merkityksen näiden varmistamiseksi. Myös niin sanottuun sisäiseen suhdetoimintaan, johon kuuluu suhteet omaan järjestöön ja vapaaehtoiisiin panostamisen merkitys korostuu, kun toimitaan niukoilla resursseilla. Vapaaehtoiset ovat usein mukana toiminnassa toteuttaakseen organisaation missiota ja sitä kautta omia tarpeitaan. Avoin tiedottaminen organisaation asioista mahdollistaa tunteen siitä, että on mukana toiminnassa ja että on arvostettu osa sitä - tästä syntyy sitoutuminen.

Suhdetoiminnalla on myös merkitystä mediajulkisuuden kannalta (Vuokko 2004, 174). Vaikka vaikuttajayhteistyö ei rajaudu yksinomaan julkisuuden henkilöihin, Kotler & Andearsen (2008, 353) toteavat julkisuuden henkilöiden tuen varainhankinnalle olevan yksi tekijöistä, jotka ratkaisevat millä tasolla varoja onnistutaan keräämään. Mediajulkisuudesta ja erityisesti suhteista Vuokko (2004, 175) toteaa, että niitä pitää hoitaa, ja että ”medioita tulee pitää yhtenä organisaation tärkeänä sidosryhmänä”. Vaikka Vuokko kirjoittaa (2004, 174) että tavoite mediajulkisuuden suhteen on saada ilmaista julkisuutta asialleen, mainitsee hänkin juuri suhteiden huolellisen hoitamisen julkisuuden vaihdannaiskustannuksena. Eli vaikka rahaa ei liiku, tiedottaminen ja yhteydenpito vaatii aikaa ja vaivaa.

Vapaaehtoisten rekrytoiminen

Vaikka vapaaehtoisten rekrytoiminen ei sinänsä ole varainhankinnan toimiin lukeutuva, on työn aikana tunnistettu tarve kehittää myös tätä toiminnan ulottuvuutta. Jotta varainhankinnan toimia voidaan toteuttaa suunnitelmallisesti ja pitkäjänteisesti, tarvitaan tehtävään sitoutunut tiimi. Toistaiseksi tämä tarve täytyy toteuttaa vapaaehtoisten avulla.

Ajallinen kohdistaminen ja jatkuvuus varainhankinnassa

Kotler ym. mukaan (2008, 357) kasvaessaan organisaatiot kasvattavat lahjoituskantaansa, ja siirtyvät kausittaisesta varojen keräämisestä jatkuvaan varainhankintaan, jota myös kehitetään mielikuvituksellisilla tavoilla. On perusteltua panostaa varainhankinnan suunnitteluun silloin, kun siihen on aikaa. Käytännössä siinä vaiheessa, kun kampanjointi alkaa, on jo myöhäistä aloittaa varojen hankkiminen - eikä sille toisaalta edes liikene aikaa tuolloin. Jatkuvalle työskentelyllä voidaan ehkäistä kiire ja mahdottomilta tuntuvat tulostavoitteet.

Jatkuvuuden kannalta jäsenmaksut ja verkkokauppa ovat erinomaisia tapoja kerätä varoja. Kuten työpajassa todettiin, nämä keinot vaativat vain vähän resursseja ja panostusta, mutta niillä kerätään kuitenkin tasaisesti tuloja. Muut menetelmät, kuten erityisen kampanjan vaativa joukkorahoitus, vaativat suunnittelua ja panostusta, eikä niissä ole samaa potentiaalia varojen tasaiseen tuottamiseen. Ne voivat kuitenkin olla merkittäviä tuotoltaan, joten niitäkään ei tule väheksyä tai unohtaa. Vaatimansa panostuksen takia ne tulee kuitenkin toteuttaa huolella suunnitellen.

5 Johtopäätökset ja pohdinta

Kehittämistyön ensimmäisen osion verkkokyselyn vastauksista selvisi, että panostuksella saatiin tuloksia. Usealla puolueella varainhankinnan toimilla oli kohdistus vain olemassa oleville jäsenille ja lahjoittajille, mutta kekseliäisyys ja erilaiset kokeilut toivat usein hyviä tuloksia. Tuloksia analysoitaessa ei voi kuitenkaan todeta kaikkein toimivimpia menetelmiä, sillä ne eivät toimineet kaikissa maissa. Tähän vaikuttaa osittain erot lahjoituskulttuurissa, joten aivan verrannollisia ne eivät ole keskenään. Saimme kuitenkin kyselystä työllemme hyvän pohjan, josta pystyimme jatkojalostamaan työpajassa Suomen kontekstiin sopivia ideoita.

Tätä työtä varten tutkimamme varainhankintamenetelmät ovat sovellettavissa myös muiden pienpuolueiden ja yhdistyksien varainhankintaan. Sensitiivisyys yritys yhteistyön suhteen on tarpeen minkä hyvänsä nonprofit-organisaation tapauksessa, ja jokainen organisaatio joutuu punnitsemaan omalla kohdallaan, minkälainen yhteistyö sopii yhteen sen arvojen ja mission kanssa. Koska teollisuudesta ja elinkeinoista hyvin suuri osa on joko suoraan sellaista, jossa käytetään eläimiä hyväksi jollain tasolla, tai sidoksissa esimerkiksi konsernirakenteen kautta edellä mainittuun toimintaan, on eläinoikeuspuolueen hyvin haasteellista löytää yritys yhteistyökumppaneita. Tämä rajoitus ei päde muiden puolueiden kohdalla. Kansainvälisen rahoituksen mahdollisuutta aateryhmien sisällä hyödynnetään politiikassa jo joissain puolueissa, ja tätä mahdollisuutta voisi eläinoikeusliikkeen sisälläkin tutkia.

Järjestämämme työpaja ylitti omat odotuksemme. Oma innostumisemme tuntui tarttuvan työpajaan osallistuviin, ja päivä muodostui hyvin antoisaksi ja idearikkaaksi. Puolue ei säännöllisesti suunnittele yhdessä varainhankinnan menetelmiä, vaikka ryhmässä ideointi ja työskentely koettiin innostavana ja toimivana tekemisenä. Yhdessä säännöllisesti työskentelemällä voitaisiin jakaa jokaisen puolueen toimintaan osallistuvan kokemuksia ja saataisiin mahdollisesti jopa uusia näkökulmia. Visioimisen ja kenties joskus turhanakin pidetyn ”haaveilun” avulla tavoitetaan oman tekemisen ydin - se perimmäinen syy, minkä takia oma organisaatio on olemassa ja jatkaa olemassaoloaan. Asiantuntijaorganisaatioissa vakavien asioiden äärellä työskennellessä siitä voi olla hyvä muistuttaa koko tiimiä silloin tällöin, sillä vahva visio ja missio auttavat parhaimmillaan innostumaan ja motivoimaan. Innostumisen tilasta syntyy uusia ideoita, ja niitä tarvitaan, jotta omaa toimintaa pystytään kehittämään toimivammaksi.

Tunnistettuja jatkokehityskohteita toiminnassa on muun muassa vapaaehtoisten rekrytoimisen, perehdyttämisen ja motivoimisen suunnittelussa. Myös näkyvyyden kehittämisessä olisi aineksia laajempaan tutkimustyöhön.

Lähteet

Painetut

Andreasen, A.R. & Kotler, P., 2008. Strategic marketing for nonprofit organizations. 7th edn. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.

Biezen, I.V., 2003. Financing political parties and election campaigns: guidelines. Strasbourg: Council of Europe.

Heikkala, J., 2001. Järjestön strategia: käsikirja elinvoimaisen tulevaisuuden luomiseen. Tampere: Tampere University Press.

Kallio, A. & VUOLA, L., 2018. Joukkorahoitus. Helsinki: Alma Talent.

Kantojärvi, P., 2012. Fasilitointi luo uutta: menesty ryhmän vetäjänä. Helsinki: Talentum.

Loimu, K. 2010. Yhdistystoiminnan käsikirja. 4. uudistettu painos. Helsinki: WSOYpro.

McLeish, B., 2010. Successful marketing strategies for nonprofit organizations: winning in the age of the elusive donor. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.

Nassmasher, K., 2009. The funding of party competition: political finance in 25 democracies. Baden-Baden: Nomos.

Oesch, P. 2002. Kulttuurin sponsorointi ja yritys yhteistyö. Helsinki: Nykypaino Oy.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J., 2014. Kehittämistyön menetelmät: uudenlaista osaamista liiketoimintaan. 3. uud. p. edn. Helsinki: Sanoma Pro.

Perälä, J., Juutinen, S., Lilja, M., Lindgren, G., Reinikainen, M. & Steiner M. 2008. Yhdistyksen hyvä hallinto. Helsinki: WSOYpro.

Perälä, S. & Perälä, J. 2006. Yhdistyksen ja säätiön talous, kirjanpito ja verotus. Helsinki: WSOYpro.

Tarasti, L., 2010. Vaaliehdokkaiden ja puolueiden rahoitusopas. Helsinki: Edita.

Tarasti, L. & Jääskeläinen, A., 2014. Vaali- ja puoluelainsäädäntö. 6., uud. ja laaj. laitos edn. Helsinki: Edita.

Vuokko, P., Haarti-Kuokkanen, J. & Sinivuori, E. 2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. Helsinki: WSOY.

Sähköiset

Arpajaishallinto 2019. Rahankeräykset. Viitattu 11.4.2019. <https://www.arpajaishallinto.fi/rahankeraykset>

Arpajaishallinto 2019. Tavara-arpajaisluvut, pienarpajaiset ja miniatyyriarpajaiset. Viitattu 4.4.2019. https://www.arpajaishallinto.fi/tavara_arpajaiset_bingo/tavara_arpajaisluvut

Eläinoikeuspuolue 2019. säännöt. Viitattu 28.3.2019. <https://www.eop.fi/tavoitteemme/saannot/>

Kallioinen, H. 2014. Kuinka hankkia lahjoituksia yhdistyksen toiminnan tueksi? Viitattu 7.4.2019. <https://blog.avoine.fi/kirjoitukset/kuinka-hankkia-lahjoituksia-yhdistyksen-toiminnan-tueksi/>

Mesenaatti.me 2019. Viitattu 28.4.2019 <https://mesenaatti.me/campaign/?id=1166##single/view>

Oikeusministeriö 2016. Eläinoikeuspuolue merkitty puolerekisteriin. Viitattu 28.3.2019. https://oikeusministerio.fi/artikkeli/-/asset_publisher/elainoikeuspuolue-merkitty-puolurekisteriin

Oikeusministeriö 2018. Kansalaisoikeudet. Talkoiden järjestäminen ja talkootyö. Viitattu 11.4.2019. <https://www.suomi.fi/kansalaiselle/oikeudet-ja-velvollisuudet/perusoikeudet-ja-vaikuttaminen/opas/vapaaehtoistyö/talkoiden-jarjestaminen-ja-talkootyö>

Oikeusministeriö 2019. Puolueiden rahoitus. Viitattu 13.4.2019. <https://vaalit.fi/puolueiden-rahoitus>

Open Philanthropy Project 2019. Viitattu 18.05.2019. <https://www.openphilanthropy.org/blog/our-progress-2018-and-plans-2019>

THE INTERNATIONAL CLASSIFICATION OF NONPROFIT ORGANIZATIONS: ICNPO-REVISION 1, 1996. Luettu 4.3.2019. http://ccss.jhu.edu/wp-content/uploads/downloads/2011/09/CNP_WP19_1996.pdf

University of Eastern Finland 2018. Viitattu 31.8.2019. <http://www.uef.fi/benchmarking>

Valtioneuvoston kanslia 2019. Ministeriö. Viitattu 26.3.2019. <https://vnk.fi/ministerio/puolueavustukset>

Varainhankinta 2014. Järjestöwiki. Viitattu 11.4.2019. <https://wiki.hyy.fi/index.php/Varainhankinta>

Verohallinto 2011. Vaaliavustusten ja vaalimenojen käsittely verotuksessa. Viitattu 28.3.2019. https://www.vero.fi/syventavat-vero-ohjeet/ohje-hakusivu/48072/vaaliavustusten_ja_vaalimenojen_kasitte3/

Yhdistystieto 2013. Jäsenmaksu. Viitattu 26.3.2019. <https://yhdistystieto.fi/wiki/77-jasenmaksu>

Ziegler, T., Shneor, R., Garvey, K., Wenzlaff, K., Yerolemou, N, Hao, R., Zhang, B. 2017. The 3rd European Alternative Industry Report. CCAF. Cambridge 2017. https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2018-ccaf-exp-horizons.pdf

Julkaisemattomat

Barczinski, M. 4.5.2019. Eläinoikeuspuolueen puoluekokous. Helsinki.

Kuviot

Kuvio 1: Kehittämistyön vaiheet	16
Kuvio 2: Kyselyn tulosten perusteella käytetyt varainhankintamenetelmät	18
Kuvio 3: Kyselyn tulosten perusteella tuottavimmat varainhankintamenetelmät.....	18
Kuvio 4: Luovan ongelmanratkaisun prosessi (Kantojärvi 2012, 24, 28, 30).....	19
Kuvio 5: Varainhankintasuunnitelmaan valitut menetelmät	26

Kuvat

Kuva 1: Äänestys- ja pisteytysmenetelmän tulokset 23

Kuva 2: Aikajanan tulokset..... 25

Liitteet

Liite 1: Kyselylomake maailman eläinoikeuspuolueille 2019..... 36

Liite 1: Kyselylomake maailman eläinoikeuspuolueille 2019

1. Edustamasi puolueen nimi, maa sekä sähköpostiosoite.
2. Vastaanottaako edustamasi puolue varoja muista lähteistä kuin yksityisiltä lahjoittajilta? Jos kyllä, niin ole hyvä ja selvennä.
3. Millaisia varainkeruun muotoja olette käyttäneet?
 - Jäsenmaksut
 - Kertalahjoitukset
 - Toistuvat lahjoitukset
 - Face to face-kampanjat
 - Puhelinmarkkinointikampanjat
 - Yrityslahjoitukset
 - Varainkeruutapahtumat
 - Muut:

4. Mitkä varainkeruumenetelmät ovat olleet suhteessa tehokkaimpia (aika/raha)?

Jäsenmaksut	Huono	Tyydyttävä	Hyvä	Erinomainen	En tiedä
Kertalahjoitukset					
Toistuvat lahjoitukset					
Face to face-kampanjat					
Telekampanjat					
Yrityslahjoitukset					
Tapahtumat					
Muut					

5. Voitko nimetä menetelmiä, jotka ovat osoittautuneet epäonnistuneiksi? Millä tavoin ne ovat olleet epäonnistuneita?
6. Mitkä menetelmät ovat olleet menestyksekkäitä ja millä tavoin?
7. Miten puolueen kannattajien määrä on kehittynyt puolueen olemassaolon aikana? laskenut __ pysynyt samana __ kasvanut __ kasvanut merkittävästi __
8. Onko puolue tehnyt yhteistyötä yritysten kanssa? Jos kyllä, niin minkälaisen yritysten kanssa ja millä tavoin?
9. Onko puolue tehnyt yhteistyötä organisaatioiden kanssa? Jos kyllä, niin minkälaisen organisaatioiden kanssa ja millä tavoin?
9. Olisitko valmis osallistumaan maailman eläinoikeuspuolueiden käytäntöjen varainkeruukäytäntöjen kehittämiseen maailmanlaajuisesti?

Kyllä ___ En ___

10. Uskotko, että yhteistyö (puolueiden kesken) voisi hyödyttää puolueita? Jos kyllä, ole hyvä ja selvennä minkälaisen yhteistyön uskoisit olevan hyödyllisintä?
11. Onko jotain muuta, jota haluaisit mainita?