

## **Verkossa toteutettavan varainhankintakampanja- mallin luonti yhdessä Liikunnan Kehitysyhteistyö Liike: n kanssa**

Inka Sihvola

<b>Tekijä</b> Inka Sihvola	
<b>Koulutusohjelma</b> Liikunnan- ja vapaa-ajan koulutusohjelma, liikunnanohjaaja (AMK)	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b> Verkossa toteutettavan varainhankintakampanja- mallin luonti yhdessä Liikunnan Kehitysyhteistyö LiKe: n kanssa	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 31+ 2
<p>Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda verkkosivuille ja markkinointiin materiaaleja, joita Liikunnan Kehitysyhteistyö pystyy hyödyntämään Projekti Matwaaran toteutuksessa. Työssä tavoitteena oli luoda verkkovarainhankinta malli, joka perustuu projektin aikana hyödynnettyihin menetelmiin, päätöksiin ja tuotoksiin. Tarkoituksena on, että Liikunnan Kehitysyhteistyö voi tulevaisuudessa hyödyntää mallia eri hankkeiden parissa. Alatavoitteena opinnäytetyössä on Projekti Matwaaran avulla kerätä varoja Tansanian Mtwarassa sijaitsevan ränsistyneen Finnclub liikunta- ja vapaa- ajan keskuksen kunnostamiseen. Keskuksesta kunnostetaan liikunta- ja koulutuskeskus kaikille, mutta erityisesti kehitysvammaisille lapsille ja nuorille, joilla ei muuten olisi ammatilliseen koulutukseen mahdollisuutta.</p> <p>Työ toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä Liikunnan Kehitysyhteistyö LiKe:n kanssa toukuusta 2020 marraskuuhun 2020. Liikunta- ja koulutuskeskukseen kerättävien lahjoitusten hankinta ei ehdi päätökseen ennen tämän opinnäytetyön valmistumista. Varainhankinta Projekti Matwaara jatkuu opinnäytetyön jälkeen.</p> <p>Työssä hyödynnettiin taustan tutkimiseen benchmarkkausta ja teemahaastattelua. Ideointi- ja suunnitteluvaiheessa hyödynnettiin brainstormingia ja muotoiluajattelua.</p> <p>Projektivaiheiden pohjalta luotiin malli, jonka tarkoituksena on tulevaisuudessa toimia työkaluna LiKe ry:n uusien varainhankintakeinojen suunnittelussa ja toteutuksessa. Lisäksi eri menetelmiä hyödyntäen luotiin verkkosivut Projekti Matwaaralle, jossa varainhankintaa voidaan toteuttaa. Työssä on tuotu kattavasti esille, miten eri menetelmiä on hyödynnetty opinnäytetyössä. On myös esitetty, miten eri menetelmiä voidaan hyödyntää jatkossa.</p> <p>Projekti Matwaara jatkuu kesään 2021 asti. Tässä opinnäytetyössä luotu varainhankinnan malli on pohja, jota voidaan käyttää sellaisenaan Liike ry:n hankkeissa jatkossa. Mallia voidaan myös kehittää ja muokata myöhemmin kerättävän palautteen pohjalta. Malli syntyi kehitysyhteistyön tarpeista käsin. Parhaimmillaan malli voi pidemmällä aikavälillä edistää kehitysvammaisten lasten ja nuorten koulutuksen toteutumista Mtwaran alueella.</p>	
<b>Asiasanat</b> Varainhankintakampanja, markkinointi, kehitysyhteistyö	

# Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Taustan ja toimintaympäristön kuvaus .....	2
2.1	Toimeksiantaja.....	2
2.1.1	Kehitysyhteistyö.....	3
2.2	Kehityspolitiikka .....	4
2.3	Nykytilanne Mtwarassa .....	4
2.4	Projekti Matwaara .....	5
2.5	Työn tarve.....	6
3	Varainhankinta .....	7
3.1	Lainsäädäntö ja lupa-asiat .....	7
3.2	Vastuullinen Lahjoittaminen .....	7
4	Digitaalinen markkinointi .....	8
4.1	Keinot ja kanavat digitaalisessa markkinoinnissa .....	8
4.2	Kohderyhmän rajausta digitaalisessa markkinoinnissa .....	10
4.3	Varainhankintamallin tavoitteet .....	11
4.4	Projekti Matwaaran tavoitteet .....	13
5	Opinnäytetyön eteneminen osana Matwaara projektia .....	13
6	Menetelmät Projekti Matwaarassa.....	14
6.1	Projekti Matwaaran taustavaiheen menetelmät.....	15
6.2	Suunnitteluvaiheen menetelmät Projekti Matwaarassa .....	16
6.3	Luo & Testaus- vaiheen menetelmät Projekti Matwaarassa .....	18
7	Projekti Matwaaran tulos: Projekti Matwaaran prosessikaavio.....	19
8	Arviointi .....	20
8.1	Menetelmät ja materiaalit .....	21
8.2	Verkossa toteutettava varainhankinta- malli .....	22
9	Pohdinta.....	23
	Lähteet .....	28
	Liitteet.....	31
	Liite 1. Verkkosivut .....	31
	Liite 2. Teemahaastattelu kysymykset.....	32

# 1 Johdanto

Suomi rahoittaa ja toteuttaa alueellista yhteistyötä monilla aloilla, joissa Suomella on erityisosaamista. Näitä ovat muun muassa innovaatiotoiminta, rauhanrakentaminen, vammaisten oikeudet, tasa-arvon edistäminen, energia ja luonnonvarojen kestävä käyttö. Eri maantieteellisillä alueilla lähestymistavat voivat vaihdella. (Ulkoministeriö 10.09.2020.)

Maailman maista edelleen 47 kuuluu kaikkein vähiten kehittyneiden maiden joukkoon. Näistä 33 sijaitsee Euroopan naapurissa Afrikassa. Joukon yhteisiä nimittäjiä ovat matala tulotaso, alhainen inhimillisen kehityksen taso ja talouden haavoittuvuus (Kangasniemi & Mäntyniemi 2018).

Varainhankinnassa suuri osa toimijoista on yhdistyksiä tai järjestöjä. Suomessa erilaiset yhdistykset tekevät varainhankintaa eri keinoin, joita ovat mm. varainhankintatapahtumat, kuukausi-, vuosi-, ja kerta lahjoitukset, sekä hyväntekeväisyystyö.

Varainhankinnalla on laaja-alaisia vaikutuksia kehitysmaissa asuviin lapsiin ja nuoriin, ja sillä voidaan turvata sellaisten henkilöiden toimeentulo ja koulutus, joilla ei muuten olisi niihin mahdollisuutta.

Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä Liikunnan Kehitysyhteistyön (LiKe Ry) kanssa toukokuusta 2020 aina marraskuuhun 2020 asti. Varainhankintaprojekti jatkuu vielä opinnäytetyön jälkeen.

Työn tavoitteena oli luoda verkkosivuille yritysten kontaktoimiseen markkinointimateriaaleja Projekti Matwaaraan. Lisäksi tavoitteena oli tässä projektissa hyödynnettyjen keinojen ja menetelmien avulla luoda verkkoon varainhankintamalli, jota voidaan hyödyntää tulevaisuudessa toteuttaessa verkossa tapahtuvaa varainhankintaa. Vaikka jokainen hanke on erilainen ja tavoitteet määräytyvät hankkeen mukaan, verkon varainhankintamalli toimii apuna ja työkaluna hankkeiden eri vaiheissa.

Alatavoitteena työlle on toteuttaa Projekti Matwaara, joka on verkossa toteutettava varainhankintakampanja. Lahjoituksilla kunnostetaan Tansanian Mtwarassa sijaitseva ränsistynyt liikunta- ja koulutuskeskus, joka mahdollistaa ammatillisen koulutuksen kehitysvammaisille lapsille ja nuorille, joilla ei muuten olisi mahdollisuutta siihen.

Projektin onnistuessa se luo kauaskantoisia vaikutuksia erityisesti kehitysvammaisten lasten ja nuorten, sekä heidän perheidensä elämään. Tämän lisäksi Projekti Matwaara toimii

esimerkkinä muille tansanialaisille tasa-arvoisuuden edistäjänä. Projekti Matwaaran on tarkoitus jatkaa kesään 2021, joten tässä työssä ei ole tarkkoja tuloksia siihen liittyvän varainhankinnan tuloksista.

## **2 Taustan ja toimintaympäristön kuvaus**

National Disability Survey: n mukaan vuonna 2008 7.8 %:lla Tansanian väestön, jotka olivat seitsemänvuotiaita tai yli oli jokin vamma. Tämä tarkoittaa 3.2 miljoonaa ihmistä Tansanian väestöstä (Sida 2014, 1).

LiiKe toteuttaa vuosittain keskimäärin 2–4 kehitysyhteistyöhanketta Tansaniassa. Lisäksi järjestöllä on verkkosivuillaan erilaisia lahjoitusmahdollisuuksia, kuten kerta- ja kuukausilahjoitus. Järjestöllä ei kuitenkaan ole konkreettista mallia, jonka pohjalta he hankkeita ja projekteja suunnittelevat. LiiKe ry:llä on raportteja ja tutkimuksia verkkosivuillaan, joista voi katsoa apua hankkeita ja projekteja suunniteltaessa. Moni LiiKe ry:n työntekijä ja vapaaehtoinen on ollut mukana monissa projekteissa, joten työskentely ja ideointi hankkeissa tapahtuu kuin itsestään.

Suomen ja Tansanian yhteistyöhön liittyy monia riskejä. Kehitysyhteistyön toteutukseen liittyvät riskit johtuvat usein paikallisten yhteistyökumppanien heikosta kapasiteetista, taloushallinnon puutteista ja korruptiosta. Riskienhallinta eri ohjelmissa ja hankkeissa vaatii huolellista suunnittelua, seurantaa sekä jatkuvaa oppimista ja nopeaa reagointia (Ulkoministeriö).

### **2.1 Toimeksiantaja**

Toimeksiantajana opinnäytetyössä toimii suomalainen kansalaisjärjestö Liikunnan Kehitysyhteistyö LiiKe, joka on aloittanut toimintansa vuonna 2001 toiminnanjohtajan Ari Koi-vun innostuksesta Tansaniaan, ja erityisesti liikuntaan ja kehitysyhteistyöhön (LiiKe 06.07.2020).

LiiKen hankkeet ja projektit kohdistuvat pääsääntöisesti Tansaniaan. Järjestö toimii aktiivisesti eri hankkeiden ja varainhankinnan parissa, hakee avustuksia, hankkivat tukijoita ja lahjoituksia.

Liikunnan Kehitysyhteistyö on ollut mukana monessa hankkeessa, joista yksi tunnetuimmista on Suomessa Helsinki Cupissa vierailevat FC Vito joukkueen iloiset ja taitavat pelaajat. Muita hankkeita, joissa Liike on ollut mukana ovat mm. Koulutusta liikunnalla, jonka tavoitteena oli kunnostaa satojenkoulujen kenttiä, tarjota opettajille koulutusta ja pyrkiä entistä enemmän läänin viranomaisten mukana oloon. Tämä mahdollistaa hankkeen jatkumon Suomesta saadun avustuksen loputtua.

Liikunnan Kehitysyhteistyön tavoitteisiin kuuluvat riittävän koulutuksen mahdollistaminen kehitysmaissa, liikunnan- ja terveystieteiden lisääminen, sekä lisätä tasa- arvoja ja vahvistaa tyttöjen ja vammaisten oikeuksia koulutukseen ja liikuntaan (LiiKe 06.07.2020).

### 2.1.1 Kehitysyhteistyö

Kehitysyhteistyö on yksi keino toteuttaa kehityspolitiikkaa. Se on käytännön yhteistyötä kehitysmaiden sekä muiden yhteistyökumppaneiden – kuten kansainvälisten järjestöjen ja kansalaisjärjestöjen – kanssa kehitystavoitteiden saavuttamiseksi (Ulkoministeriö).

15 suomalaisella kansalaisjärjestöllä on hankkeita aktiivisesti Tansaniassa. Niiden päätarkoituksena on tasa-arvoisen ja avoimen yhteiskunnan tukeminen, palveluiden tuottaminen, sekä demokraattisen yhteiskunnan tukeminen. Merkittävimpiä tukemisen kohteita ovat erityisesti vammaisten aseman parantaminen, terveydenhuolto, koulutus, sekä ympäristötyö. Projekti Matwaara keskittyy erityisesti koulutukseen ja kehitysvammaisten aseman parantamiseen.

Suomen kehitysyhteistyö parantaa miljoonien ihmisten elämää ja auttaa rakentamaan vakaampia ja oikeudenmukaisia yhteiskuntia. (Ulkoministeriö 10.09.2020.)

Suomen Ulkoministeriön mukaan kehitysyhteistyö tulokset ovat moninaisia. Ne voivat olla konkreettisia, kuten paremmin koulutettujen opettajien saaminen tai yhteiskunnan rakenteisiin ja asenteisiin liittyviä tavoitteita kuten syrjinnän lopettaminen. Projekti Matwaaraan liittyvällä avulla pyritään saamaan asenteisiin ja rakenteisiin muutosta. Myös Ulkoministeriön kehityspolitiikan tulosraportissa eduskunnalle todetaan että, näiden muutosten saavuttaminen vie pidemmän aikaa.

Suomella on useita kahdenvälisiä kehitysyhteistyökumppaneita, eli Suomi ja kehitysmaa tekevät yhteistyötä. Suomen yksi merkittävin kahdenvälisen kehitysyhteistyön kumppani on Tansania, kirjoitetaan Ulkoministeriön julkaisussaan *Kahdenväliset kumppanimaat*. Suomi jakaa tukeaan ja osaamistaan maihin, joissa sille on suuri tarve ja pyrkii saavuttamaan tuloksia, joista on sovittu kehitysyhteistyökumppaneiden kanssa. (Ulkoministeriö 10.09.2020)

LiiKe tekee tiivistä yhteistyötä tansanialaisen kumppanijärjestö Sports Development Aid (SDA) kanssa. Järjestö toimii sekä Etelä-Tansaniassa Mtwaran ja Lindin alueilla sekä Keski-Tansaniassa Singidan alueella. SDA on toiminut Mtwarassa vuodesta 2003 lähtien, Lindissä vuodesta 2010 alkaen ja Singidassa vuodesta 2007 alkaen (LiiKe 10.09.2020).

SDA tukee yli 600 peruskoulua Mtwaran läänin alueella. Järjestö edistää peruskoulujen oppilaiden liikuntamahdollisuuksia mm. kouluttamalla ala- ja yläasteiden opettajia, järjestämällä liikuntatunteja ja liikuntaturnauksia paikallisissa kouluissa, sekä kunnostamalla niiden urheilukenttiä (LiiKe).

## **2.2 Kehityspolitiikka**

Kehityspolitiikalla tarkoitetaan Ulkoministeriön ”Suomen kehityspolitiikan tavoitteet ja periaatteet” julkaisun mukaan toimintaa, joka tähtää maailmanlaajuisesti köyhyyden vähentämiseen, perusoikeuksien toteutumiseen ja kestäväen kehityksen edistämiseen. Sitä on esimerkiksi Suomen vaikuttamistyö kansainvälisissä järjestöissä ja vuoropuhelu kehitysmaiden edustajien kanssa. Päävastuu Suomen kehityspolitiikasta on ulkoministeriöllä (Ulkoministeriö 10.09.2020). Liikunnan Kehitysyhteistyö tekee kehityspolitiikkaa Sports Development Aidin (SDA) kanssa. Se on tansanialainen organisaatio, jonka tavoitteena on tehdä koulunkäynnistä liikunnan avulla niin mielenkiintoista, että yksikään lapsi ei jätä koulunkäynti velvollisuuttaan täyttämättä, kirjoittaa LiiKe verkkosivuillaan. SDA tukee yli 600 peruskoulua ja kymmeniä yläkouluja Mtwaran ja Lindin läänien alueella.

## **2.3 Nykytilanne Mtwarassa**

Mtwara on kaupunki Tansaniassa ja se sijaitsee Intian valtameren rannikolla, lähellä Mosambikin rajaa. Vuonna 2020 Mtwaran asukasluku oli 96 602. (Worldometers 17.09.2020.)

Opinnäytetyötä varten haastateltiin sähköpostin avulla Tansaniassa asuvaa LiiKe: n työntekijää, sekä Sports Development Aidin työntekijää (Liite 2.). Vastaukset ovat heidän omia kokemuksiaan ja näkemyksiään. (LiiKe: n ja SDA: n työntekijät 19.08.2020.)

Tällä hetkellä Mtwarassa lapsilla ja nuorille ei ole julkista paikkaa, joka tarjoaisi liikuntamahdollisuuksia. Kuitenkin siellä on maksullisia Suomen esikoulua vastaavia yksityisiä paikkoja, joissa järjestetään ohjattua aktiviteettia. Muutenkin lapsille ja nuorille tarkoitetut ohjatut tunnit ovat yksityisen tarjoamia maksullisia palveluita, kertoo LiiKen työntekijä. (LiiKe: n ja SDA: n työntekijät 19.08.2020.)

Paikalliset järjestävät nuorille erilaisia aktiviteetteja kuten katujalkapalloa, nyrkkeilyä ja tanssia. Jos nuoret haluavat harjoitella valmentajan kanssa he voivat hankkia valmentajan paikalliselta yksityiseltä toimijalta Athletics Association järjestöltä. Aikuisille on tarjolla useita juoksuseuroja, kuntosaleja, nyrkkeilysaleja, jalka- ja verkkopalloa (netball). Monet

näistä ovat itse ohjattuja ja vain muutamat juoksuseurat ovat rekisteröityjä. (LiiKe: n ja SDA: n työntekijät 19.08.2020.)

Liikunta näkyy eri tavoin mtwaralaisten arjessa. Erityisesti paikallisen Ndandan jalkapallo-ottelut stadionilla keräävät katsojia. Osa harrastaa jalkapalloa tai verkkopalloa ja ymmärtää liikunnasta tulevat hyödyt. Jotkut ajattelevat, että pyörällä töihin menevät ovat köyhiä tai laiskoja. Naiset eivät välttämättä vielä koe urheilun kuuluvan heille, eikä hyötyliikunnan merkitystä tunneta. Kuitenkin nykyään he harrastavat hyötyliikuntaa kuten kävelyä ja lenkkeilyä.

Kehitysvammaisten kilpailuhenkiset lajit on unohdettu verrattuna muiden ihmisten peleihin ja urheiluun. Kehitysvammaiset lapset ja nuoret opiskelevat erillään vamman mukaan. Heidän opintonsa ohjelma eroaa "normaalista" esimerkiksi siten, että heillä on 40 minuuttia päivässä liikuntaa, kun muilla oppilailta on kaksi tuntia liikuntaa viikossa. Vammat nähdään siten, että he eivät voi opiskella normaaleja aineita heidän vammansa takia. (LiiKe: n ja SDA: n työntekijät 19.08.2020.)

## **2.4 Projektin Matwaara**

Tämä opinnäytetyö lähti käyntiin, kun LiiKe ry oli suunnitellut tämän kaltaista projektia jo aiemmin, mutta se oli jäänyt ideointitasolle. Projektiryhmä koostui toimeksiantajasta, LiiKe: n työntekijästä ja vapaaehtoisista, sekä yhteistyökumppanista. Projektiryhmä aloitti aieman ideoinnin pohjalta projektin ideoinnin ja toteutuksen, jossa päädyttiin verkossa toteutettavan varainhankintamallin tekoon, koska itse varainhankintaprojekti ei ehdi valmiiksi ennen opinnäytetyön määräaika.

Projektin Matwaaran nimi tulee Tansanian kaupungista nimeltä Mtwara, johon projekti keskittyy. Projektin Matwaara on verkossa toteutettava varainhankintakampanja, josta saaduilla lahjoituksilla remontoidaan Tansanian Mtwarassa sijaitseva liikunta- ja koulutuskeskus. Keskus on kaikille, mutta erityisesti kehitysvammaisille ja koulusta pudonneille lapsille ja nuorille, joilla ei muuten ole mahdollisuutta koulutukseen.

Projektin Matwaaran on tarkoitus jatkua kesälle 2021, jolloin liikunta- ja koulutuskeskuksen tulisi olla valmis. Sen jälkeen LiiKe ry etsii kuukausilahjoittajia, jotka jakavat samat arvot ja halun auttaa kehitysvammaisia lapsia ja nuoria saamaan liikunta- ja koulutusmahdollisuudet, jotka heille kuuluvat. Heidän avullaan mahdollistetaan liikunta- ja koulutuskeskuksessa opiskeleville kehitysvammaisille lapsille ja nuorille mahdollisuus ja resurssit opiskella ja liikkua keskuksessa ja näin varmistetaan keskuksen kannattavuus. Keskus saa



varansa ravintolasta, liikuntatuntien varausmyynnistä ja kaupallisista kursseista kaikille. Kurssit sisältävät mm. kielten opiskelua, business -ajattelua ja tuotteistamista.

## 2.5 Työn tarve

Verkossa toteutettavalle varainhankintamallille on tarvetta, koska sellaista ei vielä ole ja Liike tekee vuosittain monia hankkeita eri toimijoiden kanssa pääsääntöisesti Tansaniaan. Mallin on tarkoitus toimia työkaluna ja apuvälineenä hankkeita ja projekteja tehdessä. Malli auttaa erityisesti suunnitteluvaiheessa, koska siitä on helppo lukea, mitä aiemmin on tehty. Lisäksi työn tarkoituksena on luoda esimerkki, miten verkossa toteutettavaa varainhankintaa voi toteuttaa ja mahdollisesti tulevaisuudessa välttää sudenkuopat ja löytää hankkeisiin juuri oikeat menetelmät.

Tämän projektin alatavoitteena on kerätä varoja, joilla kunnostetaan liikunta- ja koulutuskeskus Mtwarassa. Keskus tarjoaa ammatillista koulutusta mm. puutarhanhoitoon ja ravintolatyöntekijäntaitoihin kaikille, mutta erityisesti kehitysvammaisille lapsille ja nuorille.

Kehitysvamman omaavat ihmiset opiskelevat tällä hetkellä ammatteihin, jotka mahdollistavat oman yrityksen perustamisen. Tansaniassa vallitsevana näkemyksenä on, että vamma estää työntöön. Näin ollen yritys on vammaisen ihmisen varmin keino työllistyä, kertoo Liike: n ja SDA: n työntekijät.

Tällä hetkellä Mtwarassa on yksi Suomen ammattikouluun verrattavan koulutusasteen opettaja, joka pystyy opettamaan viittomakielellä. Aineet, joita kehitysvammaisille opetetaan ovat putki-, kokkaus- ja vieraanvaraisuustaidot. Toisessa koulussa, hieman kauempana Mtwarasta, Ndandassa opetetaan ompelu ja räätälöinti taitoja. Peruseriaate on, että ihminen, jolla on vamma voi ilmoittautua ammatilliseen koulutukseen, jos hänen vammansa ei häiritse heidän edistymistään opinnoissa kertoo Liike: n ja SDA: n työntekijät.

Kuitenkin kehitysvammaiset ovat laiminlyötyjä ja vanhemmat eivät halua sijoittaa tai "tuhlata rahojaan" kehitysvammaisten kouluttamiseen. Kehitysvammaiset lapset ja nuoret jätetään normaalien kouluaineiden ulkopuolelle vedoten siihen, että he eivät vammansa takia pysty niitä opiskelemaan. Tansaniassa kehitysvammaiset lapset ja nuoret pyritään pitämään piilossa muulta yhteiskunnalta ja perheet kokevat heidät taakaksi. Tämän lisäksi kehitysvammaisia kohtaan kohdistuu useita tabuja, joiden takia heitä syrjitään ja jätetään yhteiskunnan ulkopuolelle.

Projekti Matwaaran tavoitteena on mahdollistaa ammatillinen koulutus, mutta myös toimia suunnannäyttäjänä muille Tansanian kunnille ja yhteisölle. Tämän lisäksi koulutus mahdollistaa itsenäisemmän elämän verrattuna aikaisempaan. Näistä esimerkeistä ja kokemuksista voidaan päätellä, että opinnäytetyölle ja Projekti Matwaaralle on suuri tarve.

### **3 Varainhankinta**

Varainhankintaa voi toteuttaa monin eri keinoin. Näitä keinoja ovat mm. hyväntekeväisyys, talkootyö, arpajaiset, avustukset, jäsenmaksut, verkossa toteutettava varainhankinta, koulustoiminta ja lahjoitukset. Projekti Matwaarassa kerätään lahjoituksia pääsääntöisesti yritys-, kerta- ja kuukausilahjoituksilla. Projekti Matwaarassa tärkein varainhankintakeino on yrityslahjoitukset, joilla pyritään keräämään kunnostukseen tarvittavat varat. Toinen varainhankintakeino, jota tässä projektissa hyödynnetään, on kuukausilahjoittajat, jota kutsutaan tässä projektissa kummilahjoittajiksi. Kolmas keino lahjoittaa on kertalahjoitus, joka on suunnattu ihmisille, jotka eivät halua sitoutua lahjoittamiseen, mutta haluavat olla osana liikunta- ja koulutuskeskuksen mahdollistamista.

#### **3.1 Lainsäädäntö ja lupa-asiat**

Kunnostettava Liikunta- ja koulutuskeskus rekisteröidään veronmaksajaksi Mtwaraan. Lupa, joka keskuksen ylläpitämisen tarvitaan, on liiketoimintalicenssi. Näiden lisäksi keskus maksaa arvonnisäveroä kuukausittain, sekä verokertymää vuosittain kunnalle, kertoo LiiKe: n ja SDA: n työntekijät.

LiiKellä on Poliisihallituksen 30.11.2018 myöntämä rahankeräyslupa RA/2018/1162, voimassa 1.1.2019 – 31.12.2022 koko Suomen alueella Ahvenanmaata lukuun ottamatta. Kerätyt varat käytetään viimeistään 30.6.2023 mennessä Afrikassa liikunnan ja terveyskasvatuksen keinoin tapahtuvaan kehitysyhteistyöhön. Rahankeräyksen käytännön toimeenpanija on LiiKe ry, kerrotaan Liikunnan Kehitysyhteistyön sivuilla.

Varainhankinnan perustana ovat luvat, sekä rehellisyys, jota toteutetaan pitämällä projekti läpinäkyvänä. Lahjoittajille kerrotaan heti, miten heidän lahjoituksensa auttavat konkreettisesti, sekä heitä pidetään ajan tasalla läpi lahjoitusajan.

#### **3.2 Vastuullinen Lahjoittaminen**

LiiKe on jäsenenä Vastuullinen Lahjoittaminen VaLa- järjestössä (LiiKe, 2014). VaLa on varainhankintaa harjoittavien yleishyödyllisten yhteisöjen yhteistyöverkosto. VaLa: n mis-

siona on määritellä ja edistää hyvän hallinnon ja hyvän varainhankinnan periaatteita suomalaisessa yhteiskunnassa sekä auttaa jäsenjärjestöjään oppimaan yhdessä osana kansainvälistä verkostoa (VaLa 28.09.2020).

Kuulumalla järjestöön, Liike lupaa toimia tiettyjen sääntöjen mukaan, joka luo varmuutta ja turvallisuutta yhteistyökumppanien ja lahjoittajien kanssa toimimisessa.

## **4 Digitaalinen markkinointi**

Digitaalinen markkinointi on muuttanut tapaa, miten yritykset ja muut toimijat kommunikoi-  
vat yleisönsä kanssa. (Chaffey & Ellis-Chadwick 2019, 14.)

Se mahdollistaa entistä nopeamman pääsyn asiakkaan lähelle hyödyntäen vanhoja mark-  
kinoinnin keinoja, mutta samalla antaen mahdollisuuden uusille tavoitteille toteuttaa mark-  
kinointia. Järjestö, joka osaa hyödyntää markkinoinnin monia eri keinoja oikeissa tilan-  
teissa, pystyy tavoittamaan lukuisia potentiaalisia toimijoita ja mahdollisia yhteistyökump-  
paneita nopeasti.

Digitaalinen markkinointi kehittyy koko ajan, joten järjestöjen pitää kehittää osaamistaan  
siinä koko ajan, jotta he pystyvät tavoittamaan kohderyhmänsä parhaalla mahdollisella ta-  
valla ja pysymään kehityksessä mukana. Tästä kertoo mm. se, että Liikkeen työntekijät otta-  
vat osaa moniin eri webinaareihin ja tapahtumiin, joista on mahdollisuus oppia uutta hyö-  
dyllistä tietoa tulevaisuuden kannalta. Tapahtumissa on mahdollista verkostoitua ja tuoda  
esille omia huomioita sekä keskustella alan eri toimijoiden kanssa.

Digitaalinen markkinointi koostuu Digital marketing- kirjan mukaan viidestä isommasta ko-  
konaisuudesta, joita ovat: suunnittele(plan), tavoita (reach), toimi (act), muuntaudu (con-  
vert) ja sitouta (engage). (Chaffey & Dave 2019, 15).

Kun näihin kaikkiin osa- alueisiin on paneuduttu, tehty suunnitelma ja seurattu toteutusta  
saadaan kattava tieto omista vahvuuksista ja kehityskohteista. Projekti Matwaarassa hyö-  
dynnetään näitä eri vaiheita soveltaen.

### **4.1 Keinot ja kanavat digitaalisessa markkinoinnissa**

Digitaalisen markkinoinnin ensimmäinen osa on suunnittelu. Markkinoinnin suunnittelussa  
tulee ottaa huomioon useita eri asioita ja luoda niistä kokonaisuus (Chaffey & Dave 2019,  
15). Alussa suunnitellaan markkinointistrategia eli miten ja missä markkinointia toteute-

taan ja kenelle. Sen jälkeen pohditaan, mitkä kanavat ovat tehokkaimmat juuri tähän projektiin ja tämän projektin kohderyhmille. Tutkitaan myös, paljonko markkinoinnin budjetti on ja onko tarpeellista hyödyntää maksullista markkinointia esimerkiksi Facebookissa, jossa tämä on mahdollista. Lisäksi luodaan mittarit, joilla etenemistä voidaan seurata. Kun suunnittelu on toteutettu huolella, aletaan toimia eli aloitetaan luomaan sisältöä ja seuraamaan saavutetaanko sillä haluttua vaikutusta. Tässä vaiheessa tarkkaillaan mittareita, joita alussa luotiin ja tutkitaan, kuljetaanko oikeaan suuntaa. Tarvittaessa tehdään muutoksia, hyödynnetään uusia markkinoinnin keinoja ja luodaan uusia mittareita, joilla seurataan etenemistä.

Viidentenä kohtana kirjassa (Chaffey & Dave 2019, 262–274) on “sitouta”, jonka tarkoituksena on luoda asiakkaalle paras mahdollinen asiakaskokemus, jotta hän palaa palvelun pariin ja mahdollisesti kehuu sitä eteenpäin ja näin ollen saadaan uusia lahjoittajia. Sitoutamisvaiheessa on myös tärkeää toteuttaa alussa suunniteltua markkinointistrategiaa ja -suunnitelmaa, jotta järjestön kanaviin tulee säännöllisesti sen seuraajia kiinnostavaa materiaalia ja he tuntevat, että heistä välitetään ja heille halutaan luoda mielenkiintoista ja informatiivista sisältöä. Sisällön tulisi olla sellaista, joka tuo sen seuraajille lisäarvoa ja mahdollisesti luo vuorovaikutusta järjestön ja seuraajien välille.

Sosiaalisen median markkinointiin ja mainontaan tulisi käyttää aikaa, koska se tavoittaa monia eri-ikäisiä henkilöitä nopeasti. Järjestön sosiaalisen median sisältöön ja säännöllisyyteen tulee panostaa, koska niiden avulla oma seuraajakunta laajenee ja näkyvyys kasvaa, sekä sitoutuminen lisääntyy. Sisällössä pitää panostaa laadukkuuteen ja kiinnostavuuteen, sekä aitouteen.

Verkossa toteutettavassa varainhankintakampanjassa keskiöön nousee markkinointi ja sen onnistuminen. Markkinointia voi toteuttaa monella eri tavalla. Tutkimusten mukaan tunteisiin vetoamalla päästään parhaiten haluttuihin tuloksiin, koska tunteita herättämällä saat aikaan aitoa vaikuttamista.

Emotionaalisen arvon kokeminen on tärkeää kuluttajille, jotka pitävät tärkeänä kuluttamisen ja palvelun käyttämisen kokemuksellisuutta. Näin ollen tuote tai palvelu, joka herättää kuluttajassa myönteisiä tunteita voi tuottaa asiakkaalle emotionaalisen arvokokemuksen (Leppänen 2012, 31).

Tämän hankkeen puitteissa projektiryhmä mietti keinoja, joilla eri lahjoittajia saadaan kiinnostumaan juuri tästä projektista. Nopeasti esille nousi "Älä tuputa". Varainhankintakampanja markkinoidaan ihmisille siten, että he saavat itse päättää ja valita haluavatko he olla mukana vai ei, ilman tuputtamista tai syyllistämistä.

Projektin markkinoinnin ja viestinnän kanavat tulee miettiä tarkkaan. Liikunnan Kehitysyhteistyöllä on olemassa sähköposti, verkkosivut, sekä eri sosiaalisen median kanavia. Heillä on 2296 seuraajaa Twitterissä, 2044 Facebookissa, 936 Instagramissa. Jo näiden tietojen pohjalta voidaan todeta, että esimerkiksi viikoittaisten julkaisujen kanavana voi toimia Facebook, joka mahdollistaa erilaisia markkinoinnin keinoja ja jossa voi luoda useampia päivityksiä viikossa ja samalla tavoittaa monia ihmisiä, kun taas vahvistusviestit ja luotamukselliset asiat on hyvä hoitaa sähköposteilla.

#### **4.2 Kohderyhmän rajaaminen digitaalisessa markkinoinnissa**

Kohderyhmän rajaaminen on keskeinen osa projektin suunnitteluvaiheessa ja tässä tapauksessa erityisesti markkinoinnin ja viestinnän suunnittelussa. Rajaaminen on tärkeää, koska jos markkinointia yrittää tehdä kaikille, se ei osu juuri keneenkään. Sen takia markkinoinnin oikeaa potentiaalia ei hyödynnetä. Kohderyhmä saa olla mielellään mahdollisimman kapea ja tarkka niin saat kohdistettua juuri oikeanlaisia viestejä heille ja löydät oikeat kanavat, josta tavoitat heidät. (Orpana 12.05.2017.)

Projekti Matwaaran markkinoinnin kohderyhmät ovat Afrikassa toimivat suomalaiset yritykset, kuukausi- ja kertalahjoittajat, sekä projektin puolesta välissä uutena ryhmänä tulleet kiinalaiset yritykset, jotka toimivat jo valmiiksi Tansaniassa, jotka jakavat saman arvon projektin kanssa eli sen, että tasa-arvoinen koulutus kuuluu kaikille.

Projektin eri palveluita voidaan rajata myös eri kohderyhmille, niin kuin tässä projektissa on tehty. Yrityslahjoittajille on olemassa erilaisia lahjoitus tasoja: kulta-, hopea- ja pronssi-taso. Tasot eroavat lahjoitussumman ja niistä saatujen etuuksien kautta. Alussa saatujen yritys lahjoitusten avulla kunnostetaan liikunta- ja koulutuskeskus, jossa koulutusta kehitysvammaisille lapsille ja nuorille aletaan toteuttamaan.

Kummituki, jossa lahjoitus tehdään joka kuukausi, on suunnattu ihmisille, jotka haluavat olla mahdollistamassa kehitysvammaisten lasten ja nuorten koulunkäynnin materiaalit, opetuksen ja jatkumon niille, koska keskus ei ole heti avauduttuaan omavarainen. Nämä lahjoittajat voivat olla sellaisia, joilla on säännöllisiä tuloja, joista he voivat lahjoittaa kuukausittain kummilapselleen.

Kertalahjoitus on tarkoitettu ihmisille, jotka eivät pysty tai halua sitoutua kuukausilahjoittajiksi, mutta haluavat silti olla mukana tukemassa Projekti Matwaaraa ja haluavat olla osana koulutuksen tasa- arvostamisen mahdollistajina.

Eri kohderyhmille luodaan heitä puhuttelevaa ja juuri heille suunnattua sisältöä. Esimerkiksi yrityksille luotiin Powerpoint esitys, jossa esiteltiin projekti ja siihen tarvittava lahjoitussumma eriteltynä. Powerpointia luodessa hyödynnettiin tunteisiin vetoavaa markkinointia perustuen faktoihin. Heille suunniteltiin myös saatekirje, jossa pyrittiin informatiivisesti ja mielenkiintoa herättäen esittelemään Projekti Matwaara. Kirjeessä ja PowerPointesityksessä tuotiin molemmissa selvästi esille, mistä voi kysyä lisää, jos projekti kiinnostaa.

Kummi- ja kertalahjoittajille luotiin sisältöä, joka luo jonkin tunteen heissä mm. kysymysten ja mielikuvien avulla. Tulevaisuudessa tarkoituksena on kuvata materiaalia sosiaaliseen mediaan, joka herättää mahdollisten lahjoittajien mielenkiinnon. Lisäksi tavoitteena on luoda lyhyt videopätkä, jossa eri julkisuuden henkilöt kertovat, miksi he tukevat juuri tätä projektia ja, miksi sinun pitäisi myös. Tällaisen markkinoinnin tarkoituksena on herättää ihmisten mielenkiinto auttaa ja herättää heissä kysymyksiä kuten "Henkilö, jonka arvoja ja tekoja ihailen, tukee tätä, vastaako tämä projekti myös omia arvojani? Haluanko minäkin lahjoittaa?".

Varainhankinnassa myös tärkeä osa- alue on vuorovaikutus lahjoittajien kanssa. Osapuolien välillä tulee vallita luottamus ja lahjoittajat tulee pitää ajan tasalla, mitä heidän lahjoituksillansa on saatu aikaan. Tähän auttaa selkeät nettisivut, joista löytyy tietoa lahjoituksista. Lisäksi on tärkeää luoda lahjoittajille sisältöä, joka on suunnattu vain heille, koska he tukevat toimintaa. Sosiaalisen median julkaisulla pyritään tarinan kerrontaan ja siellä informoidaan, tasaisin väliajoin, miten keskuksen rakentaminen etenee yms. Tällaisten päivitysten tarkoituksena on herättää ihmisten mielenkiinto ja saada heidät palaamaan järjestön sivuille katsomaan, miten asiat ovat edenneet.

#### **4.3 Varainhankintamallin tavoitteet**

Varainhankinnalla pyritään aina johonkin tavoitteeseen. Ennen projektia tulee asettaa tavoitteet, jotta menetelmät, mittarit ja välitavoitteet voidaan asettaa realistisesti. Lisäksi projektin edetessä niihin voidaan palata ja niistä voidaan seurata, kuljetaanko oikeaan suuntaan.

Tämän projektin aikana tehdyistä vaiheista ja hyödynnetyistä menetelmistä on tavoitteena luoda malli, joka auttaa tulevaisuudessa, kun toimitaan uusien hankkeiden parissa ja tämä

toimii apuvälineenä niissä. Malliin on helppo palata ja tutkia, mitä keinoja on hyödynnetty missäkin vaiheessa.

Usein tavoitteet vaihtelevat hankkeen mukaan ja sillä voi olla useampia eri tavoitteita. Päätöksiä, joita projektien aikana tehdään, tulee peilata asetettuihin tavoitteisiin ja arvioida, toimitaanko niiden mukaan. Täten hankkeen punainen lanka säilyy läpi projektin.

Tavoitteen asettelu ennen projektin kunnollista aloitusta on yksi oleellisin asia projektissa, koska tavoitteen asettelu on tutkittu olevan yksi merkittävimmistä motivaatiota ja suoritusta edistävästä menetelmästä urheilussa, koulutuksissa ja työyhteisöissä (Locke & Latham 1990). Kun projektitiimillä on yhteiset ja selkeät tavoitteet heidän on helpompi lähteä kulkemaan yhteistä päämäärää kohti. Lisäksi tavoitteiden tarkoituksena on toimia projektiryhmän yhteisenä punaisena lankana, johon kaikki tähtäävät.

Tavoite auttaa myös rajaamaan ja kohdentamaan kaikkea, mikä liittyy projektiin. Kun ne on rajattu hyvin, on johdonmukaisempaa lähteä selvittämään kohderyhmiä ja oikeanlaista sisältöä heille.

Tavoitteet voivat olla joko subjektiivisia eli sitä ei voi mitata tai seurata tai objektiivisia, jolloin voidaan luoda mittarit ja onnistumista pystytään seuraamaan. Hankkeissa ja projekteissa on tärkeää luoda objektiivisia tavoitteita, jotta projektiryhmä pystyy seuraamaan, edistyykö projekti siihen suuntaan mihin alun perin on sovittu.

Tavoitteiden tulee olla realistisia ja hyvin määriteltyjä, sekä niihin tulee luoda mittarit, joiden avulla voidaan seurata edistymistä ja onnistumista. Niihin on hyvä eritellä osa-alueet, joihin itse voi vaikuttaa ja jotka ovat itsestä riippumattomia, jolloin omaa toimintaa on helpompi peilata silloin, kun jokin asia toimii tai johonkin pitää tehdä muutoksia. Projektilla on aina iso päätavoite, mutta sille on hyvä asettaa myös välitavoitteita.

Opinnäytetyön päätavoitteena on luoda markkinointimateriaaleja ja sisältöä, jota hyödynnetään Projektin Matvaaran verkkosivuilla ja yritysten kontaktointiin, kun etsitään lahjoittajia. Tavoitteena tässä opinnäytetyössä on kehittää aikataulutukseen ja markkinointisisältöön materiaaleja, sekä projektin verkkosivut. Projektin aikana tehtyjen päätösten ja hyödynnettyjen menetelmien pohjalta luodaan verkossa toteutettava varainhankintamalli, jota Liike voi jatkossa käyttää tukena suunnitellessaan uusia hankkeita ja kontaktoitaessa yrityksiä.

#### **4.4 Projekti Matwaaran tavoitteet**

Projekti Matwaaran keskeisin tavoite on varainhankinnasta saatujen lahjoitusten avulla mahdollistaa Tansanian Mtwarassa sijaitsevan ränsistyneen koulutuskeskuksen uudelleen käyttöönotto ja ammatillinen koulutus erityisesti kehitysvammaisille lapsille ja nuorille. Varainhankinnan yhtenä muotona on kummitukilahjoitus, jonka tavoitteena on mahdollistaa kehitysvammaisten lasten ja nuorten koulumateriaalit, -kyyti ja opetus. Lisäksi projektin aikana haetaan tukea eri säätiöiltä, yksityishenkilöiltä ja yrityksiltä, joiden lahjoitusten tavoitteena on tukea liikunta- ja koulutuskeskuksen toimintaa kohti omavaraista keskusta.

Alatavoitteena on luoda materiaalien avulla Projekti Matwaara, jossa tavoitteena on kerätä varoja 84 000 €, joulukuun 2020 loppuun mennessä ja vuonna 2021 aloittaa Tansanian Mtwarassa sijaitsevan ränsistyneen koulutuskeskuksen kunnostus. Keskuksesta tehdään liikunta- ja koulutuskeskus kaikille, erityisesti kehitysvammaisille lapsille ja nuorille, joilla ei muuten ole mahdollisuutta ammatilliseen koulutukseen. Projekti toimii esimerkkinä muille Tansaniassa ja sen onnistuessa se luo kauaskantoisia vaikutuksia yhteiskuntaan.

### **5 Opinnäytetyön eteneminen osana Matwaara projektia**

Projekti aloitettiin vuonna 2020 huhtikuun lopussa yhteisellä Zoom- tapaamisella, jossa keskusteltiin ja ideoitiin tulevaa projektia (Kuvio 1). Palaverissa toimeksiantajan edustaja Ari Koivu kertoi aiemmista ja käynnissä olevista hankkeista, joita heillä on. Toukokuussa projektia suunniteltiin ja ideoitiin, sekä aloitettiin verkkosivuille laitettavien tekstien suunnittelu. Projektiryhmä loi materiaaleja ja testasi niitä eri menetelmin.

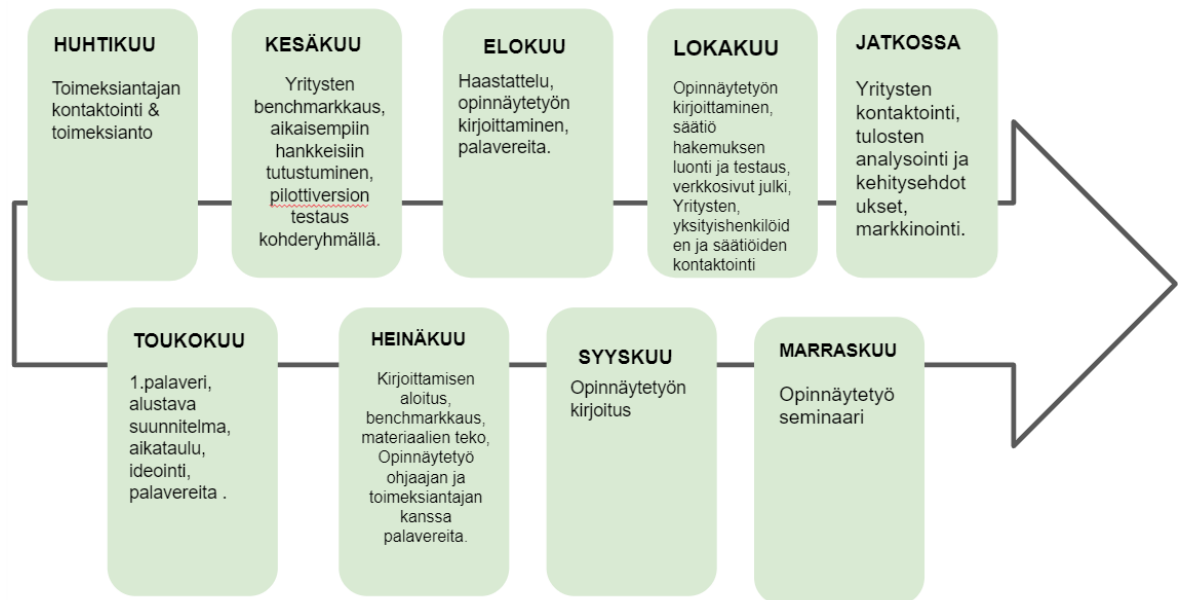
Kesä- heinäkuussa etsittiin tietoa eri toimijoista ja mahdollisista kontaktoitavista yrityksistä (Kuvio 1).

Verkkosivujen oli ensimmäisen tavoitteen mukaan tarkoitus olla julki elokuun alussa, mutta niiden teko viivästyi ja sivut alkoivat valmistua syys- lokakuun aikana. Tässä opinnäytetyössä keskityttiin pääsääntöisesti Projekti Matwaaran tausta- ja suunnitteluvaiheeseen. Kuviossa 1. on kuvattu opinnäytetyön eteneminen.

Tämän lisäksi oli useita etäpalavereita toimeksiantajan, sekä opinnäytetyöohjaajan kanssa säännöllisin väliajoin. Palaverissa toimeksiantajan kanssa ideoitiin ja pohdittiin tilannetta, jossa sillä hetkellä aina oltiin, sekä sovittiin, mitä seuraavaksi tehdään.



Opinnäytetyöohjaajan kanssa viestiteltiin sähköpostilla ja pidettiin tapaamisia, tasaisin väliajoin, joissa keskusteltiin opinnäytetyön etenemisestä ja mahdollisista ongelmakohtista ja löydettiin niihin ratkaisuja, jotta työnteko pystyi jatkumaan. Opinnäytetyö ohjaaja ja toimeksiantajan pidettiin tietoisina mahdollisista viivästyksistä, joita projektin aikana tuli liittyen muihin kouluprojekteihin, jotka olivat siirtyneet COVID-19 johdosta.



(Kuvio 1. Opinnäytetyön etenemiskaavio)

## 6 Menetelmät Projekti Matwaarassa

Toiminnallisesta opinnäytetyöstä puhutaan myös sanoilla produktio ja projekti. Toiminnallisessa opinnäytetyössä etsitään ratkaisua johonkin esim. työelämästä tai liikunta-alalta nousevaan käytännön ongelmaan tai kehitetään uusia toimintoja, palveluja & käytänteitä. Asetetun ongelman ratkaisemiseksi käytetään erilaisia keinoja, menetelmiä ja toimia. Toiminnallisessa opinnäytetyössä kehitysprosessin kuvauksella ja arvioinnilla on prosessin suunnittelun ja toteutuksen ohella keskeinen rooli. Toiminnallisen opinnäytetyön muoto voi olla verkkomateriaalia, (opas)kirja, jonkin tapahtuman tai esityksen suunnittelu ja toteutus, toimintasuunnitelma jne. Toiminnallisessa opinnäytetyössä on kaksi osuutta: 1) toiminnallinen osuus (produktio) ja 2) opinnäytetyöraportti eli opinnäytetyöprosessin dokumentointi ja arviointi (Haaga- Helia).

Tämä opinnäytetyö on toiminnallinen opinnäytetyö, jossa eri menetelmiä hyödyntäen luodaan malli ja materiaaleja verkossa toteutettavaan varainhankintaan. Tätä materiaalia toimeksiantaja pystyy hyödyntämään myös tulevaisuuden hankkeissa ja projekteissa.

Tässä projektissa hyödynnettyjen menetelmien on tarkoitus toimia apuna tulevilla hankkeilla, kun pohditaan mitä menetelmiä aiotaan hyödyntää. Työhön voi palata ja siitä voi tarkastella miten eri menetelmät toimivat ja millaiseen tiedonkeruuseen ne esimerkiksi soveltuvat.

Menetelmät, joita tässä opinnäytetyössä hyödynnettiin eri projektin vaiheissa, olivat benchmarkkaus design thinking eli muotoiluajattelu- työkalu, haastattelu, sekä brainstorming.

Työ toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä, koska varainhankinnalle oli tarvetta ja työtä oli aiemmin jo ideoitu, joten niiden pohjalta päädyttiin tutkimaan ja suunnittelemaan Projekti Matwaaraa.

Tämä opinnäytetyö käsittelee koko Projekti Matwaaran ensimmäistä vaihetta eli kaikkea sitä, mitä tehdään ennen kuin varainhankintaa aletaan toteuttamaan.

## **6.1 Projekti Matwaaran taustavaiheen menetelmät**

Projektin alussa pidettävissä palaverissa keskusteltiin projektin tavoitteista ja aikataulusta ja sovittiin isoja linjoja aikatauluun, sekä välitavoitteita (Kuvio 3.). Tässä vaiheessa tiedettiin, jo että koko projekti ei ehdi loppua, kun opinnäytetyö tulee olla valmis, joten sovittiin, että opinnäytetyön tuloksena luodaan malli avuksi tulevaisuuden hankkeisiin ja projekteihin (Kuvio 3.). Menetelmä, jota tässä vaiheessa hyödynnettiin, oli brainstorming eli aivoriihi, jossa on tarkoitus ideoida mahdollisimman paljon lyhyen ajan sisällä. Menetelmän lähtökohtana on jokin haaste, jota lähdetään selvittämään (Vaasan Yliopisto 30.10.2018). Menetelmä soveltuu käytettäväksi yksin tai ryhmässä. Tässä projektissa brainstormingiin osallistuivat toimeksiantaja, yhteistyökumppani, opinnäytetyön tekijä, sekä Liike: n työntekijä ja vapaaehtoinen.

Brainstormingin lisäksi taustan tutkimisessa hyödynnettiin Benchmarkkaus menetelmää. Benchmarkkaukseen kannattaa käyttää aikaa, jotta voit löytää esimerkiksi tutkittavan kohteen liiketoimintakonseptin eri osa-alueet. (Passi ja Ripatti 03.02.2017.)

Benchmarkkauksessa perehdytään yleensä parhaaseen vastaavaan käytäntöön ja luodaan siitä vertaisarviointi. Sen päätavoitteena on oman toiminnan kyseenalaistaminen ja toisilta oppiminen. Benchmarkkauksen avulla järjestö pystyy mahdollisesti välttämään sudenkuopat ja löytämään itselle parhaan tavan toteuttaa projektia.

Tällä menetelmällä perehdyttiin aikaisempiin Liiken hankkeisiin ja siihen, miten niissä on toimittu. Tämä auttoi hahmottamaan, miten järjestössä on aiemmin toimittu hankkeita ja

projekteja tehdessä. Tutkittiin myös toisia järjestöjä, jotka tekevät hyväntekeväisyyttä ja varainhankintaa. Perehdyttiin mm. siihen miten he toteuttavat varainhankintaa, keinoja ja kanavia, joita he hyödyntävät ja mitä he lupaavat lahjoittajilleen.

Lisäksi etsittiin ja perehdyttiin kohderyhmään kuuluviin mahdollisiin kontaktoitaviin suomalaisiin yrityksiin, jotka toimivat Tansaniassa. Projektissa päädyttiin aikaisempien kokemusten perusteella lähteä kontaktoimaan jo Tansaniassa toimivia yrityksiä, koska heillä on jo jokin syy ja tavoite toimia siellä. Myöhemmin elokuussa projektiryhmään liittyi kiinalainen työntekijä, joka käänsi materiaalit kiinaksi. Tämä mahdollistaa projektiryhmää kontaktoimaan Tansaniassa toimivia yrityksiä myös muualta maailmasta kuin Suomesta.

Yksi tiedonkeruumenetelmä, jota voidaan hyödyntää, kun haluttua tietoa ei löydy kirjoista tai verkkolähteistä, on haastattelu. Projektissa hyödynnettiin teemahaastattelua, joka mahdollistaa monipuolisen vuorovaikutuksen haastattelijan ja haastateltavan välille. Teemahaastattelussa aihepiiri on ennakkoon määritelty, mutta aiheiden esittämisellä ei ole tiukkaa järjestystä. Teemahaastattelussa kysymysrunko toimii lähinnä haastattelijan muistilistana, joka joustaa tilanteiden mukaan. Kaikki valitut teemat käydään läpi haastateltavien kanssa, mutta erot teemojen käsittelyn laajuudessa voivat vaihdella eri haastattelujen välillä. Teemahaastattelun valmisteleminen vaatii paljon aiheeseen perehtymistä ja haastateltavien huolellista valintaa tutkimustavoitteen mukaisesti (Näpärä 12.04.2017).

Opinnäytetyötä ja sen taustateoriaa varten haastateltiin Tansaniassa asuvia Liike: n ja SDA: n työntekijöitä, jotka kertoivat kokemuksiin ja havaintoihin pohjautuvia tietoja liittyen tähän projektiin, kehitysvammaisten asemaan ja liikuntamahdollisuuksiin ja tottumuksiin, joita Mtwarassa on. Haastattelu auttoi hahmottamaan tämän hetken tilannetta ja konkretisoimaan projektin tarpeen.

## **6.2 Suunnitteluvaiheen menetelmät Projekti Matwaarassa**

Palaverissa ja puheluissa hyödynnettiin samaa menetelmää kuin taustan kartoittamisessa eli brainstorming menetelmää. Sen avulla projektiryhmä keskusteli mitä keinoja ja menetelmiä hyödynnetään juuri tässä projektissa. Suunnitteluvaiheessa luotiin aikataulu projektille, sekä välitavoitteita kuten verkkosivujen materiaalit tuli olla valmiina tiettyyn päivään mennessä, jotta projektiryhmä pystyi siirtymään seuraavaan vaiheeseen eli sivujen luontiin.

Tässä vaiheessa projektia aloitettiin myös markkinoinnin suunnittelu. Projekteissa ja markkinoinnissa keskeinen osa kokonaisuuden onnistumisen kannalta on suunnittelu. Digitaalisen markkinoinnin suunnittelussa aluksi tulee määrittää, millaisessa tilanteessa ollaan tällä hetkellä, jonka jälkeen asetetaan tavoitteet, joihin halutaan suunnittelulla ja toteutuksella päästä. Tavoitteen asettelussa tärkeää on hahmottaa aloitus tilanne ja sen pohjalta asettaa tavoite, joka on realistinen ja johon jokainen siihen vaikuttava henkilö sitoutuu.

Markkinointisuunnitelma on osa markkinointistrategiaa, jossa tuodaan esille tavoitteet ja kohderyhmä, jolle tuotetta tai palvelua markkinoidaan. Kohderyhmää kartoittaessa järjestön asiakaskunnan segmentointi selkeyttää toimintaa. Siinä järjestön asiakaskunta eli erilaiset lahjoittajat, jäsenet, yhteistyökumppanit ja vapaaehtoiset, jaetaan erilaisiin osiin, jolloin heille pystytään tekemään juuri sille ryhmälle soveltuvaa markkinointia.

Kun tavoitteet on määritelty ja kohderyhmä rajattu, voidaan alkaa suunnittelemaan sisältöä. Kohderyhmää kiinnostavan sisällön tuottamiseen voi hyödyntää kohderyhmän sisällä olevia henkilöitä. Heille voi esimerkiksi luoda kyselyn, jossa selvitetään, millaisesta sisällöstä juuri he kiinnostuvat. Voidaan myös seurata järjestön sosiaalisten medioiden dataa kuten katselu ja jako kertoja. Näiden tietojen pohjalta aletaan luoda markkinoinnin sisältöä. On myös tärkeää muistaa luoda sisältöä, joka vastaa järjestön arvoja.

Markkinointisuunnitelmassa tulee ilmi julkaisun sisältö, aika, kanava, mitä julkaisulla tavoitellaan ja miten sen onnistumista mitataan. Kun nämä mittarit ovat määritelty pystytään seuraamaan miten markkinointi onnistuu ja jos siinä on kehitettävää, niin mittareiden ja seurannan avulla kehityskohde löytyy ja siihen voidaan tehdä muutoksia.

Suunnitteluvaiheessa päätettiin myös, mitä kanavia lähdetään hyödyntämään aluksi. Projektiryhmä päätyi LiiKen verkkosivuihin nopeasti, koska sivuilla on jo aiempia lahjoituskohteita, joten oli luonnollista, että tämä projekti laitetaan samaan paikkaan eikä irralleen muista. Lisäksi ideointivaiheessa esille nousi yritysten kontaktointi saatekirjeen ja Power Pointin avulla, koska "pelkän" sosiaalisen median markkinoinnin varaan jättäminen olisi ollut liian suuri riski. Kun yrityksiin ja heidän toimintaansa oli perehdytty ja heihin ollaan suoraan yhteydessä, se luo tunteen, että LiiKe on perehtynyt mahdollisiin lahjoittajiin ja he haluavat mukaan juuri heidät.

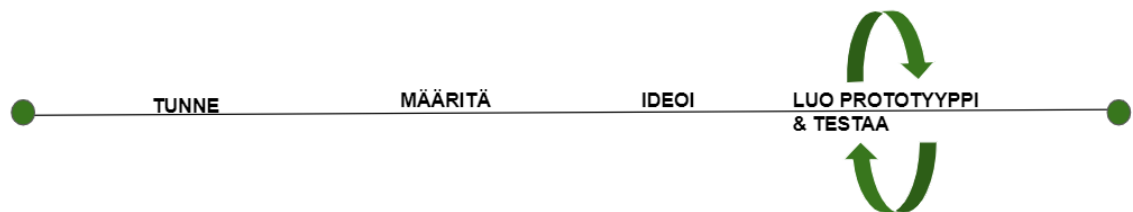
Tässä vaiheessa luotiin myös mittarit, joilla projektin onnistumista mitataan. Mittareiden avulla pystytään seuraamaan projektin etenemistä ja sitä kuljetaanko oikeaan suuntaan.

Taustatiedon keruun ja suunnittelun aikana projektiryhmä loi tavoitteet Projekti Matwaaralle, sekä opinnäytetyölle. Mittarit, joilla Projekti Matwaaran onnistumista mitataan ovat mm. saadaanko tarvittavat lahjoitukset kerättyä, jotta keskuksen remontointi ja käyttöön-otto ovat mahdollisia. Lisäksi tavoitteena on tehdä keskukselta omavarainen, joten se on pidemmän tähtäimen tavoite. Mittarina on myös verkkosivujen toimivuus ja lahjoittajilta saatu palaute esimerkiksi ovatko sivut selkeät ja helppokäyttöiset.

Yhtenä mittarina toimii myös toimeksiantajalta saatu palaute siitä, kokeeko hän, että työ voi auttaa järjestöä sen suunnitellessa tulevia hankkeita.

### 6.3 Luo & Testaus- vaiheen menetelmät Projekti Matwaarassa

Luotaessa sisältöä, jonka on tarkoitus puhutella tiettyä kohderyhmää, on tärkeää ymmärtää, mitä kohderyhmä ajattelee ja mitkä ovat heidän mielenkiinnon kohteensa. Menetelmä, joka auttaa selvittämään kaikki nämä asiat ovat Design thinking eli muotoiluajattelu. Pääkohdat tässä menetelmässä (Kuvio 2.) ovat tunne, määritä, ideoi, luo prototyyppi ja testaa (Harvey 06.10.2020). Menetelmässä perehdytään ensin ongelmaan, jonka jälkeen se määritellään. Sitten tulee ideointivaihe, jonka jälkeen luodaan ensin prototyyppi halutusta asiasta, jonka jälkeen se testataan. Testauksen jälkeen prototyyppiä kehitetään kohderyhmältä saatujen palautteiden pohjalta, jonka jälkeen se testataan. Samaa toistetaan useamman kerran, kunnes haluttu asia on valmis. Tämä menetelmä auttaa pureutumaan ongelma-kohtiin ja kehittämään palvelua, asiaa tai esinettä asiakaslähtöisesti.



(Kuvio 2. Mukailtu kuva Fingon Design thinking Webinaarin havainnollistavasta kuvasta)

Järjestöjen ja yritysten benchmarkkauksen jälkeen alettiin miettiä millaiset lahjoitus muodot sopivat tähän projektiin parhaiten. Keskustelujen ja brainstorming palaverien jälkeen päädyttiin yritys lahjoituksiin ja kummien tukitoimintaan. Yritys lahjoituksilla on tavoitteena mahdollistaa keskuksen kunnostus ja kummien tukitoiminnalla on tarkoitus mahdollistaa kehitysvammaisten lasten ja nuorten pääsy kouluun.

Kun kohderyhmät olivat selvillä, aloitettiin luomaan kirjettä ja markkinointimateriaalia, joka lähetetään yrityksille pyydettyä heitä mukaan Projekti Matwaaraan. Lisäksi projekti-ryhmä loi verkkosivuille tekstejä, joiden tarkoituksena oli herättää tunteita lukijassa ja puhutella lukijaa. Täten hän alkaa miettimään olisiko tämä projekti hänen ja yrityksen arvojen mukainen ja haluaako hän olla mukana.

Tässä vaiheessa hyödynnettiin muotoiluajattelumenetelmää. Aluksi LiiKen projektiryhmä loi tekstit, jotka yhteistyökumppani, mediayritys, katsoi läpi ja antoi kehitysehdotuksia, joiden pohjalta projektiryhmä muokkasi materiaaleja. Sen jälkeen projektiryhmä sai taas palautetta media yritykseltä, jonka pohjalta tehtiin vielä muutoksia. Sitten materiaaleja esitettiin kohderyhmään kuuluvilla henkilöillä, jotka kertoivat omia tuntemuksiaan ja kokemuksiaan materiaaleista. Palautteiden pohjalta pidettiin palaveri, tehtiin viimeiset muutokset ja käytettiin materiaalit vielä kerran media yrityksellä, jonka jälkeen materiaalit olivat valmiit verkkosivuille ja kontaktointiin.

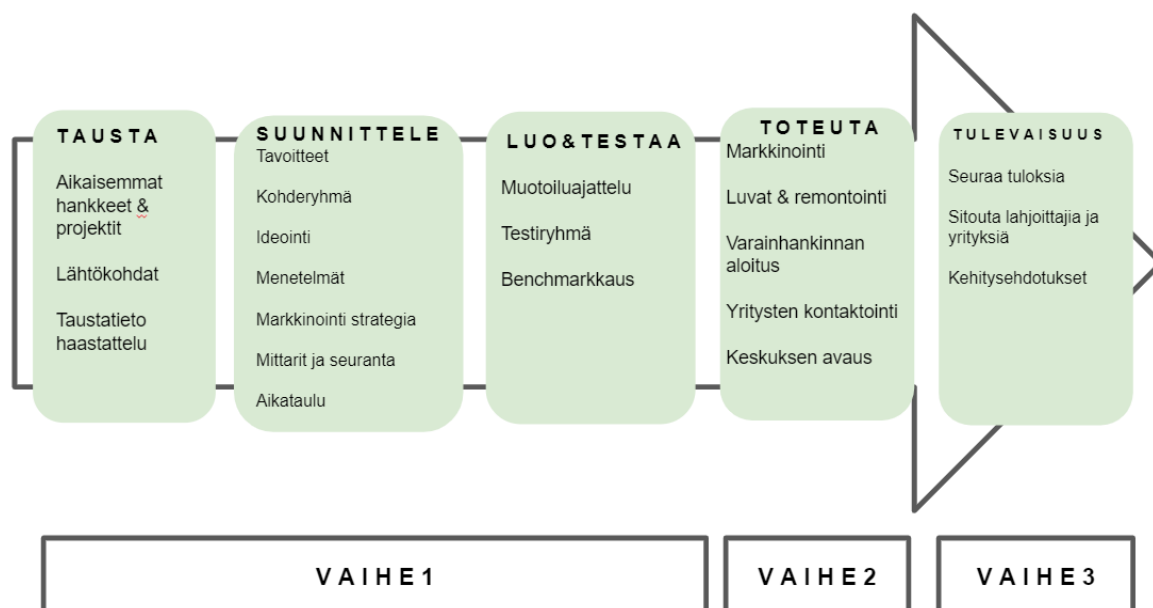
Kirjeissä, markkinointimateriaaleissa ja verkkosivujen teksteissä oli yhtenäinen tyyli, jolla iskulauseita kirjoitettiin eli rehellinen ja suora. Projektissa ei haluta anella rahoja, vaan tavoitteena on löytää juuri ne yritykset ja yksityishenkilöt, jotka aidosti haluavat olla mukana auttamassa Tansanian Mtwaran kehitysvammaisia lapsia ja nuoria saamaan mahdollisuuden koulutukseen ja liikuntaan. Materiaaleihin kuului tekstit, joita verkkosivuille tuli, kuvien valinnat, sekä yrityksille lähtevä kirje ja PowerPoint-- esitys.

Lokakuussa projektiryhmä ideoi lisää erilaisia varainhankinnan keinoja ja päädyimme suunnittelemaan ja tekemään anomuksia säätiöille, joilla haku oli käynnissä syksyllä 2020. Anomuksien luontiin hyödynnettiin aiempia hakemuksia ja ne tehtiin englanniksi.

Projekti Matwaaran sivut loi yhteistyökumppani, jolla on kokemusta verkkosivujen luonnista. Sivujen tavoitteena oli olla selkeä, informatiivinen ja visuaalisesti tyylikäs. Ominaisuuksia, joita sivuilla haluttiin hyödyntää, olivat isot ja laadukkaat kuvat, ytimekkäät ja puhuttelevat tekstit, sekä sivujen helppokäyttöisyys.

## **7 Projekti Matwaaran tulos: Projekti Matwaaran prosessikaavio**

Projekti Matwaaran eri vaiheista luotiin kaavio (Kuvio 3.), jossa on selkeästi eritelty projektin eri vaiheet. Tässä opinnäytetyössä perehdyttiin ensimmäiseen vaiheeseen eli taustan tutkimiseen, suunnitteluun, sekä luo & testaa vaiheeseen.



(Kuvio 3. Projekti Matvaaran prosessikaavio)

Eri menetelmiä hyödyntäen luotiin erilaisia lahjoitus keinoja. Yrityslahjoituksiin luotiin kolme eri tasoa: kulta-, hopea- ja pronssitaso. Lahjoitussumma, sekä siitä saatavat hyödyt yritykselle vaihtelevat tason mukaan. Yksityishenkilöille on kummituki- ja kertalahjoitus mahdollisuudet. Kummituki on sellaisille, jotka haluavat sitoutua lahjoittamaan pidemmäksi aikaa, kun taas kertalahjoitus on sellaisille, jotka haluavat tukea projektia, mutta eivät halua sitoutua siihen. Näiden ja muiden verkkosivuille ideoitujen ja testattujen tekstien ja kuvien pohjalta luotiin verkkosivut (Liite 1).

## 8 Arviointi

Kohdassa kahdeksan arvioidaan työn luotettavuutta, hyödynnettävyyttä, sekä sen onnistumista kokonaisuudessa.

Aikataulu, joka alussa luotiin oli realistinen sen hetken tilanteeseen. Opinnäytetyön kannalta olisi ollut parempi tehdä taustatutkimus ja kirjallisuuskatsaus ennen kuin itse projekti lähti kunnolla käyntiin, mutta aikataulu mukautettiin muihin hankkeisiin ja kaikkien projektiin liittyen aikatauluihin, joten tahti, jossa projektia tehtiin, sopi kaikille projektiryhmässä.

Opinnäytetyön arviointi pohjautuu pääsääntöisesti toimeksiantajan, kohderyhmän edustajien, yhteistyökumppaneiden ja projektiryhmän kokemuksiin ja palautteisiin. Työ keskittyi mallin ensimmäisen vaiheen suunnitteluun, tekoon ja arviointiin, joten koko mallin arviointia, ei voida vielä tässä vaiheessa projektia tehdä.

Koko mallin ja projektin kokonaistulosten arvioinnin kannalta olisi ollut helpompi suorittaa projekti, joka olisi ehtinyt toteutua alusta loppuun, jolloin alussa luotujen mittarien avulla olisi pystynyt seuraamaan ja arvioimaan onnistumista. Nyt koko projektin todellista onnistumista ei voida mitata vaan se toteutetaan, kun projekti on saatu päätökseen. Tästä johtuen itse Projekti Matwaaraan liittyvät lopulliset kehitysehdotukset voidaan selvittää myöhemmin. Työ kuitenkin luotiin siten, että tiedostettiin, että projektin aikataulu voi venyä. Viivästyksistä keskusteltiin aina asiaankuuluvien kanssa heti, joten kaikki olivat tilanteen tasalla koko ajan ja aikataulumuutokset kirjattiin heti ylös. Siinä vaiheessa, kun työ viivästyisi olisi voinut pohtia opinnäytetyön valmistumisen siirtämistä alkuvuodelle 2021, jolloin tuloksia ja palautteita mm. verkkosivuista olisi voitu tarkastella ja arvioida kohderyhmän palautteiden ja lahjoitusten määrän perusteella.

## **8.1 Menetelmät ja materiaalit**

Menetelmät, joita opinnäytetyössä hyödynnettiin, olivat mietittyjä ja perusteltuja. Brainstormingia hyödynnettiin ryhmä ja yksilö ideoinnissa, koska sen avulla pystytään tuomaan esille useita eri ideoita ja keskustelemaan niistä. Brainstorming mahdollisti nopean ideoinnin usean eri toimijan kanssa, joka oli projektin alkuvaiheessa tarvittavaa, jotta työ lähti etenemään.

Benchmarkkaukseen päädyttiin siksi, koska aiemmat LiiKe: n tai muiden vastaavien järjestöjen toiminta ei ollut ennestään tuttua. Benchmarkkaus -menetelmää hyödyntäen pystyttiin perehtymään ja luomaan käsitys LiiKen toimintatavoista, muiden toimijoiden tavoista toimia. Benchmarkkauksen avulla pystyttiin löytämään yhtäläisyyksiä ja eroja eri järjestöjen toiminnassa, joka auttoi Projekti Matwaaran suunnittelussa.

Teemahaastattelun tarkoituksen oli saada käytännön tietoa sen hetken tilanteesta Mtwa-rassa. Tiedot, joita haastattelusta saatiin, auttoi hahmottamaan ja tämän hetken tilannetta ja konkretisoimaan projektin tarpeen. Vastausten pohjalta saatiin tietoja, joita pystyttiin hyödyntämään, kun aloitettiin suunnittelemaan materiaaleja projektiin.

Teemahaastattelusta saadut tiedot perustuvat kokemuksiin ja havaintoihin, joten niistä ei voida puhua faktatietona. Voidaan kuitenkin todeta, että kaksi haastateltavaa asui haastattelu hetkenä Tansaniassa ja kolmas haastateltava tuntee paikan erittäin hyvin. Heidän havaintonsa ja kokemukset ovat käytännön tietoa, jota haastattelulla haluttiin saada tietoon.

Muotoilujattelu menetelmään päädyttiin, kun saimme projektissa apua mediaryityksen edustajalta. Tuntui luontevalta kysyä hänen palautettansa materiaaleihin, joita loimme,



koska hän kommentoi ulkopuolisen silmin ja osaa todennäköisesti arvioida materiaaleja tarvittavalla tavalla.

Kohderyhmän edustajilla testaus oli tärkeää, koska sitten saimme tietää, mihin he mahdollisesti kiinnittävät huomiota ja mihin meidän tulee vielä tehdä kehitystä, jotta materiaalit ovat yksiselitteisiä. Muotoiluajattelu-menetelmä oli toimiva tässä työssä, koska sen avulla tuotetta/palvelua luodaan koko ajan asiakaslähtöisesti, eikä projektin tässä vaiheessa ollut vielä mahdollista julkistaa sivuja lahjoittajien nähtäville.

Kun tuotetta tai palvelua tuotetaan asiakaslähtöisesti se todennäköisemmin, vetoaa kohderyhmään paremmin kuin se, että olisi toteutettu projekti ns. vanhojen tietojen pohjalta.

Tällä hetkellä arviointi perustuu projektiryhmän ja yhteistyökumppanin arviointeihin, miten sivut onnistuivat ja saatiinko niihin kaikki suunnittelu ja ideointi vaiheessa tavoitteiksi asetetut tiedot halutulla tavalla esille.

Tulevaisuudessa verkkosivujen ja sen sisällön tuoton onnistumista mitataan siitä tulleiden kommenttien ja käyttökokemusten pohjalta. Yksi onnistumisen mittari on myös saadut lahjoitukset.

## **8.2 Verkossa toteutettava varainhankinta- malli**

Projektin aikana luotu malli perustuu vaiheisiin, joita tämän opinnäytetyön aikana tehtiin. Mallia voidaan hyödyntää tulevaisuudessa mm. uusien hankkeiden ja projektien suunnitteluvaiheessa, kun mietitään, mitä menetelmiä voidaan hyödyntää ja mihin ne mahdollisesti soveltuvat.

Mallin viittä eri vaihetta: tutki, suunnittele, luo & testaa, toteuta ja tulevaisuudessa voi hyödyntää eri hankkeissa ja projekteissa suoraan tai soveltaen. Projekteissa tulisi kuitenkin aina olla edes hieman jokaista näitä kohtaa, jolloin sen toteuttamista on tutkittu ja sen eri vaiheet ja tulokset osataan perustella.

Tutki- vaihe on tärkeä erityisesti sellaisille henkilöille, joille varainhankintaprojektit tai järjestö, jossa toimitaan ovat uusia. On tärkeää tietää käytännön asiat, ennen kuin aloitetaan luomaan tuotetta, tapahtumaa tai projektia aiheen ympärille. Henkilölle, jolle järjestötoiminta ja varainhankinta ovat ennestään tuttuja pystyy "tutki" vaiheessa syventämään tietoaan liittyen projektin taustaan.

Suunnittelu vaiheen merkitys mallissa on oleellisin työn etenemisen kannalta. On perusteltua, että aikataulun suunnittelu, sekä projektin ideointi tapahtuvat tässä vaiheessa ja ne tulee luoda, jotta kaikki projektiryhmään kuuluvat tietävät, miten projekti etenee. Tässä

vaiheessa sovitaan myös osa- alueet jokaiselle, sekä luodaan ensimmäiset ideat mm. materiaaleista.

Luo & testaa vaihe on tärkeää, jotta työtä toteutetaan lahjoittaja lähtöisesti ja materiaaleja luodaan sovitulla tavalla, jotka ovat suunnitteluvaiheessa päätetty. Tässä vaiheessa on myös perusteltua pitää säännöllisesti palaveria, joissa keskustellaan saaduista tuloksista ja palautteista, joita testiryhmältä on saatu. Palaverien ansiosta projekti ryhmäläiset pysyvät ajan tasalla projektin etenemisestä.

Tarkkoja perusteltuja päätelmiä eri menetelmien toimivuudesta voidaan tehdä vasta, kun verkkosivut ovat julkiset ja varainhankinta on alkanut ja varsinkin, kun tarvittavat lahjoitukset on kerätty.

Kun verkkosivut ovat auki voidaan, niistä saatujen palautteiden pohjalta arvioida onnistuiko menetelmävalinnat ja onnistuimmeko luomaan niistä selkeät lahjoittajille ja yrityksille.

Varainhankinnan alkaessa voidaan mitata ja seurata pääsemmekö haluttuun lopputulokseen eli siihen, että saamme kerättyä tarvittavat 84 000 € keskuksen remontointiin ja avaamiseen ja sen lisäksi kummi- ja kertalahjoittajia, jotta toiminta pystyy jatkumaan.

Tulevaisuudessa onnistumisen mittareina toimivat yritys-, kummi- ja kertalahjoittajien määrä.

Tulevaisuudessa voidaan myös tarkastella toimiko kolmivaiheinen viiden kohdan malli vai tarvitseeko jotain kohtaa muokata, kehittää tai ottaa jopa kokonaan pois. Mallia tulee tarkastella kriittisesti ja arvioida tuoko jokainen kohta lisää tarvittavaa tietoa tai tulosta ajatellen projektin tavoitetta.

## **9 Pohdinta**

Pidimme useita palaveria toimeksiantajan kanssa liittyen Projekti Matwaaraan ja siihen luotuihin sisältöihin. Keskustelimme, ideoimme ja kehitimme materiaaleja projektiin monien eri kertaan eri keinoja hyödyntäen. Säännöllisten etätapaamisten ja sähköpostien avulla kaikki pysyivät samalla sivulla projektista ja sen etenemisestä.

Palautetta keräsimme alan ammattilaisilta ja kohderyhmään kuuluvilta henkilöiltä, joten niiden pohjalta voidaan todeta, että tämä projekti on pyritty toteuttaa asiakaslähtöisesti ja lahjoittaja edellä. Palaute, jota saimme heiltä, oli positiivista ja he kokivat, että projekti tavoitteet ja eri mahdollisuudet lahjoittaa tulivat selkeästi esille.

Aikataulu, joka alussa luotiin oli realistinen sen hetken tilanteeseen. Opinnäytetyön kannalta olisi ollut parempi tehdä taustatutkimus ja kirjallisuuskatsaus ennen kuin itse projekti

lähti kunnolla käyntiin, mutta aikataulu mukautettiin muihin hankkeisiin ja kaikkien projektiin liittyen aikatauluihin, joten tahti, jossa projektia tehtiin, sopi kaikille projektiryhmässä. Alun perin joulukuussa 2020 oli määrä olla kerättynä 84 000 € lahjoituksia keskuksen remontointiin. Projekti on kuitenkin viivästynyt, joten todennäköisesti lahjoitusten kerääminen pitkittyy alkuvuoteen 2021. Tämä viivästyttää laki- ja lupa- asioiden aloittamisen ja keskuksen rekisteröinnin. Tarkoituksen on kuitenkin kulkea isoa tavoitetta kohti, vaikka aikataulu hieman elää aiemmin suunnitellusta. Ei voida myöskään tietää, miten COVID-19 vaikuttaa keskuksen valmistumiseen ja siellä tapahtuvan toiminnan alkamiseen.

Opinnäytetyön onnistumisen ja tulosten arvioinnin kannalta olisi ollut helpompi suorittaa projekti, joka olisi ehtinyt toteutua alusta loppuun, jolloin alussa luotujen mittarien avulla olisi pystynyt seuraamaan ja arvioimaan onnistumista. Nyt projektin todellista onnistumista ei voida mitata täysin. Lopullinen arviointi tehdään, kun projekti on saatu päätökseen. Tämän takia itse Projekti Matwaaraan liittyvät lopulliset kehitysehdotukset voidaan selvittää myöhemmin. Aikataulu luotiin kuitenkin siten, että tiedostettiin, että se voi venyä. Suunnitteluvaihe eteni myös suunniteltua hitaammin, johtuen mm. yhteistyökumppanien kiirrellisestä aikataulusta COVID-19 johdosta. Kuitenkin näistä viivästyksistä keskusteltiin toimeksiantajan ja opinnäytetyöohjaajan kanssa heti, joten kaikki olivat tilanteen tasalla koko ajan ja aikataulumuutokset kirjattiin heti ylös. Siinä vaiheessa, kun työ viivästyi, olisi voinut pohtia opinnäytetyön valmistumisen siirtämistä alkuvuodelle 2021, jolloin tuloksia ja palautteita mm. verkkosivuista olisi voitu tarkastella ja arvioida kohderyhmän palautteiden ja lahjoitusten määrän perusteella. Tämän hetken arviointi pohjautuu pääsääntöisesti toimeksiantajan, kohderyhmän edustajien, yhteistyökumppaneiden ja projektiryhmän kokemuksiin ja palautteisiin. Kuitenkin opinnäytetyö ohjaajan kanssa päädyttiin yhteisymmärryksessä, että työ keskittyy varainhankinta projektin ensimmäiseen vaiheeseen, eikä koko Projekti Matwaaraan.

Opinnäytetyön tavoitteena oli luoda materiaaleja, joita voi hyödyntää Projekti Matwaaran verkkosivuilla. Tämä tavoite täyttyi, kun loimme saatekirjeen ja PowerPointin yrityksille, eri lahjoitus keinoja, sekä kartoitimme suomalaisia yrityksiä, jotka toimivat Afrikassa.

Tavoitteena oli myös luoda malli projektin aikana käytetyistä menetelmistä ja vaiheista. Mallin tavoitteena on tulevaisuudessa hyödyntää LiiKettä eri hankkeissa ja projekteissa. Mallissa on kolme vaihetta, joista ensimmäiseen perehdyttiin tässä opinnäytetyössä.

Työssä olisi voinut toteuttaa laajemman kyselytutkimuksen teemahaastattelun keinoin. Haastattelun olisi voinut toteuttaa etänä esimerkiksi Zoomin välityksellä. Tämä olisi mahdollistanut sen, että haastattelun aikana olisi voinut kysyä tarkentavia kysymyksiä ja saada vielä kattavampaa tietoa tämän hetken tilanteesta. Haastattelun olisi voinut myös toteuttaa esimerkiksi kyselylomake- haastatteluna, jolloin vastauksia olisi voitu kerätä suuremmalta joukolta ja se olisi ollut kattavampi. Työn tausta tiedot liittyen Mtwaran tämän hetken tilanteeseen perustuivat haastateltavien kokemuksiin, jolloin niistä ei voida puhua fakta tietona. Teemahaastattelulla, johon osallistui kolme henkilöä, joista kaksi asuu Tansaniassa, sain sellaista taustatietoa, jota en välttämättä olisi saanut kyselylomakkeen avulla.

Työ opetti etsimään tietoa kriittisesti eri lähteistä. Teemahaastattelu Opinnäytetyössä pyrittiin koko ajan keskittymään verkossa toteutettavan varainhankintamallin vaiheeseen yksi, vaikka keskityttiin koko projektin etenemiseen.

Vaiheen 1 jälkeen siirrytään 2 (Kuvio 3) vaiheeseen eli toteutusvaiheeseen. Avataan verkkosivut, joita yhteistyökumppani on rakentanut materiaalien pohjalta. Aloitetaan sosiaalisen median markkinointi kanavissa, joihin päädytään. Markkinoinnilla pyritään tavoittamaan Projekti Matwaaran kohderyhmät, sekä saada heidät kiinnostumaan ja lahjoittamaan. Luodaan markkinointisuunnitelmaan aikataulu, julkaisujen sisältö ja vastuuhenkilöt. Vaiheessa 2 (Kuvio 3) luodaan sisältöä järjestön verkkosivuille ja sosiaaliseen mediaan. Tässä vaiheessa Liike:llä tulee olla resursseja eli henkilöitä ja toteutukseen tarvittavat välineet, kuten puhelin ja mahdollisesti kamera, joilla materiaaleja voidaan kuvata ja julkaista. Lisäksi kontaktoidaan mahdollisia yrityksiä PowerPointin ja saatekirjeen avulla, jotka luotiin vaiheessa 1 (Kuvio 3).

Vaiheessa 2 (Kuvio 3) seurataan myös, miten varainhankinta etenee. Jos kiinnostuneita lahjoittajia Projekti Matwaaraan löytyy, on onnistuttu luomaan verkkosivut ja löytämään oikeat kanavat, sekä löytämään oikeat kohderyhmät. Kohderyhmään kuuluvat ihmiset, jotka jakavat saman arvon projektin kanssa eli tasa- arvoinen koulutus kuuluu kaikille. Moni varmasti ajattelee näin, mutta Projekti Matwaara on suunnattu henkilöille, jotka oikeasti haluavat edesauttaa tätä tavoitetta ja arvoa. Jos lahjoituksia ei tule, niin pitää suunnitella ja ideoida, miten varainhankintaa voi kehittää, jotta haluttuun tulokseen päästään. Tässä voi esimerkiksi hyödyntää brainstormingia ideoinnissa, benchmarkkausta uusien ideoiden ja keinojen etsimisessä sekä muotoiluajattelua, kun kehitetään uusia ideoita ja keinoja, jotka sopivat tähän projektiin.

Keskuksen auettua ja toiminnan aloitettua siirrytään projektin vaiheeseen kolme (Kuvio 3). Vaiheessa kolme arvioidaan koko projektin onnistumista. Pohditaan ja arvioidaan, päästiinkö tavoitteisiin. Saatiinko keskuksen remontointiin tarvittavat lahjoitukset. Tutkitaan, palautteiden pohjalta, onnistuttiinko luomaan selkeät ja mielenkiintoiset verkkosivut. Pohditaan ja luodaan kehitysehdotuksia vaiheessa yksi ja kaksi luotujen seurannan mittarien avulla. Pohditaan, tavoittiko markkinointi halutun kohderyhmän, sekä heidän palautteidensa pohjalta kehitetään tätä ja tulevia projekteja ja hankkeita.

Voidaan pohtia, onko malliin hyvä lisätä vielä vaihe, jossa tarkastellaan projektia pidemmän ajan päästä, kun se on kokonaan valmis. Projekti Matwaaran voidaan sanoa olevan kokonaan valmis, kun keskus on remontoitu, toiminta siellä on alkanut ja keskus on oma-varainen. Tähän menee toimeksiantajan arvion mukaan vähintään 5 vuotta.

Tulevaisuudessa malli, joka tämän opinnäytetyön pohjalta muodostui, voidaan hyödyntää LiikEn eri hankkeissa. Vaikka suurimmassa osassa hankkeita ja projekteja vaiheet ovat toteutuneet melkeinpä itsestään, niin tulevaisuudessa voidaan tietoisesti keskittyä jokaiseen vaiheeseen ja näin ollen perustella menetelmät ja päätökset, joihin päädytään. Tämä taas tuo uskottavuutta ja varmuutta, miksi juuri niihin päätöksiin on päädytty. Vaiheiden kirjoittaminen ja pohtiminen auttaa myös tarkastelemaan projektin eri vaiheita. Kun eri vaiheet on eritelty selkeästi, voidaan helpommin löytää kehityskohteet ja onnistumisen paikat.

Onnistuessaan Projekti Matwaara luo kauaskantoisia vaikutuksia Tansanian kehitysvammaisille ja yhteiskunnan ulkopuolelle jääneille. Keskus toimii suunnannäyttäjänä Tansanian eri kunnille ja se mahdollisesti aiheuttaa keskustelua aiheesta, joka vielä tällä hetkellä on tabu. Tulevaisuudessa yhteiskunnan ulkopuolelle jääneet voidaan integroida takaisin yhteiskuntaan ja arkeen, jolloin syrjäytyminen vähenee ja ammatillinen koulutus kasvaa. Tämä tarkoittaa sitä, että ne, jotka tällä hetkellä ovat yhteiskunnan ulkopuolella saavat mahdollisuuden elämään, jossa he saavat itse toteuttaa itseään, eikä heitä piilotella ja vältellä, niin kuin SDA: n ja Liike: n Tansaniassa asuvat työntekijät kommentoivat haastattelussa.

Tulevaisuudessa voidaan myös tutkia, miten keskus vaikuttaa Tansanian Mtwarassa asuvien kehitysvammaisten arkeen ja hyvinvointiin. Tutkimuksen voisi esimerkiksi toteuttaa kyselytutkimuksella, jossa kerätään tietoa ensin tämän hetken tilanteesta olevilta ja kartoitetaan heidän arkeaan ja hyvinvointiaan. Myöhemmin koulutuksen saatua samoja henki-

löitä haastatellaan uudelleen ja tutkitaan keskuksen vaikutuksista heidän arkeensa ja hyvinvointiinsa, sekä yleisesti tutkitaan keskuksen vaikutusta eri kuntiin. Voidaan myös tutkia, onko samankaltaiset keskukset lisääntyneet tai onko kehitysvammaisten ja yhteiskunnasta ulkopuolelle jääneiden määrä vähentynyt ja elinolosuhteet parantuneet.

## Lähteet

A-Lehdet. 2019. Kun haluat markkinoinnissa tuloksia, vetoa tunteisiin. Luettavissa: <https://www.a-lehdet.fi/artikkelit/kun-haluat-markkinoinnissa-tuloksia-vetoa-tunteisiin>. Luettu: 28.09.2020.

Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. 2019. Digital marketing. Seventh edition. Harlow, England; New York: Pearson.

Haaga Helia. Toiminnallinen (produktivityö/ projekti). Luettavissa: <https://hhmoodle.haaga-helia.fi/mod/page/view.php?id=221465>. Luettu: 17.10.2020.

Harvey, J. 06.10.2020. Founder of Very Green Grass. Fingos Design Thinking Learning Webinar. Zoom.

Kangasniemi, J. & Mäntyniemi, J-E. 2018. Finnfund. Luettu: <https://www.finnfund.fi/blog/kehitysyhteistyön-vaikutus-on-suurin-koyhimmissa-maissa/>. Luettu: 29.6.2020.

Kupli. Orpana, M. 12.05.2017. Mikä on yrityksesi kohderyhmä. Luettavissa: <https://www.kupli.fi/mika-on-yrityksesi-kohderyhma/>. Luettu: 13.10.2020.

Leppänen, E. 2012. Markkinointi on tarinankerrontaa. Klaava Media.

LiiKe:n ja SDA:n työntekijät. 19:08.2020. Haastattelu. Sähköposti.

Liikunnan Kehitysyhteistyö. LiiKe. Luettu: 06.07.2020. Luettavissa: <https://liike.fi/liike/>.

Liikunnan Kehitysyhteistyö. Liikettä vuodesta 2000. Luettu: 06.07.2020. Luettavissa: <https://liike.fi/liike/liiketta-vuodesta-2001/>.

Liikunnan Kehitysyhteistyö. 2018. LiiKe toimintakertomus 2018. Luettavissa: <https://liike.fi/article/liike-toimintakertomus-2018/>. Luettu: 25.10.2020.

Liikunnan Kehitysyhteistyö. Mtwara ja Sports Development Aid (SDA). Luettavissa: <https://liike.fi/vapaaehtoistyo/mtwaraan/>. Luettu: 10.09.2020.

Liikunnan Kehitysyhteistyö. 2012. Perehdytyskansio vapaaehtoisille. Luettavissa:<https://liike.fi/wp-content/uploads/Orientation-material-for-volunteers-perehdytyskansio-vapaaehtoisille.pdf>. Luettu: 11.09.2020.

Locke, E. A. & Latham, G. P. 1990. A theory of goal setting & task performance. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.

Näpärä, L. 2017. Spoken. Haastattelun lajityypit. Luettavissa: <https://spoken.fi/2180/>. Luettu: 24.09.2020.

Passi & Ripatti. 03.02.2017. Benchmark. Luettu:<https://passiripatti.fi/pr-book/benchmark/>. Luettavissa: 22.09.2020.

Sida. 2014. Disability Rights in Tanzania. Luettavissa: <https://www.sida.se/globalassets/sida/eng/partners/human-rights-based-approach/disability/rights-of-persons-with-disabilities-tanzania.pdf>. Luettu: 25.10.2020.

Toimeksiantajan edustaja. 2020. LiikEn työntekijä. Haastattelu 19.08.2020.

Ulkoministeriö. Alueellinen kehitysyhteistyö. Luettavissa: <https://um.fi/alueellinen-kehitysyhteistyö>. Luettu: 29.6.2020.

Ulkoministeriö. Kahdenväliset kumppanimaat. Luettavissa: <https://um.fi/kehitysyhteistyön-kahdenväliset-kumppanimaat>. Luettu: 10.09.2020.

Ulkoministeriö. Kehitysyhteistyö tuottaa tuloksia. Luettavissa: <https://um.fi/kehitysyhteistyön-tuloksia>. Luettu: 10.09.2020.

Ulkoministeriö. Suomen kehityspolitiikan tavoitteet ja periaatteet. Luettavissa: <https://um.fi/suomen-kehityspolitiikan-tavoitteet-ja-periaatteet#Kepojakyt>. Luettu: 10.09.2020.

Ulkoministeriö. Suomen kehitysyhteistyö Tansaniassa. Luettavissa: <https://um.fi/kehitysyhteistyö-tansania>. Luettu: 21.09.2020.

Vaasan Yliopisto. 30.10. 2018. Brainstorming. Luettavissa: [https://www.univaasa.fi/fi/sites/digi-action/tyopajat/testi/1-ideointimenetelmat/1-2\\_ideointi/1-2-1-1\\_brainstorming/](https://www.univaasa.fi/fi/sites/digi-action/tyopajat/testi/1-ideointimenetelmat/1-2_ideointi/1-2-1-1_brainstorming/). Luettu: 17.10.2020.



Vastuullinen Lahjoittaminen Ry. Vastuullinen lahjoittaminen- Ansvarsfullt donerande. Luettavissa: <https://www.vala.fi/vastuullinen-lahjoittaminen-ry>. Luettu: 28.09.2020.

Worldometer. Tanzania population. Luettavissa: <https://www.worldometers.info/world-population/tanzania-population/>. Luettu:17.09.2020.

## Liitteet

### Liite 1. Verkkosivut

Verkkosivujen osoite: <https://liike.fi/matwaara-projekti/>



## Liite 2. Teemahaastattelu kysymykset

- What kind of sports possibilities are there for disabled people?
  - Are there any places that they can have supervised activities?
- What kind of opportunities are there for disabled people to have occupational education?
- What kind of support is the most needed in Mtwara when we are talking about disabled people's educational and sport opportunities?
- Are there teachers who would like to educate themselves to teach adapted physical activity and educate occupational education?
- What kind of sports possibilities are there in Mtwara for kids and youth?
  - Club action or society action?
  - How about adults?
- What is the meaning of sports for the people who live in Mtwara?
  - How does it show in their normal life?
- Is it hard to have the permission to repair the club?
  - What kind of license is needed?
- How much do you think that COVID- 19 will affect for example this project and how does the virus perform in your normal weekdays?