



# KYLÄTALOT KÄYTTÖÖN

Opas kylätalotoimintaan

Ilona Hussi

Opetusohjelma  
Tutkintotoiminnan markkinoinnin  
kehittäminen  
Tammikokous

TAMPEREEN AMMATTIKORKEAKOULU  
Tampere University of Applied Sciences

## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Liiketalouden koulutusohjelma  
Maaseutuelinkeinojen markkinoinnin suuntautumisvaihtoehto

HUSSI, ILONA: Kylätalot käyttöön, opas kylätalotoimintaan

Opinnäytetyö 59 s., liitteet 32 s.  
Syyskuu 2011

---

Tämän opinnäytetyön aihe saatiin maaseudun kehittämissyhdistys Kantri ry:ltä. Tarkoituksena oli tuottaa kylätalo-opas kylätaloja ylläpitävien yhdistysten johtokunnille. Kylätalo-opas on osa Kantri ry:n KyläNyt -hanketta. Tarve kylätalo-oppaalle on tullut ilmi Kantri ry:n aiemmassa hankkeessa.

Oppaasta haluttiin selkeä ja helppokäyttöinen, mutta kuitenkin kattava. Oppaasta oli tarkoitus tehdä yleispätevä, eikä kohdistaa sitä millekään tietylle kylätalolle. Työn tärkein tavoite oli auttaa kylätaloja ylläpitäviä yhdistyksiä tehostamaan toimintaansa kylätaloja hyödyntäen. Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena työnä. Työ jaettiin kahteen osaan, teoreettiseen ja toiminnalliseen. Teoreettinen osuus käsittelee oppaan aihealueita teoreettisesta näkökulmasta ja toiminnallinen osuus on kylätalo-opas. Oppaan aihealueet käsittelevät taloutta ja markkinointia sekä liittyvät kylätalon ylläpitämiseen. Oppaan loppuun koottiin vinkkejä siitä, mitä kylätalolla voi tehdä ja miten siellä voi toimia ympäristöystävällisesti.

Materiaali oppaaseen kerättiin kirjoista, Internet-sivuilta ja käytännön kokemuksia hyödyntämällä. Kylätalo-opas on Internetistä ladattavissa ja siitä voi tulostaa kukin itselleen paperisen version. Myöhemmin opasta mahdollisesti painetaan pieni määrä.

Kylätalo-oppaasta tuli toimeksiantajan toiveiden mukainen. Opas on helppolukuinen ja selkeä. Lukija löytää oppaasta helposti hakemansa asian. Kylätalo-opas on tärkeä apuväline kylätalojen toiminnan tehostamisessa ja ylipäättään kylätalotoiminnassa. Opas on luottamuksellinen, joten sitä ei julkaista yleisölle.

## ABSTRACT

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Business Administration  
Option of Marketing of Agricultural and Rural Industries

HUSSI, ILONA: Guidebook for Community House Operations  
Bachelor's thesis 59 pages, appendices 32 pages  
September 2011

---

The purpose of this thesis was to create a guidebook for associations which maintain community houses. This guidebook was commissioned by Kantri association. The guidebook was a part of the project of Kantri association. It was desired to create easy-to-use, well-defined and extensive and universally applicable guidebook. The main objective of this thesis was to help associations that maintain community houses intensify their operations by exploiting community houses.

The work was carried out as a functional thesis and was divided into two parts. The theoretical part deals with economy and marketing as well as maintaining the community house. At the end of the guidebook there are gleaned tips for what to do in community house and how to operate environmentally friendly. The functional part is the actual guidebook.

The material for the guidebook collected from relevant books, websites and by using common sense. The guidebook can be downloaded from the Internet and it can be printed. The guidebook will be printed in a few pieces later.

The guidebook was succeeded and it is in accordance with chance of the mandator. The guidebook proved to be useful from the commissioner's point of view. The guidebook contains confidential information so it will not be published.

## SISÄLLYS

1 JOHDANTO.....	5
2 TOIMEKSIANTAJA KANTRI RY.....	6
3 KYLÄNYT -HANKE.....	7
4 KYLÄTALO-OPPAAN TOTEUTUS.....	9
5 OPPAAN TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT.....	12
5.1 Markkinointi.....	12
5.2 Hinnoittelu.....	14
5.2.1 Palvelujen hinnoittelu.....	14
5.2.2 Hinnalla operointi.....	16
5.3 Yhdistysten vakuutukset.....	17
5.4 Laskutus.....	17
5.5 Turvallisuus.....	18
5.6 Kiinteistön ja pihan huolto sekä puhtaanapito.....	19
5.7 Jätehuolto.....	20
5.8 Liputtaminen.....	20
5.8.1 Suomen lipun historiaa.....	20
5.8.2 Liputuspäivät ja -käytännöt.....	21
5.9 Kestävä kehitys.....	22
6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA.....	24
LÄHTEET.....	26
LIITE.....	28

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa kylätalo-opas maaseudun kehittämissyhistys Kantri ry:lle. Opas on osa Kantri ry:n KyläNyt -hanketta, jonka yksi tavoite on kylätalojen kehittämisen avustaminen. Opas on yksi keino auttaa tämän tavoitteen toteutumista. Kantrilla on aiemmassa hankkeessa ilmennyt tarve tällaiselle oppaalle, mutta kyseisen hankkeen puitteissa ei ollut rahkeita toteuttaa opasta.

Kylätalo-oppaan tavoitteena on auttaa kylätaloja ylläpitäviä yhdistyksiä tehostamaan toimintaansa kylätaloja hyödyntäen. Opas on suunnattu näiden yhdistysten johtokuntien jäsenille. Oppaasta tehtiin yleishyödyllinen opas eikä sitä näin ollen kohdistettu millekään tietylle kylätalolle tai -yhdistykselle. Opas on tarpeellinen kylätaloja ylläpitäville yhdistyksille, sillä niissä harvoin on liiketaloudellista osaamista ja tästä syystä esimerkiksi markkinointi- ja hinnoitteluvinkit ovat tervetulleita.

Opinnäytetyö toteutettiin toiminnallisena opinnäytetyönä. Työ koostuu kahdesta osasta, teoriaosuudesta ja toimeksiantajalle palautettavasta kylätalo-oppaasta. Teoriaosuuden alussa, luvussa 2, esitellään työn toimeksiantaja maaseudun kehittämissyhistys Kantri ry. Luvussa 3 esitellään Kantrin KyläNyt -hanke, johon kylätalo-opas liittyy. Luvussa 4 kerrotaan oppaan toteutuksesta. Luvussa esitellään toimeksiantajan toiveita oppaan suhteen ja kerrotaan miksi oppaan sisältö on juuri sellainen kuin se on. Luvussa 5 tarkastellaan oppaan sisältämiä aihealueita teoreettisesti. Viimeisessä luvussa 6 esitellään työn johtopäätökset ja pohditaan työn onnistumista. Kylätalo-opas on lopussa tämän työn liitteenä.

## 2 TOIMEKSIANTAJA KANTRI RY

Kantri ry on maaseudun kehittämissyhdystys. Sen kotipaikka on Tampere ja sen toiminta-alueena on Tampereen, Kangasalan, Nokian, Pirkkalan, Lempäälän, Ylöjärven ja Vesilahden maaseutualueet. (Kantri ry, Säännöt.) Yhdistyksen toimitilat sijaitsevat Tampereella Ahlmanin ammattiopiston yhteydessä osoitteessa Hallilantie 24. Yhdistys on perustettu maaseudun kehittämiseen tarkoitettuna rahoituksen jakamista varten vuonna 1997 (Kantri ry, Historiaa).

Kantrin tarkoituksena on parantaa toiminta-alueensa asukkaiden henkistä ja yleistä hyvinvointia sekä kehittää ympäristöä asukkaiden hyvinvoinnin ja ympäristön näkökulmasta. Tarkoituksensa toteuttamiseksi yhdistys mm. suorittaa maaseudun kehittämissuunnitelmien ja hankesuunnitelmien laatimista sekä neuvottelee paikallisista kehittämissuunnitelmista julkisyhteisöjen edustajien kanssa. Yhdistys toimii jäsentensä yhteistyöelimenä maaseudun kehittämistyössä ja pitää yhteyttä tarvittaviin sidosryhmiin. Yhdistys myös järjestää luento- ja esitelmätilaisuuksia sekä muuta vastaavaa koulutus- ja tiedotustoimintaa. (Kantri ry, Säännöt.)

Vuoden 2010 lopussa Kantri ry:llä oli 475 jäsentä. Näistä henkilöjäseniä oli 434, yhteisöjäseniä 41, joista yksi oli kuntajäsen. Vuoden 2010 aikana Kantri ry vastaanotti 41 hankehakemusta. (Vuosiselitys Kantri ry:n toiminnasta ja... 2011, 8,14.)

### 3 KYLÄ NYT – HANKE

KyläNyt -hanke on Kantri ry:n hanke, joka toteutetaan 1.1.2011–31.12.2013 välisenä aikana. Hankkeen tavoitteina on kylätoiminnan edistäminen, kyläyhdistysten ja kylätoiminnasta tiedottamisen parantuminen, tiedon lisääntyminen yhdistystoiminnan käytännöistä, kylien yhteistoiminnan vahvistaminen, kylien vuorovaikutuksen lisääminen kunnan/kaupungin kanssa, kylätalojen kehittämisen avustaminen ja kansainvälisen toiminnan edistäminen kylillä. Tavoitteisiin aiotaan päästä ensinnäkin kylien sisäisellä kehittämisellä. Kylille laaditaan erilaisia hanke- ja liiketoimintasuunnitelmia sekä laaditaan ja päivitetään kyläsuunnitelmia. Kylille annetaan neuvontaa esimerkiksi yhdistyskäytännöistä ja sosiaalisen median hyödyntämisestä kylätoiminnassa. (KyläNyt 2011, 3.)

Hankkeen puitteissa kyliä avustetaan erilaisten tilaisuuksien järjestämisessä ja kannustetaan kansainväliseen yhteistyöhön, esimerkiksi ystävyyskylätoimintaan. Tavoitteisiin pyritään myös tiedotusta parantamalla. Kantrin toiminta-alueelle perustetaan oma sähköinen kylälehti, joka perustuu kylien uutisiin ja juttuihin. Lisäksi perustetaan kyläblogi, jossa tarkoituksena on käsitellä ja kommentoida ajankohtaisia asioita sekä tiedottaa hyvistä käytännöistä. Myös kylien Internet-näkyvyyttä parannetaan kotisivuja kehittämällä. Yksi keino saavuttaa hankkeen tavoitteita on kylätalo-oppaan laatiminen. Oppaalle on ilmennyt tarvetta, mutta aiemmissa hankkeissa ei ole ollut resursseja toteuttaa opasta. (KyläNyt 2011, 3-4.)

KyläNyt -hankkeen toimialue on Kangasalan, Pirkkalan, Nokian ja Tampereen maaseutualueet. Vuoden 2013 alusta myös Ylöjärven maaseutualue otetaan mukaan toimialueeseen, kun siellä käynnissä oleva kyläsihteerihanke päättyy. KyläNyt -hankkeen toimialue on kaupunginläheistä maaseutua, jolla on noin 44 000 asukasta (+ Ylöjärven 17 000 asukasta). Osa hankkeen toimenpiteistä ulotetaan myös Lempäälään ja Vesilahteen. Hankkeen kohderyhmänä ovat kaikki maaseutualueiden yhdistykset, kuten kyläyhdistykset, maa- ja kotitalousseurat sekä urheiluseurat. (KyläNyt 2011, 3.)

KyläNyt -hanke on jatkoa Kantrin KaPiTaNo -kylähankeelle. Kantrin alueella toimii tai on toiminut kaksi muuta vastaavaa hanketta: Kylien yhteinen huomen- ja Samassa

veneessä yhdessä eteenpäin -hankkeet. Nämä hankkeet ja KyläNyt -hanke yhdessä kattavat koko Kantrin toimialueen täydentäen kyläasiamiespalveluita ja kylien kehittämistyötä paikallisemmin. Kylä Nyt -hanke toteuttaa Manner-Suomen maaseudun kehittämisohjelmaa 2007–2013.

#### 4 KYLÄTALO-OPPAAN TOTEUTUS

Idea kylätalo-oppaaseen (liite) lähti toimeksiantajan tarpeesta saada opas, jossa käsitellään kylätalotoimintaa. Aihetta lähdettiin miettimään ja työstämään alkuvuodesta 2011. Maaliskuussa 2011 tapasin toimeksiantajan. Silloin päätimme pääpiirteittäin oppaan muodosta ja sisällöstä. Tapaamisessa sain hiukan vinkkiä siitä, mistä kannattaa hakea ideoita oppaaseen.

Opas päätettiin julkaista Internetissä, jotta sitä on jatkossa helppo päivittää. Oppaasta on mahdollista tulostaa paperiversio. Myöhemmin opasta saatetaan painaa pieni määrä. Sain toimeksiantajalta listan, johon oli lueteltu asioita, joita he toivovat oppaassa olevan. Toimeksiantaja kertoi, että opas tulee pääosin kylätaloja ylläpitävien yhdistysten käyttöön ja että oppaasta on tarkoitus tehdä yleispätevä eikä kohdistaa sitä millekään tietylle kylätalolle. Toimeksiantajan toiveena oli helppokäyttöinen opas, joka on sisällöltään yksinkertainen. Tarkoituksena ei ollut kirjoittaa pitkiä teorioita vaan enemminkin koota tärkeitä asioita yhteen luettelonomaisessa muodossa. Oppaaseen jätettiin paljon tilaa muistiinpanoille toimeksiantajan toiveiden mukaisesti.

Kylätalo-opas koostuu useasta pienestä aihealueesta. Aihealueet ovat markkinointi, hinnoittelu, yhdistysten vakuutukset, laskutus, turvallisuus, kiinteistön ja pihan hoito, puhtaanapito, jätehuolto, liputtaminen, kylätalon vuokraaminen, vinkit kestäväan kehitykseen sekä kylätalon käyttöideat. Nämä kaikki aihealueet ovat toimeksiantajan toivomuksesta oppaassa. Sain ns. vapaat kädet järjestää aihealueet mieleiselläni tavalla. Aiheet ovat oppaassa edellä olevan listan mukaisessa järjestyksessä. Ensiksi käsitellään aihealueita, jotka liittyvät talouteen, sen jälkeen tulevat aihealueet liittyvät itse kylätaloon ja loppuun on koottu vinkkejä ja ideoita siitä, mitä talolla voisi tehdä ja miten siellä kannattaisi toimia ympäristöystävällisesti. Oppaan alussa on johdanto, joka antaa lukijalle esimakua siitä, mitä aihealueita oppaassa käsitellään.

Panostin oppaassa erityisesti markkinointiosuuteen, sillä toimeksiantajan mukaan monet kylätaloja ylläpitävät yhdistykset ovat kyselleet markkinointivinkkien perään. Markkinointi on yritysten ja yhdistysten tärkeä menestystekijä ja sen avulla voidaan vaikuttaa tuotteiden ja palveluiden kysyntään (Vuokko 2004, 13; Bergström &

Leppänen 2009, 10). Hinnoittelu liittyy läheisesti markkinointiin ja siksi oppaassa on kappale hinnoittelusta. Monilla kylätaloja ylläpitävillä yhdistyksillä on ollut liian optimistisia käsityksiä siitä, kuinka usein kylätaloa tullaan vuokraamaan. Tästä syystä kerron oppaan hinnoittelukappaleessa mm. siitä, miten kannattaa lähteä arvioimaan talon käyttöastetta. Hinnoittelulla on suuri merkitys yritysten ja yhdistysten kannattavuudelle (Sipilä 2003, 15).

Kyliä omatoimisuus on kasvanut ja tuotettavien palveluiden määrä on lisääntynyt. Nykyään keskeisinä kylätoimijoina ovat rekisteröidyt kyläyhdistykset ja niiden aktiivijäsenet. Toiminnan laajentuessa kyläyhdistykset ovat joutuneet uusien haasteiden eteen. (Petrell 2003, 3.) Nämä uudet haasteet ovat pitkälti vero- ja raha-asioihin liittyviä. Sen takia käsittelen oppaassa niin työnantajavakuutuksia kuin muitakin yhdistysten vakuutuksia. Lisäksi oppaassa kerrotaan yhdistysten arvonlisäverovelvollisuudesta sekä laskumerkinnöistä. Oppaasta löytyy myös laskupohja, jota yhdistykset voivat hyödyntää laskutuksessaan.

Turvallisuusasiat ovat mukana oppaassa, koska ne yksinkertaisesti ovat tärkeitä talon käyttäjien ja itse talon kannalta. Monet turvallisuusasiat ovat hyvin ihmisten tiedossa, mutta niistä on silti syytä muistuttaa, sillä monesti ne unohtuvat. Lisäksi osa turvallisuusseikoista on lakisäätteisiä. Tällaisia ovat esimerkiksi nuohous ja pelastussuunnitelman laatiminen. Turvallisuusosio sisältää toimintaohjeet tulipalo- ja elvytystilanteita varten. Ohjeet on tehty siten, että ne voi suoraan tulostaa oppaasta ja kiinnittää kylätalon seinälle näkyvälle paikalle. Turvallisuusosiossa on myös pohja pelastussuunnitelmalle.

Kiinteistön ja pihan hoito sekä puhtaanapito ovat mukana oppaassa, sillä ehjät paikat ja siisti ympäristö lisäävät talon käyttömukavuutta ja pidentävät talon ja sen varusteiden käyttöikä. Puhtaanapito myös ylläpitää hygieniaa. Oppaan avulla kyläyhdistykset voivat sopia kuka on vastuussa mistäkin kiinteistön ja pihan hoitoon sekä puhtaanapitoon liittyvästä tehtävästä, sillä oppaassa on tätä varten omat muistiinpano-  
osuudet.

Hyvään liputuskulttuuriin kuuluu liputtaa liputuspäivinä (Liputuspäivät 2011). Jotta yhdistykset muistaisivat käyttää liputusoikeuttaan, on liputuspäivät ja -käytännöt koottu oppaaseen muistutuksen vuoksi.

Kylätalojen vuokraaminen -otsikon alle on koottu asioita, joita kannattaa huomioida vuokratessa kylätaloa ulkopuolisille. Kylätaloja vuokrataan paljon esimerkiksi juhlakäyttöön ja tästä syystä on hyvä, että oppaasta voi tarkistaa mitä asioita vuokratessa täytyy ottaa huomioon. Kyseisestä osiosta löytyy myös mallipohja vuokrasopimukselle.

Oppaaseen toivottiin vinkkejä kestäväan kehitykseen kylätaloilla. Kestävä kehitys on taloudellista ja se vähentää ympäristön kuormitusta. Kestävä kehitys ja ympäristöasiat ovat tämän päivän trendejä. Opas sisältää kestäväan kehityksen vinkkien lisäksi jätteiden lajitteluohjeet. Joillakin kylätaloilla kertyy paljon jätettä ja olisi hyvä, jos ne lajiteltaisiin. Oppaan avulla ihmiset ehkä muistavat, että jätteitä kannattaa lajitella muuallakin kuin kotona ja työpaikalla. Oppaan lopussa on vielä vinkkejä siitä mitä kaikkea kylätaloilla voi tehdä. Mikäli kylätalon käyttöastetta halutaan nostaa, saa oppaasta vinkkiä mitä toimintaa siellä kannattaa järjestää ja kenelle taloa mahdollisesti kannattaa markkinoida.

## 5 OPPAAN TEOREETTISET LÄHTÖKOHDAT

Tässä luvussa käsitellään oppaaseen koottuja aihealueita teoreettisesti. Aiheet koostuvat niin taloudellisista aiheista, kuten markkinoinnista, hinnoittelusta ja laskutuksesta, kuin itse kylätalotoimintaan liittyvistä aiheista, kuten kiinteistönhuollosta, puhtaanapidosta sekä vakuutus- ja turvallisuusasioista.

### 5.1 Markkinointi

Markkinointi on tärkeä yrityksen menestystekijä. Markkinoinnin avulla erotutaan kilpailijoista ja viestitään omista tuotteista sekä palveluista. Markkinointi perustuu asiakkaiden ostokäyttäytymisen tuntemiseen ja asiakkaiden tarpeiden tyydyttämiseen paremmin kuin kilpailijat. (Bergström & Leppänen 2009, 10.)

Markkinointiajattelun keskeinen lähtökohta on nykyisten ja mahdollisten asiakkaiden tarpeet, toiveet ja arvostukset, joiden pohjalta uusia palveluita ja tavaroita kehitetään. Asiakassuhteiden ohella on hoidettava suhteita erilaisiin verkostoihin ja kumppaneihin sekä muihin sidosryhmiin. Yrityksen tai yhteisön johdon tehtävänä on luoda pohja strategiselle markkinointiajattelulle ja viedä ajattelu käytännön toimintaan. Markkinointi on koko organisaation toimintaa, ei vain markkinointiosaston tehtävä. Kaikki mitä yrityksessä tehdään vaikuttaa yrityksen menestykseen. (Bergström & Leppänen 2009, 20–21.)

Markkinoinnilla on erilaisia tehtäviä. Yksi niistä on kysynnän ennakointi ja selvittäminen. Markkinoijan on tunnettava mitä, miten ja missä asiakkaat ostavat ja miksi heidän ostokäyttäytymisensä on sellaista kuin se on. Kysynnän ennakointi on pohja tuotekehitykselle ja muille markkinointiratkaisuille. Toinen markkinoinnin tehtävä on kysynnän luominen ja ylläpito. Organisaatio luo kysyntää viestimällä asiakkaita puhuttavalla tavalla ja sekä tekemällä tuotteistaan kilpailijoista erottuvia ja asiakkaita houkuttelevia. Kysyntää luodaan esimerkiksi omalle kohderyhmälle suunnatun mainonnan avulla. Kysyntää ylläpidetään mainonnan, myyntityön, asiakaspalvelun ja suhdetoiminnan avulla, jotta asiakkaat ostaisivat uudelleen ja

suosittelisivat yrityksen tuotteita muillekin. Kolmas markkinoinnin tehtävä on kysynnän tyydyttäminen. Se on sitä, kun tuotteita ja palveluita kehitetään asiakkaiden tarpeita vastaavaksi. Kysynnän tyydyttämistä on myös tavaroiden ja palveluiden saatavuudesta huolehtiminen. Neljäs markkinoinnin tehtävä on kysynnän säätely. Kysyntää pyritään sopeuttamaan tarjontaan esimerkiksi tasoittamalla sesonkihuippuja hinnoittelun avulla. Kysyntää joudutaan joskus jopa hillitsemään. Näin esimerkiksi silloin, jos markkinoille on päässyt virheellistä tuotetta. (Bergström & Leppänen 2009, 24–25.)

Myös ei-kaupallisissa organisaatioissa, kuten kyläyhdistyksissä, tarvitaan markkinointia. Markkinoinnin tehtävät ovat näissä aivan samat, vaikka tavoitteena olisi muu kuin taloudellinen voitto. Ei-kaupallisilla organisaatioilla on monesti vähän rahaa käytettävissä markkinointiin, minkä vuoksi markkinointi voi olla tehotonta. Markkinointikeinoja ei osata hyödyntää tavoitteiden saavuttamiseksi eikä markkinoinnin merkitystä aina myönnetä. (Bergström & Leppänen 2009, 25–26.) Vaikka kaikki organisaatiot ovat erilaisia, niin silti ei-kaupallisilla organisaatioilla on tiettyjä ominaisuuksia, jotka vaikuttavat niiden markkinointiin. Ei-kaupallisissa organisaatioissa muut kuin taloudelliset tavoitteet ovat etusijalla ja niiden vaihdantasuhde on erilainen kuin kaupallisissa organisaatioissa. Ei-kaupallisissa organisaatioissa monesti kysyntä ylittää tarjonnan ja tuotteiden sijasta kohderyhmälle tarjotaan usein palveluja tai ajattelumalleja. Toiminnan ja saavutusten arviointiperusteet ovat ei-kaupallisissa organisaatioissa erilaisia kuin muissa organisaatioissa ja mission ja asiakaskunnan toiveiden välillä voi olla suuriakin jännitteitä. Lisäksi ei-kaupallisissa organisaatioissa vapaaehtoistyön merkitys on suuri. (Vuokko 2004, 24–25.)

Perinteiset markkinointimääritelmät lähtevät liikkeelle siitä ajatuksesta, että koska asiakkailta saadaan rahat toimintaan, niin markkinointitoimenpiteet tulee kohdistaa asiakkaisiin. Tällainen ajattelutapa on ei-kaupallisille organisaatioille liian suppea. Niinpä markkinoinnin määritelmää täytyy muokata ei-kaupallisille organisaatioille sopivaksi. (Vuokko 2004, 46.) Vuokon (2004) mukaan markkinointi on ajattelutapa ja johtamisprosessi, jonka tehtävänä on ennakoida, tunnistaa ja tyydyttää organisaation tärkeiden sidosryhmien tarpeet ja tehdä se niin, että näin tuetaan organisaation keskeisten tavoitteiden toteutumista.

## 5.2 Hinnoittelu

Perinteisesti hinnoittelun lähtökohtana ovat olleet kustannukset. Hinnoittelussa on kuitenkin otettava huomioon myös toiminnan tavoitteet, kilpailutilanne, asiakkaiden kokemus arvo ja erilaisten asiakkaiden hintaherkkyys. (Bergström & Leppänen 2009, 257.)

Hinnalla on neljä erilaista roolia. Se on tuotteen tai palvelun arvon mittari ja muodostaja. Jos tuotteelle halutaan luoda laatumielikuvaa, sen tulisi näkyä hinnassa. Hinta on markkinoijan niin halutessaan tuotteen ja palvelun arvoa ja mielikuvaa kohottava tekijä. Hinta on myös kilpailuun vaikuttava tekijä. Korkea hinta saattaa rajoittaa tuotteen tai palvelun myyntiä, kun matala hinta puolestaan saattaa ehkäistä toisen yrityksen tulon samoille markkinoille, mikäli he eivät pysty yhtä edulliseen hintatasoon. Hinta on myös kannattavuuteen vaikuttava tekijä. Hintaa nostamalla saadaan kannattavuutta parannettua, mikäli hinnankorotus ei laske tuotteen menekkiä. Hinnan alentaminen voi kasvattaa myyntimäärää, mutta kannattavuus voi silti huonontua. Hinta vaikuttaa myös tuotteen asemointiin. Eri kohderyhmille voi sopia eri hintataso, vaikka kyse olisi samasta tuotteesta. Hintapäätökset tulee tehdä kohderyhmän näkökulmasta ja hinnan tulisi olla kohderyhmälle sopiva. (Bergström & Leppänen 2009, 257.)

### 5.2.1 Palvelujen hinnoittelu

Palvelujen hinnoittelu on hieman erilaista kuin tuotteiden, sillä palveluissa on omat ominaispiirteensä, jotka vaikuttavat hinnoitteluun. Palvelut ovat aineettomia ja niitä on vaikea esitellä. Tällöin asiakkaan on vaikeampi nähdä mistä hän todella maksaa. Palvelujen vertailu on vaikeampaa kuin tavaroiden vertailu ja näin ollen myös niihin liittyvien hintojen vertailu on vaikeampaa. Palvelujen aineettomuuden ja laatuerojen johdosta palvelun maine ja palveluntuottajan imago muodostuvat keskeiseksi hinnoitteluperusteeksi (Sipilä 2003, 19–20.) Palvelujen hinnoittelussa korostuu enemmän markkinoinnin, kuin laskentatoimen näkökulma (Laitinen 2007, 292).

Palvelujen hinnoittelussa on kolme hinnoittelun pääperustetta. Ensimmäinen on kustannusperusteinen hinnoittelu, toinen on markkina-, kilpailu- ja asiakasperusteinen hinnoittelu ja kolmas on sellainen missä omat päämäärät ja tavoitteet ovat hinnoittelun perustana. Usein käytännössä nämä kaikki kolme ovat vaikuttamassa hinnan määräytymiseen. (Sipilä 2003, 57.)

Kustannusperusteisessa hinnoittelussa hinnoittelun pohjana käytetään palvelun tuotantokustannuksia, joihin lisätään yrityksen katetavoite. Tämä hinnoittelutapa on selkeä, mutta se ei huomioi sitä minkä arvoinen palvelu on asiakkaalle. Markkinahintaan verrattuna kustannusperusteinen hinnoittelu voi johtaa palvelun yli- tai alihinnoitteluun. Lisäksi yksittäisen palvelun kaikkien kustannusten selvittäminen on käytännössä melko hankalaa. Kustannuspohjaisen hinnoittelun perustana ovatkin siten yleensä oletetut tuotantokustannukset. (Sipilä 2003, 58.)

Markkinaperusteisessa hinnoittelussa hinta perustuu tuotteen markkinahintaan, joka muodostuu kysynnän ja kilpailun yhteisvaikutuksena. Markkinahintaan vaikuttaa myös erilaiset julkisen vallan säätelytoimet, kuten lait ja verot. Käytännössä markkinahinnan määrittely ei ole yksiselitteistä ja helppoa, sillä monesti palveluista saa erilaisia alennuksia ja silloin markkinahinta on alle listahinnan. Markkinahinnan määrittelyä vaikeuttaa myös se, että palvelut eivät ole homogeenisia. Hyvä määritelmä markkinahinnalle on, että se on samanlaisten tai toisiaan täysin korvaavien palvelujen toteutuva keskihinta. Vaikka hinnoittelussa käytettäisiin markkinaperusteista hintaa, on kilpailussa tärkeää tietää omat kustannusrakenteet ja selvittää myös kilpailijoiden kustannukset. Hintakilpailussa voittaa viime kädessä se, joka on kehittänyt paremman kustannusrakenteen ja varallisuuden. Arvo- tai hyötypohjainen hinnoittelu tarkoittaa sitä, että palvelun hinta määräytyy asiakkaan saaman hyödyn perusteella. Saman palvelu arvo on erilainen eri asiakkaille ja siksi hintakin on eri. (Sipilä 2003, 58-62.)

Omat tavoitteet hinnoittelun perustana tarkoittaa sitä, että organisaation omat päämäärät ja tavoitteet ovat lähtökohta hinnoittelulle. Yleensä tämä näkyy selvästi monopolihinnoittelussa ja sosiaalisessa hinnoittelussa. Monopoliasemassa oleva palveluntarjoaja voi sanella hintansa, koska asiakkaalla ei käytännössä ole vaihtoehtoja. Sosiaalinen hinnoittelu on sitä, kun vapaaehtoisesti peritään alhaisia hintoja palvelusta.

Suuremmissa määrin tätä voi harjoittaa vain organisaatio, jonka rahoitus on turvattu muuten, kuin palvelujen myynnin kautta. (Sipilä 2003, 63–64.)

Kylätalotoiminnassa on hankala käyttää kustannus- tai markkinaperusteista hintaa. Monet kylätalot ovat ei-kaupallisten yhdistysten omistuksessa ja tästä syystä niitä ei voi verrata kaupallisiin yrityksiin. Palvelujen tuotantokustannusten arviointia hankaloittaa vapaaehtoistyön suuri määrä. Markkinahintakaan ei muodostu oikein, sillä kysyntä ja kilpailu on erilaista ei-kaupallisissa yhdistyksissä mitä yrityssectorilla. Yhdistyksiä ja yrityksiä koskee osittain esimerkiksi eri lait. Kylätalotoiminnassa omat tavoitteet on paras hinnoittelun peruste. Kylätaloilla voidaan käyttää sosiaalista hinnoittelua, sillä yhdistysten rahoitus ei koostu pelkästään palvelujen myynnistä. Tuottoja kertyy myös esimerkiksi jäsenmaksuista ja mahdollisista lahjoituksista.

### 5.2.2 Hinnalla operointi

Hinnalla on hyvä osata operoida eri tavoin markkinoiden ja kilpailutilanteen muuttuessa. On olemassa erilaisia tapoja operoida hinnalla. Yleisimmät tavat ovat hintaporrastus eli hintadifferointi, psykologinen hinnoittelu, hinnan pilkkominen tai paketointi, alennukset ja maksuehdot. Osa näistä keinoista voi olla käytössä jatkuvasti ja osa hintaoperoinnista voi tapahtua tilanteen mukaan. (Bergström & Leppänen 2009, 273.)

Hintaporrastus tarkoittaa sitä, kun organisaatio myy samaa tuoteta eri asiakkaille eri hinnoilla. Hinnan porrastaminen voi liittyä esimerkiksi aikaan, jolloin esimerkiksi ennakkotilaaja saa tuotteen halvemmalla mitä myöhemmin tilaava tai tuotteen hinta, esimerkiksi kylätalon vuokra, voi olla viikonloppuna kalliimpi kuin viikolla. Porrastus voi liittyä myös ostajan ominaisuuteen, kuten kanta-asiakasalennukset tai yhdistysten jäsenedut. Psykologinen hinnoittelu tarkoittaa sitä, että hinta esitetään mahdollisimman edullisen näköisenä. Hyviä keinoja tähän ovat niin sanottu ”ysiysi” -hinnoittelu ja vähän alle -hinnat. Muita suosittuja keinoja on hinnan ilmoittaminen pientä yksikköä kohden, esim. 2,95 € / 100 g ja hintaan liitetty ostorajoitus. Hinnan alennus kannattaa näyttää aina joko euroina tai prosentteina sen mukaan kumpi näyttää edullisemmalta. Hinnan paketoinnissa ja pilkkomisessa voidaan käyttää kolmea erilaista tekniikkaa. Kokonais-

eli pakettihinnoittelussa asiakas saa koko paketin yhdellä hinnalla. Tästä hyvä esimerkki on hampurilaisateria. Yhdistelmähinnoittelussa perustuote, esimerkiksi auto, hinnoitellaan erikseen ja siihen liittyvät lisäedut, kuten ilmastointi ja metallihohtoväri, hinnoitellaan erikseen. Täysin pilkottu hinnoittelu tarkoittaa sitä, että kaikki tuoteosiot hinnoitellaan erikseen. Tästä esimerkkinä voisi olla vaikka juhlapaikan vuokraus. Silloin laskutetaan erikseen tilan, pöytäliinojen, astiaston, jne. vuokra. (Bergström & Leppänen 2009, 274–278.)

### 5.3 Yhdistysten vakuutukset

Monesti vakuuttaminen jää yhdistyksen oman harkinnan varaan. Yhdistyksen hallituksen tehtävänä on turvata yhdistyksen omaisuus riittävän huolellisesti ja ennakoida riskit, joten vastuun vakuuttamisesta kantaa yhdistyksen hallitus. (Petrell 2003, 21.)

Mikäli yhdistys toimii työnantajan asemassa, täytyy sen ottaa huomioon työnantajan lakisääteiset vakuutukset, kuten esimerkiksi TyEL -vakuutus. Muutoin vakuutukset ovat vapaaehtoisia. Yleisiä yhdistysten vakuutuksia ovat vastuuvakuutukset. Niillä korvataan yhdistyksen toiminnasta ulkopuoliselle taholle aiheutuneita vahinkoja, joista yhdistys on juridisessa korvausvastuussa. Myös tapaturmavakuutukset, jotka korvaavat sairaanhoidosta ja tarvittavista kuljetuksista aiheutuvat kulut, ovat yleisiä. Yhdistyksen kiinteä ja irtain omaisuus kannattaa vakuuttaa palo- ja varkausvakuutuksilla. (Petrell 2003, 21–22.) Mikäli kylätaloa rahoitetaan lainalla tai julkisella tuella on kiinteistövakuutus pakollinen. Kiinteistövakuutuksella vakuutetaan rakennus ja rakennukseen kiinteästi asennetut rakenteet ja kalusteet. (Kylkilahti 2011.) Erilaisiin talkoisiin, varsinkin rakennus- ja korjaustalkoisiin, osallistujat kannattaa vakuuttaa erillisellä vakuutuksella (Petrell 2003, 22).

### 5.4 Laskutus

Laskutus ja laskujen maksaminen ovat organisaation tärkeitä toimintaedellytyksiä. Jos laskutus ei toimi, ei organisaatiolla ole rahaa toiminnan pyörittämiseen. Näin ollen

laskutus tulisi hoitaa mahdollisimman pian tavaroiden ja palveluiden toimittamisesta tai vastaavasti jo tilausvaiheessa. (Anttonen & Hakonen 2010, 102.)

Arvonlisäverolaissa on annettu ohjeita siitä, mitä merkintöjä laskun pitää sisältää. Laissa annetut säännökset koskevat vain verollista ja ns. nollaverokannan alaista myyntiä. (Tomperi 2004, 61.) Palvelun tai tavaran myyjä on verovelvollinen vain silloin, kun arvonlisäverolaissa tarkoitettu liikevaihto on yli 8 500 euroa tilikaudelta. Yleishyödyllinen yhteisö on verovelvollinen vain toiminnasta, josta saatua tuloa pidetään tuloverolain mukaan yhteisön veronalaisena elinkeinotulona. (Arvonlisäverovelvollisen opas 2011 2011.)

Kyläyhdistysten ja muiden kylätaltoa ylläpitävien yhdistysten laskuissa voidaan käyttää kevennettyjä laskumerkintöjä, sillä kyse on vähittäiskauppaan rinnastettavasta lähes yksinomaan yksityishenkilöille tapahtuvasta myyntitoiminnasta. Kevennettyjä laskumerkintöjä soveltavissa laskuissa tulee olla vähintään seuraavat merkinnät: laskun antamispäivä, myyjän nimi ja arvonlisäverotunniste (Y-tunnus), myytyjen tavaroiden määrä ja luonne sekä palvelujen luonne ja suoritettavan veron määrä verokannoittain tai veron peruste verokannoittain. (Laskua koskevat vaatimukset arvonlisäverotuksessa 2011.)

## 5.5 Turvallisuus

Pelastuslaissa säädetään mm. ihmisten, yritysten ja yhteisöjen velvollisuudesta ehkäistä tulipaloja ja muita onnettomuuksia, varautua onnettomuuksiin sekä toimintaan onnettomuustilanteissa ja rajoittaa onnettomuuksien seurauksia (Pelastuslaki 2011). Kylätalotoimintaa koskee mm. velvollisuus huolehtia nuohouksesta ja pelastussuunnitelman laatimisesta.

Pelastuslain (2011) mukaan rakennuksen omistajan, haltijan tai toiminnanharjoittajan on huolehdittava siitä, että tulisijat ja savuhormit on nuohottu. Nuohouksen tarkoituksena on poistaa tulisijoihin ja savuhormeihin kertynyt palamisjäte, jotta se ei aiheuttaisi palovaaraa. Tulisija ja sen hormit on nuohottava vuoden välein. Muuten paloturvallisuuteen pystyy vaikuttamaan mm. huolehtimalla palovaroittimien

toimivuudesta ja alkusammutuslaitteiden olemassaolosta. Lisäksi tulee kiinnittää huomiota siihen, että sähkölaitteet ovat ehjiä ja oikein sijoitettuja ja että kynttilöitä poltetaan turvallisesti palamattomien alustojen päällä. (Paloturvallisuus 2008.)

Pelastussuunnitelma tulee laatia mm. kouluihin ja muihin opetuksessa käytettäviin tiloihin; tiloihin, joissa majoitetaan vähintään 20 henkilöä tilapäisesti; kirkkoihin, kirjastoihin, urheilu- ja näyttelyhalleihin, teattereihin, liikenneasemille, messualueille, huvipuistoille sekä muihin edellä mainittuja vastaaviin kokoontumispaikkoihin; yli 50 asiakaspaikan ravintoloihin ja muihin vastaaviin tiloihin sekä lakien ja asetusten nojalla kulttuuriomaisuutena suojeltaviin rakennuksiin ja kohteisiin. Lisäksi yleisötilaisuuden pelastussuunnitelma tulee laatia yleisötilaisuuteen, jossa mm. arvioidaan olevan läsnä samanaikaisesti vähintään 200 henkilöä tai tilaisuuteen, jossa käytetään avotulta, ilotulitteita tai muita pyroteknisiä tuotteita. (Valtioneuvoston asetus pelastustoimesta 2011.) Pelastussuunnitelmassa on oltava selostus riskien ja vaarojen arvioinnin johtopäätelmistä, toiminnassa käytettävien tilojen ja rakennusten turvajärjestelyistä, asianosaisille henkilöille annettavista ohjeista onnettomuuksien ehkäisemiseksi sekä onnettomuus- ja vaaratilanteissa toimimiseksi sekä selostus muista kohteen omatoimiseen varautumiseen liittyvistä toimenpiteistä. Yleisötilaisuuden pelastussuunnitelmassa on arvioitava ja selvitettävä tilaisuuden vaarat ja riskit. Näiden perusteella määritellään tilaisuuden turvajärjestelyt sekä ohjeet onnettomuuksien ehkäisemiseksi ja onnettomuus- ja vaaratilanteessa toimimiseksi. (Pelastuslaki 2011.)

## 5.6 Kiinteistön ja pihan huolto sekä puhtaanapito

Suunnitelmallisella ja ennakoivalla kiinteistön ja pihan hoidolla kiinteistö ja sen laitteet ja järjestelmät pysyvät koko ajan kunnossa ja energiankulutus sekä kustannukset ovat hallinnassa. Kiinteistön kunto turvataan hyvin toteutetun huollon ja hoidon avulla. Suunnitelmallinen kiinteistöhoito vaatii perusteelliset selvitykset kiinteistön ominaisuuksista. (Tavoitteellinen ja suunnitelmallinen kiinteistöhoito 2011.)

Puhtaudella ylläpidetään tilojen kuntoa ja hygieniaa sekä lisätään viihtyvyyttä. Siivoamisen tarkoituksena on ylläpitää järjestystä, poistaa likaa, hoitaa pintoja sekä suojata niitä kulutukselta ja luoda viihtyisä, puhdas, terveellinen ja turvallinen

ympäristö. Puhtaanapito on tärkeää ja sen merkitys kasvaa, koska allergiat lisääntyvät jatkuvasti. (Tuominen, Routi & Aalto 2010, 24.)

## 5.7 Jätehuolto

Suomessa on olemassa jätelaki, jonka tavoitteena on tukea kestävästä kehityksestä edistämällä luonnonvarojen järkevää käyttöä sekä torjumalla ja ehkäisemällä jätteistä aiheutuvaa vaaraa ja haittaa terveydelle sekä ympäristölle. Lain mukaan kaikessa toiminnassa on mahdollisuuksien mukaan huolehdittava siitä, että jätettä syntyy mahdollisimman vähän ja ettei siitä aiheudu merkityksellistä haittaa tai vaaraa jätehuollon järjestämiselle eikä haittaa tai vaaraa terveydelle tai ympäristölle. (Jätelaki 1997.) Kaiken toiminnan ympäristövaikutusten perustekijöitä ovat tuotteiden oikea valinta, säästeliäs käyttö ja asiamukainen poisto. Hoitamalla ongelmajätehuolto oikein, voidaan vähentää haitallisten ja vaarallisten aineiden leviämistä ympäristöön. (Heinonen 2006, 3.)

Kierrättäminen vaikuttaa kasvihuonekaasupäästöihin kahdella tavalla. Ensinnäkään tavarat eivät päädy kaatopaikalle ja tuota maatuessaan metaania. Toiseksi tuotteiden, esimerkiksi paperin tai lasin, valmistaminen kierrätysmateriaalista tuottaa vähemmän päästöjä mitä valmistaminen neitseellisistä raaka-aineista. (Antila 2008, 83–84.) Kylätaloilla syntyy eniten sekajätettä ja biojätettä. Antilan (2008) mukaan tärkeintä päästöjen kannalta on, että varsinkin biojätteen joutumista kaatopaikalle tulee välttää. Biojätteestä kaatopaikalla maatuessaan syntyy metaania, joka on 25 kertaa voimakkaampi kasvihuonekaasu kuin hiilidioksidi. Jos keittiöjätteet heitetään sekajätteen sekaan, ne tuottavat reilun kilon päästöjä kaatopaikalla. Lajittelemalla keittiöjäte biojäteastiaan se joko kompostoidaan tai siitä tuotetaan biokaasua. Kompostoinnissa ja mädättämisessä päästöt ovat lähellä nollaa. (Antila 2008, 78–82.)

## 5.8 Liputtaminen

### 5.8.1 Suomen lipun historiaa

Laissa Suomen lipusta (1978) sanotaan, että Suomen lipussa on valkoisella pohjalla sininen risti. Suomen kansallislipun korkeus on 11 mittayksikköä ja pituus on 18 mittayksikköä. Suomen itsenäistymiseen asti maan virallisena lippuna oli joko Ruotsin tai Venäjän lippu riippuen siitä kumman valtion yhteyteen Suomi kuului. Suomella ei siis ollut omaa lippua, mutta suurruhtinaskunnalla oli oma leijonavaakuna, jota käytettiin epävirallisesti ”Suomen lippuna”. 1850- ja 1860-luvuilla Sakari Topelius kirjoitti paljon Suomen lipusta ja otti kantaa lipun väreihin. (Havia & Mäntynen 1998, 6.) Tällöin syntyi ajatus sinisestä ja valkoisesta Suomen kansallisväreinä. Varsinaista lippuehdotusta ei koskaan käsitelty valtiopäivillä vaan erilaisia ehdotuksia käsiteltiin sanomalehdissä. (Suomen lipun historia 2011.)

Suomen itsenäistymisen yhteydessä 6.12.1917 käytettiin leijonalippua, joka oli karmininsinoberinpunainen ja jonka keskellä oli kullankeltainen vaakunaleijona hopeanvalkoisine varustuksineen ja ruusukkeineen. Erilaisten vaiheiden jälkeen lippuasiana käsiteltiin eduskunnassa keväällä 1918, jolloin hyväksyttiin ehdotus sinivalkoisesta ristilipusta. Laki lipusta julkaistiin kaksi päivää myöhemmin 29.5.1918. Lippuluonnoksen laativat taiteilijat Eero Snellman ja Bruno Tuukkanen. (Suomen lipun historia 2011.)

### 5.8.2 Liputuspäivät ja -käytännöt

Suomessa liputuspäivät on jaettu virallisiin ja vakiintuneisiin liputuspäiviin (Havia & Mäntynen 1998, 13). Viralliset liputuspäivät on lueteltu Suomen lipulla liputtamisesta annetussa asetuksessa. Virallisia liputuspäiviä on joka vuosi kuusi. Lisäksi vaalipäivät ja päivä, jolloin tasavallan presidentti astuu virkaansa, ovat virallisia liputuspäiviä. Jokavuotiset viralliset liputuspäivät ovat: Kalevalan päivä 28.2., Vappu 1.5., äitienpäivä toukokuun toinen sunnuntai, puolustusvoimain lippujuhlan päivä 4.6., juhannuspäivä kesäkuun 20. ja 26. päivän välinen lauantai ja itsenäisyyspäivä 6.12. Virallisina liputuspäivinä valtion laitokset ja virastot on velvoitettu liputtamaan. (Liputuspäivät 2011.)

Vakiintuneet liputuspäivät ovat muotoutuneet vuosien saatossa (Havia & Mäntynen 1998, 14). Niitä on vuosittain kolmetoista ja ne on merkitty Helsingin yliopiston

toimittamaan Valtiokalenteriin. Vakiintuneet liputuspäivät ovat: J. L. Runebergin päivä 5.2., Minna Canthin päivä 19.3., Mikael Agricolan päivä 9.4., kansallinen veteraanipäivä 27.4., Eurooppa-päivä 9.5., J. V. Snellmanin päivä 12.5., kaatuneiden muistopäivä toukokuun kolmas sunnuntai, Eino Leinon päivä 6.7., Aleksis Kiven päivä 10.10., Yhdistyneiden Kansakuntien päivä 24.10., svenska dagen 6.11., isänpäivä marraskuun toinen sunnuntai ja Jean Sibeliuksen päivä 8.12. Hyvään liputuskulttuuriin kuuluu liputtaa Suomen lipulla sekä virallisina että vakiintuneina liputuspäivinä. (Liputuspäivät 2011.)

Suomessa yksityisillä kansalaisilla, yrityksillä ja yhteisöillä on oikeus liputtaa muinakin päivinä kuin liputuspäivinä. Kansalaiset, yritykset ja yhteisöt voivat liputtaa aina kun katsovat olevan siihen aiheita. Liputus juhla- ja merkkipäivinä on lisääntynyt. Esimerkiksi lapsen syntymää, rippi- tai ylioppilajuhlia, häitä tai 50-vuotismerkkipäivää voi juhlistaa Suomen lipulla. Omakotitalossa tai kesämökillä voi vieraita tervehtiä lipulla. Ulkomaisia vieraita voidaan tervehtiä heidän omalla lipullaan. (Havia & Mäntynen 1998, 14.)

Liputuksessa pitää noudattaa liputusaikoja. Asetuksen mukaan liputus alkaa aamulla kello 8.00 ja päättyy auringon laskiessa, kuitenkin kesällä viimeistään kello 21.00. Juhannusaattona liputus alkaa kello 18.00 ja päättyy juhannuspäivänä kello 21.00. Itsenäisyyspäivänä ja sellaisina vaalipäivinä, jolloin äänestys päättyy auringonlaskun jälkeen, lippu lasketaan kello 20.00. (Liputusajat 2011.) Monilla yksityisillä henkilöillä voi olla vaikeuksia noudattaa liputusaikoja esimerkiksi työajoista johtuen. Tällöin on suositeltavampaa nostaa lippu salkoon ennen töihin lähtöä ja laskea se töistä tultua, kuin jättää täysin liputtamatta. Yksityinen henkilö voi toimia liputusaikojen suhteen melko joustavasti, kunhan ei kohtele lippua arvottomasti. Valtion virastojen, yritysten ja yhteisöjen tulee pyrkiä noudattamaan liputusaikoja. (Havia & Mäntynen 1998, 15.)

## 5.9 Kestävä kehitys

Kestävä kehitys on paikallisesti, alueellisesti ja maailmanlaajuisesti tapahtuvaa jatkuvaa ja ohjattua yhteiskunnallista muutosta, jonka päämäärä on turvata nykyisille ja tuleville sukupolville hyvät mahdollisuudet elämään. Tämä tarkoittaa, että ympäristö, ihminen ja talous otetaan tasavertaisesti huomioon toiminnassa ja päätöksenteossa. Kestävän

kehityksen politiikka on kehittynyt vähitellen yhä kattavammaksi ja monipuolisemmaksi kokonaisuudeksi. (Kestävä kehitys 2011.)

Kestävää kehitystä koskevassa keskustelussa on muotoutunut kolme painopistettä, jotka ovat ekologinen, taloudellinen sekä sosiaalinen ja kulttuurinen kestävyys (Kestävä kehitys 2011; Mitä on kestävä kehitys 2011). Kestävän kehityksen perusehtona on biologisen monimuotoisuuden ja ekosysteemien toimivuuden säilyttäminen sekä ihmisen aineellisen ja taloudellisen toiminnan sopeuttaminen luonnon kestokykyyneen. Taloudellinen kestävyys on tasapainoista kasvua, joka ei perustu pitkällä aikavälillä velkaantumiseen tai varantojen hävittämiseen. Kestävä talous on edellytys yhteiskunnan tärkeille toiminnolle. Kestävä talous on sosiaalisen kestävyuden perusta. Sosiaalisessa ja kulttuurisessa kestävyudessa keskeistä on taata hyvinvoinnin edellytysten siirtyminen sukupolvelta toiselle. (Mitä on kestävä kehitys 2011.)

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET JA POHDINTA

Toimeksiantajan tavoitteena oli saada yleispätevä kylätalo-opas kylätaloja ylläpitävien yhdistysten käyttöön, jotta he voisivat oppaan avulla tehostaa toimintaansa. Oppaasta haluttiin selkeä ja mahdollisimman helppolukuinen, jotta sitä voivat käyttää sellaiset henkilöt, joilla ei ole minkäänlaista liiketaloudellista koulutusta ja tietämystä. Toimeksiantaja oli etukäteen määritellyt oppaaseen tulevat aihealueet.

Kylätalo-oppaasta tuli riittävän yksityiskohtainen ja samalla kuitenkin yleispätevä. Opas on toimeksiantajan toiveen mukaisesti helppokäyttöinen ja se kirjoitettiin selkeällä kielellä. Oppaaseen koottiin paljon asioita ranskalaisilla viivoilla, jotta oppaasta löytää nopeasti tarvitsemansa asian. Oppaan aihealueet eivät muuttuneet työtä tehdessä, mutta niitä hieman tarkennettiin. Koska opasta tehdessä noudatettiin tarkasti toimeksiantajan toivomuksia, muokattiin oppaan sisältöä muutamaan kertaan, ennen kuin se sai lopullisen muotonsa.

Tiedot oppaaseen hankittiin tutkimalla oppaan aihealueiden kirjallisuutta, Internet-sivuja ja lainsäädäntöä. Näiden pohjalta mietittiin mitkä asiat koskevat kylätaloja ja mitenkä asiat saadaan ilmaistua riittävän selkeästi ja tarkasti. Vaikka monet oppaan aihealueista ovat melko arkipäiväisiä, vaati niiden miettiminen ja muokkaaminen oppaaseen sopivaan muotoon melko paljon ajatustyötä. Suuri osa oppaan aihealueiden kirjallisuudesta ja Internet -sivuista koski joko yrityksiä tai kotitalouksia. Tästä syystä oli haastavaa miettiä mitkä asiat koskettavat juuri kylätalotoimintaa. Koska kylätalotoiminta oli minulle vierasta, kävin tutustumassa kahteen kylätaloon, ennen kuin aloitin oppaan tekemisen.

Työtä oli mielekästä tehdä, koska kylätalo-opas tuli tarpeeseen. Kantrin aiemmassa Kylätalot kuntoon -hankkeessa on ilmennyt tarve kylätalo-oppaalle, mutta kyseisen hankkeen puitteissa ei ollut rahkeita toteuttaa opasta. Oppaan aihe-alueet olivat monipuolisia, mikä piti mielenkiintoa yllä. Lisäksi se, että työ toteutettiin kahdessa osassa, toi vaihtelua työn tekemiseen.

Mielestäni koko opinnäytetyö onnistui hyvin. Myös toimeksiantaja oli tyytyväinen oppaaseen ja se vastasi heidän toivomuksiaan. Oppaaseen kysyttiin mielipidettä ja parannusehdotuksia prosessin loppuvaiheessa eräältä toiselta kyläkehittäjältä, joka ei työskentele Kantrissa. Häneltä saatiin arvokkaita parannusehdotuksia oppaaseen ja ne toteutettiin vielä viime hetkillä. Oppaan lopullisilta käyttäjiltä ei vielä ole saatu palautetta oppaasta. Työn teoriaosuudesta tuli monipuolinen ja se kulkee "käsi kädessä" oppaan kanssa. Ainoa pieni ongelma työn tekemisessä tuli vastaan, kun pelastuslaki muuttui. Jouduin muokkaamaan sekä opasta että teoriaosuutta, jotta niiden sisältö vastaisi uutta heinäkuussa voimaan astunutta pelastuslakia. Käytin työssäni monipuolisia ja luotettavia lähteitä. Lisäksi lähteet ovat pääsääntöisesti tuoreita tai melko tuoreita. Yhteistyö toimeksiantajan ja koulun kanssa sujui hyvin.

## LÄHTEET

- Antila, K. 2008. Pysäytä ilmastonmuutos. Suomalaisen arjen valintoja. 1. painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Anttonen, M. & Hakonen, M. 2010. Taloushallinnon taitajaksi. 1. painos. Helsinki: WSOYpro Oy.
- Arvonlisäverovelvollisen opas 2011. 2011. Verohallinto. [pdf-dokumentti]. Päivitetty 14.6.2011. Luettu 21.7.2011.  
[http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat\\_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Laskua\\_koskevat\\_vaatimukset/Arvonlisaverovelvollisen\\_opas\\_2011\(16309\)](http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Laskua_koskevat_vaatimukset/Arvonlisaverovelvollisen_opas_2011(16309))
- Bergström, S. & Leppänen, A. 2009. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 13. uudistettu painos. Helsinki: Edita Publishing Oy.
- Havia, J. & Mäntynen, P. 1998. Liputusopas. Tallinna-kustannus Oy.
- Heinonen, T. 2006. Ongelmajäteopas. Riihimäki: Ekokem Oy Ab.
- Jätelaki 3.12.1993/1072.
- Kantri ry. Historiaa. Luettu 31.3.2011.  
<http://www.kantriry.fi/index.php?k=40>
- Kantri ry. Säännöt. Luettu 31.3.2011  
<http://www.kantriry.fi/index.php?k=41>
- Kestävä kehitys. 2011. Ympäristöministeriö. Päivitetty 22.6.2011. Luettu 18.8.2011.  
<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=387998&lan=FI>
- Kylkilahti, Kari 2011. Toiminnanjohtaja, Kantri ry. Yksityinen sähköpostiviesti 8.8.2011.
- KyläNyt. 2011. Kantri ry.
- Laitinen, E. 2007. Kilpailukykyä hinnoittelulla. Talentum Media Oy.
- Laki Suomen lipusta 26.5.1978/380.
- Laskua koskevat vaatimukset arvonlisäverotuksessa. 2011. Verohallinto. Päivitetty 18.5.2011. Luettu 21.7.2011.  
[http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat\\_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Laskua\\_koskevat\\_vaatimukset/Laskua\\_koskevat\\_vaatimukset\\_arvonlisaver\(10160\)#6](http://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_veroohjeet/Arvonlisaverotus/Laskua_koskevat_vaatimukset/Laskua_koskevat_vaatimukset_arvonlisaver(10160)#6). Kevennetyt laskumerkintävaatimukset 1
- Liputusajat. 2011. Sisäasiainministeriö. Luettu 27.7.2011.  
<http://www.intermin.fi/intermin/home.nsf/pages/149C2438DCFF4AF3C2256B1C00366F39?opendocument>

Liputuspäivät. 2011. Sisäasiainministeriö. Luettu 27.7.2011.

<http://www.intermin.fi/intermin/home.nsf/pages/B51B50A211ADB353C2256B1B00515948?opendocument>

Mitä on kestävä kehitys. 2011. Ympäristöministeriö. Päivitetty 1.2.2011. Luettu 18.8.2011.

<http://www.ymparisto.fi/default.asp?contentid=280280>

Paloturvallisuus. 2008. Sisäasiainministeriön pelastusosasto & Suomen Pelastusalan Keskusjärjestö. Luettu 11.8.2011.

<http://turvaopas.pelastustoimi.fi/paloturvallisuus.html>

Pelastuslaki 29.4.2011/379.

Petrell, R. 2003. Kyläyhdistysten työllistämistoiminta, verotus ja vakuutukset. [Word-dokumentti]. Päivitetty 2.3.2008. Luettu 21.7.2011.

<http://www.kylatoiminta.fi/fi/kylatoiminta/oppaitajaohjeita/kylayhdistyksentyoll>

Sipilä, J. 2003. Palvelujen hinnoittelu. Helsinki: WSOY.

Suomen lipun historia. 2011. Sisäasiainministeriö. Luettu 27.7.2011.

<http://www.intermin.fi/intermin/home.nsf/pages/58E99BB8BE6D9B5EC2256B1B004DABCC?opendocument>

Tavoitteellinen ja suunnitelmallinen kiinteistönhoito. Taloyhtio.net -toimitus. Luettu 18.8.2011.

<http://www.taloyhtio.net/hoku/hoku1/>

Tomperi, S. 2004. Yrityksen taloushallinto 1. Kirjanpidon ja tilinpäätöksen perusteet. Helsinki: Edita Publishing Oy.

Tuominen, M., Routi, N. & Aalto, K. 2010. Puhdas raikas koti. 5. uudistettu painos. Helsinki: WSOYpro Oy

Valtioneuvoston asetus pelastustoimesta 5.5.2011/407.

Vuokko, P. 2004. Nonprofit-organisaatioiden markkinointi. 1. painos. Helsinki: WSOY.

Vuosiraportti Kantri ry:n toiminnasta ja toimintarahahankkeesta vuonna 2010 ohjelmakaudella 2007-2013 Tampereen seutukunnassa. 2011. Kantri ry. [pdf-dokumentti] Luettu 11.8.2011.

[http://www.kantriry.fi/doc/vuosikokous/Kantri\\_vuosiraportti\\_2010.pdf](http://www.kantriry.fi/doc/vuosikokous/Kantri_vuosiraportti_2010.pdf)

Kylätalot käyttöön -opas  
luottamuksellinen