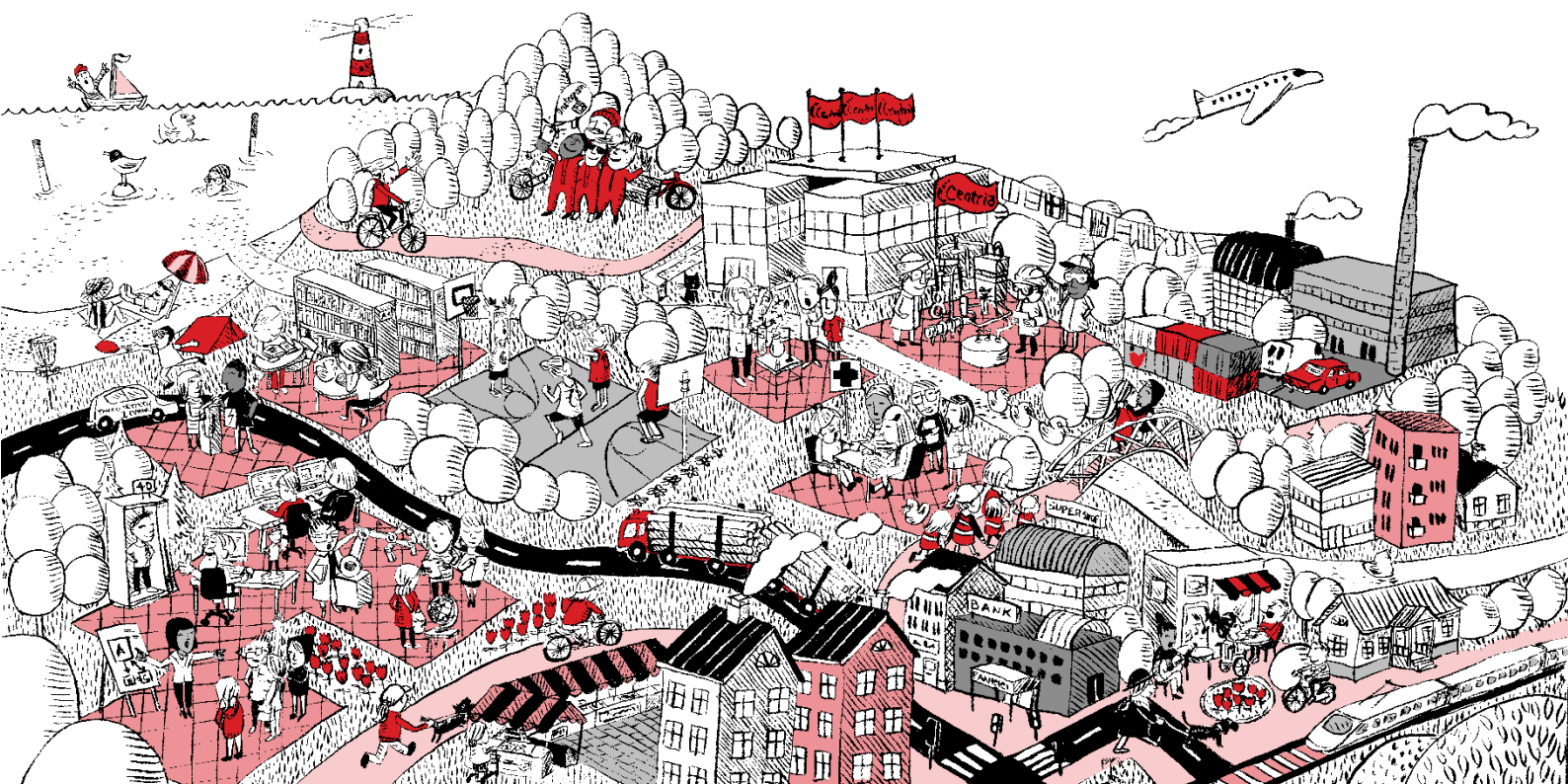


Tiina Leinonen

ALPUAN KEHITYS RY:N VARAINHANKINNAN KEHITTÄMINEN JA PALVELUIDEN TUOTTEISTAMINEN

**Opinnäytetyö
CENTRIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden koulutus
Toukokuu 2021**



TIIVISTELMÄ OPINNÄYTETYÖSTÄ

Centria-ammattikorkeakoulu	Aika Toukokuu 2021	Tekijä/tekijät Tiina Leinonen
Koulutus Liiketalouden tutkinto		<input checked="" type="checkbox"/> AMK <input type="checkbox"/> YAMK
Työn nimi ALPUAN KEHITYS RY:N VARAINHANKINNAN KEHITTÄMINEN JA PALVELUIDEN TUOTTEISTAMINEN		
Työn ohjaaja Marja-Liisa Kaakko		Sivumäärä 29
Työelämäohjaaja Asko Karhunen		
<p>Opinnäytetyössä on käsitelty Alpuan kehitys ry:n varainhankintaa ja palveluiden tuotteistamista. Tarkoituksena oli, että kyseinen yhdistys pystyisi keräämään lisää varoja itselleen tässä opinnäytetyössä esitettyjen keinojen avulla.</p> <p>Opinnäytetyössä on käsitelty yhdistyksen perustamiseen ja toimivuuteen liittyviä aiheita sekä tapahtumien järjestämistä koskevia aiheita, kuten suunnittelua ja lupahakemuksia. Alpuan kehitys ry:lle suunniteltiin myös vuosikello, jonka tarkoitus on helpottaa tulevaisuuden suunnitelmia. Vuosikelloa voidaan päivittää tarpeen mukaan, aina vuodeksi eteenpäin.</p> <p>Teoriaosuudessa tutustuttiin opinnäytetyöhön liittyviin aiheisiin: yhdistystoimintaan, rekisteröityyn yhdistykseen, rekisteröimättömään yhdistykseen, markkinointiin, tapahtumien markkinointiin, tapahtumien järjestämiseen, lupa-asioihin viranomaisilta sekä tuotteistamiseen. Näihin käytettiin lähteinä niin kirjallisuutta kuin verkkolähteitä.</p> <p>Opinnäytetyössä kehitettiin Alpuan kehitys ry:lle useampi tapahtuma, joilla on tarkoitus kerätä yhdistykselle varoja. Tapahtumien on ajateltu olevan matalankynnyksen tapahtumia, jotta niihin saataisiin mahdollisimman paljon kävijöitä</p>		
Asiasanat Markkinointi, tapahtumat, tuotteistaminen, yhdistystoiminta.		

ABSTRACT

Centria University of Applied Sciences	Date May 2021	Author Tiina Leinonen
Degree programme Bachelor of Business Administration		
Name of thesis FUNDRAISING AND PRODUCTIZATION OF THE SERVICES OF ALPUAN KEHITYS RY.		
Instructor Marja-Liisa Kaakko	Pages 29	
Supervisor Asko Karhunen		
<p>This thesis discusses fundraising and productization of the services for Alpuu kehitys ry. The intention was that the association in question would be able to raise more funds for itself, using the means presented in this thesis.</p> <p>The thesis covers the establishment and functionality of the association, as well as topics related to organizing events, such as planning and applying for permits. An annual clock was also planned for Alpuu kehitys ry, with the intention to facilitate future planning. The annual clock can be updated as needed, for one year at a time.</p> <p>The topics related to the thesis were introduced in the theoretical part: association activities, registered association, unregistered association, marketing, event marketing, event organization, permit issues from the authorities and productization. Both literature and online pages were used as sources.</p> <p>In the thesis, several events were planned for the Alpuu kehitys ry, with the purpose of raising funds for the association. The events are meant to be low-threshold events to attract as many visitors as possible.</p>		
Key words Association activities, marketing, proceedings, productization.		

TIIVISTELMÄ
ABSTRACT
SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 ALPUAN KYLÄ	2
2.1 Alpuan kehitys ry	2
2.2 Alpuan kehityksen toiminta ja varainhankinta nyt	3
2.3 Muut kylän yhdistykset	3
3 YHDISTYSTOIMINTA	4
3.1 Rekisteröity yhdistys	5
3.2 Rekisteröimätön yhdistys	5
3.3 Yhdistyksen päätöksenteko	6
3.4 Yhdistyksen varainhankinta	7
4 TAPAHTUMAN MARKKINOINTI JA JÄRJESTÄMINEN	9
4.1 Markkinointi	9
4.2 Tapahtuman markkinointi	10
4.3 Tapahtuman järjestäminen	10
4.4 Viranomaisluvut	12
4.4.1 Poliisille tehtävät ilmoitukset ja luvat	12
4.4.2 Pelastuslaitokselle tehtävät ilmoitukset	13
4.4.3 Kaupungille tehtävät ilmoitukset ja luvat	14
5 TUOTTEISTAMINEN	16
6 VUOSIKELLO	18
7 VARAINHANKINTA SUUNNITELMAT	20
7.1 Varainhankinta tapahtumat	20
7.2 Varainhankinta tapahtumien sijoittelu	22
8 YHTEENVETO JA POHDINTA	23
LÄHTEET	24
LIITTEET	
KUVAT	
KUVA 1. Vuosikello Alpuan kehitys ry:lle	23

1 JOHDANTO

Tässä opinnäytetyössä tarkoitukseni oli kehittää Alpuan kehitys ry:n varainhankintaa ja tuotteistaa heidän palveluitaan. Alpuan kehitys ry:llä oli hankaluuksia saada yhdistyksensä tuottavaksi, joten he pyysivät uusia ideoita, joilla saada kerättyä varoja. Yhdistys on toiminut pidemmän aikaa tappiollisesti, joten uudet ideat otettiin innolla vastaan. Työn tarkoituksena oli saada kyläläisille enemmän tapahtumia sekä tarjota esimerkiksi ulkopaikkakuntalaisille majoitusta tai muuta aktiviteettia. Varainhankinnan kehittämiseksi olen ajatellut että kehitys voisi järjestää vuoden mittaan erilaisia tapahtumia. Ajatuksenani oli tehdä kehitykselle vuosikello, johon voidaan laatia valmiiksi erilaisia tapahtumia ja täten ilmoittaa myös muille kylällä toimiville tahoille, milloin olisi suunnitelmissa tapahtuma, jottei tule päällekkäisyyksiä. Ajatus vuosikellosta on mielestäni hyvä, sillä siihen voidaan pääpiirteittäin suunnitella tapahtumia koko vuodelle hieman liukuvalla aikataululla. Vuosikellon myötä yhdistyksellä ei ole tarvetta aloittaa tapahtumien suunnittelua ihan alusta. Rajasin aihepiirini lähitulevaisuuteen, jotta muutkin pääsevät ideoimaan tapahtumia.

Olen pohtinut valmiiksi muutamia tapahtumia, joita voisi olla mahdollista järjestää ja joissa itse ajattelisin käydä. Tapahtumien suunnittelussa otetaan huomioon niiden tuottavuus ja pyritään olemaan avoimia kaikille ideoille. Näiden lisäksi voisi tehdä pientä taustaselvitystä, millaisia tapahtumia kylälle kativataan. Tapahtumiksi olin suunnitellut sellaisia, joihin voi osallistua iästä, sukupuolesta ja perherakenteesta riippumatta. Mahdollisuuksien mukaan pyritään järjestämään erilaisia tapahtumia, jottei tule vastaan vaihetta, jossa kyläläisten kiinnostus tapahtumia kohtaan lopahtaa.

Opinnäytetyön pääongelmaksi näkisin sen, kuinka saada kerättyä varoja Alpuan kehitys ry:lle. Toinen ongelma oli se, kuinka tuotteistaa heidän palvelujaan kyläläisille.

2 ALPUAN KYLÄ

Alpuan kylä sijaitsee Pohjois-Pohjanmaalla. Ennen vuoden 2013 kuntaliitosta Alpuua kuului Vihannin kuntaan, ja kuntaliitoksen jälkeen, Vihannin liittyttyä Raahen, siirtyi myös Alpuua yhdeksi Raahen kyläksi. Alpuua sijaitsee hyvien kulkuyhteyksien varrella muun muassa Rantsilasta, Oulaisista, Haapavedestä ja Piippolasta, ja isoimmista mainittakoon Oulusta, Ylivieskasta ja Raahesta. Kylässä asukkaita on hieman alle 500 ja talouksia noin 180 kappaletta. Alpuussa toimii useampi yhdistys. Kylällä on Alpuan kyläyhdistys ry, Alpuan nuorisoseura, Alpuan kalastuskunta, Mäentaustan Erämiehet sekä Alpuan kehitys ry.

2.1 Alpuan kehitys ry

Alpuan kehitys ry on perustettu maaliskuussa 2012. Yhdistys perustettiin hallinnoimaan Alpuan koulukiinteistöä. Koulukiinteistö ostettiin silloiselta Vihannin kunnalta toukokuussa 2012. Puheenjohtajana yhdistyksessä toimii Asko Karhunen. Hallituksessa on puheenjohtajan lisäksi 4 varsinaista jäsentä ja kaksi varajäsentä.

Ote yhdistyksen säännöistä:

Yhdistyksen tarkoituksena on edistää ja kehittää kyläläisten hyvinvointipalvelujen saata- vuutta sekä koulutoiminnan pysyvyyttä Alpuan kylällä, kansalaistoimintaa ja monipuolisia vapaa-ajan harrastustoimintoja. Tarkoituksensa toteuttamiseksi yhdistys harjoittaa tiedo- tustoimintaa, järjestää kokouksia, tekee esityksiä kunnalle ja antaa lausuntoja eri viran- omaisille ja muille alan toimijoille, omistaa, hallinnoi ja ylläpitää Alpuan koulukiinteistöä, jossa yhdistys järjestää kyläläisille yhteistä monipuolista toimintaa: harrastus-, liikunta-, kulttuuri-, ym. vastaavia tilaisuuksia. Tarkoituksensa toteuttamiseksi yhdistys voi harjoit- taa sellaista elinkeino- ja ansiotoimintaa, joka välittömästi liittyy sen tarkoituksen toteut- tamiseen tai jota on pidettävä taloudellisesti vähäarvoisena. Toimintansa tukemiseksi yh- distys voi asianmukaisella luvalla järjestää juhlia, myyjäisiä, arpajaisia, rahankeräyksiä, ottaa vastaan lahjoituksia ja avustuksia. (Alpuanseutu.fi 2020.)

2.2 Alpuan kehityksen toiminta ja varainhankinta nyt

Alpuan kehitys on rekisteröity aatteellinen yhdistys. Yhdistyksen toiminta perustuu siihen, että kehitetään ja edistetään kyläläisten hyvinvointia. Yhdistyksellä on omistuksessaan Alpuan entinen koulukiinteistö. Kiinteistössä on kaksi vuokrattavaa asuntoa sekä kylällä toimivan Osuuskunta Harjun LähiVoi-man päiväkoti. Koulukiinteistössä on myös järjestetty pianopiiriä ja lasten kerhotoimintaa. Toisessa rakennuksessa sijaitsee kyläisille tarkoitettu liikunta- ja kuntosali sekä käsityötila. Tilaa on myös vuokrattu kylän ulkopuolisille tekijöille. Tilaa on vuokrattu esimerkiksi vaalitulaisuuksiin, syntymäpäiville sekä erinäisten yhdistysten ja yritysten kokouksiin. Yhdistys on pyrkinyt järjestämään vuosittain pääsiäisko- kon, jonka ohessa on ollut makkaran ja arpojen myyntiä.

Yhdistys on myös hakenut tarjolla olevia avustuksia sekä tehnyt yhteistyötä eri toimijoiden kanssa. Yhdistykselle haasteellista varainhankinnassa tällä hetkellä on se, että maailman laajuinen pandemia ei ota laantuakseen, joten asetettujen rajoitusten vuoksi tapahtumien järjestäminen ja tätä kautta varojen saaminen on poissuljettu.

2.3 Muut kylän yhdistykset

Muista kylällä toimivista yhdistyksistä aktiivisin on Alpuan nuorisoseura. He järjestävät paljon myyjäisiä, esimerkiksi vappuna munkkien ja siman myyntiä, kylän joulunavajaiset yhteistyössä, äitien- ja isänpäivän aikoihin kakkumyyjäisiä. Muista aktiivisista toimijoista kylällä voidaan mainita metsästysseura, joka ovat järjestänyt esimerkiksi hirvipeijaiset yhdessä kyläyhdistyksen kanssa. Myös kyläyhdistys on monissa tilaisuuksissa mukana ja heillä on vuokrattavaa kalustoa, kuten esimerkiksi juhliin pöytiä, telttoja ja kahvinkeitinimiä. Kalastuskunnalta voi ostaa kalastuslupia kylän lähettyviltä löytyviin vesistöihin. He myös järjestävät esimerkiksi leikkimielisiä pilkkikilpailuja.

3 YHDISTYSTOIMINTA

Kun vähintään kolme 15 vuotta täyttänyttä henkilöä päättää yhdistää voimansa, he voivat perustaa yhdistyksen. Yhdistyksen jäsenenä voivat olla niin luonnolliset henkilöt, eli ihmiset kuin oikeushenkilöt, eli muut yhdistykset, osakeyhtiöt tai kunnat. On myös mahdollista, että yhdistyksen jäsenenä on ihmisiä ja yhteisöjä. Yhdistykset ovat yleensä aatteellisia, eli heillä on takanaan joku yhteinen idea. Idea voi olla esimerkiksi jonkun aatesuunnan edistäminen tai vastustaminen, tietyn ryhmän etujen valvonta, hyvän- tekeväisyys tai palveluiden tuottaminen jäsenille. (Loimu 2010, 17.) On myös olemassa yleishyödyllisiä yhdistyksiä. Yleishyödyllinen yhdistys tarkoittaa lähinnä sitä, että se on yhteisen hyvän vuoksi perustettu. Yhdistys on voittoa tavoittelematon, mikä tarkoittaa sitä, ettei yritys saa saadustaan voitosta jahaa osinkoja tai muita etuja jäsenilleen. Monesti ajatellaan, että voittoa tavoittelematon yhdistys ei saa tehdä toiminnallaan voittoa, mutta yhdistyksenkin on pitkällä tähtäimellä pakko tehdä voittoa oman kehityksensä vuoksi. Yleishyödyllisen yhdistyksen toiminta on verovapaata täyttäessään tietyt kriteerit. Yhdistyksen tulee olla rekisteröity yhdistys ja sen tulee toimia yleiseksi hyväksi, eikä yhdistys saa tuottaa taloudellista etua, osinkojen, korkojen, palkkojen tai tuote-etujen kautta jäsenilleen.

(Siipola 2021.)

Yhdistysten toimintaa säätelee yhdistyslaki, jota tulee noudattaa. Yhdistyslakiin voi tutustua osoitteessa www.finlex.fi. Rekisteröidyn kuin rekisteröimättömän yhdistyksen tulee noudattaa ainakin seuraavia määräyksiä yhdistyslain pykälä:

- Tarkoituksen tulee olla aatteellinen, eikä se saa olla lain tai hyvien tapojen vastainen
- Yhdistyksen toiminta ei saa olla pääasiassa taloudellista
- Se ei saa olla ”sotilaallinen” yhdistys
- Se ei saa olla ampumayhdistys
- Valtiollisiin asioihin vaikuttamaan pyrkivässä yhdistyksessä jäsenenä voi olla vain Suomen kansalaisia ja ulkomaalaisia, joiden kotipaikka on Suomessa
- Hallituksen on pidettävä jäsenluetteloa ja jäsenillä on oikeus tutustua jäsenluettelotietoihin
- Se voidaan lakkauttaa ja sille voidaan antaa väliaikainen toimintakielto, jos se toimii olennaisesti vastoin lakia tai hyviä tapoja, toimii olennaisesti vastoin säännöissä määrättyä tarkoitusta tai toimii ampumayhdistyksenä ilma lupaa, sen puheenjohtajalla ei ole Suomessa kotipaikkaa tai vähintään puolella sen hallituksen jäsenistä ei ole kotipaikkaa Suomessa. (Yhdistystoiminnan käsikirja 2010, 26-27.)

3.1 Rekisteröity yhdistys

Kun aatteellinen yhdistys rekisteröidään Patentti- ja rekisterihallitukseen, yhdistyksestä tulee tällöin merkintä viranomaisten yhdistysrekisteriin ja yhdistyksen loppuun voidaan lisätä ry eli rekisteröity yhdistys, esimerkiksi Alpuan kehitys ry (Iso-Markku, Rosengren & Törrönen 2010).

Jos yhdistys päätetään rekisteröidä eli merkitä yhdistysrekisteriin, tarvitaan seuraavat toimenpiteet: perustamiskirja, säännöt ja perustamisilmoitus. Perustajajäsenien on pidettävä perustamiskokous, jossa määritellään edellä mainitut asiat. Perustajajäseniä tulee olla vähintään kolme. Heidän on allekirjoitettava perustamiskokouksen perustamiskirja sekä hyväksyttävä yhdistyksen säännöt. Perustamisilmoituksen voi tulostaa Patentti- ja rekisterihallituksen kotisivuilta. Ilmoituksen voi tilata tai noutaa asiakaspalvelusta tai oman kotikunnan maistraatista. On myös mahdollista tehdä perustamisilmoitus sähköisesti. (Iso-Markku ym. 2010.)

Finlexissä on tietoa siitä, mitä rekisteröidyn yhdistyksen säännöissä tulee olla. Näiden lisäksi yhdistys voi määritellä omat yhdistyskohtaiset sääntönsä. Kun yhdistys on rekisteröity, siitä tulee oikeuskelpoinen. Tämä tarkoittaa sitä, että yhdistys voi tehdä sopimuksia, laatia anomuksia ja hakemuksia sekä omistaa omaisuutta. Rekisteröidyssä yhdistyksessä jäsenet eivät ole henkilökohtaisessa vastuussa yhdistyksen velvoitteista. Yhdistys voi hakea myös rahoituksia projekteja varten sekä saada avustuksia kaupungilta, valtiolta tai muilta tahoilta. Rekisteröity yhdistys voi avata pankkitilin, hakea rahankeräys lupaa sekä anoa kokoontumistiloja ilmaiseksi tai ainakin halvemmalla. On myös mahdollista saada lisää jäseniä, sillä ihmiset luottavat paremmin rekisteröityyn yhdistykseen. (Yhdistyslaki 26.5.1989/503, § 6.)

3.2 Rekisteröimätön yhdistys

Yhdistys voi olla myös rekisteröimätön. Yleensä tällaisia ovat esimerkiksi urheiluseurat ja luokkatoimikunnat (Yhdistystoiminnan käsikirja 2010, 26). Jos yhdistystä ei rekisteröidä, se ei voi saada nimiinsä oikeuksia tai tehdä sopimuksia tai sitoumuksia, ei ottaa kantaa eikä vastata. Rekisteröimättömän yhdistyksen nimissä tehdyissä toimitissa vastuu on toimen tekijällä tai päättäjällä. Rekisteröimätön yhdistys ei siis ole vastuussa, vaan henkilö. Tällöin muut yhdistyksen jäsenet eivät ole vastuussa. (Yhdistyslaki 26.5.1989/503, § 58.)

Tällöin yhdistys ei ole oikeuskelpoinen eikä täten voi hankkia nimiinsä omaisuutta eikä olla toisen yhdistyksen jäsen. Rekisteröimättömän yhdistyksen perustaminen ja toiminta on vapaamuotoista. Tällaisella yhdistyksen hallitus ei voi toimia omiin nimiinsä eikä myöskään toimia sitovasti muita jäseniä kohtaan. Yhdistyksessä vastuussa ovat ne henkilöt, jotka ovat olleet osallisina sellaiseen toimintaan, josta aiheutuu vastuuta. (Iso-Markku 2010.) Rekisteröimätön yhdistys ei voi siis hakea itselleen lainaa, tehdä sopimuksia tai hakea varainkeruulupaa (Op-media.fi).

3.3 Yhdistyksen päätöksenteko

Yhdistyslain mukaan yhdistyksellä tulee olla johtoelin eli joko hallitus, johtokunta tai toimikunta. Yhdistyksen kokouksessa valitaan hallinto, ja hallinnossa tulee olla vähintään kolme jäsentä, joista yksi valitaan puheenjohtajaksi (Iso-Markku ym. 2010, 29). Yhdistyksen hallinnosta vastaa hallituksen jäsenet yhdessä (Iso-Markku ym. 2010, 28). Yhdistyksen jäsenillä on päätäntävalta. Se on määritelty Yhdistyslaissa kohdassa 16§. Hallintovaltaa voi käyttää yhdistykselle määritelty hallinto, joka on yhdistyslain 35 pykälässä määritelty näin:

Lain ja sääntöjen sekä yhdistyksen päätösten mukaan huolellisesti hoidettava yhdistyksen asioita (Yhdistyslaki 26.5.1989/503, § 35).

Selkeämmin sanottuna jäsenet päättävät, ja hallitus toteuttaa nämä päätökset. Päätös- ja hallintovallan raja on veteen piirretty. (Loimu 2000, 67.)

Yhdistyslaissa on määrätty vain puheenjohtajan rooli. Yleisesti on kuitenkin yhdistyksissä omissa säännöissä mainittu myös varapuheenjohtaja, sihteeri ja taloudenhoitaja. Yhdistyksen kannattaa kirjata edellä mainittujen roolien toimintavelvoitteet erilliseen ohjesääntöön. Tällöin ”vallan” vaihtuessa uusi henkilö tietää oman vastuualueensa. (Iso-Markku ym. 2010, 31.)

Puheenjohtajan rooli ei ole vallaltaan sen suurempi kuin muidenkaan jäsenten. Virallisesti puheenjohtaja kuitenkin kutsuu hallituksen kokoukset koolle, allekirjoittaa asiakirjat sekä johtaa puhetta kokouksissa. Käytännössä puheenjohtaja hallitsee koko toimintaa. Puheenjohtaja siis huolehtii siitä, että yhdistys ”pitää lupauksensa” eli että kokouksien päätökset myös pidetään. Toisin sanoen puheenjohtaja johtaa ja valvoo hallituksen työskentelyä sekä tehtyjen päätösten toteuttamista. Tämä myös huolehtii työnjaosta, pitää yhteishenkeä yllä, rohkaisee jäseniä osallistumaan ja johtaa yhdistyksen kehittämistä. Varapuheenjohtaja toimii puheenjohtajana silloin, kun varsinainen puheenjohtaja on estynyt hoitamaan tehtäväänsä. (Iso-Markku ym. 2010, 31–32.)

Yhdistykselle voidaan valita myös sihteeri, joka helpottaa puheenjohtajan työtaakkaa. Sihteerin työnkuvaan kuuluu muun muassa kokouksien valmistelu, kuten kokouskutsujen laatiminen yhdessä puheenjohtajan kanssa ja sihteeri myös huolehtii kokouksien osallistujalistasta ja avustaa puheenjohtajaa esimerkiksi kirjaamalla puheenvuorot, ehdotukset, kannatukset ja muut esille tulevat asiat. Sihteeri myös kirjoittaa kokous pöytäkirjat puhtaaksi sekä laatii pöytäkirjanotteet ja jäljennökset, valmistelee toimintasuunnitelman- ja toimintakertomusluonnokset ja kirjoittaa ne lopulliseen muotoonsa hyväksymisen jälkeen. Sihteeri tekee siis kaikki ns. juoksevat työt sekä hoitaa tiedotukset. (Iso-Markku ym. 2010, 32.)

Päätösvaltaa jäsenet pääsevät käyttämään sääntömääräisissä kevät- ja syys- ja vuosikokouksissa. Jäsen- ten ei ole pakko osallistua kokouksiin, mutta heillä on oikeus olla niissä läsnä. Kuitenkin kokouksissa tehdyt päätökset sitovat kaikkia jäseniä. Seuraavassa on asioita, jotka tulee päättää sääntömääräisissä kokouksissa:

- yhdistyksen jäsenmaksut
- toimintasuunnitelman ja talousarvion hyväksyminen
- tilin-/toiminnantarkastajien valinta
- hallituksen/johtokunnan valinta
- toimintakertomuksen ja tilinpäätöksen vahvistaminen
- vastuuvapauden myöntäminen tilivelvollisille
- yhdistyksen sääntöjen muuttaminen
- yhdistyksen kannalta suuren omaisuuden luovuttaminen/hankkiminen (esim. kiinteistöt)
- äänestys- ja vaalijärjestelyt
- hallituksen tai jäsenen tai tilintarkastajan valitseminen/erottaminen
- yhdistyksen purkaminen. (Iso-Markku ym. 2010, 28.)

3.4 Yhdistyksen varainhankinta

Yleisimmin järjestöjen ja yhteisöjen rahoitus koostuu monista erinäisistä lähteistä. Varainhankinnan pääperiaate on se, että yhdistyksellä on monta tukijalkaa, jolloin talous ei ole niin haavoittuvainen ja samalla riskit vähenevät. (Karppinen, Nenonen, Pylkkänen & Suomäki 2014, 7.)

Aikaisemmin, 1960–80-luvuilla vastuu yhdistyksien rahoituksesta oli pitkälti yhteiskunnalla. Kun 1990-luvulla lama muutti tilannetta, on yhteiskunnan tuki vähentynyt ja yhdistysten oma varainhankinta on

tullut tärkeimmäksi rahoituslähteeksi. Yhteiskunnan muuttuessa ovat myös yhdistysten toimintaedellytykset ja -ympäristöt muuttuneet. (Karppinen ym. 2014, 5.)

Varainhankinta on toimintaa, jossa tuotot ovat enemmän kuin kustannukset ja jossa kulut muodostuvat tulojen aikaansaamiseksi tulleista menoista. Tällaisia ovat esimerkiksi myyjäisten tai arpajaisten järjestämisestä aiheutuneet kulut. Yhdistyksen toiminnassa varainhankinnaksi lasketaan kaikki tapahtumat, joista saadaan varoja. (Karppinen ym. 2014, 5.)

On mahdollista harjoittaa erilaisia tapoja varainhankinnassa. Yleisin varainhankintakeino on jäsenmaksu, jossa perusjäsen eli yhdistykseen varsinaisesti kuuluva jäsen saa maksullaan itselleen oikeudet ja velvollisuudet, jotka jäsenille kuuluvat, sekä äänestysoikeuden sääntömääräisissä kokouksissa. Yhdistyksellä voi olla myös kannatusjäseniä, jotka eivät ole velvoitettuja yhdistyksen toimintaan, vaan nimensä mukaisesti kannattavat yhdistystä. Kannatusjäsen voi olla yksityinen henkilö tai toinen yhteisö. (Karppinen ym. 2014, 11.)

Yhdistyksillä on lukuisia mahdollisuuksia kerätä varoja. Näihin lukeutuu edellä mainittu jäsenmaksu. Lisäksi yhdistys voi järjestää tapahtumia, kirpputoreja, myyjäisiä, bingoiltoja, metallinkeräystä, tietokilpailuja tai arvauskilpailuja. Joihinkin tapahtumiin on haettava lupa esimerkiksi poliisilta, ja osaan tapahtumista koosta riippuen voi tarvita verotuksen, jos esimerkiksi työnantaja maksaa säännöllisesti palkkoja. Näihin tapauksiin saa ohjeistusta ja apua verohallinnolta. (Karppinen ym. 2014, 11–33.)

4 TAPAHTUMAN MARKKINOINTI JA JÄRJESTÄMINEN

4.1 Markkinointi

Markkinointi on toimintaa, joka sisältää keskeisinä asioina merkkituotteistamisen ja strategioiden kehittämisen sekä toteutuksen, joiden avulla tuotteet tai palvelut siirretään asiakkaalle mahdollisimman tuottavasti. Markkinointi on siis koko perusta asiakkaan ja hänen tarpeittensa tyydyttämiseen. (Rainisto 2006, 11.)

Markkinoinnin perustana ovat siis asiakas ja tämän tarpeiden tyydyttäminen. Tuotteen tai palvelun ulkoinen olomuoto on vain välikappale, joka ei ole itsetarkoitus asiakkaan kannalta. Kaikki tuotteet voidaan nähdä palveluina, joiden tarkoituksena on antaa asiakkaalle lisäarvoa. (Rainisto 2006, 12.)

Markkinoinnin keskeinen tehtävä on jokaisessa tilanteessa valita yrityksen tai laitoksen tavoitteiden kannalta tehokkain markkinointikeinojen yhdistelmä eli markkinointimix (Anttila & Iltanen 2001, 13). Markkinointimix tarkoittaa markkinoinnissa käytettyä 4P:n kilpailukeinoja. Nämä neljä p:tä ovat product (tuote), price (hinta), place (paikka) sekä promotion (markkinointiviestintä). Tarkoituksena on, optimoida markkinointimix palvelemaan mahdollisimman hyvin liiketoiminnan päämääriä. (Tulos Helsinki 2021.)

Markkinoinnin tulee siis pystyä vakuuttamaan asiakas siitä, että meidän tuote/palvelu on parempi kuin kilpailijan. Tässä tapauksessa yhdistyksen tulee vakuuttaa asiakkaat eli tapahtumissa vierailijat siitä, että heidän tapahtumansa ovat niin hyviä, että niihin kannattaa tulla tutustumaan. Markkinointi siis puhuu puolestaan ja houkuttelee ihmisiä paikalle. Yhdistyksen tulee hoitaa markkinointi itse ja pyrkiä käyttämään sitä tehokkaasti. Kun markkinointi on yhdistyksellä, ei yhdistykselle aiheudu markkinoinnista ylimääräisiä menoeriä.

Jos tapahtumien markkinointi ja mainonta ei ole kovin näkyvää, ei voi odottaa suuria saavutuksia. Markkinointi ja mainonta tulee suunnitella hyvin, jotta se tavoittaa mahdollisimman paljon kuluttajia. Tärkeintä on, että markkinointi, markkinointi ja markkinointi, vaikka voi tuntua siltä, että markkinointia on liikaa. Ratkaisevaa on se, että miten markkinointi ja ymmärtää lopettaa markkinoinnin ajoissa.

4.2 Tapahtuman markkinointi

Kun yhdistetään tapahtuma ja markkinointi, saadaan aikaan tapahtumamarkkinointi. Tällöin markkinoinnilla pyritään saamaan tapahtumaan asiakkaita, luodaan kysyntää, tehdään tapahtuma tunnetuksi ja tuodaan tuotteita ja palveluita asiakkaiden tietoisuuteen. (Leskinen 2011, 76.)

Tapahtumalla tulee olla aina ennakkoon suunniteltu ja määritelty mitattava tavoite: miksi tapahtuma järjestetään. Mikäli kysymykseen ei ole vastausta, ei tapahtumaa kannata järjestää. Tavoitteena voi esimerkiksi olla uusien asiakkaiden löytäminen, brändin vahvistaminen, asiakassuhteiden vahvistaminen ja kehittäminen, vaikuttaminen asenteisiin ja mielikuviin ja niin edelleen (Vallo 2009, 37–38). Kun ajatellaan tapahtumaa, on tärkeää, että tapahtumat eivät ole irrallisia, muuhun markkinointiin kytkeytymättömiä ja tavoitteettomasti tehtyjä ja puolihuolimattomasti suunniteltuja tilaisuuksia. Jotta voitaisiin puhua tapahtumamarkkinoinnista tulisi seuraavien kohtien täytyä; tapahtuma on etukäteen suunniteltu, tavoite ja kohderyhmä on määritelty ja tapahtumassa toteutuvat kokemuksellisuus, elämyksellisyys ja vuorovaikutteisuus. (Vallo & Häyrynen 2016, 22.)

Oleellista on se, että tapahtumamarkkinointi on mielletty osaksi organisaation markkinointistrategiaa. Se on tavoitteellista toimintaa, jolla pyritään rakentamaan tai vahvistamaan imagoa tai tuotteiden ja palveluiden brändiä. On myös tärkeää, että tapahtumat kytkeytyvät muihin markkinoinnin toimenpiteisiin ja että jokaiselle tapahtumalle on määritelty selkeä kohderyhmä ja tavoite. (Vallo ym. 2016, 22.)

Tapahtumamarkkinointia voidaan käyttää hyödyksi erilaisissa tilanteissa. Tapahtuma voi esimerkiksi olla avajaiset, tuotelanseeraus, myyntitapahtuma, seminaari, juhlat, lehdistötilaisuus, sponsorointitilaisuus, perehdytys- tai koulutustilaisuus, luento, tiedotustilaisuus tai projektin päätös. (Vallo ym 2016, 41). Kun järjestetään tapahtumaa, on tärkeä tiedostaa se, että tapahtumaa tulee markkinoida, sillä yksi kutsu ei riitä. Tapahtuman markkinointiin tarvitaan markkinointiviestintää ja siihen liittyviä keinoja kannattaa hyödyntää. Tärkeää on, että markkinointia tapahtuu koko tapahtumaprosessin ajan. Pitää tietää, mitä tehdään ennen tapahtumaa, mitä sen aikana ja mitä sen jälkeen. (Vallo ym. 2016, 70.)

4.3 Tapahtuman järjestäminen

Tapahtuma on prosessi. Se vaatii järjestäjiltään pitkää suunnittelua ja järjestelyä. Tapahtumaprosessiin kuuluu suunnittelu, toteutus, ja jälkimarkkinointi. Riippuen tapahtumasta sen elinkaari on minimissään

pari kuukautta. Tällöinkin kaiken tulisi sujua kuin tanssi, oikeassa rytmissä ja tahdissa. Jos tapahtuma yritetään järjestää paria kuukautta lyhyemmässä ajassa, joudutaan tinkimään usein eri asioista. On mahdollista, ettei juuri optimaalisinta tilaa saada varattua tapahtumalle, sisustuksesta ja lavastuksesta joudutaan karsimaan tai juuri tärkeimmät ja halutuimmat esiintyjät eivät pääse osallistumaan tapahtumaan. Tällöin tapahtumasta putoaa pohja, jolle sitä on ideoilla rakennettu. (Vallo & Häyrynen 2016, 189.)

Tapahtumaprosessin kulku on esitelty Helena Vallon ja Eija Häyrysen (2016, 189) kirjoittamassa Tapahtuma on tilaisuus- kirjassa seuraavalla tavalla (tapahtuman aika-akseli 8 viikkoa):

Suunnitteluvaihe, johon olisi hyvä käyttää noin 75 % kapasiteetista eli noin 6 viikkoa. Tämä vaihe pitää sisällään projektin käynnistyksen, resursoinnin, ideoinnin, vaihtoehtojen tarkistuksen, päätökset ja niiden varmistamisen sekä käytännön organisoinnin. Tapahtuman toteutus, johon käytetään aikaa noin 10 % eli noin 0,8 viikkoa. Tällöin rakennetaan tapahtuma, pidetään itse tapahtuma ja puretaan tapahtuma. Jälkimarkkinointi, johon käytetään aikaa noin 15 % eli noin 1–2 viikkoa. Tässä vaiheessa kiitetään asianomaiset, toimitetaan materiaalit, kerätään palautteet ja ne työstetään, hoidetaan yhteydenottopyynnöt ja lunastetaan lupaukset, tehdään tapahtumasta yhteenveto sekä jatketaan vielä tapahtumaa sosiaalisessa mediassa. (Vallo & Häyrynen 2016, 189.)

Kun aloitetaan suunnittelemaan tapahtumaa, on hyvä ottaa selvää, millaisia viranomaislupia on haettava ja mitä ilmoituksia ja sopimuksia on tehtävä. On myös hyvä ottaa selvää, kuinka paljon ennen tapahtumaa nämä olisi hyvä tehdä.

Suomen lainsäädäntö on sama jokaisessa paikkakunnassa, mutta viranomaisten ohjeistukset voivat vaihdella. On kuitenkin tärkeää, että lupa-asioden käsittelyyn varataan riittävästi aikaa, jotta luvat keretään saada ennen tapahtumaa. Sääöksissä on esitetty luvan tai ilmoituksen minimiaika muutamaa poikkeusta lukuun ottamatta. Ilmoitukset, joille on säädetty minimiajat, ovat poliisille tehtävä ilmoitus yleisötilaisuuden järjestämisestä, ympäristönsuojeluviranomaiselle tehtävä meluilmoitus sekä terveydensuojeluviranomaiselle tehtävä ilmoitus elintarvikkeiden tilapäisestä myynnistä. Lupa-asioihin on hyvä varata aikaa useita kuukausia, riippuen tilaisuuden laadusta ja laajuudesta. (Lampinen & Välikylä 2009, 7.)

Alpuan kehitys ry:n tapauksessa uskon, että seuraavat luvat riittävät yhdistyksen järjestämiin tapahtumiin. Tapahtumapaikan omistajalta ja/tai haltijalta on hyvä olla kirjallinen sopimus, josta selviää alue, josta sopimus on tehty, sekä määritelmä mahdollisesta vuokraoikeuden siirrosta tai alivuokrauksesta.

Kun yhdistys toimii pääsääntöisesti talkoolaisten voimin, mielestäni talkoovakuutus olisi hyvä olla. Tämä korvaa työtaturmavakuutuksen.

4.4 Viranomaisluvut

Yleisötilaisuudeksi luetaan sellainen tilaisuus tai tapahtuman, joka on avoin kelle tahansa, ilmaiseksi tai pääsylipun ostamalla. Tällaisia ovat esimerkiksi erilaiset messut ja markkinat, yleisölle suunnatut juhlat, näytökset tai urheilukilpailut. Yleisötilaisuuksiin ei edellytetä erillistä kutsua tai yhteisön jäsenyyttä. (Poliisi.fi. 2020.)

4.4.1 Poliisille tehtävät ilmoitukset ja luvat

Käytännössä yleisötilaisuuksista pitää aina tehdä poliisille ilmoitus. Ilmoitus tulee tehdä poliisille viisi (5) vuorokautta ennen tapahtumaa. Joitain poikkeuksellisia tilaisuuksia ja tapahtumia on, kuten esimerkiksi tilaisuudet/tapahtumat, joiden luonne on sellainen, ettei niistä aiheudu sivullisille ja ympäristölle haittaa eivätkä ne vaadi erillistä liikennejärjestelyä. Myös tilaisuuden paikka ja vähäinen osallistujamäärä voivat olla perusteena sille, ettei ilmoitusta tarvitse tehdä. On kuitenkin hyvä ottaa selvää oman alueen poliisilta, tarvitseeko tehdä virallista ilmoitusta. (Poliisi.fi. 2020a.)

Seuraavista tapahtumista täytyy tehdä ilmoitus poliisille:

- suuret tapahtumat (satoja osallistujia)
- yleisten paikkojen ulkotapahtumat
- erityisryhmille osoitetut tapahtumat
- klo 22.00 jälkeen kestävät tapahtumat
- jos tarvitaan järjestyksenvalvontaa tai liikenteenohjausta
- anniskelu
- jos tapahtuma vaatii pelastussuunnittelua (yli 200 henkilön tilaisuus)
- voimakkaita tunteita herättävä tapahtuma (Poliisi.fi 2020a).

Poliisilta on myös haettava tavara-arpajaislupa. Tällä tarkoitetaan arpajaisia, johon osallistutaan rahallisesti joko suoralla maksulla tai pääsymaksulla ja joista voitto annetaan tavarana tai esimerkiksi lahjakorttina. Tavara-arpajaislupa voidaan myöntää yhteisölle tai säätiölle, tässä tapauksessa yhdistykselle, jolla on yleishyödyllinen tarkoitus. Arpajaisten tuotto tulee käyttää yleishyödylliseen toimintaan, ja ar-

pajaiset tulee järjestää sitten, että ne tuottavat tuloa yleishyödylliseen tarkoitukseen. Tästä syystä arpajaisia ei voida vain järjestää tuottamaan iloa. Poliisilta pitää hakea myös rahankeräyslupa, joka on voimassa toistaiseksi. Rahankeräys on siis vastikkeetonta raha-apua pääsääntöisesti yleishyödylliseen tarkoitukseen. Poliisilta ei tarvita varainkeruulupaa pienarpajaisiin, joiden tuotto on enintään 3000 € ja joissa arpojen myynti ja voiton jako tapahtuu samassa tilaisuudessa. Tietyin säännöin myöskään arvauskilpailuihin, markkinointiarpajaisiin tai miniatyyriarpajaisiin ei tarvita lupaa. Pienkeräykseen tarvitsee tehdä kirjallinen ilmoitus poliisille viisi (5) päivää ennen keräystä. Ennen pienkeräyksen aloittamista pitää olla poliisilaitokselta myönnettävä pienkeräysnumero. (Poliisi.fi 2020b.)

4.4.2 Pelastuslaitokselle tehtävät ilmoitukset

Valtioneuvostolla on oma asetus pelastustoimesta kohdassa 407/2011 3§. Pelastuslain 16§ nojalla pelastussuunnitelma on laadittava, mikäli tapahtuma täyttää seuraavat kriteerit:

- samanaikaisesti arvioidaan olevan läsnä vähintään 200 henkilöä
- tapahtumassa käytetään ilotulitteita, avotulta tai muita pyroteknisiä tuotteita tai palo- ja räjähdysvaarallisia kemikaaleja
- poistumisjärjestelyt poikkeavat tavanomaisesta
- jos tapahtuman luonne aiheuttaa erityistä vaaraa ihmisille (Jokilaaksojen pelastuslaitos 2017, 3–4).

On tärkeää, että tehdään myös vaarojen ja riskien selvitys ja arviointi. Tähän on hyvä koota ryhmä, jossa on tapahtuman järjestäjä, pelastuslaitoksen edustaja sekä muita tapahtuman vastaavia henkilöitä. He yhdessä kartoittavat vaaroja ja riskejä. Arvioinnissa on hyvä ottaa huomioon tapahtumapaikka, osallistujat sekä tapahtuman erityispiirteet. Tämän jälkeen riskit ja vaarat kirjataan ylös. Kun riskit ja vaarat on selvitetty, voidaan miettiä syitä ja seurauksia, miksi voi näin tapahtua, ja mitä kannattaa tehdä toisin, ettei näin pääsisi tapahtumaan. Kirjaukseen tehdään myös henkilökunnalle toimintaohjeet, riskitilanteisiin, sekä niiden ennaltaehkäisyyn. (Jokilaaksojen pelastuslaitos 2017, 7–8.)

Ennen tapahtumaa on hyvä käydä läpi, onko tapahtumapaikalla saatavilla tulipalon sattuessa alkusammutuskalustoa, ovatko ne käyttökelpoisia ja onko niitä riittävästi. Tärkeää on myös tarkistaa, onko kohteessa automaattiset paloilmoittimet, jotka savua havaittuaan välittävät tiedon hätäkeskukseen. Tapahtumapaikalle on myös suunniteltava ensiapuvalmius, jossa on ensiapukurssin EA1 suorittanut vastaava. Suuremmissa tapatumissa vastaavan tulee olla suorittanut EA1, 2 ja jopa 3. Ensiapusuunnitelmaa ei tarvitse tehdä erikseen 200–2000 hengen tapahtumissa, vaan tällöin riittää maininta pelastussuunnitel-

massa. Suuremmissa tapahtumissa tulee tehdä ensiapusuunnitelma erikseen. Pelastussuunnitelmassa pitää olla maininnat myös maksimi henkilömäärästä, palo-osastoinnista, pelastusteistä ja muista reiteistä tapahtumapaikalle ja paljon muita pelastuslaitosta hyödyttävää tietoa. (Jokilaaksojen pelastuslaitos 2014, 10–11.) Pelastussuunnitelmaa tulee lähettää viimeistään 14 vuorokautta ennen tapahtuman alkua, oman alueen pelastusviranomaiselle eli tässä tapauksessa Jokilaaksojen pelastuslaitokselle.

4.4.3 Kaupungille tehtävät ilmoitukset ja luvat

Tapahtumaa järjestettäessä on otettava huomioon, että lupailmoituksista osa tehdään omalle kaupungille. Yleensä ilmoitukset tehdään kaupungin ympäristötarkastajalle. Kaupungille tulee tehdä meluilmoitus noin 30 vuorokautta ennen tapahtumaa. Meluilmoitus tulee tehdä, jos tapahtumassa käytetään äänentoistolaitteita kuulutuksiin tai musiikkiesityksiin. Meluilmoituksen tulee sisältää ilmoitusvelvollisen nimi ja yhteys henkilön tiedot, tapahtumapaikka, liitteeksi kartta paikasta, toiminnan kuvaus, josta melu aiheutuu, tapahtuman kesto, melupäästöt ja niiden haitta-alue. Ilmoituksessa tulee ilmetä myös melun torjunta, seuranta, tiedottaminen ja mittaaminen. (Nevalainen 2021, 3.)

Ympäristötarkastajalle tulee tehdä myös jätehuoltosuunnitelma, jos kävijöiden määrä on useita satoja. Jos taas kävijöitä odotetaan yli 500 tai myynnissä on elintarvikkeita, tulee ilmoitus tehdä myös ympäristöterveydenhuollolle, tai jos kävijöitä odotetaan yli 1000, tulee toimittaa jätehuoltosuunnitelma ympäristönsuojeluviranomaiselle. Kuitenkin vastuu on tapahtuman järjestäjällä. Tämän tulee huolehtia paikalle jätehuolto, jätteiden lajittelu sekä jätteisiin liittyvä neuvonta tilaisuuden aikana. Tilaisuus on hyvä suunnitella niin, että jätettä syntyisi mahdollisimman vähän ja jäteastioita on riittävästi tarjolla. Tilaisuuden jälkeen, jäteasiat on tyhjennettävä ja tapahtumaympäristö siivottava välittömästi, mahdollisesti myös tapahtuman aikana. Asiasta on tehtävä ilmoitus kahta (2) viikkoa ennen tapahtumaa. (Nevalainen 2021, 4.)

Jos tapahtumassa on myynnissä elintarvikkeita tai tapahtuma on torimyynti, tulee ilmoitus tehdä kaupungin ympäristöterveydenhuoltoon 14 vuorokautta ennen tapahtumaa. Tästä ilmoituksesta tulee käydä ilmi elintarviketoimitsijat sekä kuluttajapalvelut. Tapahtuman järjestäjän vastuulla on jätehuolto ja hyvät hygieeniset olosuhteet ilman, että niistä aiheutuu terveyshaittaa. Jos taas tapahtuman luonne on tilapäinen, esimerkiksi ruokatelta tai muu liikuteltava elintarvikehuoneisto, tulee järjestäjän ilmoittaa elintarvikkeiden myynnistä neljä (4) arkipäivää ennen tapahtumaa. Kun tapahtuma on pieni eikä sitä voida pitää elinkeinon harjoittamisena, ei tarvitse tehdä erillistä ilmoitusta ympäristöterveydenhuoltoon. Tähän kuuluvat muun muassa yksityishenkilöiden tai harrasteryhmien vähäinen elintarvikkeiden myynti ja

kahvitarjoilu. Säännöllinen elintarvikkeiden ulko- ja torimyynti vastaa kiinteää elintarvikehuoneistoa, mutta on olosuhteiltaan riskialttiimpaa. Jos halutaan pitää vaikkapa viikonloppuisin torikahvilaa, tulee ilmoitus tehdä viimeistään yhtä (1) kuukautta ennen toiminnan aloittamista. Tärkeää on noudattaa hyviä tapoja sekä oikeita säilytyslämpötiloja sekä noudattaa Ruokaviraston ulkomyyntiohjetta. (Kalajoki.fi 2021)

5 TUOTTEISTAMINEN

Tuotteistus on ajattelutapa, jolla toteutetaan tuote- ja tuotekehitysstrategiaa käytännössä. Tuotteistus ei ole vain tuotteiden määrittelyä vaan koko palvelutuotannon täsmentämistä ja jäsentämistä hallittavampaan muotoon. Tuotteistus on laajasti ymmärrettyä palvelujen kehittämistä vastaamaan paremmin asiakkaiden tarpeita. (Lehtinen & Niinimäki 2005, 30.)

Tuotteistamisesta voidaan erottaa kaksi eri tasoa; ulkoinen ja sisäinen tuotteistaminen. Kun puhutaan ulkoisesta tuotteistamisesta, sillä tarkoitetaan sitä, miten asiakkaalle näkyvät palveluelementit kuvataan ja kiteytetään. Ulkoisessa tuotteistamisessa synnytetään asiakkaalle yhteinen näkemys tärkeistä palvelun elementeistä, jotka ovat tyypillisesti palvelukuvaus sekä myyntimateriaali. Sisäinen tuotteistaminen taas tarkoittaa palvelutuotannon kuvaamista ja yhdenmukaistamista. Perustehtäviä sisäisessä tuottamisessa ovat palveluprosessin, toimintatapojen ja vastuiden kuvaaminen sekä määrittäminen. Tässäkään kohtaa ei pidä unohtaa asiakasta, sillä on tärkeää miettiä, miten palveluprosessi näyttäytyy asiakkaalle ja mitkä ovat asiakkaan prosessit. (palveluntuotteistaminen.fi 2021.)

Yleisesti tuotteistaminen toteutetaan yhtenä suurena projektina, joka taas itsessään sisältää monia osaprojekteja. Ne voidaan myös toteuttaa yksittäisinä projekteina, jolloin niitä kutsutaan tuotekehitysprojekteiksi. Tämä on silloin tyypillistä, kun aletaan kehittämään jo olemassa olevaa tuotetta. Tuotteistaminen ei tapahdu hetkessä, varsinkaan, jos kyseessä on täysin uusi tuote. Kun prosessi on hyvin suunniteltu, ja sille on varattu riittävästi aikaa, kehitys näkyy tuotteen tuotannossa ja sen työstämisessä. (Lehtimäki & Niinimäki, 2005, 46.)

Tuotteistamisen tavoite on saada esimerkiksi palvelun tuottamisen tehostaminen, markkinoinnin ja myynnin tehostaminen, sisäisen yhteistyön ja tiedonjaon tehostaminen sekä tuotteistuksessa olevan palvelun roolin ymmärtäminen. On tärkeää luoda yhdessä selkeä tavoite tuotteistamiselle. Tällöin todennäköisesti kaikki osapuoletkin ovat motivoituneita. (palveluntuotteistaminen.fi 2021.)

Tuotteistamista tapahtumissa voisi ajatella niin, että järjestettäisiin kävijöille mielipidekysely, jossa on mahdollisuus esittää omia toiveita tuote-esittelijöistä ja josta saataisiin lisää tietoa siitä, mitä kannattaisi lisätä ja mitä poistaa tapahtumasta. Tällöin saadaan kehitettyä tapahtuman konseptia toimivammaksi ja asiakaslähtöiseksi. Kun asiakasta kuunnellaan, todennäköisesti tämä palaa seuraavaankin tapahtumaan. Tällöin yhdistyksen tulee tehdä palvelustaan tuote, jota asiakkaat voivat hyödyntää kuten esimerkiksi

suunnitellun tapahtuman toteutus, jolloin tapahtumavierailijat saavat konkreettisen palvelun. Mielestäni Alpuassa on yksi tuotteistettu tapahtuma, jota kaikki osaavat odottaa. Elokuussa on järjestetty Alpuan Elomarkkinat, ja ne ovat aina vetäneet väkeä naapurikylistäkin. Tapahtuma on järjestetty aina samoihin aikoihin, joten se on jäänyt ihmisille mieleen ja he osaavat odottaa vuosittaista tapahtumaa.

6 VUOSIKELLO

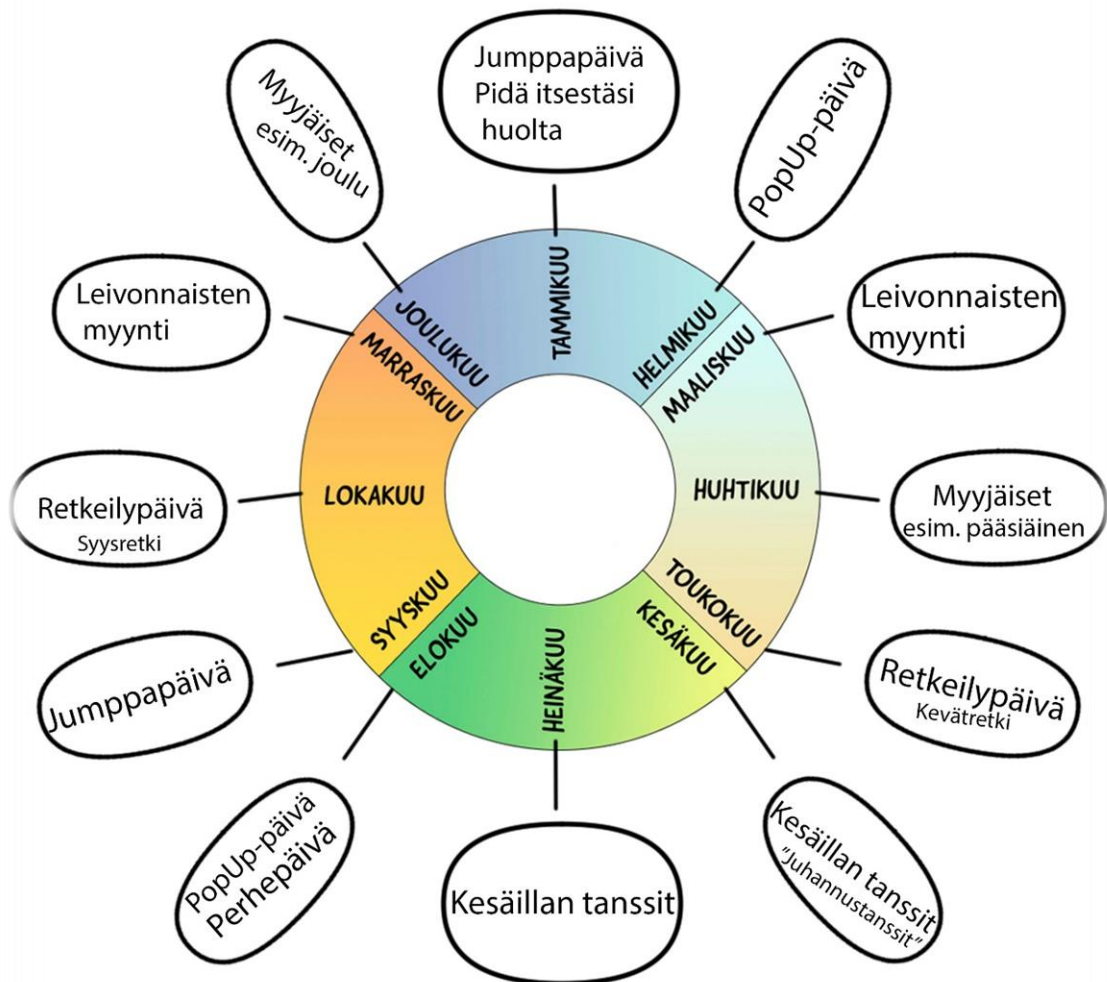
Vuosikello on vuosisuunnitelma, jonka avulla organisaatio, tässä tapauksessa yhdistys, voi suunnitella ja aikatauluttaa vuoden tekemiset ja prosessit. Vuosikello on siis vuoden kuluessa tapahtuvien toimintojen aikataulu, jota voidaan esittää sanallisesti tai graafisesti. Sen avulla nähdään kokonaiskuva tapahtumista ja kelloa voidaan tarkentaa jatkuvasti. (Innokylä.fi 2021.)

Vuosikelloa voidaan hyödyntää lähes millaisessa toiminnassa tahansa tai ottaa sen osaksi tukemaan suunnittelua ja arviointia. Lisäarvoa vuosikellolle tuo se, että yhdestä kuvasta voidaan nähdä eri tehtävät ja tulevat prosessit ja se, miten ne liittyvät toisiinsa. Tällöin vuosikello luo selkeän työsuunnitelman kullekin vuodelle. On myös tärkeää, että kaikkien jäsenten ”kellot ovat samassa ajassa”, eli ne ovat synkronoidut keskenään ja täten tukevat toisiaan. (Innokylä.fi 2021.)

Vuosikello auttaa myös tapahtuman suunnitteluun, sillä siitä näkee, milloin tapahtuman valmistelu kannattaa aloittaa, jotta se saadaan valmiiksi. Sen avulla voidaan myös jakaa tehtävät, jotta kaikki saavat osallistua tapahtuman valmisteluun ja vastualueet vaihtelevat. Vuosikello voidaan tehdä millaiseen muotoon vain, kunhan sitä on helppo tarkastella. Luonnollisin tapa on tehdä kellotaulun mukainen, jossa erittely on kuukausittain tai kausittain.

Alkuun toki voi olla hieman hankalaa sopeutua vuosikellon käyttöön, sillä se on yhdistykselle uusi asia. Vaatii aikansa, että kaikki siihen tottuvat ja osaavat käyttää ja pitää sitä silmällä. Tähän kelloon on sijoitettu ne tapahtumat, joita olen tässä opinnäytetyössä suunnitellut. Kelloon ei ole merkitty jo olemassa olevia tapahtumia. Kellosta käy ilmi tapahtumien jäsentely, jolloin saman tyylliset tapahtumat eivät toistu liian usein. Pohjaan sijoitellaan joka vuosi tapahtumia, joita halutaan toteuttaa tulevana vuonna.

Ohessa alustavasti suunniteltu, täysin hypoteettinen vuosikello. Olen ajatellut, että tarkemmat tiedot tehdään erikseen kuukausikohtaisesti, jolloin ohjeistukset eivät jää tapahtumien alle piiloon ja siten tee kellon lukemisesta sekavaa.



KUVA 1. Alpuan kehitys ry:lle suunniteltu hypoteettinen vuosikello.

7 VARAINHANKINTASUUNNITELMAT

Olen varainhankinnan keinoksi ajatellut, että Alpuan kehitys ry voisi järjestää erilaisia tapahtumia kylällä. Jokaiseen tapahtumaan sisällytetään kahvio sekä arvontaa vaihtuvien palkinnoin, ja näiden tuotot tulevat Alpuan kehitys ry:lle. On myös mahdollista kutsua tuote-esittelijöitä, joilta perittäisiin pieni pöytämaksu. Olisi myös hyvä, jos yhdistys saisi paikalliset urheiluseurat, partiot tai muut yhteistyöhön kanssaan.

Millaisista tapahtumista sitten voisi olla kyse? Mielestäni pieni kylä tarvitsee matalan kynnyksen tapahtumia, joihin on helppo uskaltautua tulla ja joissa voi olla oma itsensä. On myös tärkeää, että tapahtumapaikaksi valitaan sellainen, johon kaikki mahtuvat ja johon on helppo tulla, jottei sen takia kukaan jätä tulematta. Tärkeää on myös mainostaa näyttävästi tapahtumaa, jottei se jää huomaamatta. Tärkeintä tapahtuman markkinoinnin kannalta on se, että markkinointi aloitetaan hyvissä ajoin ja tapahtumaa markkinoidaan mahdollisimman lähelle tapahtumapäivää ja vielä tapahtumapäivänä.

Näitä tapahtumia voisivat olla esimerkiksi erilaiset jumppatapahtumat, retkeilypäiviä, erilaisten pienyritysten pop up -päivät, perheille suunnatut päivät sekä leivonnaisten myyntiä. Tapahtumia voidaan kehittää mielipidekyselyiden avulla ja myös suoraan kävijöiltä kysymällä. Tällöin saadaan vastattua parhaiten kyläläisten tarpeisiin tapahtumien suhteen.

7.1 Varainhankinta tapahtumat

Jumppapäivä/ Pidä itsestäsi huolta -päivä, voisi sisältää erilaisia jumppia ja kehonhuoltohetkiä. Mahdollisuuksien mukaan sisällä ja ulkona, kuten esimerkiksi keppijumppaa, tuolijumppaa tai joogaa. Tapahtumassa olisi mukana kahvio, jossa myytäisiin kahvia, leivoksia ja smoothieita. Paikalle voisi kutsua esimerkiksi lähi- tai sairaanhoitajaopiskelijoita mittaamaan verenpainetta tai verensokeria. Mahdollisuuksien mukaan tapahtumaan voisi varata esimerkiksi kehonkoostumusmittauslaitteen, jos laitteen vuokra ei ole kovin kallis. Ajattelisin, että jumppapäivä voisi olla tietyssä syklissä tapahtuva monipuolinen tapahtuma.

Retkeilypäivä sisältäisi pientä osallistumismaksua vastaan tutustumisen Vihannin Kinttupoluille, jotka ovat Alpuassa. Näin pääsisi tutustumaan lähialueen luontoon, jos sinne ei tule yksin lähdettyä. Osallistumismaksu sisältäisi eväät laavulla (makkara, kahvi, mehu, leivos) sekä ”opastetun” kierroksen poluilla.

Tästä voisi tehdä vaikkapa kuukausittaisen tapahtuman. Esimerkiksi keväällä ja syksyllä voisi olla useampi retki, joissa voidaan bongata muuttolintuja ja muita metsäneläimiä.

Pop up -päivään voisi kutsua lähialueen yrittäjiä tai edustajia. Mitä useamman tuote-esittelijän saisi paikalle, sitä parempi kattaus olisi tarjolla kyläläisille. Mieleeni tulee lähialueen Tupperware-esittelijä, HomCare- esittelijä, Nosh -vaate-esittelijä sekä koruesittelijä ja sisustustuotteita myyvän yrityksen esittelijä. Pöytäpaikalle voitaisiin määritellä pieni maksu, joka sisältäisi esimerkiksi pöydän, sähkön tarvitessa ja kahvin leivoksen kera. Tässäkin tapahtumassa olisi kahvio, jossa oli kahvia, leivoksia, mehua, ja pientä purtavaa.

Myyjäiset toimisivat samalla kaavalla kuin edellä mainittu pop up -päivä mutta ehkä laajemmassa mitakaavassa. Tapahtumassa voisi olla vuodenajasta riippuen ulkona tapahtuvaa myyntiä markkinatyyliin tai sitten sisällä tapahtuvaa pöytämyyntiä.

Leivonnaisten myyntipäivään vapaaehtoiset kehityksen jäsenet/puolisot voisivat leipoa myyntiin kotipullaa, korvapuusteja, leipää, piirakoita tai kuivakakkuja, kukin kykynsä ja osaamisensa mukaan. Tällöin tuotto tulisi suoraan Alpuan kehitys ry:n kassaan. Tapahtuma sijoitettaisiin usealle eri kuukaudelle, minkä myötä tapahtuma saataisiin vakiinnutettua.

Perhepäivän osalta voisi ajatella, että yhteistyö päiväkodin kanssa olisi kannattava. Tapahtumassa olisi yleistä tietoa kylän tarjonnasta lapsiperheille, kuten esimerkiksi omasta päiväkodista. Paikalle voisi kutsua myös esimerkiksi koirakaveri-harrastajia, alpakoita sekä hevosia. Tässäkin tapahtumassa olisi kahvio, josta ostamalla kahvia, leivonnaisia, karkkia tai pizzaa voi tukea Alpuan kehitys ry:tä.

Kesäillan tanssit voisi olla vanhemmalle ja miksei myös nuoremmalle väestölle mieluisa tapahtuma. Tapahtumaan voitaisiin järjestää live-musiikkia. Tansseihin myytäisiin ennakoon lippuja kohtuulliseen hintaan, sillä liian korkea hinta pitää kävijät poissa. Tapahtumassa voisi myös olla perinteisesti virvoitusjuomia, kahvia, herkkuja ja tietysti makkaraa. Tämä tapahtuma voisi olla pari kertaa kuukaudessa, jolloin siitä muodostuisi ihmisille ”tapa” käydä viettämässä vaikkapa lauantai-iltaa tanssien.

Peräkontti- tai peräkärrykirppis, jossa kyläläiset saisivat myydä itselleen tarpeettomia esineitä. Tapahtumassa varainhankinta tapahtuisi paikkamaksujen ja kahvilan tuotoista. Tämän tyylistä tapahtumaa voisi ajatella kotien kevät- tai kesäsiivouksien yhteyteen.

7.2 Varainhankinta tapahtumien sijoittelu

Ajattelisin, että suurimman osan edellä mainituista varainhankinta tapahtumista voisi järjestää muutamia kertoja vuoden aikana. Tällöin huomattaisiin, minkä tyylliset tapahtumat vetävät eniten kävijöitä ja mitkä tapahtumat taas voitaisiin esimerkiksi jättää pois tai kehittää houkuttelevammaksi. Tietyn tyyllisiä tapahtumia voisi sijoittaa kalenterissa olevien vuosittaisten tapahtumien perusteella, esimerkiksi pääsiäisen, kevätsiivouksen tai vaikkapa joulun tienoille myyjäisiä tai pop up -päivän, jolloin esimerkiksi voisi ostaa vuoden aikaan sopivia koristeita tai lahjoja läheisille.

Keväisin ja syksyisin olisi varmasti mukava seurata, mitä luonnossa tapahtuu. Keväällä voi seurata luonnon heräämistä ja eläinten pesänrakennusta, ja syksyllä taas voi seurata, kuinka luonto valmistautuu tulevaan talveen. Liikunnallisia tapahtumia voitaisiin järjestää vuoden ympäri, ottaen huomioon sääolosuhteet valittaessa teemaa.

Tärkeää olisi ottaa huomioon, ettei tule liian paljon samanlaisten tapahtumien toistoa ja varsinkin etteivät ne ole liian tiuhaan tahtiin. Jos tapahtumia alkaa olla liian usein, tulee niin järjestäjille ja kävijöille ”turnausväsymys”, eli tapahtumista ei enää saada jännityksellistä iloa tapahtumista ja ne alkavat pikkuhiljaa kuihtua pois.

Tällä hetkellä maailmantilanteen ottaen huomioon tapahtumien järjestäminen ja näin ollen varainhankinnan mahdollistaminen sitä kautta riippuu hyvin pitkälti vallitsevista Covid-19-viruksen tuomista rajoituksista.

8 YHTEENVETO JA POHDINTA

Opinnäytetyön tarkoitus oli saada Alpuan kehitys ry:lle varainhankintaa, joten keskityin pitkälti siihen. Mietin, millaisia tapahtumia voisi pienellä kylällä olla. Palveluiden tuotteistamisella tarkoitetaan tässä työssä sitä, miten saadaan vakinaistettua tapahtumia pitkin vuotta, jolloin tulot olisivat tasaiset. Sain mietittyä Alpuan kehitys ry:lle paljon varainhankintakeinoja lähitulevaisuuteen, sillä kaikkea ei voida tänä vuonna järjestää. Omat haasteensa opinnäytetyön käytännön toteutukseen toi maailmanlaajuinen Covid-19-pandemia, jonka vuoksi opinnäytetyössä ideoituja tapahtumia ei ole voitu järjestää. Pandemia on tuonut paljon liikkumis- ja järjestäytymisrajoituksia kaikille paikkakunnille, jotta leviäminen saataisiin hillittyä.

Valmiille yhdistykselle oli helppo ryhtyä suunnittelemaan varainhankintaa, kun heillä on ollut aikaisemmin erilaisia varainhankintakeinoja. Sain tapahtumien suunnitteluun vapaat kädet, mikä helpotti suunnittelua. Koska kylällä toimii useampi eri yhdistys, ajattelin, että mahdollisuuksien mukaan isoimpia tapahtumia voisi järjestää yhteistyössä muiden yhdistysten kanssa. Vuosikello on suunniteltu havainnollistamaan, mitä tapahtumia milloinkin on tulossa. Vuosikellossa olevista tapahtumista voidaan tehdä tarkemmat määritelmät erillisenä asiakirjana, jossa jaotellaan osa-alueiden vastuut tekijöille, mikä selkeyttää tapahtuman suunnittelua ja rakentamista. Vuosikellosta voidaan katsoa ajankohta tapahtumalle ja voidaan aloittaa suunnittelut hyvissä ajoin. Suunnittelusta on hyvä ilmoittaa muillekin yhdistyksille, jottei tule useampaa tapahtumaa päällekkäin. Helppokäyttöisyytensä vuoksi vuosikelloa on helppo muokata ja seurata. Kelloon on tehty valmis, tyhjä pohja, joka on helppo täyttää vuosittain.

Koska käytännön osuus puuttuu, vuosikellon toimivuutta ei ole vielä päästy testaamaan käytännössä. Uskon, että kun vuosikello otetaan käyttöön, se helpottaa Alpuan kehitys ry:n varainhankintaa huomattavasti, kun pystytään laatimaan etukäteen suunnitelmaa mitä tehdään ja milloin. Kun kellosta saadaan käyttökokemusta, sitä voidaan vielä muokata oman maun mukaiseksi. Muuten opinnäytetyö mielestäni on onnistunut hyvin, koska sain ideoitua paljon eri tyyliä tapahtumia.

LÄHTEET

Anttila, M. & Iltanen K. 2001. *Markkinointi*. 5. uudistettu painos. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Alpuan seutu. *Alpuan Kehitys ry*. Saatavissa: <http://alpuanseutu.fi/alpuan-kehitys-ry/> Viitattu 1.11.2020.

Innokylä. *Vuosikello*. Saatavissa: <https://innokyla.fi/fi/tyokalut/vuosikello>. Viitattu 7.3.2021.

Iso-Markku, P., Rosengren P. Törrönen A. 2018. *Yhdistystoiminnan avaimet*. Uudistettu painos 2018. Saatavissa: https://www.ksl.fi/wp-content/uploads/2018/06/Yhdistystoiminnan-avaimet_verkkoversio_FINAL.pdf . Viitattu 26.04.2021.

Jokilaaksojen pelastuslaitos 2017. *Opas yleisötapahtuman pelastussuunnitelman laadintaan*. Saatavissa: <https://www.jokipelastus.fi/sites/jokipelastus.fi/files/Opas-yleistapahtuman-pelastussuunnitelman-laadintaan-2017.pdf>. Viitattu 28.4.2021.

Kalajoki.fi. Sosiaali- ja terveysterveystoimet. *Suuret yleisötapahtumat ja torimyynti*. Saatavissa: <https://kalajoki.fi/sosiaali-ja-terveyspalvelut/ymparistoterveydenhuolto/terveysvalvonta-3/elintarvikevalvonta/suuret-yleisotapahtumat-ja-torimyynti/>. Viitattu 29.4.2021.

Karppinen, V-M., Nenonen, J., Pylkkänen P., Suomäki S. 2014. *Mistä rahat toimintaan – neuvoja paikallistoiminnan varaihankintaan*. Suomen Kylätoiminta ry, Kylien bisneskeissit-hanke. Taitotupa. <https://suomenkylat.fi/wp-content/uploads/2018/08/Varaihankintaopas.pdf>. Viitattu 27.3.2021.

Lampinen, J. & Välikylä, T. 2009. *Yleisötilaisuuden järjestämisenopas*. Suomen Ympäristö- ja Terveystoiminnan Kustannus Oy.

Lehtinen, U. & Niinimäki, S. 2005. *Asiantuntijapalvelut. Tuotteistaminen ja markkinoinnin suunnittelu*. 1. painos. Helsinki: Werner Söderström Osakeyhtiö.

Leskinen, S. 2011. *Tapahtumajärjestäjän opas*. Kajaani: Kajaanin ammattikorkeakoulu. Saatavissa: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/35251/Leskinen_Satu.pdf?sequence . Viitattu 26.3.2021.

Loimu, K. 2000. *Yhdistystoiminnan käsikirja*. Porvoo: Werner Söderström Osakeyhtiö.

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

Nevalainen, R. 2021. *Yleisötilaisuuksien järjestäminen ympäristönsuojelun ja ympäristöterveysvalvonnan kannalta*. Julkaisematon lähde.

Palvelujen tuotteistamisen käsikirja. LEAPS-projekti. Saatavissa: http://palveluntuotteistaminen.fi/?page_id=7 . Viitattu 7.3.2021.

Poliisi.fi. a *Yleisötilaisuudet*. Saatavissa: <https://poliisi.fi/yleisotilaisuudet>. Viitattu 26.4.2021.

- Poliisi.fi. b *Hae arpajais- ja rahankeräyslupaa*. Saatavissa: <https://poliisi.fi/hae-arpajais-ja-rahamke-rayslupaa>. Viitattu 29.4.2021.
- Rainisto, S. 2006. *Markkinoinnin ABC*. Kotka: Kymenlaakson ammattikorkeakoulu.
- Siipola, S. Talousverkko.fi. *Yhdistyksen verotus ja verovapaus*. Saatavissa: <https://www.talousverkko.fi/yhdistyksen-verotus-ja-verovapaus/>. Viitattu 26.4.2021.
- Tulos Helsinki. *Markkinointimix*. Saatavissa: <https://www.tulos.fi/markkinointimix>. Viitattu 7.3.2021.
- Vallo, H. 2009. *Isännyyden ihanuus*. Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.
- Vallo, H. & Häyrinen E. 2016. *Tapahtuma on tilaisuus, tapahtumamarkkinointi ja tapahtuman järjestäminen*. 5. painos. Tallinna: Printon.
- Yhdistyslaki*. Finlex.fi Saatavissa: <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1989/19890503?search%5Btype%5D=pika&search%5Bpika%5D=yhdistyslaki> . Viitattu 26.04.2021