

Vapaaehtoistoiminnan ajankohtaisia asioita + vaikuttavuus-teema

Pinja Nieminen / Kansalaisareena ry

Mikä muuttunut vapaaehtoistoiminnassa vuosien aikana

- Digitalisaation vaikutus, somen vaikutus ajankäyttöön ja aktivismiin
- Yhdistysten hallitustyöskentelyyn erityisen vaikea saada kiinnostuneita
- ”Suora” vapaaehtoistointi ja vertaistuki vetää hallitustyöskentelyn sijaan
- Kohteesta vapaaehtoiseksi, vapaaehtoisen polku toimijaksi
- Tuettu vapaaehtoistointi – kaikilla oikeus osallistua
- Ihmisten taipumus sitoutua ennemmin asiaan kuin organisaatioon, vaihtuvuus vapaaehtoisissa
- Ammatillisen työn ja vapaaehtoistoiminnan rajapinnat nousevat yhä vahvemmin keskusteluun, mitä voi tehdä ve-toimintana ja mitä ei
- Rahoituksen leikkaukset
- **Seuranta, raportointi, vaikuttavuuden mittaaminen - todennäköisesti entistä tärkeämpiä**

Mikä muuttunut vapaaehtoistoiminnassa vuosien saatossa

- Suurin motivaatiotekijä ei ole enää halu auttaa vaan oman hyvän mielen saaminen
- Tämä vaikuttaa kaikkeen rekrytoinnista sitouttamiseen
- Mitä ihminen itse saa toiminnasta? Tärkeää viestiä selvästi, kuten muutkin yksityiskohdat toiminnasta: Kuinka usein ja kauan, kenen kanssa, keihin kohdistuu, mitkä ovat hyödyt kaikille osapuolille
- Moni ensin hetkeksi mukaan tullut saattaa myöhemmin sitoutua pidemmäksi aikaa
- Ihmiset hyvin tarkkoja siitä, mihin lähtevät mukaan: Ajasta kilpailee niin moni muu asia
- Edelleen maailmassa kuitenkin paljon puhdasta auttamisen halua



Vapaaehtoistoiminnassa kyse psykologisista perustarpeista, nämä ajattomia

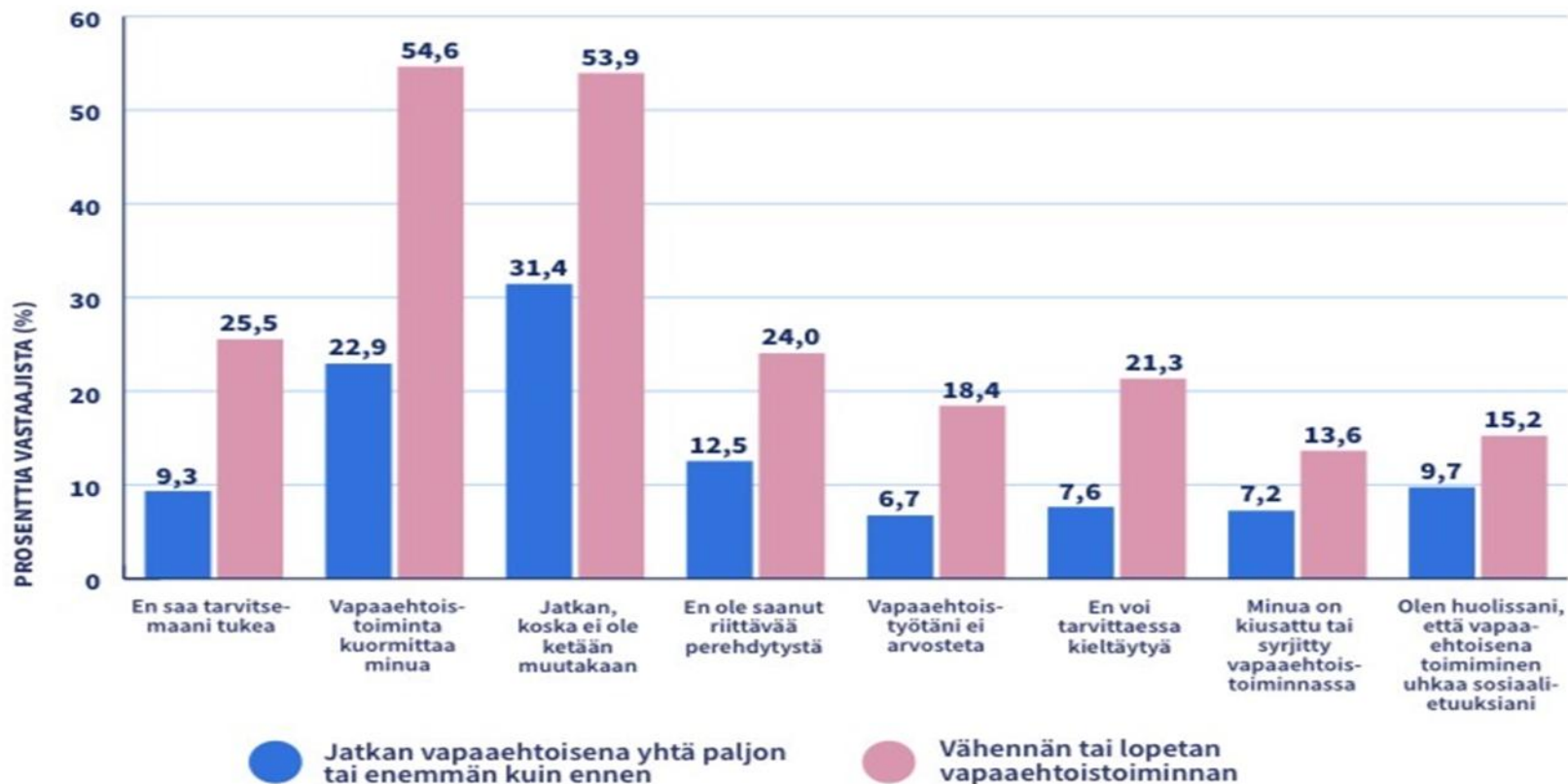
- Sitoutuminen
 - Toimijuus
 - Autonomia
 - Kyvykkyys
 - Yhteisöllisyys
 - Merkityksellisyys
-
- Kun nämä toteutuvat, kiinnittyminen toimintaan on todennäköisempää

Mikä vaikuttaa sitoutumiseen?

- Vapaaehtoistyö.fi –kyselyssä korrelaatio vapaaehtoistoiminnassa kuormittumisen ja vapaaehtoistoiminnan lopettamisen välillä selkeä: Jos tukea ei tule tarpeeksi, riski toiminnasta irroittautumiseen kasvaa
- Sitoutuminen on yleisesti vähentynyt: Jotkut tehtävät ovat kuitenkin sellaisia, että ne vain vaativat sitoutumista
- Tarkka kuvaus tehtävästä ja sen vaatimasta ajasta sekä siitä, mitä vapaaehtoinen itse ja toiminnan kohde saavat, tulee koko ajan tärkeämmäksi
- ”Jos yrität tavoittaa kaikki, et tavoita ketään” -> kohdista viestit eri ryhmille
- Joskus lyhytkestoiset tehtävät ovat aivan pitkäaikaisempaan sitoutumiseen

Väittämiä vapaaehtoistoiminnasta

(2025, n = 1025)



Mistä puhumme, kun puhumme vapaaehtoistoiminnan vaikuttavuudesta?

- Kohderyhmän / heidän omaistensa JA vapaaehtoisten itsensä kokemista muutoksista – tai nykytilanteen säilymisestä
- Yhteiskunnallisesta merkityksestä
- Määrällisestä tai laadullisesta tiedosta
- Siitä, mitä kannattaa ja mitä ei kannata tehdä
- Siitä, miksi toimintaamme kannattaa tukea
- Ennen kaikkea siitä, miksi meidän kannattaa sitä tehdä
- Vapaaehtoisten motivoinnista
- Tiedolla johtamisesta

Kohderyhmään kohdistuva vaikuttavuus

- Tavanomaisin lähtökohta mitattaessa vapaaehtoistoiminnan vaikuttavuutta
- STEA-raporteissa yleensä keskeisin raportoitava asia – STEA kuitenkin toivoo myös, että vapaaehtoisten itsensä kokemusta kysytään ja vapaaehtoisena toimimisen vaikutusta mitataan
- Erityisesti kohderyhmään kohdistuvassa vaikuttavuudessa tärkeää vaikutusketjun työstäminen ja pohdinta – vaikutusketjun oltava looginen ja se kannattaa miettiä huolella loppuun asti, jotta sitä, mitä halutaan mitata, voidaan oikeasti mitata
- **Tavoitteet -> Resurssit -> Toiminta -> Tuotokset -> Tulokset -> Vaikutukset**

Yksi esimerkki vaikutusketjusta (Hyvän mitta (<https://www.hyvanmitta.fi/vaikuttavuusketju/>)

- 1. TARVE (Needs) → Miksi tämä hanke tarvitaan? Mikä ongelma ratkaistaan? Kohderyhmän, organisaatioiden ja yhteiskunnan näkökulmat
- 2. VISIO (Vision) → miltä tilanne näyttää, kun tarpeeseen on vastattu?
- 3. TAVOITTEET (Objectives) → Hyvä tavoite noudattaa SMART-sääntöä, se on konkreettinen (specified), mitattava (measurable), saavutettava (achievable), tarkoituksenmukainen (relevant) ja aikaan sidottu (time bound)
- 4. RESURSSIT (Resources) → Mitä resursseja tarvitaan? (€, henkilöt, tilat, osaamiset, kumppanit)
- 5. TOIMINNOT (Activities) → Mitä konkreettista tehdään? (koulutukset, tapaamiset, kampanjat)
- 6. TULOKSET ja TUOTOKSET (Outcomes & Outputs) → Mitä muuttuu kohderyhmässä (osaaminen, asenteet, käyttäytyminen)? Mitä syntyy mitattavasti (osallistujamäärät, materiaalit, tapahtumat)?
- 7. VAIKUTUKSET (Impacts) → Mitä muuttuu laajemmin yhteiskunnassa (hyvinvointi, osallisuus, talous)?
- 8. KESTÄVYYS (Sustainability) → Miten varmistetaan jatkuvuus hankkeen jälkeen? Mitä toteuttajaorganisaatioille jää käteen?

Kohderyhmään kohdistuvien vaikutusten tavanomaisempia mittareita

- Asiakastyytyväisyys / kohderyhmän tyytyväisyys toimintaan (ei varsinaisesti mittaa muutosta)
- Laaja-alaisten / konkreettisten muutosten mittarit (esim pääsy koulutuksen tai työelämän piiriin tai päihteiden käytön vähentäminen)
- Toimintakykymittarit, yksinäisyysmittari
- THLn osallisuusindikaattori on paljon käytetty
- Myös järjestön omat mittarit ovat tavallisia

Mittarin valinta toiminnan tavoitteiden mukaan

Systemaattinen palautteen kerääminen tärkeää

Sosiaali- ja terveysalalla mittaamisessa usein haasteena syy-seuraus -suhteen todentaminen (että havaittu muutos on seurausta juuri järjestetystä toiminnasta tms – asiakas on voinut esimerkiksi ensin ohjautua aikuissosiaalityöhön, josta hänet on ohjattu vapaaehtoistyöhön -> kummasta palvelusta havaittu muutos on seurausta? Asiakkaan laadullinen (sanallinen) palaute voi olla hyvin tärkeää

Kohderyhmään kohdistuvasta vaikuttavuuden mittaamisesta

- Hyviä mittareita Pokasta
- Mittareita ja sitä, mitä mitataan, kannattaa miettiä huolella
- Pohdi etukäteen mahdollisia tuloksia – toimiiko mittari todennäköisesti toivotulla tavalla
- Pohdi, mikä on keskeisin tarvitsemasi tieto
- Pyri siihen, että mittaat jostain muusta syystä kuin rahoittajan vaatimuksesta ts. hyödyt oikeasti saamastasi datasta
- Ole tarvittaessa STEAan yhteydessä

Haasteiden pohdintaa eli kun mittari ei toimi

- 1. "Onko ystävätoiminta lisännyt aktiivisuuttasi kodin ulkopuolella?"
- Vastaus yllättäen "Ei"
- Pohdinta -> Oliko tavoite järkevä? Vaikka vastaus oli "ei", niin onko kuitenkin niin, että kohderyhmän hyvinvointi on silti kasvanut ja heille riittääkin ko. ystävän kanssa ulkoilu ts. enempään aktiivisuuteen ei ole edes tarvetta
- 2. "Vastasiko tilaisuus odotuksiasi?" -> "Millä tavalla tilaisuus ei vastannut odotuksiasi?"
- Haettu negatiivisia vastauksia, mutta monet vastaavat, että "ylitti odotukset" ts. ensimmäisen kysymyksen numeraalinen data ei toimi ja sanalliset vastaukset ovat olennaisimmat

Vapaaehtoiseen itsensä kohdistuva vaikuttavuus

- Vapaaehtoistyö.fi-verkkopalvelu on toteuttanut jälleen (2025) kyselyn vapaaehtoisille. Kyselyssä kartoitettiin vapaaehtoistoiminnan hyvinvointivaikutuksia sekä vapaaehtoisten omaa hyvinvointia. Kyselyyn vastasi 1033 henkilöä, joista säännöllistä, viikoittain tai vähintään kuukausittain tapahtuvaa vapaaehtoistyötä vastaajista teki 88%. (75,9 % 2022) Vastaajista 82,7 % oli naisia ja 16,7 % miehiä.
- Kyselyyn vastanneista vapaaehtoisista 95,7% (92,3 % 2022) kertoi, että vapaaehtoistoiminta on saanut heidät kokemaan merkityksellisyyden tunnetta. **Suuri enemmistö 96,2 (92,5 % 2022) vastaajista koki vapaaehtoistoiminnan vaikuttaneen myönteisesti heidän elämäänsä.**
- Kyselyn vastaajista 93,3% (88,9 % 2022) kertoi saaneensa uusia sosiaalisia kontakteja ja **74,8% (60,7 % 2022) kertoi vapaaehtoistoiminnan vähentäneen heidän kokemaansa yksinäisyyttä.**
- **Hyvinvointivaikutukset selkeitä**



Mitä mitata vapaaehtoisten itsensä kohdalla?

- Palautetta kannattaa kerätä rekrytointi- ja koulutusprosessista, heti tehtävän jälkeen, jonkinlaisella seuranta-ajalla, laajemmilla vuosittaisilla kyselyillä
- Seurattavia hyötyjä voivat olla esimerkiksi hyvinvoinnin lisääntyminen, yhteisöön kuulumisen tunne, yleinen toimintakyky, osallisuuden kokemus, luottamuksen yhteiskuntaan tai muihin ihmisiin vahvistuminen, yksinäisyyden vähentyminen

Ota selvää, mitä vaikuttavuudesta tiedetään yleisesti

- Tutkitusti tiedetään, että vapaaehtoistyö hyödyttää tekijäänsä itseään mm. seuraavilla tavoilla: Toimintakyvyn paraneminen, itsearvioidun terveyden parantuminen, merkityksellisyyden hyvinvoinnin ja koetun onnellisuuden kasvu, masennusoireiden vähentyminen, kuolleisuusriskin väheneminen..
- On hyvin todennäköistä, että jos koordinoimasi vapaaehtoistyö on hyvin järjestettyä, niin samat vaikutukset osuvat myös sinun vapaaehtoiisi
- Kun mittaat vapaaehtoistyön vaikutuksia tekijöilleen, niin pohdi jälleen suhteessa yleisesti tunnettuihin vaikutuksiin, että mitkä voisivat olla oman toimintasi vaikutukset ja siten myös mittarit
- Vaikutukset voivat toki olla myös joko positiivisia tai negatiivisia tai odotettuja tai yllättäviä

Tiivistelmä mahdollisista vaikutuksista, jotka kannattaa miettiä läpi (tässä Meklin alkuperäislähteenä)

- Asiakasvaikutukset ja yhteiskunnalliset vaikutukset
 - – välittömästi asiakkaaseen, kansalaiseen tai kuntalaiseen kohdistuvat
- vaikutukset sekä laajemmin yhteiskuntaan liittyvät vaikutukset
- Määrälliset ja laadulliset vaikutukset
 - – esimerkiksi palvelu voi olla määrällisesti riittävä, mutta laadullisesti heikko
- Subjektiiiviset ja objektiiviset vaikutukset
 - – esimerkiksi palvelun kohteena olevan asiakkaan antamat arviot ovat subjektiivisia
- Lyhyt- ja pitkäkestoiset vaikutukset
 - – osa vaikutuksista on lyhytaikaisia ja välittömiä, osa pitkäaikaisia
- Ulkoisvaikutukset
 - – vaikutukset, jotka lähinnä pitkällä aikavälillä näkyvät muualla kuin siellä, mihin voimavarat on suunnattu
- Myönteiset ja kielteiset vaikutukset
- Odotetut ja odottamattomat vaikutukset

Yhteiskunnallinen vaikuttavuus

- Soveltavan tilastotieteen dosentti **Jukka Hoffrén** on laskenut pyynnöstä vapaaehtoistoiminnan arvon kansantaloudelle. Hoffrénin laskelman mukaan vapaaehtoistoiminnan arvo on vuosittain lähes 3,2 miljardia euroa eli 1,3% Suomen bruttokansantuotteesta. Tämä laskelma tekee näkyväksi muiden ihmisten hyväksi tehdyn palkattoman työn merkityksen ihmisten hyvinvoinnille ja kansantaloudelle.
- Hoffrén kirjoittaa, että samalla, kun vapaaehtoistointaan käytetty aika on viime vuosina hieman vähentynyt, niin entistä tärkeämmäksi motiiviksi vapaaehtoistoiminnassa on noussut itsensä toteuttaminen. Hän muistutti laskelman julkistamisen yhteydessä, että kokemukset omasta osaamisesta, tarpeellisuudesta ja minäkuvan ja identiteetin tarpeellisuudesta lisäävät hyvinvointia.

Kytke vaikuttavuusdata viestintään

- Vaikuttavuudesta viestimällä houkuttelet vapaaehtoisia ja kohderyhmää, puhut vapaaehtoistoiminnan puolesta yleensä, lisäät ymmärrystä siitä, edesautat rahoituksen säilymistä
- Muista kertoa todennetusta vaikuttavuudesta myös vapaaehtoisille itselleen
- Kannattaa aina muistaa, että edelleenkin vapaaehtoistoimintaa ja sen merkitystä ei ymmärretä monissa palveluissa. Meidän kaikkien tehtävä on viestiä siitä, miksi vapaaehtoistoiminta on tärkeää ja tässä vaikuttavuuden todentaminen on keskeistä
- Me yhdistysten edustajat olemme ehkä myös tottuneet raportoimaan erityisesti rahoittajalle sen sijaan, että viestisimme työstä yleisesti pyrkien lisäämään ymmärrystä vapaaehtoistoiminnasta

Viestiminen yhteiskunnallisesta vaikuttavuudesta

- Yhteiskunnassamme on tällä hetkellä jopa jonkinasteista järjestövastaisuutta -> rahapeleihin liittyvä keskustelu on siirtynyt sellaisenaan järjestötoimintaan, vaikka avustusjärjestelmä on muuttunut
- Vapaaehtoistoiminnasta viestiminen on tästäkin syystä tärkeää: Mitä se on, miten se on toteutettu (miksi laadukas vapaaehtoistoiminta vaatii myös palkattua henkilökuntaa) ja mitä sillä saavutetaan (hyödyt sekä vapaaehtoiselle että kohteelle)
- Kannattaa huomioda, että samalla kun osallistumisaste perinteiseen yhdistystoimintaan on laskenut, yhteiskunnassamme on yhä enemmän ihmisiä, joille koko vapaaehtoistoiminnan käsite on vieras
- Ihminen saattaa osallistua vapaaehtoistoimintaan identifioitumatta vapaaehtoiseksi (erityisesti urheiluseuratoiminnassa)

Viestiminen yhteiskunnallisesta vaikuttavuudesta

- Viestin välittäminen on pitkäjänteistä työtä ja viestintää kannattaa tehdä monikanavaisesti: niin somessa kuin toimittajia ja päätöksentekijöitä lähestyen
- Suureen yleisöön vaikuttaminen uutismedioiden ja aikakauslehtien avulla: Merkittävistä asioista tiedote ulos, naistenlehtiin tms. juttujen tarjoaminen, vapaaehtoisten valmentaminen haastateltaviksi
- Sekä lukujen tarjoaminen (erityisesti päätöksentekijät) että tunnereaktion herättäminen (suuri yleisö) ovat tärkeitä, viestit vahvistuvat toistuessaan
- Kutsu päätöksentekijöitä myös kylään, julkaise kuvia tilaisuudesta