

# KILPAILU LAHJOITUKSISTA.

## RAHANKERÄYSMARKKINOIDEN MUUTOS SUOMESSA 2000–LUVUN ALUSSA

Emilia Saukko: YTM, tohtorikoulutettava, Itä-Suomen yliopisto

*emilia.saukko@uef.fi*

*Janus* vol. 23 (1) 2015, 3–25

Janus

### Tiivistelmä

Suomessa lahjoitetaan vuosittain yli 100 miljoonaa euroa hyväntekeväisyyteen. Keräyksiä on tilastoitu systemaattisesti vasta vuodesta 2002, jolloin voimaan tullut rahankeräyslakimuutos mahdollisti tilastoinnin ja seurannan. Vaikka tarkastelu-aika on suhteellisen lyhyt (2002–2011), on rahankeräysmarkkinoilla havaittavissa merkkejä muutoksesta. Kilpailu lahjoitetusta rahasta pakottaa keräysorganisaatioita kehittämään keräystapoja sekä hakemaan yhteistyökumppanuuksia toisistaan sekä elinkeinoelämän puolelta, jolloin kansalaisiin vetoamisesta syntyviä kustannuksia saadaan hillittyä. Rahankeräystoiminnan markkinoistuminen ja mediävälitteistyminen sekä uusien keräysmuotojen yleistymisen ovat luoneet uusia haasteita kansalaisjärjestökentälle ja muokanneet sen rakennetta vaatien yhä ammatillisempaa toimintaa. Kymmenessä vuodessa keräysten määrä on puolittunut, mutta tuotot ovat nousseet. Tehokkuuden kasvusta ja markkinoiden keskittymisestä kertoo sekin että 20 suurinta keräystä saa jo yli 80 % rahasta.

### JOHDANTO

**Suomessa kerätään** hyväntekeväisyyteen vuosittain yli 100 miljoonaa euroa, mikä käy ilmi Sisäasiainministeriön ylläpitämistä rahankeräystilastoista vuosilta 2002–2011. Markkinat eivät kuitenkaan ole entiseen tapaan vakaat, jolloin tuotto jakautuisi tasaisesti keräysten kesken. Rahankeräystoiminnan markkinoistuminen ja medialisoituminen<sup>1</sup> (mediatization) (Lundby 2009), sekä ympäröivän yhteiskunnan rakenteellinen muutos, ovat luoneet haasteita kansalaisjärjestökentälle ja muokanneet sen toimintaperiaatteita ja rakennetta (esim. Niemelä 2003, 108–109; Saukko 2012). Hyväntekeväisyysrahan kerääminen vaatii yhä ammattimaisempaa otetta ja innovatiivisempia keräystapoja.

Tämä tulee esiin muun muassa Kansalaisjärjestöjen nykytila-analyysi-tutkimuksista vuosilta 2011 ja 2014 (Taloustutkimus 2011 & 2014), joissa kysyttiin järjestöjen edustajilta keskeisistä varainhankinnan haasteista. Vastuullinen lahjoittaminen ry. teetti sekä järjestöille että poliittisille päättäjille Kansalaisjärjestöjen nykytila-analyysi-kyselyn 2014, jossa lähes kaikki vastaajat arvioivat julkisten avustusten supistuvan tulevaisuudessa (Taloustutkimus 2014). Perinteisten lipas- ja listakeräysten rinnalle on syntynyt julkisuudessa näkyviä ja suurituottoisia mediävälitteisiä tapahtumia, tempauksia sekä useiden järjestöjen yhteisiä kampanjoita (Rahankeräystilastot). Tässä artikkelissa selvitetään, millaisia muutoksia rahankeräysmarkkinoilla on tapahtunut

2000-luvun ensimmäisellä vuosikymmenellä ja millaisia vaikutuksia näillä muutoksilla on ollut suomalaiseen kansalaisjärjestökenttään.

Rahankeräysmarkkinat ovat jakautuneet paitsi keräysorganisaatioiden, myös sektoreiden kesken. Suomessa kansalaisjärjestöt jakautuvat uskonnollisiin, sosiaali- ja terveysalan sekä kulttuurin ja liikunnan alan järjestöihin. Tämä kolmijako perustuu käytössä olevien erityisten rahoituslähteiden instituutionaaliseen (lakisääteiseen) sääntelyyn, joka pakottaa ulkopuolista rahoitusta hakevat järjestöt sijoittamaan itsensä yhteen näistä kolmesta ryhmästä. Uskonnolliset järjestöt ja yhteisöt saavat perusrahoituksensa kirkollisverolla ja kolehtituotoilla, sosiaali- ja terveysalan järjestöt tukeutuvat puolestaan Raha-automaattiyhdistykseen (Ray), kun taas urheilu- ja kulttuurijärjestöt saavat merkittävää tukea Veikkaus Ry:ltä (Arpajaislaki). Mainittujen rahoituskanavien lisäksi järjestöt tuottavat palveluita ja saavat erilaisia julkisen vallan kanavoimia tukia ja avustuksia toimintansa ylläpitämiseen (Ray-avustustietokanta; Murto 2003, 66).

Rahankeräykset muodostavat osan kansalaisjärjestöjen rahoituksesta kaikilla kolmella sektorilla. Omalla varainhankinnalla katetaan sosiaali- ja terveysalan järjestöjen kokonaiskustannuksista noin 5–10 %, joten suhteellinen osuus kaikista tuloista on ainakin toistaiseksi suhteellisen pientä (Ray-avustustietokanta). Tämä kertoo kansalaisjärjestöjen rahoituksen integroitumisesta osaksi julkisen vallan sääntelemää toimintaa. Keräykset ovat kuitenkin ratkaisevassa asemassa järjestöjen omaehtoisen toiminnan luomisessa. (Murto 2003, 67–

69; Siisiäinen 2002). Keräystuotot eivät jakaudu tasan eri järjestöjen ja sektoreiden kesken, vaan niiden absoluuttiset määrät ja suhteelliset osuudet eri järjestöjen tuloista vaihtelevat (Saukko 2012). Kansalaisjärjestöjen rahantarve ylittää keräystuotot ja jaettavissa oleva rahamäärä on kasvanut varsin hitaasti, joten rahoitusta hamuavat järjestöt joutuvat jakamaan niukkuutta ja kilpailemaan lahjoituksista. Tämän perusteella rahankeräystoiminta voidaan käsitteellistää markkinoiksi. Kuten useimmilla muillakin kuluttajiin vetoavilla markkinoilla, myös rahankeräysmarkkinoiden ytimessä on pienehkö joukko suuria järjestöjä, jotka keräävät vuosittain valtaosan kaikista lahjoitettavista varoista. Ne hyödyntävät keräysten organisointiin liittyviä mittakaavaetuja ja laajoja kenttäorganisaatioita. Loppuosa keräystuotoista jakautuu hyvin suurelle määrälle pieniä yhdistyksiä, jotka taistelevat olemassaolostaan rahoitusmarkkinoiden marginaalissa (Rahankeräystilastot; Ray:n tilastot).

Aiemmin tavanomaiset markkinoiden jakamiseen tähänneet herrasmiespöimukset<sup>2</sup> keräysajoista ja -tavoista ovat käytännössä purkautuneet toimijoiden määrän kasvaessa. Esimerkiksi perinteiset suurkeräykset, kuten Nälkpäivä, Yhteisvastuukeräys ja Joulupatakeräys, sijoittuivat eri aikoihin vuotta, jolloin päällekkäisyydet eivät lisänneet kilpailua suurten keräysten kesken. Järjestöjen välillä oli suunniteltua työnjakoa ja yhteistoimintaa. Toimintamalli mahdollisti keräystuottojen kasvattamisen. Nämä keräykset ovat edelleen omilla paikoillaan ja ajoillaan, mutta samaan ajanjaksoon on tullut uusia keräyksiä. Siirtyminen yhteistoiminnallisesta työnjaosta markkinalogiikkaan, suunnittelutaloudesta

kohti kilpailuyhteiskuntaa, näkyy useilla muillakin yhteiskunnan sektoreilla (esim. Alasuutari 2006; Heiskala & Luhtakallio 2006). Keräykset ovat joutuneet sopeutumaan kilpailuyhteiskunnan lainalaisuuksiin selviytyäkseen keskinäisestä kilpailusta. Tilastoissa näkyy keräyskulujen kasvua ja markkinoille on kehitettävä uusia keinoja saada lahjoittajat kiinnostumaan sekä uusista että vanhoista lahjoituskohteista.

Toisin sanoen 2000-luvulle tultaessa järjestöt ovat joutuneet yhä enenevässä määrin kilpailemaan lahjoitetun rahan markkinaosuuksista: kuten muutkin markkinatoimijat, ne pyrkivät saamaan mahdollisimman korkean tuoton mahdollisimman alhaisilla kuluilla. Artikkelissa analysoidaan kolmen kansalaisjärjestösektorin rahankeräystoimintaa ensin yleisesti ja sitten keskittyen tarkemmin sosiaali- ja terveystalouden järjestöjen rahankeräyksiin. Tarkastelemalla rahankeräysmarkkinoiden keskeisiä muutoksia yleisellä tasolla saadaan tarkempaa tietoa kansalaisjärjestötoimintamahdollisuuksien muutoksista. Aineistona käytetään sisäasiainministeriöstä saatuja keräysten virallisia tilitystietoja (Rahankeräystilastot) vuosilta 2002–2011.

Johdantoluvun jälkeen esitellään aineisto, menetelmät ja tarkemmat tutkimuskysymykset. Tämän jälkeen käsitellään suomalaisen auttamiskäyttäytymisen institutionaalisia rakenteita ja asenteita Suomessa sekä tarkastellaan auttamishalukkuuteen vaikuttavia tekijöitä aiempien tutkimusten valossa. Tulosluvuissa tarkastellaan rahankeräysmarkkinoilla tapahtuneita keskeisiä muutoksia sekä tarkemmin keräystuottoja ja kustannuksia. Analyysissä kysytään,

mitä keskeisiä eroja on havaittavissa eri toimijoiden välillä ja miltä näyttää keräysmarkkinoiden menestyneimpien ydinjoukko. Artikkelin päättyy yhteenvetolukuun, jossa saatujen tulosten ohella pohditaan rahankeräysmarkkinoiden muutosten vaikutusta kansalaisjärjestötoimintaan.

#### AINEISTO JA TUTKIMUSKYSYMYKSET

Mikäli halutaan selvittää, mihin ihmiset todella lahjoittavat rahansa, asia pitää selvittää rahankeräystilityksistä. Tässä tutkimuksessa vastataan kahteen seuraavaan tutkimuskysymykseen: Mitä keskeisiä muutoksia Suomen rahankeräysmarkkinoilla on tapahtunut vuosina 2002 – 2011? Millaisia vaikutuksia näillä muutoksilla on suomalaisen kansalaisjärjestötoimintaan?

Rahankeräystutkimus edellyttää perheytymistä keräystilastojen ohella kansalaisjärjestöjen rahoitusrakenteisiin. Tässä tutkimuksessa rahankeräysaineistona on käytetty sisäasiainministeriöstä saatuja rahankeräystilastoja vuosilta 2002–2011. Rahankeräyksiä on tilastoitu systemaattisesti vasta vuoden 2002 lakkimuutoksen myötä, eikä sitä edeltävältä ajalta ole kokonaistilastoa kerätystä rahasta. Tilastot päivittyvät hitaasti, sillä järjestöjen tulee toimittaa tilitykset kuuden kuukauden kuluessa lupa-ajan päättymisestä luvan myöntäneelle viranomaiselle<sup>3</sup>. Tässä tarkastelussa kerätty raha merkitään sen vuoden tilastoon, jonka aikana lupa on haettu. Virallinen tilasto noudattaa tätä logiikkaa ja aineiston heterogeenisyyden vuoksi se on selkein ja luotettavin jako. Käytännössä tilastot ulottuvat osittain vuoden 2013 lahjoitukseen saakka, sillä keräysluku-

van on voinut saada kahdeksi vuodeksi kerrallaan.

Aineistoissa on ollut joitain epäselvyyksiä ja tilastoinnin perusteet ovat muuttuneet matkan varrella. Keräykset ovat toteutuneet eriasteisesti ja esimerkiksi tieto keräystavoista oli mukana tilastoinnissa vain vuoteen 2005 asti, mutta tuottoja ei ole missään vaiheessa eritelty niiden mukaan. Muutokset ovat toisinaan pakottaneet siirtymään esimerkiksi karkeampaan jaotteluun ja hankaloittaneet vuosittaista vertailua. Sisäasiainministeriö on lupamenettelystä riippuen saanut tietoja lääninhallitukselta, kihlakunnilta tai poliisilta, mikä on vaikeuttanut muun muassa keräyskustannusten vertailua. Keskiarvojen tarkastelun kannalta ongelmalliset toteutumattomat keräykset on rajattu tarkastelun ulkopuolelle, minkä lisäksi tappioita tehneet tai muuten epäonnistuneet keräykset on jouduttu arvioimaan erikseen.

Aineiston käsittelyssä on korjattu sen sisällöllisiä ongelmia<sup>4</sup>. Järjestöt ovat pyyneet pääosin varsin muuttumattomina tarkastellulla ajanjaksolla ja etenkin juuri suurituottoisimpien keräysten kohdalla liikehdintä on varsin pientä. Tarkastellut euromäärät ja tilastointi vaihtelevat jonkin verran, mutta tilastot ovat olleet ainoat käytettävissä olevat. Kun otetaan huomioon, että tarkasteltavana olevat summat liikkuvat yli 100 miljoonassa eurossa, ja tarkastellaan suhteellisia muutoksia eri toimialojen välillä, eivät muutaman sadan euron erot eri tilastoissa ole merkittäviä.

Järjestöt on jaoteltu seuraaviin kolmeen toimialaan: 1) Sosiaali- ja terveysalanjärjestöihin (sote), 2) Uskonnol-

lisiin järjestöihin (usko) ja 3) Muihin järjestöihin, joita ovat mm. urheilu-, nuoriso- ja kulttuurijärjestöt (muut). Jaottelu on tehty järjestöjen oman julkilausutun mission perusteella, esimerkiksi ”Yhdistys on puoluepoliittisesti ja uskonnollisesti sitoutumaton kansalaisjärjestö” jättää sen uskonnollisten yhdistysten ulkopuolelle. ”Kristillisten arvojen mukaisesti” (tai muu uskonnollinen lähtökohta) toimiva järjestö sijoittuu uskonnollisten järjestöjen ryhmään. Uskonnollinen toiminta saattaa olla usein esimerkiksi päihdehuollon piiriin kuuluvaa ja näin ulkoisilta piirteiltään myös sosiaali- ja terveystalouden toiminnaksi sopivaa, mutta julkilausuma jakaa ne eri toimialoihin. Monen järjestön kohdalla jaottelu oli haastavaa eikä yksinkertaista jakolinjaa voida aina vetää järjestöjen monimuotoisuuden vuoksi. Tässä käytetty jakoperuste on sekä lukijalle läpinäkyvä että tutkimustarkoitukseen sopivin. Yliopistojen keräämät summat ovat olleet huomattavia ja niitä ei ole otettu mukaan tarkasteluun, sillä ne eivät ole osa tässä tarkasteltua kansalaisyhteiskuntaa.

Käytettävissä oleva aineisto sisältää keräysajan lisäksi tiedon kustannuksista, jotka on aiemmin jaettu a) asiamies- ja muihin palkkioihin, b) painatus- ja mainoskustannuksiin sekä c) muihin eriteltyihin kuluihin. Kustannukset on kuitenkin tilastoitu vuodesta 2006 alkaen eri tavalla kuin aiemmassa vuosia 2002–2005 koskevassa tutkimuksessa (ks. Saari & Saukko 2011). Asiamieskustannusten ja mainoskustannusten osalta ei voida saada luotettavaa ja vertailukelpoista tietoa, joten tässä tutkimuksessa tarkastellaan yhteenlaskettuja kokonaiskustannuksia suhteessa keräystuottoihin. Artikkelin loppupuolella

tarkastellaan 20 suurinta kerääjää, jotka saavat vuosittain kaikesta lahjoitetusta rahasta yli 80 %. Näin saadaan tarkempi kuva keräysmarkkinoiden ytimestä.

Seuraavassa kappaleessa tarkastellaan suomalaisen auttamiskäyttäytymisen mahdollistavia institutionaalisia rakenteita sekä aiemmissä tutkimuksissa saatua tietoa siitä, miksi ihmiset auttavat ja ketä. Tulosluvuissa arvioidaan toteutuneiden keräysten lukuja suhteessa aiempaan tutkimukseen suomalaisen auttamisen ominaispiirteistä ja pyritään löytämään taustaa myös auttamisen muutoksille.

#### INSTITUTIONAALISET RAKENTEET JA AUTTAMISASENTEET

Sosiaali- ja terveysalan järjestöjen asema suomalaisessa hyvinvointivaltiossa on vuosikymmenten mittaan muuttunut. Viimeisten viidentoista tai kahdenkymmenen vuoden aikana keskeinen muutosvoima on ollut siirtyminen suunnittelukeskeisestä yhteiskunnasta kilpailukeskeiseen yhteiskuntaan, mikä heijastuu sekä politiikan sisältöihin, instituutioiden rakenteisiin ja toimintaperiaatteisiin että ihmisten arvoihin (Heiskala & Luhtakallio 2006). Lahjoituksiin ja vapaaehtoistyöhön toimintansa perustavat järjestöt ovat kilpailukyky-yhteiskunnassa ahtaalla niiden toiminnan määrityessä lähtökohtaisesti voittoa tavoittelemattomaksi. Samaan aikaan ne toimivat ympäristössä, joka korostaa markkinoita ja kilpailukykyä keskeisinä yhteiskunnan uudistamisen välineinä. (Esim. Alasuutari 1996 & 2006). Kansalaisjärjestöt jakavat toimintaympäristön yritysten kanssa, missä toiminta on yrityslainsäädännön puitteissa lähtökoh-

taisesti voittoa tavoittelevaa. Kansalaisjärjestöjen toiminnan ylläpitämiseksi tarvitaan institutionaalisia rakenteita eli yhteiskunnan pelisääntöjä (ks. North 1990), jotka sekä mahdollistavat että ylläpitävät järjestöjen toimintaa kana-voimalla niiden käyttöön varoja. Nämä rakenteet mahdollistavat epäitsekkään toiminnan, muun muassa vapaaehtoistyön ja rahalahjoitusten muodossa.

Suomalaisten arvomaailmaan ja arvoihin kohdistui 2000-luvun alussa muutospaineita, joita loi kolme keskeistä tekijää: taloudellisten arvojen ylikorostuminen ja jatkuva uudistuminen, joka korostuu etenkin markkinoinnin ja sitä kautta kuluttamisen alueella, yhteiskunnallinen vastuullisuus ympäristö- ja kuluttajaliikkeineen sekä periaatteessa koko kolmannen sektorin osuus palvelutuotannossa. Arvoina ensimmäiseksi mainitun nähdään vievän muutosta hedonistisempaan ja egoistisempaan suuntaan, toiseksi mainittu ajaa muutosta enemmän itsenäisyyden arvojen suuntaan ja vastuullisuuden paineet korostavat vastavoimana kahdelle edelliselle altruistisia arvoja. (Puohiniemi 2002, 112–120, 160.) Arvot eivät kuitenkaan välttämättä heijasta ihmisten todellista toimintaa. Näiden kautta on kuitenkin järkevää tarkastella yhteiskunnassa auttamista lähellä olevia arvoja ja pohtia sitä, kuinka muutospaineet vaikuttavat tällä toiminnan alueella.

Rahankeräysten institutionaaliset rakenteet määräytyvät Suomessa lainsäädännöstä. Keskeinen yleishyödyllisyyden käsite on esillä Suomen laissa yhteensä 36 säädöksessä ja kaikkiaan 68 pykälässä. Yleishyödyllisyyden määrittelee tuloverolain 22 pykälä. Sen mukaan yleishyödyllinen toiminta on

yksinomaan ja välittömästi yleiseen hyvään tähtäävää aineellisessa, henkisessä, sivistyksellisessä tai yhteiskunnallisessa mielessä, eikä se rajoitu vain tiettyyn ihmisryhmään eikä toiminnalla tuota siihen osallisille taloudellista etua osinkona, voitto-osuutena taikka kohtuullista suurempana palkkana tai muuna hyviytyksenä. Vaatimuksena on, että kaikki edellä mainitut kohdat toteutuvat yhtäaikaaisesti (Tulooverolaki 22 §). Lisäksi tulooverolain 23 § määrittää varainhankinnan, jota ei katsota verotettavaksi elinkeinotuloksi. Kansalaisjärjestöjen rahankeräysten näkökulmasta toinen olennainen laki on rahankeräyslaki, jota on muokattu intressien, arvojen ja markkinoiden muutoksen mukaisesti vaiheittain 1900-luvun alusta lähtien. Suomalaisten rahankeräysmarkkinoiden vertailu muiden maiden vastaaviin on vaikeaa, mikä johtuu kansalaisyhteiskunnan institutionaalisen rakenteen sekä kulttuuristen tekijöiden erilaisuudesta (Vasama 2003, 9). Keskeinen kansalaisjärjestötoimintaa rahoittava Ray (myös Veikkaus ja Fintoto) on toistaiseksi saanut säilyttää poikkeuksellisen monopoliasemansa Euroopan Unionin pyrkiessä purkamaan niitä (Vuorinen ym. 2006; Oikeusministeriön työryhmämietintö 2006:14, 13–16). Kyseisten monopoliyhtiöiden järjestöille kanavoima rahoitus on väistämättä laskenut paineita järjestöjen omaan varainhankintaan. Useissa muissa maissa lahjoitukset hyväntekeväisyyteen ovat verovähennyskelpoisia, kun taas Suomessa ei vastaavaa etua ei ole, mutta toisaalta lahjoitukset ovat verovapaita. (Tulooverolaki (1535/1992) 23 §; perintö- ja lahjaverolaki (378/1940) 2 §.)

Rahankeräyksen institutionaalinen rakenne on kehittynyt vuosikymmenten

mittaan. Vuoden 1949 rahankeräysasetuksen myötä velvoitettiin toimitettavaan keräystilitykset ja valvonnasta vastasi poliisi. Vuoden 1969 tavara-arpajaisasetuksessa pyrittiin erittelemään arpajaiset ja rahankeräys toisistaan: rahankeräys määriteltiin toiminnaksi, jolla vedotaan yleisöön varojen saamiseksi. Vuoden 1980 lakiuudistuksessa (Rahankeräyslaki 590/1980) rahankeräys kuvattiin toiminnaksi, jossa vastikkeetta kerätään rahaa sosiaalista, sivistyksellistä tai aatteellista tarkoitusta, tai yleistä kansalaistoimintaa varten. (Hallituksen esitys 102/2005.)

Vuoden 2002 alusta voimaan astunut lakimuutos (Laki rahankeräyslain muuttamisesta 1049/2001) mahdollisti tilastoinnin ja seurannan, uudempi vuoden 2006 lakimuutos (Rahankeräyslaki 255/2006) ja sen lisäasetus (Valtioneuvoston asetus rahankeräyksistä 503/2006) mahdollistivat muun muassa keräykset kahdeksi vuodeksi. Vuonna 2010 tehty lakimuutos (685/2010) löyhensi vaalirahoituslakia niin, että ehdokkaalle voitiin kerätä rahaa vapaasti kampanja-aikana eli kuusi kuukautta ennen vaaleja ja kaksi kuukautta sen jälkeen. Lakia on muokattu aktiivisesti tämän jälkeenkin ja osittaisuudistushankkeen ohessa (Hallituksen esitys 6/2014) sisäministeriölle asetettiin hanke rahankeräyslain muutostarpeiden jatkoselvityksestä. Tämä lakkautettiin, kun osittaisuudistuksen voimaantulon aikoihin asetettiin hanke rahankeräyslain kokonaisuudistuksesta, jonka toteutusaikataulu olisi tullut jäämään suhteellisen lyhyeksi (28.8.2014–27.2.2015) hallituskauden ollessa loppuillaan. Tavoitteena on poistaa ennakkolupamenettely sekä vapauttaa keräyksistä yleishyödyllisyyden vaatimus, tällä kertaa kokonaan.

Lakimuutoshanke kaatui kuitenkin vuoden 2015 alussa ja siirrettiin toteutettavaksi seuraavalla hallituskaudella.

Median rooli rahankeräysmarkkinoilla on vahvistunut. Medialisoitumisen (tai medioitumisen) käsite pitää sisällään median ja mediaorganisaatioiden vaikutusten arvioinnin kulttuuriin ja yhteiskuntaan. Medialisoitumisen myötä organisaatioiden täytyy ottaa omassa toiminnassaan yhä enemmän huomioon media ja sen vaikutukset. Mediakuvastoa tuotetaan jatkuvasti ja se kiertää, monistuu ja muokkautuu uudelleen. (Lundby 2009.) Median hyötyjä rahankeräyksessä ei voi unohtaa. Vala ry:n julkaisemien Kansalaisjärjestöjen nykytila-analyysi -tutkimusten mukaan 25 % järjestöjen edustajista mainitsi viestinnän olevan keskeistä varainhankinnan kehittämiseksi (Vala ry. 2011 & 2014). Esimerkiksi televisioitu teemailta tai konsertti lisää keräyksen näkyvyyttä ratkaisevasti ja yhteistyökumppanuudet (esim. ilmaiset artistit ja rojaltsopimukset) alentavat yksittäisen järjestön keräyksistä aiheutuvia kustannuksia niin, että esimerkiksi yritykset saavat näkyvyyttä tapahtumissa. Tunnetut ja hyvämaineiset järjestöt ovat liittoutuneet myös keskenään, esimerkiksi Nenäpäivä- ja Hyvä Joulumieli-keräyksissä (Taloustutkimus 2006 & 2008; Ylen Hyvä Säätiön vuosikertomukset 2002–2014; Hyvä Joulumieli-keräyksen tiedot 1997–2014). Kilpailun lisääntymisen ja medialisoitumisen myötä lahjoittajille on tarjolla yhä enemmän keräyskohteita ja vaihtoehtoja. Yli 90 % järjestöjen edustajista (n=120) mainitsi suurimpana tai toiseksi suurimpana haasteenaan neljä keskeistä tekijää: henkilöresurssit (29 %), uusien lahjoittajien löytäminen (24 %), markkinoin-

ti ja viestintä (20 %) sekä taloudelliset resurssit (20 %). Samaan aikaan auttamishalussa on tapahtunut muutoksia. Ei ole enää itsestään selvää, että ihmiset lahjoittavat rahaa tietyille keräyksille, mikä osaltaan luo järjestöjen välille kilpailua. (Taloustutkimus 2006 & 2008.) Tietoisuus väärinkäytöksistä ja keräyskuluista on myös lisääntynyt ja lahjoittajat haluavat yhä useammin tietää täsmälleen, mihin lahjoitetut rahat käytetään. Lupaviranomaisella on oikeus tarkastaa luvan saajan tietoja haluamassaan määrin eli muun muassa tutkia luvan saajan kirjanpitoa (HE 102/2005, 25). Viranomaisten mukaan keräysten jälkikäteisvalvontaan ei ole kuitenkaan riittävästi resursseja ja selvitykset varojen käytöstä jäävät lähes yksinomaan järjestöjen omien selvitysten varaan.

Eri sektoreilla keräysten motiivit ja kohteet ovat eri tavoin kytköksissä toisiinsa (taulukko 1). Sosiaali- ja terveysalan rahankeräyksissä vedotaan usein myötätuntoon ja oikeudentajuun. Keräyskohteet vetoavat tunteisiin ja auttamishaluun: lapset, vammaiset, vanhukset ja sotaveteraanit sekä katastrofien uhrien koetaan olevan avun tarpeessa ilman omaa syytään ja pääsääntöisesti haavoittuvassa asemassa. Kunniavelka on yksi keskeinen motivaatio lahjoitettaessa sotaveteraaneille. (Pessi 2008.) Kulttuurin, urheilun tai politiikan alan järjestöjen keräyksiin osallistumista ei voi määritellä hädänalaisten auttamiseksi eivätkä ne ole suoraan verrattavissa sosiaali- ja terveysjärjestöjen kohteiden kanssa. Uskonnolliset järjestöt puolestaan keräävät rahaa myös muuhun kuin auttamistyöhön, esimerkiksi lähetystyöhön, kirkon rakentamiseen tai yleisesti yhteisön kannalta merkityksellisen toiminnan ylläpitämiseen.

Usein rajanveto eri auttamismotiivien välillä on vaikeaa, sillä joidenkin uskonnollisten järjestöjen toiminnan muodot ja kohteet ovat olleet hyvin samankaltaisia kuin sosiaali- ja terveysalan järjestöillä (kuten Yhteisvastuukeräys ja Kirkon ulkomaanapu).

Yleisesti ottaen suomalaiset kokevat auttamisen olevan oikein ja herkemmin autetaan kiistatta avun tarpeessa olevia, olivat arvot tai asenteet auttajalla millaiset tahansa. Motiiviksi koetaan myötätunto, velvollisuus sekä myös vastavuoroisuus – apua annetaan, koska itse on joskus saanut apua, tai odote-

**Taulukko 1.** Toimialojen erilaiset toimintaympäristöt.

Toimiala	Erityinen perusrahoitus	Erityiset rahoitusmuodot	Lahjoittamisen motiivit	Toimintaympäristö
Sote	RAY	Tuotemyynti, palvelutuotanto	Apua hädässä oleville, myötätunto, vastavuoroisuus, oikeudentaju.	Kohderyhmänä koko kansa, kilpailua lahjoitetusta rahasta
Usko	Kirkko	Kolehti	Uskonnollisen sanoman levittäminen, kristillinen lähimmäisenrakkaus. Yhteisön toiminta.	Oma jäsenistö, uskonnollinen vakaumus - vähemmän kilpailua. Lähetystyö
Muut	Veikkaus	Urheilutapahtumat, vaalirahoitus (ei vaadita keräyslupaa)	Kulttuuritoiminnan tukeminen, poliittinen vakaumus, osallisuus toiminnassa (esim. kyläyhteisö).	Ryhmjäsenyys tai kannatus. Yritykset ja sponsorit

Rahankeräyslupan saamisen ehtona ollut vastikkeettomuus on tehnyt lahjoittamisesta lähtökohtaisesti vastikkeetonta auttamista, sillä lahjoittaja ei hyödy siitä taloudellisesti. Hän voi kuitenkin kokea – tai olla kokematta – tyydytystä auttamisestaan. Toisaalta rahankeräystoimintaa voidaan tarkastella auttamisen näkökulmasta siten, että päämääränä on kerätä rahaa tuntemattomille ihmisille, joiden kanssa ei olla välittömässä sosiaalisessa tai sukulaisuuteen pohjautuvassa yhteydessä. Altruismia voidaan tavoittaa puhtaimmillaan silloin, kun ihminen auttaa hänelle täysin tuntematonta ihmistä – muukalaista. (Saari ym. 2000, 103.)

taan, että saadaan itse apua mikäli joskus on avun tarpeessa. (Pessi & Saari 2008, 214–217.) Raha-automaattiyhdistys selvitti suomalaisten auttamishalukkuutta ja auttamiseen liittyviä asenteita vuonna 2008. Suomalaiset ovat olleet aktiivisia auttajia ja puolet auttaa tavalla tai toisella vähintään kerran kuukaudessa, noin kolme neljästä (73 %) lahjoittaa rahaa hyväntekeväisyyteen. Eniten ilmoitettiin lahjoitetun sotaveteraaneille, lapsille sekä kansainvälisiin kriiseihin. (Pessi 2008.)

Jako kunniallisiin ja kunniaattomiin kohteisiin näkyy selvästi lahjoitushalukkuudessa. Erityisesti sairast lapset



ja sotaveteraanit ovat kunniallisia lahjoituskohteita, koska heidän katsotaan olevan niin sanotusti syyttömiä tilanteeseensa. Kunniattomiksi koetaan esimerkiksi päihteitä käyttävät tai vankilasta vapautuneet, joiden tila nähdään usein eriasteisesti itse aiheutetuksi ja niillä tuotto-osuudet jäävät yleisesti pienemmiksi. Rahaa lahjoitetaan yhteellisen hyvin, mutta tuotot keskittyvät pienelle määrälle järjestöjä – kaikki kohteet eivät vetoa yhtä tuottoisesti. Pienet ja rajallisesti myötätuntoa herättävät kohteet jäävät keräysmarkkinoilla useimmiten suurempien jalkoihin. (Malkavaara 2000; Kangas & Saari 2000.)

Auttamishalukkuutta on tutkittu muun muassa eri maita vertaillen (ks. esim. Charities Aid Foundation 2012) ja vain suomalaisen auttamishalukkuuteen keskittyen (ks. esim. Yeung 2002; Pessi 2008; SVT 2009). Kansainvälisesti auttamista on tutkittu muun muassa vapaaehtoisuuden (esim. Putnam 2000), persoonallisuuden piirteiden (esim. Levy ym. 2002), uskonnon (esim. Wuthnow 1991) näkökulmista. Tutkimusta on tehty myös esimerkiksi taloudellisten tekijöiden, kuten tulojen tai verohelpotusten vaikutuksesta sekä markkinoinnin näkökulmista (esim. Brooks 2005). Kansainvälisesti vertailevaa tutkimusta on kuitenkin varsin vähän. World Giving 2012 – tutkimuksessa vertailtiin eri maita ja Suomi sijoittui 153 maan joukossa sijalle 17, kun taas Australia, Uusi Seelanti, Irlanti ja Kanada sijoittuivat auttamishalukkuudessa korkeimmalle. Globaalissa tarkastelussa rahalahjoitukset ovat olleet laskussa vuodesta 2007. (Charities Aid Foundation 2012.) Yleisesti ottaen suomalaisten auttamishalukkuus on tutkimusten

mukaan maailmanlaajuisesti keskitasoa. Vertailu kansainvälisiin tutkimuksiin on haastavaa, sillä toimintaympäristöt ovat eri maissa hyvin erilaisia. Word Giving-tutkimuksessa, jossa kansainvälinen vertailu on ollut kattavinta, havaittiin että auttamisen tavat ovat riippuvaisia kulttuurisesta kontekstista, joka vaikuttaa enemmän kuin esimerkiksi taloudelliset tekijät.

Suomalaisen auttamisen tavat muuttuvat ja mielekkäimpien keräystapojen kärkeen on noussut tavarain ja vaatteiden tai esimerkiksi lelujen lahjoittaminen, rahapelien pelaaminen ja konsertteihin osallistuminen sekä tuotteiden ostaminen. Lipaskeräys on edelleen mieleinen lahjoituskanava, mutta hyväntekeväisyyteen liittyy yhä enemmän halukkuutta saada jotain vastineeksi. (Esim. Taloustutkimus 2006 & 2008.) Tämä voi olla vain tieto siitä, että on ostanut kylään lehmän, tai konkreettisempi vastine, kuten konserttiin tai muuhun tapahtumaan osallistuminen. Avun kohteet kietoutuvat markkina-orientoituneessa yhteiskunnassa kuluttamisen ympärille, vaikka vuosittaiset rahankeräystilastot ja niissä näkyvä tuottojen kehitys kertookin rahalahjoittamisen aseman säilyneen. Järjestöjen maine vaikuttaa suomalaisten auttamishalukkuuteen ja siten apua kanavoivien sosiaali- ja terveysalan järjestöjen rahankeräystuottoihin (ks. Saari & Sauko 2011). Pyydettyessä mainitsemaan kolme tärkeintä kohdetta, eniten mainintoja saivat Suomen Punainen Risti (42 %), Unicef (17 %), Mannerheimin lastensuojeluliitto (9 %), Pelastakaa lapset (8 %) ja kirkko (7 %). Iäkkäämmillä vastaajilla (yli 65-vuotiaat) vastauksissa korostui esimerkiksi Pelastusarmeija ja kirkko, 50–64-vuotiailla puolestaan

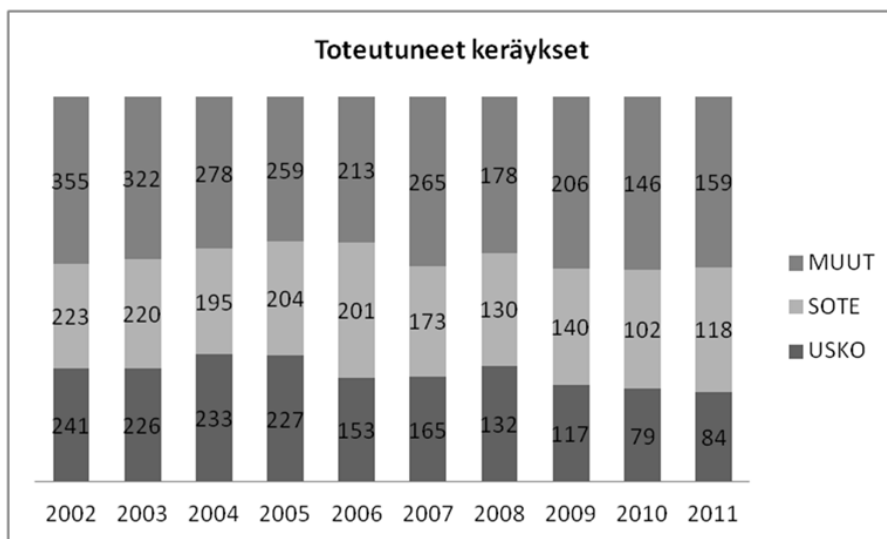
Punainen Risti. Mannerheimin lastensuojeluliitto ja Pelastakaa lapset korostuivat puolestaan 35–49-vuotiaiden ryhmässä. (Pessi 2008, 33.)

Sosiaalisen median rooli hyväntekeväisyudessa on ollut toistaiseksi suhteellisen vähäinen, vaikka sen tarjoamat mahdollisuudet tiedostetaan järjestöissä. Tietoa on helpompaa jakaa, mutta toisaalta informaation volyyymi on kasvanut ja mielenkiinto aiheeseen saattaa loppua yhtä nopeasti kuin on alkanutkin. Lahjoituksiin vetoaminen sosiaalisessa mediassa on Suomen nykyisen lainsäädännön mukaan kiellettyä ilman keräyslupaa. (Rahankeräyslaki 2006/255.) Tutkimusten mukaan onnellisuudella ja elämään tyytyväisyydellä on suurempi merkitys yksilön halukkuudelle auttaa kuin taloudellisilla tekijöillä. Onnellisuus näyttäytyy olennaisempana rahan lahjoittamiseen liittyvänä tekijänä kuin bruttokansantuote (Charities Aid Foundation 2012). Onnellinen auttaa todennäköisemmin ja auttamisella on havaittu olevan myös onnellisuutta lisäävä vaikutus (Moll ym. 2006). Mikäli kansalaiset kokevat voivansa luottaa toisiin ihmisiin ja esimerkiksi kansalaisjärjestöihin kasvattaa se luottamusta siihen, että hekin voivat saada apua tarvitessaan (Kouvo 2014, 63–66). Luottamusta ylläpitää sosiaalisesti palkitseva ja auttamista arvostava yhteiskunta sekä toiminnan mahdollistavat institutionaaliset rakenteet, jotka pyrkivät ylläpitämään auttamiseen liittyviä arvoja.

#### KESKITTYMISKEHITYS JA TUOTTOJEN JAKAUTUMINEN

Keräysmarkkinoiden keskeinen muutos on ollut keräysten määrän puolittuminen kuluneen kymmenen vuoden aikana. Vuonna 2002 toteutuneita keräyksiä oli 819 ja vuonna 2011 niitä oli enää 361. Lasku selittyy osittain yhteiskeräyksillä ja epäonnistuneiden keräysten poistumisella markkinoilta. Keräysluvista noin 40 % on luokan muut keräyksiä<sup>5</sup> muun muassa kulttuurin ja liikunnan, erilaisten kyläyhdistysten tai poliittisen toiminnan tukemiseksi (kuvio 1). Sote- ja usko- ryhmissä on molemmilla noin 30 % luvista, mutta jälkimmäiset saavat yli 80 % rahasta. Lupien määrän väheneminen ei ole kuitenkaan laskenut keräystuottoja, jotka ovat olleet tasaisessa kasvussa vuosien 2002 ja 2011 välisen ajan (taulukko 2).

Keräysmarkkinat keskittyivät tarkastellun kymmenen vuoden aikana. Pienemmällä määrällä keräyksiä on kerätty suurempia summia rahaa. Vuodet 2004 ja 2006 erottuvat selkeästi keräysten kokonaistuottojen nousuvuosina (taulukko 2). Vuoden 2004 poikkeavaan tuottoon vaikutti Aasian Tsunamikatastrofi. Se sai paljon medianäkyvyyttä myös Suomessa, koska tuhon tapahtuessa paikalla oli paljon suomalaisia (Tikka ym. 2010). Kun Suomen Punaisen Ristin keräystuotot poistetaan kyseisen vuoden luvuista, ei poikkeavaa tulosta enää havaita. Vuoden 2005 hienoinen pudotus vuoteen 2003 voi johtua siitä, että kyseinen katastrofi sai ihmisiä kerralla vahvasti liikkeelle ja hetkellinen notkahdus viittaisi auttamisväsymykseen. Sen sijaan keräysajoissa vuonna 2006 tapahtunut lakimuutos on väistämät-



**Kuvio 1.** Toteutuneiden keräysten määrät (%) toimialoittain vuosina 2002–2011. Osa uskonnollisten keräysten määrän laskusta selittyy seurakuntien rahankeräysmahdollisuuden poistumisella vuoden 2006 rahankeräyslain muutoksen myötä.<sup>6</sup>

tä kasvattanut jonkin verran vuosien 2006–2011 tuottoja, sillä lakimuutos mahdollisti kahden vuoden keräysajan yhdellä luvalla. Yli 40 miljoonan euron nousu vuoden 2006 keräystuotoissa edellisvuoteen verrattuna johtuneesta muutoksesta. Tämän lisäksi osalla järjestöistä oli kyseisenä vuonna alkuvuodesta vanhan lain mukainen lupa (enintään yksi vuosi) ja heinäkuusta eteenpäin uuden lain mukainen lupa (enintään kaksi vuotta), ja molemmat on tilitetty vuoden 2006 tilastoon.

Lakimuutoksesta huolimatta keräysajat ovat pysyneet keskimäärin alle vuodessa ja suurin osa haki lupaa edelleen alle kahdeksi vuodeksi. Toisaalta monet suurituottoisista keräyksistä ovat siirtyneet kahden vuoden keräysaikoihin. Bruttotuottojen muuntaminen keräysaikojen perusteella olisi ongelmallista, sillä keräysaikojen vaihtelu on suurta.

Esimerkiksi vaalikeräys on luonteeltaan vain pari päivää ja mikäli bruttotuotto suhteutettaisiin keräysaikaan, nousisi sen asema tarkastelussa virheellisesti ohi muiden keräysten eikä kuvastaisi keräyksen todellista markkinaosuutta. Muuntaminen toimii kuitenkin vakiintuneimpien 20 suuren keräyksen tarkastelussa, sillä niiden keräysajat ovat pääsääntöisesti joko vuoden tai kaksi. Sote ja muut- järjestösektoreilla keräysajat ovat edelleen pysyneet keskimäärin alle vuodessa, uskonnollisilla järjestöillä keräysajat ovat olleet pidemmät vuoden 2006 jälkeen ja vuoden 2008 jälkeen mediaanit ovat olleet aina lähes kaksi vuotta. Muilla ne ovat olleet vuoden tai alle. Monella kahden vuoden luvalla keränneellä on kuitenkin lupia myös peräkkäisille vuosille, jolloin keräystuottojen jakaminen keräysajalla ei selkiytä tarkastelua.

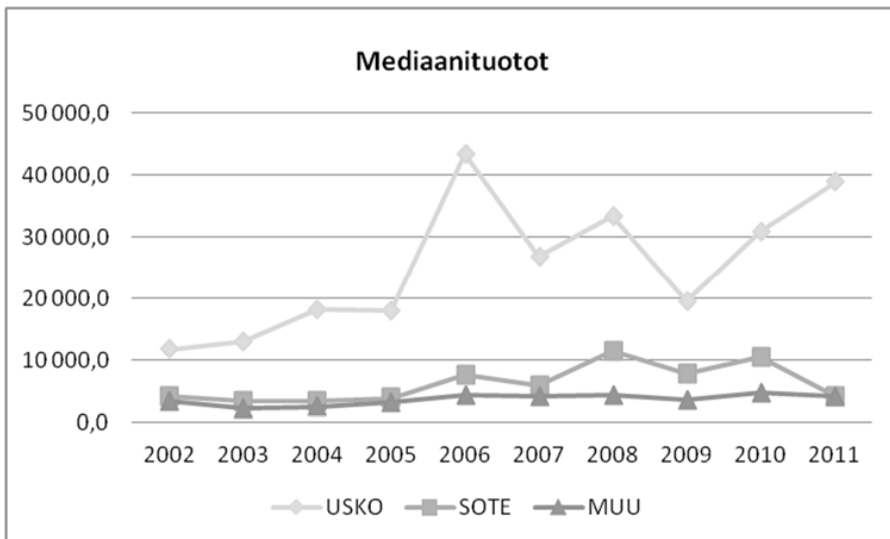
**Taulukko 2.** Uskonnollisten, Sosiaali- ja terveys ja Muiden kansalaisjärjestöjen rahankeräystuottojen osuudet (%) ja kokonaistuotot (miljoonaa euroa) vuosina 2002–2011.

Vuosi	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Uskonnolliset	42,2	33,5	33,7	42,6	42,5	41,8	55,1	32,9	48,9	36,4
Sos. ja terveys	41,0	43,0	52,7	40,6	49,3	42,7	30,6	51,9	42,5	50,8
Muut järjestöt	16,9	23,5	13,7	16,8	8,2	15,5	14,3	15,1	8,6	12,8
Yhteensä	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00
Kokonaistuotto (milj. euroa)	<b>82,6</b>	<b>107,3</b>	<b>122,0</b>	<b>104,3</b>	<b>148,8</b>	<b>123,5</b>	<b>157,8</b>	<b>109,4</b>	<b>105,9</b>	<b>71,4</b>

Toinen selkeä rahankeräysmarkkinoiden muutos on ollut uskonnollisten keräysten tuotto-osuuden kasvu. Bruttotuottojen mediaaneissa (kuvio 2) näkyy selvä ero uskonnollisten ja muiden keräysten välillä. Uskonnollisilla toimijoilla mediaanituotot ovat olleet noin kolminkertaiset verrattuna sosiaali- ja terveysalan keräyksiin. Sosiaali- ja terveysalalla on enemmän muutamien

kymmenien tai satojen eurojen keräyksiä, joita uskonnollisilla järjestöillä ei ole. Tutkimuksessa tarkasteltujen lukujen valossa vaikuttaisi siltä, että uskonnollisilla keräyksillä saadaan kerättyä tehokkaammin rahaa.

Uskonnollisten järjestöjen kohdalla lahjoitushaluun vaikuttanevat lahjoittajien aatteelliset peruslähtökohdat. Kun



**Kuvio 2.** Mediaanituottojen kehitys (euroa) toimialoittain vuosina 2002–2012.

kukin uskonnollinen ryhmä lahjoittaa omalle ryhmälleen, järjestöt eivät joudu kilpailemaan keskenään samalla tavoin kuin sosiaali- ja terveysalalla. Tätä tulokintaa tukevat myös keräyskustannukset, jotka ovat uskonnollisilla järjestöillä huomattavasti matalammat kuin esimerkiksi sosiaali- ja terveysalan järjestöillä. Toisaalta sellaisilla uskonnollisilla keräyksillä, jotka ovat luonteeltaan ja avustuskohteiltaan sosiaali- ja terveysalan keräysten kaltaisia, ovat keräyskustannuksetkin hieman korkeampia (kuten Yhteisvastuukeräys) ja kyseiset keräykset myös mainostavat julkisesti keskimäärin enemmän kuin muut uskonnolliset. Toimialana muut järjestöt ovat saaneet pidettyä keräyskustannuksensa lähes yhtä matalina kuin uskonnolliset. Voidaan olettaa, että näillä kahdella toimialalla on oma kohderyhmänsä, joka tukee toimintaa. Mainoskustannukset sekä lahjoittajien tavoittamisesta ja vakuuttamisesta aiheutuvat kustannukset jäävät matalammiksi, jos toiminta itsessään on lahjoittajaa lähellä ja tämä on muutenkin jo aktiivisemmin sitoutunut siihen (esimerkiksi lasten urheiluharrastus, kyläyhteisötoiminta tai seurakunta).

Lähetysjärjestöt keräävät valtaosan uskonnollisten keräysten tuotoista. Niiden ohella Kirkon ulkomaanapu ja Yhteisvastuukeräys ovat markkinamenestyjiä sekä valtakunnallisesti näkyviä keräyksiä. Kaikkiaan uskonnollisten keräysten tunnusluvut kertovat vahvistuneesta markkina- asemasta keräysmarkkinoilla, mutta myös järjestöjen keskinäisten erojen kasvusta. Uskonnollisilla järjestöillä on keräysten lisäksi kolehtituottoa, suljettujen tapahtumien yhteydessä kerättävää tuottoa, joka ei kuulu rahankeräyslain piiriin. Sosiaali-

ja terveysalan järjestöillä ei ole tällaista yhteisöllisyyden puitteissa tapahtuvaa keräystoimintaa.

#### KERÄYSKUSTANNUKSET

Keräysmarkkinoilla lisääntynyt kilpailu on tiivistänyt keräysmarkkinoita, toiminta on tehostunut ja keräyskustannusten kehitys toimialojen sisällä on ollut maltillista (taulukko 3). Sosiaali- ja terveysalan järjestöjen (sote) suhteelliset keräyskustannukset ovat olleet lähes kaikkina tarkasteluvuosina korkeimmat. Uskonnollisilla keräyksillä (usko) kustannukset ovat kautta linjan matalimmalla tasolla ja muut keräykset (muut) sijoittuvat keräyskustannusten osalta näiden kahden välimaastoon. Kaikilla sektoreilla vaihtelu yksittäisten keräysten välillä on suurta – niin tuottojen kuin kustannustenkin osalta. Sosiaali- ja terveysalan järjestöillä keräyskustannusten nousu tarkastellun ajanjakson keskivaiheilla viittaa kiristyneeseen kilpailuun, mikä viittaa siihen että näkyvyyden ja lahjoittajien tavoittaminen on vaatinut investointeja. Mainontaan ja keräysten markkinointiin joudutaan panostamaan enemmän, erilaisten palveluiden (mm. mainostoimistot) ja tuotteiden hankinnoissa Investointien lisääntyminen selittää osaltaan sosiaali- ja terveysalan kustannusten nousua.

Uskonnollisten järjestöjen keräyskustannukset ovat pienemmät kuin muilla järjestöillä, sillä oletettavasti lahjoittajista ei jouduta kilpailemaan samalla tavoin. Median merkitys on kuitenkin selvästi nousussa myös uskonnollisilla järjestöillä, tosin eri tavoin kuin sosiaali- ja terveysalan järjestöillä.

**Taulukko 3.** Rahankeräysten kustannukset keskiarvona (% tuotosta) toimialoit-  
tain.

Kulut %	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
USKO	10,0	9,9	9,8	10,5	10,4	7,9	15,8	10,7	14,0	9,3
SOTE	19,4	16,8	13,3	20,4	25,0	21,2	23,6	19,9	19,7	20,0
MUUT	12,8	4,8	5,2	10,9	17,8	10,9	8,0	12,7	16,1	7,8

Yhteistyökumppanina eri mediat tai kaupalliset yritykset tarjoavat keräysorganisaatiolle ilmaista näkyvyyttä. Yhteistyökumppanit puolestaan saavat positiivista näkyvyyttä olemalla osallisina keräyksissä yhteiskuntavastuuta kantavina tahoina. Sosiaali- ja terveysjärjestöillä keräyskustannukset ovat olleet korkeammat kuin muilla järjestösektoreilla. Ne ovatkin lähteneet hakemaan yhteistyökumppaneita, esimerkkinä Hyvä Joulumieli-keräys, jossa järjestöt (Mannerheimin lastensuojeluliitto ja Suomen Punainen Risti) tekevät yhteistyötä keskenään sekä yritysten ja mediayhtiöiden kanssa (Yleisradio). Näin järjestöjen keräykset verkostoituvat ja hyväntekeväisyyskohteiden ympärille muodostuu esimerkiksi tapahtumia ja tuotteita, joiden hinnasta osa menee suoraan avustuskohteeseen, ja jotka olemassaolollaan tekevät kohdetta näkyväksi (esim. Lastenklinikan kummit ry.) Samalla yritykset saavat positiivista näkyvyyttä esimerkiksi konsertissa.<sup>7</sup> Järjestöt toteuttavat myös yhteiskeräyksiä, mikä voidaan nähdä osana keräysmarkkinoiden itsesäätelyä. Esimerkiksi Vaalikeräys on useiden suurten kansanterveysjärjestöjen yhteistyökeräys. Yhteistyö mahdollistaa yksittäiselle keräykselle enemmän näkyvyyttä ja sitä kautta myös tuottoa pienemmällä investoinnilla.

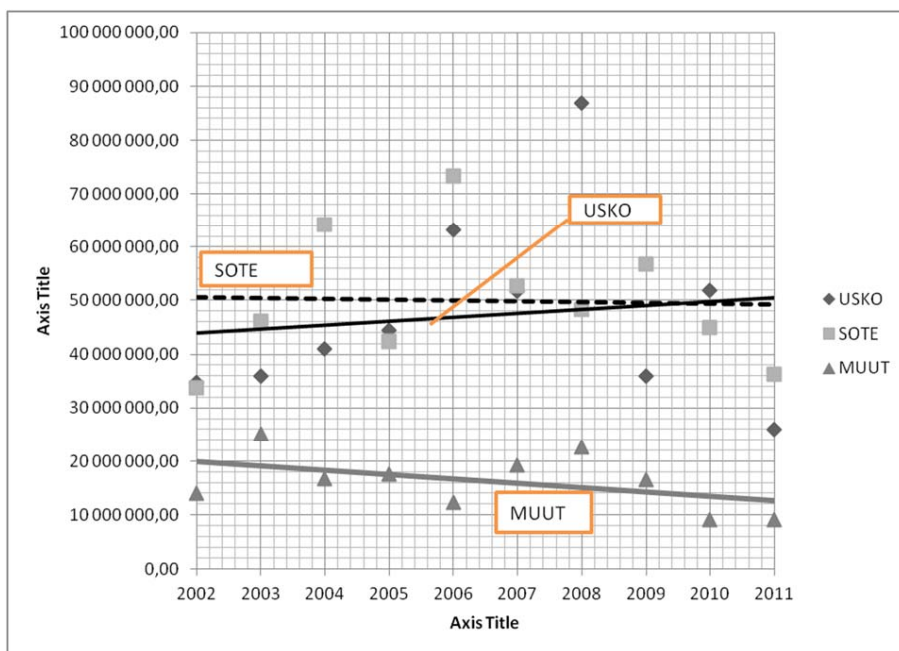
Kaikki järjestöt eivät tilitä keräyskustannuksiaan keräysten yhteydessä, vaan ne

saatetaan liittää järjestön kokonaiskustannuksiin, mikä vaikeuttaa keräyskulttuurin kehityksen arviointia. Suuremmista järjestöistä voi esimerkiksi henkilöstön tekemän perustyön tai mainonnan osalta olla vaikea eritellä kunkin keräyksen yksittäistä osuutta kustannuksista. Esimerkiksi Suomen kulttuurirahaston keräyskustannukset ovat olleet aina 0%.

#### MARKKINOIDEN MENESTYNEIMMÄT

Keräysmarkkinoilla menestyksekkäimpiä toimijoita ovat siis toimintansa vakiinnuttaneet, suuret ja hyvämaineisina tunnetut järjestöt. Tarkasteltaessa eri toimialojen bruttotuottoja vuosina 2002–2011 havaitaan, että sote- ja muut järjestöjen tuotoissa on enemmän hajontaa kuin uskonnollisilla järjestöillä (Kuvio 3). Uskonnollisten järjestöjen tuotot ovat olleet vahvimmin nousussa ja niiden kehityksen ennustettavuus on näiden lukujen perusteella helpompaa kuin muilla toimialoilla. Sosiaali- ja terveysalan keräykset tuottivat tasaisesti, mutta tuotot näyttäisivät olevan lievässä laskusuunnassa, samoin kuin ryhmän muut keräyksillä – joskin lasku on ollut hieman jyrkempää. Uskonnollisilla keräyksillä tuotot näyttäisivät kuitenkin olleen noususuunnassa.

Rahankeräysmarkkinoiden voimakas keskittymiskehitys näkyy tarkasteltaessa kahtakymmentä suurituottoisinta



**Kuvio 3.** Bruttotuottojen kehitys (miljoonaa euroa) toimialoittain vuosina 2002–2011.

keräystä lupavuosittain. Ne saivat kaikesta keräystä rahasta yli 80 % (taulukko 4). Tuottojen jakautuminen kertoo näiden keräysten keskeisestä asemasta keräysmarkkinoilla. Muutaman prosentin osuus järjestöistä kerää valtaosan rahasta. Kahdenkymmenen suurimman vuosittaisen keräyksen joukossa uskonnollisten järjestöjen osuus on noussut jo puoleen. Parhaiten menestyneiden joukossa oli sote- järjestöistä ne, jotka nousivat suosituimmiksi myös Ray:n vuoden 2008 auttamishalukkuutta käsitelleessä kyselytutkimuksessa (Pessi 2008). Taloustutkimuksen hyväntekeväisyyskyselyissä hyvämaineisiksi koetut, suuret ja tunnetut järjestöt olivat niitä, jotka menestyivät myös keräysmarkkinoilla (Taloustutkimus 2006 & 2008). Luottamus keräysorganisaati-

oiden toimivuuteen ja tehokkuuteen vaikuttavat lahjoituspäätöksiin.

Uskonnolliset keräykset ovat kasvattaneet osuuttaan keräystä rahasta. Niiden keskuudessa menestyneimpiä ovat lähetyjärjestöt ja vahvinta nousu on ollut medialähetyjärjestöillä, joista muutama on vakiinnuttanut asemansa 20 suurimman vuosittaisen keräyksen joukossa. Medialähetyjärjestöt (esim. IRRtv ja Patmos) tavoittavat yleisöä omien televisio- ja radio-ohjelmien kautta ja keräystuotoilla rahoitetaan itse radio- tai televisio-toimintaa. Medialähetyjärjestöjen nousu uskonnollisten keräysten keskuudessa on kiinnostava vertailukohta, sillä valtaosa keräyksistä ei ole ollut julkisuudessa juurikaan suuren yleisön näkyvillä. Median rooli

**Taulukko 4.** Kahdenkymmenen suurimman keräyksen osuus (%) kaikesta keräystä rahasta. (Vuoden 2011 tilastot eivät ole vielä täysin valmiita.)

Vuosi	Bruttotuotot (miljoonaa euroa)	20 suurinta (miljoonaa euroa)	20 suurimman osuus %
2002	82,6	48,7	59,0
2003	107,3	75,7	70,6
2004	122,0	92,9	76,1
2005	104,3	66,2	63,5
2006	148,8	108,4	72,8
2007	123,5	89,0	72,1
2008	157,8	130,3	82,6
2009	109,4	89,3	81,6
2010	105,9	97,3	92,0
2011	71,4	58,8	82,3

on kyseisillä järjestöillä lähtökohtaisesti erilainen kuin muilla järjestöillä, jotka eivät omista mediayhtiöitä, vaan joko ostavat näkyvyyttä eri medioista, tekevät yritysyhteistyötä mediayhtiöiden kanssa tai saavat näkyvyyttä asialleen esimerkiksi katastrofien, julkisen keskustelun tai uutisten kautta (esim. Tikka ym. 2010).

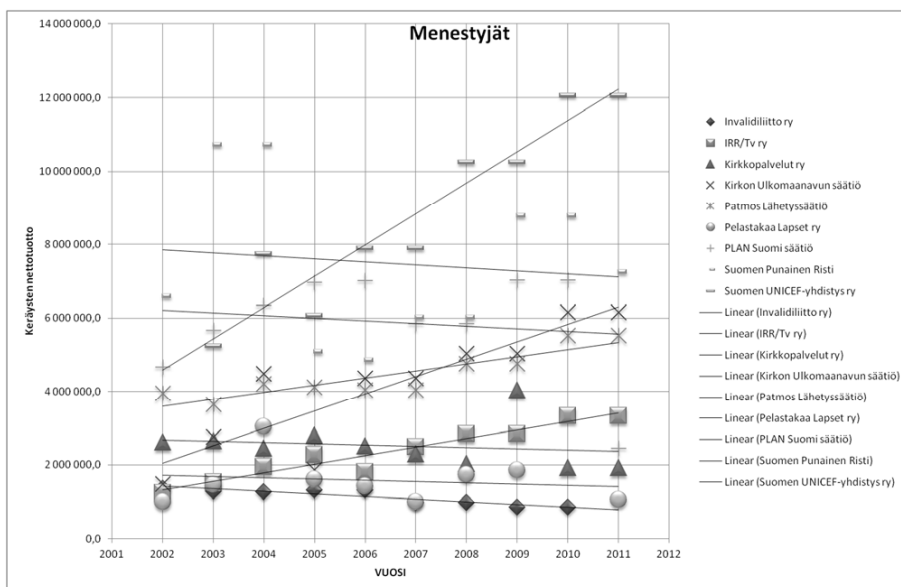
Tarkasteltaessa tilastojen vakiintuneimpia keräyksiä 20 menestyneimmän joukosta havaitaan, että uskonnollisilla järjestöillä tuotot ovat kasvussa, kun taas sosiaali- ja terveysalan menestyneimmilläänkin järjestöillä suuntaus on pääosin laskusuuntainen (Kuvio 4). Näillä kuvion 4 järjestöillä keräysajat olivat vuoden 2006 jälkeen pääosin kahden vuoden mittaisia ja lupia oli myönnetty joka toiselle vuodelle. Kahden vuoden keräysajan tuotot on tässä jaettu peräkkäisille vuosille, jotta ne olisivat vertailukelpoisia vuoden lupa-ajalla kerättyihin.

Media vaikuttaa keräystoimintaan kaikilla toimialoilla ja uudet kohteet

saattavat nousta esille nopeasti muun muassa uutisoinnin kautta tai julkisuudessa käydyn keskustelun seurauksena. Tästä hyvänä esimerkkinä on paljon julkisuutta saanut Uusi Lastensairaala 2017-hanke, joka keräsi lyhyessä ajassa tavoitteeksi asettamansa 30 miljoonaa euroa. Etenkin äkilliset humanitääriset kriisit näkyvät mediassa ja keräysten suhteen vahvoilla ovat ne järjestöt, joilla on pysyvä keräyslupa, sillä lupamenetely on toistaiseksi suhteellisen hidas. Mediavälitteisistä kriiseistä huomiota herättävin on ollut ehkä joulukuun 2004 tsunamikatastrofi, jonka media-kuvasto herätti suomalaisissa vahvan reaktion ja kyseisenä vuonna keräystuotoissa näkyi selkeästi poikkeava nousu suhteessa muihin vuosiin (taulukko 2).

Käytettävissä olevan aineiston perusteella ei voi arvioida, miksi uskonnollisten järjestöjen keräämän rahan osuus on ollut niin voimakkaasti nousussa ja miksi sote-järjestöjen keräystuotot on ollut laskussa. Tutkimusten mukaan kirkolle ja muihin uskonnollisiin kohteisiin eniten lahjoittavien ikäryhmä eli





**Kuvio 4.** 20 menestyneimmän (tuotto milj. euroa) joukosta vakiintuneimmat keräykset vuosina 2002–2011.<sup>8</sup>

suuret ikäluokat saattaisi selittää osaltaan tuottojen kasvua. Toisaalta myös kirkon ulkopuolisten, konservatiivisempien uskonnollisten liikkeiden vetovoima on kasvanut (Niemelä 2006, 38–39). Niiden piiriin kuuluvat tuottoisimmat keräykset (esim. medialähetyjärjestöt) nostavat usko-toimialan tuotto-osuutta kaikesta kerätystä rahasta.

Osuuksien muutoksiin on syytä kiinnittää huomiota, sillä kiristynyt taloustilanne ja uhka julkisen rahoituksen supistumisesta etenkin sote-järjestöillä aiheuttaa paineita oman varainhankinnan tehostamiseen.

#### YHTEENVETO JA PÄATELMÄT

Artikkelissa tarkasteltiin kilpailua lahjoituksista. Tulokset viittaavat siihen,

että 2000-luvulla kilpailu on kiristynyt rahankeräysmarkkinoilla. Niukat resurssit ovat ajaneet järjestöjä kehittämään keräysmenetelmiään ja tästä on seurannut joillekin kasvaneita kustannuksia, kun taas osa järjestöistä on pudonnut kilpailun kärkijoukosta. Muutokset heijastavat kilpailuyhteiskunnan mekanismeja ja kertovat siitä, että myös hyväntekeväisyysjärjestöt joutuvat kilpailemaan markkinaosuuksista.

Saatujen tulosten mukaan rahankeräysmarkkinat ovat myös keskittyneet, mikä osaltaan viittaa markkinoiden kiristymiseen – yhä pienempi osa järjestöistä kerää yhä suuremman osan ja 20 suurinta keräystä saa noin 80 prosenttia kaikesta vuosittain kerätystä rahasta. Uskonnollisten järjestöjen osuus tuotoista on kasvanut, mutta toimiala ei vaikuttaisi altistuneen markkinalogii-

kan mukaiselle kustannuksia nostavalle kilpailulle. Sosiaali- ja terveysalan järjestöillä kilpailun vaikutus puolestaan näkyy muun muassa toteutuneiden keräysten määrän laskuna sekä kohonneina keräyskustannuksina. Tämä käy ilmi myös järjestöille tehdyistä kyselytutkimuksista. Keräyskustannukset näyttäisivät kuitenkin viime vuosina laskeneen hieman, mikä saattaa johtua lisääntyneestä yhteistyöstä eri toimijoiden kesken. Toisaalta myös vastikkeellisen varainhankinnan kasvu saattaa vaikuttaa lukuihin (Saukko 2012). Keräysten toteuttaminen on vaatinut yhä ammattimaisempaa otetta sekä järjestön johtamisen että keräysten toteuttamisen suhteen, sillä lahjoittajalla on paljon kohteita, mistä valita.

Luottamus keräysorganisaatioihin ja positiivinen medianäkyvyys ovat keskeisimpiä tekijöitä avustuskohteen valinnassa (HE 6/2014 vp; Taloustutkimus 2006 & 2008). Tarkasteltaessa kansalaisten välillä vallitsevaa luottamusta toisiin ihmisiin ja yhteiskunnan toimintaan puhutaan yleistetystä luottamuksesta. Muun muassa Antti Kouvon yleistettyä luottamusta tarkasteleva tutkimus tukee oletusta siitä, että yhteiskunnan instituutiot – yhdistykset ja niiden toiminta osana institutionaalisia rakenteita – joko tukevat tai heikentävät kansalaisten luottamusta toisiinsa (Kouvo 2014, 63–66). Keräysorganisaatioille kansalaisten keskinäinen luottamus toisiin ihmisiin ja järjestöjen toimintaan on elinehto.

Median vaikutus on havaittavissa kaikilla toimialoilla. Medialisoituminen näyttäisi olevan voimakkainta etenkin sosiaali- ja terveysalan järjestöillä, jotka hakevat valtakunnallista näkyvyyttä asi-

alleen. Niiden kohteet ovat usein sellaisia, joihin lahjoittajalla ei ole välttämättä suoraa henkilökohtaista yhteyttä. Järjestöt joutuvat vetoamaan kansalaiseen apua tarvitsevien puolesta ja vetoamisesta aiheutuu kustannuksia. Järjestöt kohtaavat julkista kritiikkiä siitä, mikä niiden tehtävä on ja kuinka paljon se saa maksaa. Jotkin vakiintuneet uskonnolliset keräykset ovat valtakunnallisesti näkyviä ja vetoamus kohdistuu muillekin kuin uskonnollisten yhteisöjen jäsenille. Sosiaali- ja terveysalan järjestöillä kilpailu lahjoitetusta rahasta on nostanut kustannuksia, mutta uskonnollisilla järjestöillä keräyskustannuksia nostavaa kilpailua ei näyttäisi tämän tarkastelun perusteella olevan samassa määrin. Median rooli näyttääytyy rahankeräystilastoissa uskonnollisilla keräyksillä medialähetysjärjestöjen aseman vahvistumisena, ei mainoskuluina.

Talouden kiristyessä korostuu järjestöjen kyky hankkia omaa rahoitusta. Kiristyvään kilpailuun on vastattu muun muassa uusilla lahjoitustavoilla ja tarjoamalla uusia osallistumisen keinoja. Keräykseen voi osallistua pankkiautomaatilla rahaa nostaessa, pulloja palauttaessa tai ravintolassa, kun laskun yhteydessä tarjotaan mahdollisuutta lisätä loppusummaan muutama euro, jolla saadaan esimerkiksi vettä kuivuudesta kärsiville alueille. Jotkin keräystavat saattavat herättää ärtymistä, koska ravintolassa viinilasillisen tilannut voi kokea tilanteessa kieltäytymisen vaikeaksi. Lahjoittajia pyritäänkin lähestymään, muttei painostamaan. Myös katuvarainhankinnassa käytetään nykyään tuntipalkkaa provisiopalkan sijasta, jotta liian aggressiivisesti kuukausilahjoittajia metsästävät työntekijät eivät tekisi vahinkoa kohteelleen. Tulevaisuus näyttää saman-

kaltaiselta. Rahankeräyksiä toimeenpanevien järjestöjen teettämien kyselyiden mukaan lahjoittamisen tavat ovat olleet muutoksessa (Taloustutkimus 2006 & 2008). Tämän tutkimuksen aineistosta ei kuitenkaan voida eritellä, millä keinoin mikäkin osuus rahasta on kerätty. Eri keräyskanavien kautta tulleita tuottoja ei eritellä keräystilityksiin, vaikka lupahakemuksessa tuleekin mainita kaikki keräystavat. Keräyksiä toteutetaan yhä enemmän mediavälitteisesti ja Internetin käyttö keräyskanavana on tullut keskeiseksi osaksi keräystoimintaa. Esimerkiksi televisioitujen tapahtumien ja mainonnan myötä hankittu näkyvyys hajauttaa keräystapahtumaa ajallisesti verrattuna aiempaan lipas- ja listakeräyspainottuneeseen aikaan. Järjestöllä on verkkosivuillaan keräyslupanumero ja maksulinkki, joten keräysaika ei rajoitu vain lyhyeen jaksoon, kuten ennen Internet-aikakautta.

Lipas- ja listakeräysten kaltaiset perinteiset keräystavat ovat pysyneet mukana kehityksen myötäkin, mutta rinnalle on syntynyt uusia saman luvan alla toteutettavia tapoja, kuten mediavälitteinen Ylen Nenäpäivä, katuvarainhankinta ja esimerkiksi Toisenlainen Lahja -keräys, jossa lahjoittaja voi ostaa kohteeseen esimerkiksi vuohen tai koulukirjoja. Lisäksi yhteistyön lisääminen sekä järjestöjen kesken että järjestöjen ja yritysten välillä on selvästi uusi tapa saada näkyvyyttä. Keräyskohteiden ympärille syntyy verkostoja, joissa lahjoittajalle tarjotaan mielekäs tapa osallistua. Suuret ja näkyvimmat järjestöt ovat sellaisia, joilla on ollut edelläkävijän asema järjestökentällä tai sitten ne ovat tunnustettuja intressiryhmien edunvalvojia, kuten esimerkiksi Invalidiliitto, Näkövammaisten keskusliitto, Punainen

Risti, Unicef ja Mannerheimin lastensuojeluliitto sekä Sotien veteraanien keräykset. Näillä on lähtökohtaisesti paremmat mahdollisuudet saada näkyvyyttä keräyskohteelleen.

Hyväntekeväisyysmarkkinoiden kannatustuotteiden suosion kasvun ja vastikkeellisten osallistumuotojen lisääntymisen, kuten konsertit, hyväntekeväisyyskävelyt, pelien pelaaminen, voi nähdä liittyvän kulutuskulttuurin ja kuluttamisen kasvun eräänä ilmentymänä. Toisaalta järjestöt voivat saada näkyvyyttä esimerkiksi Hyvä Joulumiehi-keräyksessä, jossa riittävän suurella lahjoituksella saa oman tai yrityksensä nimen näkyviin televisioon (Keräyksen internetsivustot). Kulutuksen toisen puolen voisi kuvitella vaikuttavan siihen, että halukkuus osallistua esimerkiksi tavara- ja vaatelahjoitusten muodossa on ollut lisääntymään päin (Taloustutkimus 2008).

Vuoden 2006 rahankeräyslain muutoksessa korostettiin osaltaan myös rikollisuuden kitkemistä. Keräysten valvonta on lähestulkoon mahdotonta nykyisessä tilanteessa, sillä resursseja ei ole riittävästi ja jo luvanhakumenettelykin on hidas. Rahankeräysrikosten määrä on ollut Suomessa suhteellisen pieni, vain joitakin yksittäistapauksia vuosittain. Rahankeräysrikosten lisäksi julkisuuden on tullut esimerkiksi joissain järjestöissä tapahtuneita kavalluksia, jotka eivät ole olleet suoraan yhteydessä rahankeräyksiin, mutta ne vaikuttavat järjestöjen maineeseen ja media reagoi niihin helposti. Mediahuomiota saaneet yksittäistapaukset voivat lisätä ihmisten epäluottamusta keräyksiin, epärehellinen keräystoiminta vaikuttaa myös siihen syllistymättömien keräys-

ten tuottoihin (esimerkiksi Yle uutiset 20.3.2014).

On ymmärrettävää että järjestöissä huolestutaan epäluotettavista toimijoista, sillä maine ja lahjoittajien luottamus ovat järjestöille elintärkeitä. Tämän tutkimuksen aineistosta ei ole kuitenkaan millään keräyksellä havaittavissa varsinaista romahdusta liittyen skandaaleihin, sillä keräysluvan voimassaoloajat ovat pitkät. Analysointiin tarvittaisiin esimerkiksi keräysten kuukausikohtaisia tietoja tuotoista, jolloin niistä voitaisiin arvioida luotettavasti nousuja ja laskuja keräystuotoissa.

Taloudellisen tilanteen kiristyminen tarkoittaa väistämättä leikkauksia julkisiin avustuksiin ja Ray-avustuksiin. Vuoden 2014 alussa tehdyssä, päättäjille ja järjestöjen edustajille suunnatussa kyselytutkimuksessa valtaosa vastaajista arvioi, että julkiset tuet tulevat vähenevän tulevaisuudessa. Vastauksissa korostui kolmannen sektorin toimijoiden tärkeä rooli osana hyvinvointipalveluita, mutta talouden kiristyessä yhä useampi järjestö tulee tarvitsemaan kansalaisten rahalahjoituksia. (Vala ry 2014.) Tämä aiheuttaa ongelmia etenkin kunniattomaksi arvioitujen toimintojen rahoitukselle: esimerkiksi lastensairaalalle on helpompaa kerätä varoja kuin päihde-ongelmaisille.

Markkinat muuttuvat edelleen ja rahankeräyslain kokonaisuudistushanke käynnistyi loppukesästä 2014. Hankkeen päämääränä on ollut vapauttaa markkinoita entisestään, keräysaikoja halutaan jatkaa ja vapauttaa keräykset ennakkolupamenettelystä, jolloin markkinoita valvotaan vain jälkikäteisseurannalla. Järjestöt ovat ilmaisseet

huolensa yleishyödyllisyyden käsitteen velvoitteen poistamisesta, markkinat olisivat tämän jälkeen avoimet kaikelle keräystoiminnalle. Lakihanke jäädytettiin tammikuussa 2015, kun useat tahot olivat huolestuneita liian nopealla aikataululla toteutettavasta muutoksesta, jonka seuraukset voivat olla arvaamattomia. Lakimuutoksen valmistelua jatketaan kuitenkin seuraavalla vaalikaudella ja arvailujen varaan jää, millä tavoin mahdolliset muutokset tulevat vaikuttamaan kansalaisten keräyksiä kohtaan tuntemaan luottamukseen ja millä tavoin juuri pienimmät ja vähemmän tunnetut järjestöt kärsivät uudessa toimintaympäristössä. Tämän tutkimuksen valossa uskonnollisilla järjestöillä on vahva asema, mutta sosiaali- ja terveysalan keskittymiskehityksen voidaan odottaa vahvistuvan, mikäli markkinat vapautetaan kaikille toimijoille. Tämä uhkaa asettaa toteutuessaan kansalaisjärjestöt yhä vahvemmin kilpailuasemiin toistensa kanssa.

#### VIITTEET

- 1 Rinnakkaiskäsitteenä myös medioituminen.
- 2 Tämä asia on yleisesti tunnettu, mutta sen luonteesta johtuen sitä ei ole asiakirjoihin dokumentoitu.
- 3 Tilastotieto on yleensä tallennettu kesäisin korkeakouluharjoittelijoiden työnä ja uusien valmistuneiden tilastojen saamisessa on ollut viiveitä johtuen muun muassa vastuhenkilöiden vaihtumisesta.
- 4 Aineistosta on korjattu epäonnistuneet keräykset, joissa kustannukset ovat olleet niinkin suuret kuin 500 % keräystuotosta. Yksittäinen keräyskustannus voi vääristää kokonaiskuvaa kohtuuttomasti, vaikka tuottojen ja keräyskustannusten euromääräiset summat olisivat pieniä. Yli 100 % kustannukset on korjattu aineistossa sataan prosenttiin. Suurin osa näin korjatuista ke-

räystiedoista on ollut hyvin pieniä muuttaman kymmenen tai sadan euron tuottaneita keräyksiä. Niissä keräyskustannukset nousivat helposti prosentteina kohtuuttomiksi, eikä niillä ole laajemman kokonaisuuden kannalta varsinaista merkitystä.

5 Esimerkiksi Nuorison urheilutoimintaan haetaan useammin sponsorirahoitusta, joka ei kuulu rahankeräyslain piiriin.

6 Seurakuntien keräyksiä on kuitenkin myös vuoden 2006 jälkeen esimerkiksi seurakuntayhdistysten, diakoniatyöryhmien ja evankelioimistiryhmien nimissä noin 10 vuodessa.

7 Tuotemyynnistä tai pääsymaksuista saavat tuotot eivät kuitenkaan kuulu rahankeräyslain piiriin eivätkä näy tässä tarkastellussa aineistossa.

8 Suomen Punaisen Ristin vuoden 2004 poikkeavan korkea Tsunamikatastrofista johtunut keräystuotto on korjattu 2003 lukua vastaavaksi, jotta saadaan realistisempi kokonaiskuva markkinoiden kehityksestä.

## KIRJALLISUUS

Alasuutari, Pertti (1996) Toinen tasavalta, Suomi 1946–1994. Jyväskylä: Vastapaino.

Alasuutari, Pertti (2006) Suunnittelutaloudesta kilpailutalouteen – miten muutos oli ideologisesti mahdollinen Teoksessa Risto Heiskala & Eeva Luhtakallio (toim.) Uusi Jako. Miten Suomesta tuli kilpailuyhteiskunta? Helsinki: Gaudeamus, 43–64.

Arpajaislaki (2001/1047) <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2001/20011047> Luettu 10.7.2014.

Brooks, Arthur C. (2005) Does Social Capital Make You Generous? *Social Science Quarterly* 86 (1) 1–15.

Charities Aid Foundation (2012) World Giving Index 2012. A global view of giving trends. <https://www.cafonline.org/PDF/WorldGivingIndex2012WEB.pdf> Luettu 30.5.2014.

Hallituksen esitys (HE102/2005) Hallituksen esitys Eduskunnalle rahankeräyslaiksi sekä laeiksi henkilötietojen käsittelystä poliisitoimessa annetun lain ja rikoslain

muuttamisesta <http://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2005/20050102> Luettu 1.2.2014.

Hallituksen esitys (HE 6/2014) Hallituksen esitys eduskunnalle laiksi rahankeräyslain muuttamisesta <http://www.finlex.fi/fi/esitykset/he/2014/20140006> Luettu 20.2.2015.

Heiskala, Risto & Luhtakallio, Eeva (toim.) (2006) Uusi Jako. Miten Suomesta tuli kilpailuyhteiskunta? Helsinki: Gaudeamus.

Kangas, Olli & Saari, Juho (2000) Yhteisvastuu-keräys ja altruismi: Yhteisvastuu-keräyksen tuoton kehitykseen vaikuttaneet tekijät vuosina 1950–1998. Teoksessa Mikko Malkavaara (toim.) Ei etsi omaansa. Tutkimuksia altruismista ja yhteisvastuusta. Kirkkopalvelujen julkaisuja nro 4. Pieksämäki: Kirkkopalvelut, 231–264.

Kouvo, Antti (2014) Luottamuksen lähteet Vertaileva tutkimus yleistynyttä luottamusta synnyttävistä mekanismeista. *Annales Universitatis Turkuensis, C* (381). Turku: Turun yliopisto.

Laki rahankeräyslain muuttamisesta (1049/2001) <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2001/20011049> Luettu 15.3.2014.

Laki rahankeräyslain muuttamisesta (685/2010) <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2010/20100685> Luettu 15.3.2014.

Levy, Sheri & Freitas, Antonio & Salovey, Peter (2002) Construing action abstractly and blurring social distinctions: Implications for perceiving homogeneity among, but also empathizing with and helping, others. *Journal of Personality and Social Psychology* 83 (5), 1224–1238.

Lundby, Knut (2009) Medialization. Concept, Changes, Consequences. New York: Peter Lang.

North, Douglass C. (1990) Institutions, Institutional Change and Economic Performance. Cambridge: Cambridge University Press.

Malkavaara, Mikko (2000) Yhteisvastuun viisi vuosikymmentä. Teoksessa Mikko Malkavaara (toim.) Ei etsi omaansa. Tutkimuksia altruismista ja yhteisvastuusta. Kirkkopalvelujen julkaisuja nro 4. Pieksämäki: Kirkkopalvelut, 127–227.

Moll & Kreuger & Zahn & Pardini &

- Olivera-Souza & Grafman (2006) Human fronto-mesolimbic networks guide decisions about charitable donation. *PNAS* 103(42), 15623–15628 <http://www.pnas.org/content/103/42/15623.full> Luettu 20.5.2014.
- Murto, Lasse (2003) Sosiaali- ja terveysjärjestöt hyvinvointipalveluiden tuottajina. Teoksessa Jorma Niemelä & Virpi Dufva (toim.) Hyvinvoinnin Arjen asiantuntijat. Sosiaali- ja terveysjärjestöt uudella vuosituhanalla. Jyväskylä: PS-kustannus, 64–85.
- Niemelä, Jorma (2003) Järjestöt ajan hengen uudistajina. Teoksessa Jorma Niemelä & Virpi Dufva (toim.) Hyvinvoinnin Arjen asiantuntijat. Sosiaali- ja terveysjärjestöt uudella vuosituhanalla. Jyväskylä: PS-kustannus, 108–128.
- Niemelä, Kati (2006) Vieraantynyt vai petynyt? Kirkosta eroamisen syyt Suomen evankelis-luterilaisessa kirkossa. Tampere: Kirkon tutkimuskeskus.
- North, Douglass C. (1990). *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Oikeusministeriön työryhmämietintö 2006:14. Kansalaisyhteiskunnan toimintaedellytykset. [http://oikeusministerio.fi/fi/index/julkaisut/julkaisuarkisto/200614kansalaisyhteiskunnantoimintaedellytykset/Files/OMTR\\_2006\\_14\\_Kansalaisyhteiskunnan\\_toimintaedellytykset.pdf](http://oikeusministerio.fi/fi/index/julkaisut/julkaisuarkisto/200614kansalaisyhteiskunnantoimintaedellytykset/Files/OMTR_2006_14_Kansalaisyhteiskunnan_toimintaedellytykset.pdf) Luettu 20.2.2015.
- Pessi, Anne Birgitta (2008): Suomalaiset auttajina ja luottamus avun lähteisiin. Ray:n avustustoiminnan raportteja 19. Helsinki: Yliopistopaino.
- Pessi, Anne Birgitta & Saari, Juho (2008): Hyvä tahto, auttamisen asenteet ja rakenteet Suomessa. Helsinki: Sosiaali- ja terveysturvan keskusliitto.
- Perintö- ja lahjaverolaki (378/1940) <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/1940/19400378> Luettu 20.2.2015.
- Puohiniemi, Martti (2002): Arvot, asenteet ja ajankuva, opaskirja suomalaisen arkielämän tulkintaan. Vantaa: Limor-kustannus.
- Putnam, Robert D. (2000) *Bowling Alone. The collapse and revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Rahankeräyslaki (590/1980) <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1980/19800590> Luettu 15.3.2014.
- Rahankeräyslaki (255/2006) [www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2006/20060255](http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2006/20060255) sekä sitä täydentävä asetetus rahankeräyksistä (503/2006) [www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060503](http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060503) Luettu 15.3.2014.
- Saari, Juho (2000) Altruismi sosiaalitieteellisessä ja sosiaalipoliittisessa tutkimuksessa. Teoksessa: Mikko Malkavaara (toim.) Ei etsi omaansa, tutkimuksia altruismista ja yhteisvastausta. Pieksämäki: Kirkkopalvelut 90–126.
- Saari, Juho & Saukko, Anu Emilia (2011) Antamisen markkinat. Rahankeräys 2000-luvun alun Suomessa. Teoksessa Anne Birgitta Pessi & Juho Saari (toim.) Hyvien ihmisten maa. Auttaminen kilpailukyky-yhteiskunnassa. Helsinki: Diakoniammattikorkeakoulu 185–209.
- Saukko, Emilia (2012) Auttamisen kanavat - sosiaali- ja terveysturvan järjestöjen rahoitus 2001–2008. *Kansalaisyhteiskunta* 1/2012, 5–32.
- Siisiäinen, Martti (toim.) (2002) Yhdistykset kolmannen sektorin toimijoina. Helsinki: Sosiaali- ja terveysturvan keskusliitto.
- Suomen virallinen tilasto (SVT): Ajankäyttötutkimus [verkkojulkaisu]. Osallistuminen ja Vapaaehtoistyö 2009, ISSN=1799-5639. Helsinki: Tilastokeskus. [http://www.stat.fi/til/akay/2009/04/akay\\_2009\\_04\\_2011-09-16\\_laa\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/akay/2009/04/akay_2009_04_2011-09-16_laa_001_fi.html) Luettu 23.4.2014.
- Taloustutkimus (2006) Suomi tänään – Hyväntekeväisyys 2006, järjestöt, yhteisöt ja keräykset, Raportti, Yhteisvastauberäys.
- Taloustutkimus (2008) Suomi tänään – Hyväntekeväisyys 2008, järjestöt, yhteisöt ja keräykset, Raportti, Yhteisvastauberäys.
- Taloustutkimus (2011) Kansalaisjärjestöjen nykytila-analyysi. Raportti, Vastuullinen lahjoittaminen ry.
- Taloustutkimus (2014) Kansalaisjärjestöjen nykytila-analyysi. Raportti, Vastuullinen Lahjoittaminen ry.
- Tikka, Minttu & Hakala, Salli & Pedak, Maarit (2010) Kriisi, SPR ja mediayhteiskunta. Suomen Punaisen Ristin organisoituminen kotimaisissa kriiseissä.

- Viestinnän tutkimuskeskus CRC, Sosiaalitieteiden laitos. Helsinki: Helsingin yliopisto.
- Tuloverolaki (1535/1992) <http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/1992/19921535> Luettu 30.5.2014.
- Valtioneuvoston asetus rahankeräyksistä (503/2006) <https://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060503> Luettu 20.2.2015.
- Vasama, Jouko (2003) Esipuhe. Teoksessa Jorma Niemela & Virpi Dufva (toim.) Hyvinvoinnin arjen asiantuntijat. Sosiaali- ja terveysjärjestöt uudella vuosituhannella. Jyväskylä: PS-kustannus. 6-11.
- Vuorinen, Marja & Särkelä, Riitta & Pelto-salmi Juha (2006) Järjestöbarometri 2006. Helsinki : Sosiaali- ja terveysturvan keskusliitto.
- Wuthnow Robert (1991) Acts of Compassion: Caring for Others and Helping Ourselves. Princeton: Princeton University Press.
- Yeung, Anne Birgitta (2002) Vapaaehtoistoiminta osana kansalaisyhteiskuntaa — ihanteita vai todellisuutta? Tutkimus suomalaisten asennoitumisesta ja osallistumisesta vapaaehtoistoimintaan. Helsinki: Sosiaali- ja terveysjärjestöjen yhteistyöyhdistys YTY ry.
- Yle Uutiset 20.3.2014 [http://yle.fi/uutiset/kuurojen\\_nimissa\\_geratty\\_laittomasti\\_rahaa\\_helsingin\\_seudulla/7145733](http://yle.fi/uutiset/kuurojen_nimissa_geratty_laittomasti_rahaa_helsingin_seudulla/7145733) Luettu 15.1.2015.