

PALVELUN KEHITTÄMINEN ASIAKASTUTKIMUKSEN AVULLA

Case: Mukkulan Kartano

Tiivistelmä

| | | |
|--|-------------------------------------|-------------------------------|
| Tekijä(t) Virtanen, Katri | Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK | Valmistumisaika Kevät 2020 |
| | Sivumäärä 64 | |
| Työn nimi Palvelun kehittäminen asiakastutkimuksen avulla Case: Mukkulan Kartano | | |
| Tutkinto Restonomi, AMK | | |
| Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön aiheena oli selvittää, keitä ovat Mukkulan Kartanon kuluttaja-asiakkaat ja minkälaisia palveluja he Mukkulan Kartanolta haluavat. Tutkimusten avulla haettiin vastauksia kysymykseen, miten Mukkulan Kartano voi kuluttaja-asiakkaiden kysyntään vastata. Aihe syntyi yhdessä Mukkulan Kartanon emännän kanssa. Tutkimuksella haluttiin tuottaa tuoretta tietoa, jota on mahdollista käyttää apuna Mukkulan Kartanon palvelujen kehittämisessä.</p> <p>Opinnäytetyön teoriaosuus koostui kahdesta osasta. Ensimmäinen osa käsitteli kartanoita ravintola- ja majoituspalveluiden tuottajina ja toinen osa koski Suomen kartanoiden historiaa. Historian avulla haluttiin tuoda esiin se, miten kartanot ovat toimineet vuosisatojen kuluessa ja kuinka kartanot ovat lopulta päätyneet nykyisiin toimintamalleihinsa. Tietoa erilaisista kartanoista ravintola- ja majoituspalvelujen tuottajina haettiin lähellä Päijät-Hämettä sijaitsevien kartanoiden nettisivuilta, jotka toimivat matkailu- ja ravitsemusalalla. Tiedon avulla tuotiin yleisesti esiin tavat, joilla kartanot nykyään toimivat. Samat yritykset otettiin vertailuun benchmarking-menetelmää käyttäen. Yritysverailussa tarkasteltiin myös Vanajanlinna Groupiin kuuluvia yrityksiä ja haastateltiin yritysten edustajia.</p> <p>Kvantitatiivinen osuus suoritettiin luomalla kyselytutkimus kuluttaja-asiakkaille. Kyselyllä kerättiin tietoa vastaajien tottumuksista käyttää majoitus- ja ravitsemispalveluita sekä heidän kiinnostustaan Mukkulan Kartanoa kohtaan. Kyselytutkimuksen tulokset osoittavat sen, ettei kuluttaja-asiakkaiden kysyntä ja Mukkulan Kartanon tarjonta kohtaa tällä hetkellä. Tutkimusten perusteella esitettiin kehitysehdotukset, joiden avulla Mukkulan Kartano voi lähteä kehittämään palvelujansa kysyntää paremmin vastaavaksi. Ehdotukset esitettiin pääosin tekstimuodossa, mutta tekstin tueksi suunniteltiin myös graafinen kehitysehdotus.</p> | | |
| Asiasanat matkailu, kartano, benchmarking, kyselytutkimus | | |

Abstract

| | | |
|--|--|--------------------------|
| Author(s) Virtanen, Katri | Type of publication Bachelor's thesis | Published Spring 2020 |
| | Number of pages 64 | |
| Title of publication Service Development Through Customer Research Case: Mukkula Manor | | |
| Name of Degree Bachelor of Hospitality Management | | |
| Abstract <p>The theme of the thesis was focused on consumer customers of Mukkula Manor and explore what kind of services they want. The aim was to answer how Mukkula Manor could meet consumer customers' needs. The theme was created together with the Land Lady of Mukkula Manor. The purpose of the study was to produce new information that could be used in developing the services of Mukkula Manor.</p> <p>The theoretical section consists of two parts. The first part is focused on manors as providers of accommodation and catering services. The studied manors were all located near Päijät-Häme and the information was searched from their websites. The information revealed how manors operate. The same companies were examined through benchmarking. Also, companies of the Vanajanlinna Group were used as a benchmark. The second part discusses the history of manors in Finland. This part explains how manors operated from one century to another and how they ended up operating as they now do. The theoretical section is based on varied sources such as literature, interviews, and the internet.</p> <p>The empirical part is based on a questionnaire survey for consumer customers. The questionnaire survey collected data the about how the respondents use accommodation and catering services and their willingness to use the services of Mukkula Manor. The results imply that Mukkula Manor's services do not currently meet the needs of the consumer customers. The thesis gives suggestions on how to develop the services. These are based on the results of the survey questionnaire and benchmarking. The suggestions are provided both in textual and visual format.</p> | | |
| Keywords travel, manor, benchmarking, questionnaire survey | | |

SISÄLLYS

| | | |
|-----|---|----|
| 1 | JOHDANTO | 1 |
| 1.1 | Opinnäytetyön aihe ja tarkoitus..... | 1 |
| 1.2 | Tutkimusmenetelmät | 2 |
| 1.3 | Työn rakenne..... | 2 |
| 2 | KARTANOT RAVINTOLA- JA MAJOITUSPALVELUIDEN TARJOAJINA | 4 |
| 2.1 | Kartanoiden palvelut | 4 |
| 2.2 | Benchmarking..... | 4 |
| 2.3 | Vanajanlinna Groupin yritykset | 8 |
| 3 | KARTANOIDEN HISTORIAA..... | 12 |
| 3.1 | Kartanoiden ominaispiirteet | 12 |
| 3.2 | Matkailubisnekseksi..... | 13 |
| 3.3 | Vanajanlinna..... | 15 |
| 3.4 | Mukkulan Kartano..... | 15 |
| 4 | KYSELYTUTKIMUS | 17 |
| 4.1 | Tutkimusmenetelmä | 17 |
| 4.2 | Kyselyn tulokset..... | 19 |
| 4.3 | Tulosten luotettavuus..... | 29 |
| 5 | KEHITYSEHDOTUKSET | 32 |
| 5.1 | Majoituspalvelut..... | 32 |
| 5.2 | Juhlapalvelut..... | 33 |
| 5.3 | Vapaa-ajanpalvelut..... | 35 |
| 5.4 | Ravintolapalvelut | 37 |
| 5.5 | Kehitysideoiden yhteenveto | 38 |
| 6 | POHDINTAA..... | 40 |
| | LÄHTEET | 45 |
| | LIITTEET | 51 |

1 JOHDANTO

1.1 Opinnäytetyön aihe ja tarkoitus

Tämän opinnäytetyön aihe syntyi yhdessä esimieheni kanssa työpaikallani Mukkulan Kartanossa Lahdessa. Aihe syntyi tarpeesta saada tietää, miten kuluttaja-asiakkaiden kysyntään voitaisiin vastata paremmin. Mukkulan Kartanon pääasiallinen asiakaskunta koostuu kokoustavista yritysasiakkaista, joten opinnäytetyössä haluttiin lähteä selvittämään, minkälaisia kuluttaja-asiakkaita kartanolla on. Kuluttaja-asiakkaat ovat selvä vähemmistö kartanon asiakaskunnassa, eikä heidän tarpeistaan tiedetty tarpeeksi, jotta kartanon toimintaa olisi voitu lähteä kehittämään lähemmäksi heidän tarpeitaan. Tässä opinnäytetyössä selvitän, ketä kuluttaja-asiakkaat ovat ja minkälaisia palveluja he Mukkulan Kartanolta haluaisivat.

Kuluttaja-asiakkaat voivat järjestää kartanolla monipuolisesti juhlia aina lapsen ristiäisistä häihin. Lisäksi Mukkulan rannalta löytyvää rantasaunaa vuokrataan myös asiakkaiden käyttöön. Kilpailukyvyyn ylläpitämisessä ja palveluiden kehittämisessä on tärkeää tuntea asiakkaat. Asiakkaiden tunteminen takaa asiakaslähtöisen palvelun.

Mukkulan Kartanolla aloitti uusi kartanon emäntä maaliskuussa 2019, jonka vuoksi koin tämän työn myös erittäin tarpeelliseksi. Työ mahdollistaa uuden tiedon tuottamisen kartanon emännän ja johdon käyttöön. Tuoreen tiedon avulla uuden kartanon emännän on helppompaa lähteä kehittämään kartanon palveluja.

Opinnäytetyön aihe kiinnosti erityisesti, koska se keskittyy omalle työpaikalleni ja alalle, jolla olen työskennellyt jo useamman vuoden. Lisäksi oma haluni osallistua kehitykseen ja kehittyä siinä lomassa myös itse, toimi suurena motivaattorina koko opinnäytetyöprosessin ajan. Olen päässyt tässä opinnäytetyöprojektissa hyödyntämään myös monia opintojeni kautta hankkimiani valmiuksia. Tarkoitus on tuottaa mahdollisimman hyödyllistä tietoa, jota Mukkulan Kartano pystyy käyttämään palvelujensa kehittämisessä.

Työtä lähdettiin tekemään kahden tutkimuskysymyksen ympärille:

- Minkälaisia palveluja kuluttaja-asiakkaat Kartanolta haluavat?
- Miten Kartano tähän kysyntään voi vastata?

Opinnäytetyön tarkoitus on saada vastaukset tutkimuskysymyksiin ja niiden avulla tuottaa Mukkulan Kartanolle tuoretta tietoa kohderyhmän toimintatavoista. Tavoitteena on saada tuotettua sellaista materiaalia, jonka avulla Mukkulan Kartano voi ryhtyä kehittämään palvelujaan vastaamaan kuluttaja-asiakkaiden tarpeita.

1.2 Tutkimusmenetelmät

Tässä opinnäytetyössä käytettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Tutkimuskysymyksiin lähdettiin hakemaan vastauksia asiakaskyselyllä, joka suunnattiin kohderyhmälle pääasiassa sosiaalisessa mediassa. Kysely luotiin Office Forms- työkalulla ja vastauksia kerättiin kahden viikon ajan. Kyselyn lisäksi haluttiin saada vertailukohteita, joihin Mukkulan Kartanon nykyistä toimintaa voidaan verrata. Benchmarking toimii hyvänä menetelmänä tarkastella miten muut vastaavat yritykset toimivat ja voiko heiltä oppia jotain. Vertailukohteeksi otettiin neljä matkailu- ja ravitsemusalalla toimivaa kartanoa, jotka toimivat Päijät-Hämeessä tai sen lähetyvillä ja heidän toimintaansa tutustuttiin nettisivujen tarjoamien tietojen perusteella. Ulkopuolisten vertailukohteiden rinnalle otettiin yrityksiä myös Vanajanlinna Groupin sisältä, johon Mukkulan Kartanokin kuuluu. Näitä yrityksiä organisaation sisältä otettiin yhteensä viisi. Organisaation tutkimukset tehtiin haastattelemalla yrityksen edustajia puhelimitse tai sähköpostitse. Lisätietoa haettiin myös yritysten omilta nettisivuilta. Organisaation sisäisiltä yrityksiltä on mahdollista oppia paljonkin ja niiden avulla sain työhöni hyvän näkökulman esimerkiksi siihen, kuinka suuri osa muiden organisaation yritysten asiakkaista on kuluttaja-asiakkaita. Sekä benchmarking-yrityksien, että organisaation sisäisten yritysten ominaisuuksia taulukoitiin selventämään yritysten välisiä yhtäläisyyksiä ja eroavaisuuksia. Tietoperustaa työhön haettiin monipuolisesti painetuista ja sähköisistä lähteistä.

1.3 Työn rakenne

Työssä lähdettiin ensin tutkimaan kilpailevien yritysten toimintatapoja benchmarking-menetelmällä. Yrityksistä haettiin erilaisuuksia ja samankaltaisuuksia verraten Mukkulan Kartanon toimintaan. Tässä kohtaa haluttiin saada selville, minkälaisia palveluja ja miten muut vastaavat yritykset tuottavat palvelujaan asiakkailleen. Tiedot yrityksistä saatiin heidän nettisivuiltaan. Rinnalle otettiin viisi yritystä Vanajanlinna Groupin sisältä ja tutkittiin myös heidän toimintatapojaan haastattelemalla yrityksen edustajia ja verrattiin niitäkin Mukkulan Kartanoon niin samankaltaisuuksien, kuin erilaisuuksienkin näkökulmasta.

Toisena osana rakennettiin teoriaosuutta, joka selvittää muun muassa millaisia ominaispiirteitä kartanoilla on ollut historiassa ja millaisia ominaispiirteitä on tänä päivänä toimivilla kartanoilla. Historia tuo useita yhteneväisyyksiä työssä käsiteltäville kartanoille. Lähteitä historiaosuuteen haettiin pääasiassa kirjallisuudesta. Historiaa löytyy myös Vanajanlinalta ja Mukkulan Kartanolta. Niiden historia avataan aina tähän päivään asti ja kerrotaan, miten tähän hetkeen on tultu. Osio selvittää myös sen, miten ylipäätään kartanot

ovat muokkautuneet matkailubisnekseen. Vanajanlinnan ja Mukkulan Kartanon historiaa on ammennettu painetusta kirjallisuudesta, sekä heidän omilta nettisivuiltaan.

Työssä käytettiin prosentiosuuksiin ja lukumääriin perustuvaa määrällistä tutkimusmenetelmää eli kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Kuluttaja-asiakkaille luotiin netissä täytettävä kysely. Kyselyllä haluttiin selvittää muun muassa kuluttaja-asiakkaiden ikää, kiinnostusta Mukkulan Kartanoa ja sen palveluja kohtaan sekä yleisellä tasolla heidän kiinnostuksen kohteitaan vapaa-ajalla. Vastaajat pääsivät selvittämään myös mieltymyksiään juhlapalveluja koskien.

Työn lopussa esitän kehitysehdotukset kyselytutkimuksen pohjalta. Kehitysehdotusten apuna käytän myös benchmarking-menetelmän avulla saatuja tietoja sekä organisaation, eli Vanajanlinna Groupin yritysten edustajien haastatteluista saamia tietoja. Juhlapalveluja koskevien kehitysehdotusten tueksi käytin myös Canva-työkalua. Työkalun avulla voi luoda erilaisia graafisia julisteita, kuten infograafeja. Canvalla tein graafisen ehdotuksen siitä, minkälaiselta mahdollisesti uudistettava nettisivu voisi näyttää juhlapalvelujen osalta.

Pohdintaosuudessa arvioin työn onnistumista, sekä lähteiden luotettavuutta. Pohdinnassa annan vastaukset tämän opinnäytetyön tutkimuskysymyksiin ja esitän ehdotukset jatkotoimenpiteistä.

2 KARTANOT RAVINTOLA- JA MAJOITUSPALVELUIDEN TARJOAJINA

2.1 Kartanoiden palvelut

Kartanoita remontoidaan jatkuvasti vastaamaan tämän päivän matkailutarpeita. Niihin avataan hotelleja ja ravintoloita ja ihmiset toivovat pääsevänsä kokemaan hieman kartanoromantiikkaa illallisillaan. (Takala 2017.) Matkailupalvelujen lisäksi kartanot voivat tarjota työtiloja taiteilijoille ja järjestää erilaisia seminaareja, mutta pääajatuksena pohjalla on säilyttää historian tuntu ja mahdollistaa kartanoiden säilyvyys myös tuleville sukupolville (Lehti 2018). Matkailuyrittäjien haasteena on matkailijoiden alati kasvava tietoisuus hintalaatusuhteesta. Rentoutumisen lisäksi kaivataan paljon vetovoimaa muun muassa aktiviteeteista ja tapahtumista. Lisäksi painoarvoa asetetaan koko matkalle aina kotiovelta takaisin kotiovelle, jonka vuoksi esimerkiksi ravintolan tulee huomioida asiakkaan käyttämät kulkuyhteydet. Jos taksin saaminen estyy tai viivästyy illallisen jälkeen, saattaa asiakkaan mielikuva ravintolasta muuttua negatiiviseksi. (Pesonen, Siltanen, Hokkanen 2006, 13.)

2.2 Benchmarking

Benchmarking tarkoittaa toisen, mistä päin maailmaa tahansa olevan yrityksen tunnistamista, ymmärtämistä ja sen toimintatapojen soveltamista. Kilpailevaan yritykseen tutustuminen auttaa parantamaan toimintaa omassa yrityksessä. Benchmarkingilla tavoitellaan alalla paremman yrityksen löytämistä ja heiltä oppimista. Oppimisen kautta omaa toimintaa kehitetään menestyksekkäämmäksi. (Tuominen 2016, 6-9.) Yksinkertaisemmin benchmarking on siis vertailuanalyysi tai vertaiskehittämistä, jossa nimensä mukaisesti kahta yritystä vertaillaan keskenään. Vertailua voidaan suorittaa vieraillemalla kilpailevassa yrityksessä tai etsimällä tietoa artikkeleista tai internetistä, kuten tässä opinnäytetyössä on tehty. (UEF 2016.) Tätä opinnäytetyötä varten benchmarking-menetelmää käytettiin neljään eri kartanoon, jotka toimivat ravintola- ja majoitusalailla. Kartanot ovat Messilän Kartano, Töyrylän Kartano, Jokelan Kartano sekä Virtaan Kartano. Kartanot valittiin sijainnin ja palveluiden perusteella. Sijainniltaan kaikki yritykset sijaitsevat joko Päijät-Hämeessä tai sen lähetyvillä ja palveluiltaan ne vastaavat Mukkulan Kartanon palveluita. Palvelujen samankaltaisuus mahdollistaa toimintatapojen vertailun.

Messilän Kartano

Messilän Kartano tuottaa kokous- ravintola -ja majoituspalveluita noin kymmenen kilometrin päässä Lahden keskustasta. Kokoustamaan tuleva yritys voi valita tarpeidensa mukaan vain yhden päivän kokouspalvelut tai useamman päivän kokouspaketin. Paketteihin kuuluu riippuen kokouksen pituudesta eri määrä kahvituksia, lämpimiä ruokia sekä

majoituksia aamiaisineen. Minimi henkilömäärä heillä on 15. (Messilän Kartano 2020e.) Asiakkaat voivat valita myös kokousaktiiviteetteja Messilän Kartanon yhteistyökumppaneiden tarjoamista palveluista, kuten patikoiteja, ratsastusta tai golfia (Messilän Kartano 2020f). Häitään tai muita juhliaan suunnitteleva voi tutustua tiloihin Messilän Kartanon kotisivujen kuvagalleriassa. Tilojen vuokrat sisältävät aina ruokailuun tarvittavat välineet, tilojen kalusteet, tarjoiluhenkilökunnan sekä suunnittelupalaverin juhlija varten. (Messilän Kartano 2020g.) Juhliin voi valita joko valmiiden menuiden joukosta mieluisen tai rakentaa täysin uuden asiakkaan toiveiden pohjalta (Messilän Kartano 2020h). Messilän Kartano tarjoaa monipuolista majoitusta. Valittavana on joko hotellimajoitus, aittamajoitus, hirsimökkimajoitus tai Ylöstalo-majoitus, joka tarjoaa majoitusta jopa kymmenelle hengelle kerralla. Aamiainen kuuluu huoneiden ja aittamökkien hintaan ja muille majoittujille se on tarjolla hintaan 10,00€/henkilö. Majoituksen etuna ovat erikoishintaiset hissiliput. (Messilän Kartano 2020i.) Kartanoravintola on auki talvisesongilla viikonloppuisin tammikuusta maaliskuuhun ja muina aikoina vain tilauksesta (Messilän Kartano 2020c).

Töyrylän Kartano

Artjärvellä sijaitseva Töyrylän Kartano tarjoaa perinteisten kokous- juhla- ja majoituspalveluiden lisäksi elämyspaketteja ja kartanokierroksia. Kartanon tilat ja puitteet sopivat loistavasti erilaisiin kokous- ja koulutuspäiviin. Kokoustilat vetävät 15-35 henkilöä, mutta Kartanon saleihin ja kirjastoon mahtuu suurempikin määrä ihmisiä. Kokouspakettien hinnat ovat alkaen 90,00€/henkilö. (Töyrylän Kartano 2020c.) Kartano järjestää niin isot, kuin pienetkin juhlat merkkipäivistä häihin. Ravintola on avoinna kaikille majoittujille, mutta se toimii myös tilauspohjalta. (Töyrylän Kartano 2020d.) Kartano toimii niin kutsuttuna house-guest majoituspaikkana. Se tarkoittaa, että kartanon kaikki tilat keittiöstä kirjastoon ovat majoittujien käytössä, ikään kuin he olisivat ystävän luona kylässä. Omat hotellihuoneet tuovat kuitenkin yksityisyyttä majoitukseen. Aamiainen kuuluu huonehintaan. (Töyrylän Kartano 2020b.)

Jokelan Kartano

Jokelan Kartano tarjoaa vastaavia palveluita Hämeenlinnassa. Heidän palvelunsa koostuu niin ikään kokous- ravintola- juhla- ja vapaa-ajanpalveluista. Heidän kokoustilanaan toimiva yläsali mahdollistaa tapahtumat enintään 32 hengelle ja alakerrassa sijaitsevia salongeja voidaan käyttää pienemmissä tapahtumissa. Tiloihin mahtuu vain yksi kokousporukka kerrallaan, jolloin yksityisyys ja työrauha on taattu. Kokousporukalle suunnitellaan mielellään myös vapaa-ajanohjelmaa, kuten kalastusta tai hyvinvointipalveluja. Rannasta löytyvät saunatilat tarjoavat rentoutumishetken kokouspäivän päätteeksi. (Jokelan Kartano 2020b.) Lähiruokaa suosiva tilausravintola vaatii ruokailuvarauksen myös majoittuvilta

asiakkailta ja A-oikeudet omaava baari aukeaa tarpeen mukaan. Ravintola tarjoaa valmiita menuja tilaisuuksia varten, mutta ruokalistat ovat täysin räätälöitävissä asiakkaan tarpeiden mukaan. Kartanon sisätiloihin mahtuu 100 ruokailijaa ja kesäisin tilaa saadaan lisää verannalta, joka vetää 25 henkeä ja kesäpaviljonkiin mahtuu vielä 40 henkeä. Kesäpaviljonki muotoutuu monesti tanssitilaksi juhlia varten. Lisäksi teltojen pystyttäminen alueelle lisätilan hankkimiseksi on mahdollista. (Jokelan Kartano 2020c.) Majoittumaan kartanon tiloihin mahtuu 15 henkilöä ja lisävuotein 18 henkilöä. Kaksi sviittiä ovat suosittuja perhe-käytössä, sillä majoittumaan mahtuu kumpaankin neljä ihmistä. Kesäisin myös pihämökkiin on mahdollista majoittaa 3-4 henkilöä. Aamiainen sisältyy majoituksen hintaan ja sitä on mahdollista päästä nauttimaan aamukuudesta lähtien. (Jokelan Kartano 2020e.) Jokelan Kartanon lähistöllä on mahdollista harrastaa monimuotoisesti. Ratsastustalli löytyy 20 minuutin ajomatkan päästä ja talviurheilukeskus 25 ajokilometrin päässä, joskin perinteinen hiihto onnistuu myös lähempänä ja ylipäätään kaikenlaiseen ulkoiluun on hyvät mahdollisuudet. Tarjolla on myös hatha-joogaa sekä värikursseja ja kalastusluvan saa hankittua itselleen kymmenellä eurolla lähistöllä sijaitsevasta Koskikartanon kahvila-ravintolasta. (Jokelan Kartano 2020f.)

Virtaan Kartano

Lahdesta noin 85 kilometrin päässä sijaitsee Virtaan Kartano Sysmässä. Kartano toimii yksityiskodin lisäksi kokouksia, juhlia ja majoitusta tarjoavana yrityksenä. (Virtaan Kartano 2020c.) Virtaan Kartanon tunnelmalliset puitteet tarjoavat miellyttävät tilat niin kokouksille, kuin perhejuhliinkin. Kokoustavalle porukalle kuuluu aina perus kokoustarvikkeet; valkolangas, dataprojektori, fläppitaulu ja langaton internetyhteys. Juhlatiloihin mahtuu kesäisin enintään 80 henkilöä ja talvisin enintään 60 henkilöä. Antiikkisesti sisustettuihin juhlatiloihin astutaan sisään omasta juhlasisäänkäynnistä. Juhlatilat käsittävät juhla- ja ruokailusalin, salongin, lasiverannan sekä ulkoterassin. Buffetpöytä katetaan näyttävälle 5-metriselle tasolle. Juhlat järjestetään aina yhteistyössä ammattimaisen pitopalvelun kanssa. Lisää illanviettomahdollisuuksia antaa Väentupa ja Kartanon rantsauna. Ympäri vuotisessa vuokrakäytössä oleva Väentupa tarjoaa paikan esimerkiksi pikkujouluille. Väentuvassa on remontoitu keväällä 2018 muun muassa keittiön osalta, joten omien tarjottavien loihittaminen onnistuu näissä tiloissa mainiosti. Lisäksi majoittumaan mahtuu 5+3 henkilöä ja tiloista löytyy myös oma sauna. Lisäksi patiolta löytyvä kylpytynnyri lämpenee tilauksesta. (Virtaan Kartano 2020b, Virtaan Kartano 2020d.)

Messilän Kartano, Töyrylän Kartano, Jokelan Kartano ja Virtaan Kartano muistuttavat ominaisuuksiltaan sekä toisiaan, että myös Mukkulan Kartanoa. Palveluina on kaikilla kokouspalvelut, majoituspalvelut ja ravintolapalvelut. Näistä yksi, eli Virtaan Kartano käyttää

pitopalvelua juhlia tai muita tilaisuuksia järjestäessään, eli muista kartanoista poiketen heillä ei ole tilausravintolaa. Yleiset aukioloajat määräytyvät tilausten perusteella. Myös Mukkulan Kartanolta löytyy nämä kaikki piirteet, sillä se toimii yhtä lailla vain tilauspohjalta. Kartanot ovat ilmeisen suosittuja juhkakäytössä, sillä kartanoiden palveluiksi eritellään myös juhlat, erityisesti häät on nostettu esille. Messilän Kartano ja Jokelan Kartano tuovat Mukkulan Kartanon lailla esiin erilaisia yhteistyökumppaneita, jotka tarjoavat aktiviteettejä laidasta laitaan. Uskon, että kokousasiakkaiden lisäksi myös kuluttaja-asiakkaat ovat kiinnostuneita kaikenlaisesta oheistoiminnasta, joka saisi heidät saapumaan myös Mukkulan Kartanon alueelle.

Kesäsesonki lienee häiden ja muiden perhejuhlien suosituinta aikaa. Jokelan Kartanon osalta heinäkuussa 2020 on 20.1.2020 suoritettuna Booking.com haun perusteella myös majoitusvarauksia jo nyt. Heidän kaikki hotellihuoneet olivat varattuna 10.-12.7.2020 välisen ajan ja loppukuusta 31.7.-2.8.2020 yksi kahden hengen double-huone varattuna. Myös Töyrylän Kartano ja Messilän Kartano löytyivät Booking.com haulla. Töyrylän Kartano on loppuunmyyty useampana päivänä heinäkuussa 2020 ja Messilän majoituspalvelut puolestaan ovat loppuunmyyty on koko heinäkuun 2020. Virtaan Kartanon osalta Booking.com-sivustolta löytyi heidän vuokraama Väentupa, jolla oli nyt nähtävissä muutamia varauksia heinäkuulle 2020.

Vertailuun otetut kartanot muistuttavat palveluiltaan siis hyvin paljon toisiaan. Kaikki tarjoavat majoitus- ja ravitsemispalveluja erilaisiin tarkoituksiin. Lisäksi yritysasiakkaat tuntuvat olevan tärkeä kohderyhmä myös muille kartanoille.

Alla olevaan taulukkoon on eritelty vertailtavien kartanoiden ominaisuuksia, kuten asiakas- ja majoituskapasiteetteja sekä millaisia lisäpalveluja yritykset tarjoavat. Taulukon tarkoitus on tuoda esiin yritysten välillä olevat eroavaisuudet, kuin samankaltaisuudetkin, jolloin niiden vertaaminen Mukkulan Kartanon toimintaan on selkeämpää. Suurimmat eroavaisuudet kartanoiden välillä nähdään majoituskapasiteeteissa. Majoituskapasiteettia Mukkulan Kartanolla on 17 huoneen verran, joihin mahtuu 33 henkilöä. Joihinkin huoneisiin on mahdollista saada myös lisävuode. Asiakkaita Mukkulan Kartanon juhlasaliin mahtuu 70 ja kokouskabinetit mukaan lukien 100 henkilöä. Mukkulan Kartanon lisäpalveluksi voidaan mainita vuokrattavana oleva rantasauna, sekä yhteistyökumppaneiden tarjoamat aktiviteetit. (Mukkulan Kartano 2020d; Mukkulan Kartano 2020e; Mukkulan Kartano 2020f; Mukkulan Kartano 2020g; Mukkulan Kartano 2020h; Mukkulan Kartano 2020i;)

Taulukko 1. Benchmarking-yritysten vertailu

| YRITYS | MESSILÄN KARTANO | TÖYRYLÄN KARTANO | JOKELAN KARTANO | VIRTAAN KARTANO |
|------------------------|--|---|---|----------------------------------|
| KOKOUSPALVELUT | X | X | X | X |
| MAJOITUSPALVELUT | X | X | X | X |
| JUHLAPALVELUT | X | X | X | X |
| TILAUSRAVINTOLA | X | X | X | |
| LISÄPALVELUT | Aktiviteetit; laskettelu, ratsastus, patikointi jne. | Kartanokierrokset | Aktiviteetit; kalastus, ratsastus, jooga jne. | Saunan ja kylpytynnyrin vuokraus |
| MAJOITUSKAPASITEETTI | Monipuolista hotelliaitta- hirsimökki- ja Ylöstalomajoitusta jopa 10 hengelle. | 6 huonetta | 15-18hlö | 5-8 hlö |
| ASIAKASKAPASITEETTI | Ei mainintaa | 35+ hlö | 100+ hlö | 60+ hlö |
| SIJAINTI LAHTEN NÄHDEN | 10km | 48km | 30km | 85km |
| AUKIOLOAJAT | Ravintola: talvikaudella tammikuumaaliskuu viikonloppuisin ja muina aikoina vain tilauksesta | Kartanokierroksia varattavissa ympäri vuoden ja ravintola toimii tilauksesta. | Ravintola avoinna tilauksesta. | Avoinna tilauksesta |

2.3 Vanajanlinna Groupin yritykset

Kilpailijoiden toiminnan lisäksi on tärkeää tarkastella myös saman konsernin muiden toimipisteiden toimintaa ja hyödyntää heidän käytäntöjään. Vanajanlinna Groupiin kuuluvat itse Vanajanlinnan ja Mukkulan Kartanon lisäksi Metsänvartijan tila Harvialassa sekä Levi Spirit nimensä mukaisesti Levillä. Lisäksi tähän osioon on otettu mukaan myös Linna Golf, joka on itsenäinen yritys, mutta se tekee tiivistä yhteistyötä Vanajanlinnan kanssa, sillä ne

ovat sijainniltaan hyvin lähellä toisiaan. Haastattelin yrityksiä edustajia sähköpostitse tai puhelimitse ja kysyin heiltä kaikilta samat kysymykset.

1. Nimi ja tehtävä yrityksessä?
2. Millaisia palveluja yritys tarjoaa?
3. Kuinka suuri osa palveluista on kuluttaja-asiakkaiden ostamia ja mitä palveluja he ostavat?
4. Onko tiedossa, millaisia palveluja kuluttaja-asiakkaat haluaisivat ostaa, mutta ei voida tarjota?
5. Aukioloajat?
6. Vapaa sana, esim. muuta koskien kuluttaja-asiakkaita?

Vanajanlinna Groupin yritykset ovat avoinna joko vain tilauksesta, kuten Metsänvartijan tila tai sesongin mukaan, kuten Linna Golf. Itse Vanajanlinna pyrkii olemaan aina auki, mutta juhlapyhät saattavat vaikuttaa aukioloaikoihin. Levi Spirit on sesongilla auki 24/7. Palvelut mukailevat kaikki matkailu- ja ravitsemisalalan tyypillisiä palveluja, mutta lisänä yritysten luonteiden mukaisia palveluja. Vanajanlinnan romanttiset viikonloput houkuttavat pariskuntia, Linna Golf vetää epäilemättä vuoden 2019 Suomen parhaalle golf-kentälleen eri taseisia pelaajia ja Metsänvartijan tila palvelee pääasiassa kokousporukoita.

Vanajanlinna

Vanajanlinna sijaitsee Hämeenlinnassa ja tarjoaa siellä ravintola- ja majoituspalveluja. Myös erilaiset juhlat ja kokoukset kuuluvat heidän palveluihinsa. Käytössään heillä on 34 hotellihuonetta ja kaikki niistä ovat käytettävissä yhden tai kahden hengen huoneina. Vaihtoehtoja majoitukseen saadaan Golf Clubin alueelta, jossa on lisää tasokkaita suitehuoneita ja huoneistoja. Näin ollen Vanajanlinnalla on tarjolla yhteensä noin 200 vuodepaikkaa. (Vanajanlinna 2020a.) Vanajanlinnan myynti jakaantuu yrityksille noin 80% ja yksityisille 20%. Yksityiset ostavat vapaa-ajan hotellipalveluja ja hoitoja. Romanttiset viikonloput pariskunnille ja häiden järjestäminen Vanajanlinnan miljöössä ovat yksityisten asiakkaiden käyttämiä palveluja. Paikan päällä asiakkaat vuokraavat kävelysauvoja ja polkupyöriä. Kysyntä, johon ei toistaiseksi ole voitu vastata ovat olleet erilaiset kesäaktiviteetit, kuten tennis ja kalastus. Vanajanlinnalta löytyy myös saunoja ja kuntosali, joita asiakkaat pääsevät halutessaan käyttämään Vanajanlinna pyrkii olemaan aina auki, mutta jotkin juhlapyhät tuovat poikkeuksia aukioloaikoihin. (Allinen 2020; Vanajanlinna 2020b.)

Linna Golf

Linna Golf sijaitsee Vanjalinnan välittömässä läheisyydessä Hämeenlinnassa. He tekevät yhteistyötä muun muassa majoituksen ja ravitsemuksen merkeissä. Linna Golfin nimestä voidaan jo päätellä sen tarjoavan erilaisia golf-palveluja, mutta he tarjoavat sen rinnalla myös majoituspalveluja. Majoituskapasiteetti on 12kpl Golf suitea ja 6kpl Grand Suites-asuntoa. Erilaisia golf-paketteja majoituksineen myydään yhteistyössä Vanajanlinnan kanssa. Vuonna 2019 Suomen parhaaksi golf-kentäksi tituleeratulle kentälle on mahdollista ostaa jäsenyyksiä ja golf-opetusta. Myynti jakaantuu yritysten ja yksityisten kesken 70% ja 30%, joista jälkimmäinen on yksityisten osuus. Linna Golfin aukiolo perustuu kesäsesonkiin, joka aikaisimmillaan alkaa toukokuun alussa ja loppuu lokakuun lopussa. Tavallisesti sesongit ovat hieman lyhyempiä. (Honkalehto 2020)

Metsänvartijan tila

Metsänvartijan tila sijaitsee niin ikään Hämeenlinnassa ja sen varaukset ja myynnin hoitaa Vanajanlinnan henkilökunta. Metsänvartijan tila tarjoaa kokous- tapahtuma- ja juhlapalveluja. Heidän ehdottomasti työllistävin asiakaskunta ovat yritykset, sillä yksityisten asiakkaiden osuus jää vain 2-3%. Kysyntää olisi isompien ryhmien suunnasta, mutta majoituskapasiteetin vuoksi se ei ole mahdollista. Tällä hetkellä hotellihuoneita on saatavilla 13 kappaletta, joihin mahtuu majoittumaan noin 40 asiakasta. Tila on kuitenkin auki tarvittaessa, vaikka koko ajan, eli se toimii myös vahvasti tilauspohjalta. (Metsänvartijan tila 2020; Roiha 2020.)

Levi Spirit

Levi Spirit sijaitsee nimensä mukaisesti Suomen Lapissa, Levillä. Levi Spiritin asiakaskunta koostuu muista Vanajanlinna Groupin yrityksistä poiketen jopa 80% kuluttaja-asiakkaista. Levi Spiritin kova tasoinen ja ylellinen palvelu vetää asiakkaita myös ulkomailta, ja he käyttävät yrityksen tarjoamia palveluja laajasti. Levi Spiritillä on 9 huvilaa, joissa on neljä kahden hengen makuuhuonetta. Yhteensä huvilaan voi majoittua enintään kymmenen henkilöä. Heidän palvelunsa on monimuotoista ja he kykenevät toteuttamaan käytännössä kaikki asiakkaan toiveet Suomen lakien puitteissa. Huvilamajoituksissa viihtyvälle asiakkaille voidaan tarjota päivittäisten siivousten, ruokaostosten ja jopa yksityisten kokkipalveluiden lisäksi myös erilaisia aktiviteetteja. Talviliikuntalajeista hissilippujen ja lasketteluun tarvittavien varusteiden hankkiminen ja toimittaminen, lumikenkäily, koirat, porot sekä kelkkailut ovat toivelistoilla. Erilaiset asiointipalvelut ja opaspalvelut lukeutuvat myös Levi Spiritin moninaisiin palveluihin. Huviloissa voidaan suorittaa wellness-palveluita ja 24/7 toimivat Concierge-palvelut mahdollistavat esimerkiksi asiakkaiden puolesta tehtävät pöytävaraukset ravintoloihin. Kysyntä, johon Levi Spirit ei voi vastata, on toiveet, joita sää

rajoittaa tai estää kokonaan. Näitä ovat muun muassa helikopteri ajelut huonolla säällä ja revontulien tilaaminen ennakkoon. (Kanerva 2020; Levi Spirit 2020.)

Vanajanlinna Groupin yrityksen toimivat kaikki samojen palvelujen äärellä, mutta eroavaisuudet tulevat paremmin esiin alla olevasta taulukosta. Taulukon tarkoitus on selventää yritysten ominaisuuksia ja palveluja, joita he asiakkailleen tuottavat. Taulukosta nähdään selkeämmin myös asiakassegmenttien jakautuminen.

Taulukko 2. Vanajanlinna Groupin yritysverailu

| YRITYS | VANAJANLINNA | METSÄNVARTIJAN TILA | LINNA GOLF | LEVI SPIRIT |
|---------------------------------|--|---|---|---|
| KOKOUSPALVELUT | X | X | X | |
| MAJOITUS-PALVELUT | X | X | X | X |
| JUHLAPALVELUT | X | X | | |
| TILAUSSRAVINTOLA | X | | X | |
| LISÄPALVELUT | Saunat, kuntosali, tapahtumat, hoidot | Savusaunan ja kylpytynnyrin vuokraus | Golfopetus | Käytännössä kaikki asiakkaan toiveet; kauppaostosten hoitaminen, yksityiskokki, aktiviteetit |
| MAJOITUS- KAPASITEETTI | 34 hotellihuonetta + Linna Golfin majoituskapasiteetti, yhteensä noin 200 vuodepaikkaa | 13 huonetta, noin 40 hlö | 12 Golf Suitea ja 8 Grand suites- asuntoa. | 9 huvilaa, joihin samanaikaisesti majoittuu enintään 10 hlö |
| HAASTEET | Aktiviteetit, joiden kysyntään ei pystytä tällä hetkellä vastaamaan | Suurempien porukoiden kysyntä, joihin ei kapasiteetin vuoksi voida vastata | Talvikaudella ei ole käytännössä mitään tarjottavaa | Toiveet, joita ei voida toteuttaa tilauksesta, kuten revontulet |
| YRITYSASIAKKAIDEN OSUUS | 80% | 97-98% | 70% | 20% |
| KULUTTAJA- ASIAKKAIDEN OSUUS | 20% | 2-3% | 30% | 80% |
| AUKIOLOAJAT | Juhlapyhien tuomia poikkeuksia lukuun ottamatta pyrkii olemaan aina auki | Auki tilauksesta. | Avoinna sesongilla; noin toukokuu- lokakuu | 24/7 |

3 KARTANOIDEN HISTORIAA

3.1 Kartanoiden ominaispiirteet

Kartanot ovat vaikuttaneet osaltaan kulttuurin ja maiseman muokkaantumiseen Suomessa jo satoja vuosia. Käsitteenä kartano ei ole täysin yksiselitteinen ja sen määritelmä on muuttunut ajan saatossa. Suomessa säätyjen välinen sosiaalinen ja taloudellinen ero ei ole ollut niin suuri, jotta kartanot olisi voitu helposti erottaa muista suurtiloista. Myös erilaiset nimitykset riippuen kartanoiden asemasta aiheuttavat sekavuutta, sillä kartanolla on viitattu myös maatilán sosiaaliseen ja taloudelliseen olotilaan. (Haikonen, Teräväinen 2011, 8.) Puitteiltaan ominaisia kartanoille olivat kuitenkin asuinrakennuksista ja taloussivistä muodostuvat kartanosta erillään olevat rakennusryhmät (Dahl, Gardberg 1998, 8).

Kartanoilla on merkittävä vaikutus aateliston ja koko säätyjärjestelmän syntymiseen ja kehittymiseen. Kartanoille tarvittiin uskollisia ratsumiehiä ja heitä palkittiin muun muassa verovapautuksilla. Verovapautuksia saivat myös varakkaat talonpojat vastapalveluksena ratsumiehen varustamisesta palvelukseen. Talonpoikaisomistuksessa olleet rusthollit, eli ratsutilat eivät ulkoisesti juurikaan eronneet kartanoista ja tänä päivänä moni kartanoksi nimetty rakennus onkin ollut alun perin rustholli. Mikäli kartanon määritelmä vaatii aatellisomistuksen, ei rustholliä silloin voi suoraan pitää kartanona näin historiallisessa mielessä. (Haikonen, Teräväinen 2011, 8.)

Ruukkien, eli varhaisten teollisuusalueiden yhteyteen perustetut kartanot olivat uudenlainen kartanokulttuurin ilmentymä. Kartanot olivat teollisuus- ja tuotantolaitoksia. Ne toimivat työnjaollisesti säätyjen mukaan. Omistajan aatellisella syntyperällä ei ollut niin väliä ja kartano edusti näin ennemminkin omistajansa vaurautta. Aina 1900-luvulle saakka kartanoiden yhteinen piirre oli aikakauden normeista huolimatta niiden hierarkkiset piirteet. Myös taloudellisesta, että kulttuurisesta näkökulmasta ja sosiaalisesti eriarvoisuus muihin nähden ja kartanon isännän määräämisoikeus alaisiinsa katsoen oli selvää. Vähitellen kartanon herrojen asema alkoi kuitenkin laskea ja kartanot alkoivat muistuttaa suurtiloja. Tänä päivänä kartanoille ei ole niin tarkkaa määritelmää. Kartanon historia sekä ulkoiset puitteet määrittävät kartanoa. Yhteneväistä kulttuuria tai syytä kartanoiden olemassaololle ei enää ole. (Haikonen, Teräväinen 2011, 8-9.)

Kartanoiden ominaispiirteisiin kuului sen periytyvyys. Kartanoiden mukana tulevat oikeudet ja velvollisuudet siirtyivät aina myös sukupolvelta seuraavalle. Vasta 1800-luvulle tultaessa kartanoiden ostaminen ja myyminen oli yleisempää. Samalla vuosituhannella murttunut sääty-yhteiskunta ei vaikuttanut kuitenkaan siihen, että kartanoiden ominainen herraskulttuuri säilyi kartanoiden hengessä. Yhteisöissä tiedettiin kartanoiden sosiaalinen

asema ja kartanot vahvistivat kulttuurista yhteenkuuluvuutta syntyperästä riippumatta. Eri-tyisesti Savossa prikaatin upseerit ja Haapaniemen kadettikoulun opettajat ryhmittäytyivät poikkeuksellisesti muodostaen herraskartanoiden keskittymän Sisä-Suomeen. (Haikonen, Teräväinen 2011, 8-9.)

Kartanot ovat kautta aikojen olleet jollakin tapaa toistensa kaltaisia. Historiaa tarkastellessa yhteneväisyyksiä löydetään periytyvyydestä, hierarkkisista asemista ja kartanon isäntien myöntämistä verovapautuksista uskollisille ratsumiehille. Vaikka tänä päivänä itse kartanon määritelmä ei olekaan niin tarkka, on kartanoilla silti yhteisiä piirteitä. Yhteiset piirteet näkyvät niillä kartanoilla, jotka toimivat tänä päivänä majoitus- ja ravitsemuspalvelujen tuottajina.

3.2 Matkailubisnekseksi

Eri suomalaisia kartanoita tutkiessa huomaa niiden tämän päivän palvelujen muistuttavan huomattavasti toisiaan. Monet niistä jakavat pitkän historian maanviljelystä ja ominaispiirteenäkin mainitun sukupolvelta toiselle vaihtuneen omistuksen. (Messilän Kartano 2019a; Mukkulan Kartano 2019a; Töyrylän Kartano 2019a; Jokelan Kartano 2019a; Virtaan Kartano 2019a.) Tänä päivänä kartanon määritelmä ei kuitenkaan ole niin tarkka ja kartanoksi voidaan kutsua mitä vain rakennusta, jonka historialliset ja ulkoiset puitteet ovat siihen soveltuvat (Haikonen, Teräväinen 2011,9). Tiloja on remontoitu vuosien varrella, mutta niissä on säilytetty historiallisen kartanon tuntu. Kartanoille on tehty niin peruskorjauksia, laajennuksia että täysin uusia rakennelmia vastaamaan paremmin matkailukysyntään. Sisustukset poikkeavat toisistaan jonkin verran, sillä osassa kartanoista on säilytetty jopa antiikkinen kalusto, kuten Virtaan Kartanossa ja Töyrylän Kartanossa. (Messilän Kartano 2019a; Mukkulan Kartano 2019a,;Töyrylän Kartano 2019b; Jokelan Kartano 2019a; Virtaan Kartano 2019a.)

Myös pääasiassa vain tilauksesta avoinna oleminen on tyypillistä matkailu- ja ravitsemuspalveluita tarjoaville kartanoille. Palvelut ovat asiakkaan toiveiden mukaan räätälöitävissä ja eri yhteistyökumppaneiden kautta erilaiset aktiviteetit järjestyvät niin yrityksille, kuin yksityiseenkin tapahtumaan. Eri-tyisesti esiin nousevat kartanohäät, joiden tunnelmaa pääsee tunnustelemaan kuvagallerioista. Kokouspalvelut lienevät kaikkien vertailussa mukana olevien kartanoiden myyvin tuote, sillä niitä luonnehditaan suosituiksi ja tilojen kerrotaan sopivan erinomaisesti kokouskäyttöön. (Messilän Kartano 2019b; Mukkulan Kartano 2019b; Töyrylän Kartano 2019c; Jokelan Kartano 2019b; Virtaan Kartano 2019b.)

Kartanoiden juhlasalit ovat pääroolissa asiakkaiden tilaisuuksia ajatellen. Erikokoiset salit mahdollistavat juhlat suuremmillekin ryhmille ja tilat ovat aina suunniteltavissa asiakkaan

tarpeen mukaan. Tarvittaessa lisätilaa haetaan muista alueen rakennuksista. Kartanoiden salit huokuvat vanhaa aikaa, jolloin juhlat saavat arvokkuutta puitteistaan. (Messilän Kartano 2019b; Mukkulan Kartano 2019c; Töyrylän Kartano 2019d; Jokelan Kartano 2019c; Virtaan Kartano 2019b.)

Majoitus- ja ravintolapalveluiden lisäksi osa kartanoista on edelleen pääasiassa asumuskäytössä. Kreivillinen kartano Loviisassa on yksi niistä. Historia näkyy lähes entisellään 1600-luvulta olevasta sisustuksesta. Historia kuitenkin kiinnostaa ihmisiä ja siellä järjestetäänkin kartanokierroksia kesäisin. Erityisen kiinnostavan kartanosta tekee se, että siellä asuu nyt, yli 400 vuotta myöhemmin edelleen saman Creutz-suvun jäseniä ja jokainen siellä asunut sukupolvi on jättänyt jälkeensä jotain, kuten tauluja. (Mänty 2020.) Lähes vastaavalla tavalla toimii myös Könkään kylässä, aivan Levin vieressä sijaitseva Blueberry Villa. Siellä asuu Hullu Poron omistaja Päivikki Palosaari miehensä kanssa. Koko kartano on kuitenkin vuokrattavissa 2700 euron vuorokausihintaan. Koska kartano toimii asuinrakennuksena, on sen vuokraaminen rajoitettu muutamiin kertoihin vuodessa. Asiakaskuntana heillä on ollut yritysjohtajia Euroopasta. (Erkko 2017.)

Matkailun vetovoima Suomessa

Matkailua ajatellen kartanotkin tarvitsevat ympärilleen aktiviteetteja ollakseen vetovoimaisia ja kilpailukykyisiä. Koko Suomen tasolla matkailuaktiviteeteista kiinnostavimpina ovat musiikki ja kulttuuri. Urheilun ja liikunnan kiinnostavuus tulee vain muutaman prosenttiyksikön jäljessä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 33). Kansainvälisesti Suomen suurimpia vetovoimia ovat kuitenkin puhtaus ja luonto. On luonnollista, että se meitä itse suomalaisiakin viehättää ja toimii myös vetovoimaisesti matkailussa (Jänkö 2019a, 46).

Tilastokeskuksen julkaiseman taulukon mukaan tammikuussa 2020 Päijät-Hämeessä kirjattiin 28 515 kotimaista hotelliyötä, joista Lahdessa yövyttiin 14 752. Päijät-Hämeen tasolla muutos on edelliseen vuoteen vain hieman nousussa 1,3 prosentilla ja Lahden osalta muutos edelliseen vuoteen on laskussa -7,3 prosenttia. Koko Suomen tasolla suomalaiset ovat matkustaneet tammikuussa 2020 hieman enemmän, kuin vuosi sitten ja yöpymisvuorokausia suomalaisille kirjattiinkin 830 000. Nousu edellisvuoteen nähden on 10,7%. (Tilastokeskus 2020a; Tilastokeskus 2020b; Tilastokeskus 2020c.) Julkaistun selvityksen mukaan kotimaassa tehtyjen matkojen kesto on ollut lähes vakio jo 20 vuotta. Matkoilla viivytään keskimäärin 1,8-1,9 vuorokautta. Kymmenen vuoden aikajanaalla suomalaisten kotimaanmatkailu, jossa käytetään maksullisia majoituspalveluja, on kasvanut 36 prosenttia (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 23, 25). Ajankohtana kesäkuukaudet ovat suosiossa, sillä kolmannes kotimaan matkoista tehdään sinä aikana (Jänkö 2019b).

Koronavirus

Koronaviruksen leviäminen maailmalla keväällä 2020 toi kuitenkin merkittäviä muutoksia matkailuun. Kevät on tavallisesti ollut kiinalaisten suosimaa matkailuaikaa Suomessa, mutta viruksen hidastamiseksi Suomen rajat on suljettu. Henkilö- ja matkustajaliikenne Suomeen on keskeytetty 19.3.2020 alkaen. Kiinalaisten matkailu on laskenut keväällä 2020 70 prosenttia tavanomaisesta. (Valtioneuvosto 2020a, Tilastokeskus 2020d.) Suomen sisällä on annettu suositus välttää matkustusta ja Uudenmaan ja muun maan välinen matkustus kiellettiin 28.3-19.4.2020 välisenä aikana. Ravintolat ja ravitsemusliikkeet määrättiin suljettavaksi koko maassa ajalla 4.4.-31.5.2020. Sulku ei koske henkilöstöravintoloita ja ravintolat voivat edelleen tehdä take away- myyntiä. (Valtioneuvosto 2020b; Valtioneuvosto 2020c.)

3.3 Vanajanlinna

Vanajanlinna on käynyt myös läpi vaiherikkaan historian ja lopulta muotoutunut matkailu- ja ravitsemuspalveluita tuottavaksi yritykseksi. Vanajanlinna tunnettiin aiemmin nimellä Äikää ja se sijaitsi osana vanhaa Vanajaa, joka myöhemmin 1967-luvulla liitettiin Hämeenlinnaan. Vielä 1920-luvulla Vanajanlinna oli merkityksetön, vaikkakin kiinnostavan historian omaava, sillä se mainitaan Piispankartanona jo vuonna 1329. Carl Wilhelm Rosenlew osti Äikään vuonna 1918 ja jo vuonna 1919 hän tilasi arkkitehdiltä korkealuokkaiset piirustukset, joita voidaan pitää eduskuntatalon ja Stockmannin tavaratalon rinnalla huomattavina sillä vuosikymmenellä. Linnaa rakennettiin vuosina 1919-1924, talousrakennusten osalta vielä pidempään. Vuonna 1941 Rosenlew ilmoitti Vanajanlinnan myyntiaikeistaan. Vanajanlinnan uusi ostajaehdokas oli Risto Ryti. Ryti kuitenkin menetti tilan, kun uusi sisäministeri myönsi saksalaiselle Willy Dausgille luvan omistaa maata Suomesta, vaikka edellinen ministeri oli jo evännyt Dausgilta osto-oikeuden. Aselevon myötä vuonna 1944 Vanajanlinna joutui Neuvostoliiton haluun. Kartano vuokrattiin Sirola-opistolle, joka lopulta sai ostettua koko tilan itselleen vuonna 1955. (Dahl, Gardberg 2011, 200-203.)

Sirola-opisto lopetti toimintansa vuonna 1994. Siitä muutaman vuoden kuluttua Hämeenlinna osti Vanajanlinnan ja Sirola-säätiön osittain omistama Vanajanlinna Oy jatkoi vuokraajana. Vuonna 1998 Vanajanlinna Oy:n omistukseen nousivat Mika Walkamo ja Pekka Vihma, jotka aloittivat alueella kokoushotellitoiminnan. (Vanajanlinna 2020c.)

3.4 Mukkulan Kartano

Kartanoille tyypillisen periytyvyyden omaisi aikoinaan myös Mukkulan Kartano. Mukkulan kartanon tarina alkaa jo vuodelta 1460, jolloin Mukkulalla viitattiin sekä talon nimeen, että

kylään. Kartano toimi silloin muun muassa parturin eli lääkärin palkkatilana vuosina 1539-1741 ja se tunnettiin silloin Muculan sotilaskartanona. Vuonna 1759 Jakob Krook, joka oli Hollolan kirkkoherra, rovasti ja valtiopäivämies, lunasti kartanon verotilaksi. Edelleenkin kartanoa kuitenkin asuttivat valtion virkamiehet. Vuonna 1795 Mukkulan kartanon isännäksi ryhtyi kapteeni Arndt Johan von Hausen. Hausenin ensimmäinen vaimo oli Jakob Krookin tytär. Rakennuksia uudistettiin ja tänäkin päivänä nähtävä tammipuutarha ja englantilainen miljöö ovat uskomuksen mukaan von Hauseneiden kädenjälkeä. Kartano siirtyi Hauseneiden suvussa sukupolvelta toiselle 164 vuoden ajan. Lahden kaupunki osti Mukkulan kartanon itselleen vuonna 1959, jolloin siitä tuli matkailu- ja vapaa-ajankeskus ja siellä on järjestetty niin koulutuksia, kuin taide tapahtumiakin. Lisäksi 285 miljoonan markan kaupassa myydyille maa-alueille alettiin rakentamaan tänä päivänä nähtävää Mukkulan kaupunginosaa. Kartanossa toimi retkeilymaja vuonna 1960 ja vuonna 1976 siellä aloitti ravintolakoulu, joka ehti toimi viiden vuoden ajan. Kirjailijakokous on houkutelut alueelle nimekkäitä kirjailijoita vuodesta 1963 lähtien. Vanajanlinna Group osti Mukkulan kartanon vuonna 2015, joka käänsi kartanon historiassa täysin uuden sivun matkailu- ja ravintola-alalla. (Mukkulan Kartano 2019a; Mukkulan Kartano historiikki 2020.)

Mukkulan Kartanon historiassa puhututtavat myös kummitustarinat, joista on kirjoitettu useampi kirjakin. Alueella on kerrottu liikkuvat kaksi kummitusta. Kummitusten lisäksi 1930-luvulla on kerrottu, että aluetta vartioi kartanon isännän verikoirat, mitkä toimivat pelotteena kutsumattomille vieraille. Paikan salaperäisyyttä lisäsi sen sulkeminen lähes kokonaan ulkopuolisilta. Ensimmäinen haamuhavainto sijoittuu 1960-luvulle, kun kartanon alue oli jo Lahden kaupungin omistuksessa. Kartanossa työskennellyt nainen kertoi nähneensä naishahmon laskeutuvan toisen kerroksen portaita alas, jonka jälkeen hän kääntyi ruokailusaliin ja teki siellä pienen kierroksen pöytien välissä, kunnes sitten katosi näkyvistä. Naishahmon uskotaan olevan Hauseneiden ajan palvelusväen henkilökuntaa, joka tarkastaa vain, että paikat ovat kunnossa. Tämän naishahmon huolehtiessa sisätiloista, on rakennuksen ulkopuolella nähty mieshahmo pitämässä huolta ulkotiloista. Hänen kerrotaan aukovan ja sulkevan ikkunoita ja ovia. Myös hänen henkilöllisyyttään on arvuuteltu milloin vanhaksi kartanonisännäksi ja milloin tiilimestariksi. Haamut kiinnostavat hotellin asiakkaita tänäkin päivänä ja heille kerrotaankin historian lisäksi myös alueen hyväntahtoisista kummituksista. (Hautala 2017, 37-42.)

4 KYSELYTUTKIMUS

4.1 Tutkimusmenetelmä

Tässä opinnäytetyössä käytettiin kvantitatiivista, eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä perustuu lukumääriin ja prosenttiosuuksiin. Asiakkailta saatavien tietojen, kuten mielipiteiden ja näkökulmien keruuseen käytetään yleensä kyselylomakkeita ja tätäkin opinnäytetyötä varten luotiin kysely, jolla kerättiin tietoa Mukkulan Kartanon kuluttaja-asiakkaista. Heidän arvojaan, tottumuksiaan, tarpeitaan ja kiinnostuksen kohteitaan selvittämällä pystytään kehittämään yrityksen toimintaa. (Heikkilä 2014, 15.) Aineiston keruu kyselymenetelmällä täyttää kvalitatiivisen tutkimuksen piirteet.

Kysely

Kysely luotiin Office Forms- työkalun avulla ja se julkaistiin sosiaalisen median eri kanavissa. Valitsin työkaluksi Office Formsin, sillä se oli minulle ennestään tuttu koulun kursseilta ja koin sen tarjoavan kyselyn tekoa varten tarvittavia ominaisuuksia hyvin. Kysely sisälsi:

- strukturoituja, eli suljettuja kysymyksiä, joissa on vastausvaihtoehdot valmiina
- mielipidekysymyksiä, joissa sai vastata kysymykseen asteikolla 0-5
- monivalintakysymyksiä
- avoimia kysymyksiä.

Strukturoiduilla kysymyksillä saadaan suoraan vastaus kysymykseen, kun vastaajalle annetaan valmiit vaihtoehdot, joista hänen on valittava parhaiten itselleen sopiva vaihtoehto. Strukturoitujen kysymysten vastausvaihtoehdot ovat toisensa poissulkevia.

Mielipidekysymyksiä oli kyselyssä kaksi ja niillä mitattiin sitä, kuinka paljon arvoa vastaajat antavat erilaisille ominaisuuksille koskien majoituspalveluja ja juhlapalveluja. Mielipidekysymyksien avulla nähdään, jos jokin tarjoamamme palvelu tai ominaisuus ei ole arvokas vastaajalle tai päinvastoin, jos jollekin ominaisuudelle annetaan huomattavan paljon painoarvoa.

Monivalintakysymykseen saa valita useamman vastausvaihtoehdon. Monivalintakysymyksellä haluttiin selvittää muun muassa vastaajan käyttämiä varausjärjestelmiä. Vastaaja sai valita kaikki varausjärjestelmät, joita hän käyttää. Lisäksi mahdollisuutena oli valita vielä muu-vastaus, jossa hän sai omin sanoin kertoa käyttämistään järjestelmistä. Strukturoitu kysymys olisi tässä kysymyksessä ollut liian jyrkkä, sillä ihmiset käyttävät useita eri

kanavia majoituksen varaamiseen. Monivalintakysymyksellä nähdään mitä kaikkia vaihtoehtoja vastaajat käyttävät ja mitä niistä he käyttävät eniten.

Täysin avoimilla kysymyksillä haluttiin saada vastaaja kertomaan täysin omin sanoin ajatuksistaan ja mielityksistään. Avoimien kysymysten toivotaan tuovan esiin jotain yllättävääkin, mitä ei ehkä olla osattu itse vielä ajatella.

Kysely saavutti kahden viikon aikana 83 vastausta. Internetin kautta suoritettavassa kyselyssä piilee se ongelma, ettei kohderyhmää tavoiteta tai kyselyyn tulee vastauksia kohderyhmän ulkopuolelta (Heikkilä 2014, 17). Tässä kyselyssä kohderyhmään kuuluivat käytännössä kaikki, kenelle se sosiaalisen median kautta suunnattiinkin Päijät-Hämeen alueella. Kyselyyn saivat vastata kaikki alle 18 vuotiaista yli 65 vuotiaisiin, eikä sukupuoli tai Mukkulan Kartanosta puuttuvat kokemukset estäneet vastaamista. Uskon, että kyselyn luonne ja sen kytkös tiettyyn yritykseen ja kaupunkiin karsi tehokkaasti vastaajia kohderyhmän ulkopuolelta. Kysely suunnattiin juuri päijäthämäläisille, sillä heidän katsotaan olevan kuluttaja-asiakkaiden suurin segmentti. Päijät-Hämeen ulkopuoliset vastaukset ei mielestäni horjuta tulosten luotettavuutta. Kuluttaja-asiakkaan vastaus on tärkeä, vaikka hänen kotipaikkakuntansa ei olisikaan Päijät-Hämeessä.

Kysely julkaistiin 31.1.2020 kolmessa eri Facebook-ryhmässä, jotka toimivat Päijät-Hämeen alueella. Julkaistu kyselylomake on saatavilla kokonaisuudessaan liitteenä 2. Yksi ryhmistä oli Lahti-ryhmä, jossa nimensä mukaisesti ovat koolla lahtelaiset tai jotenkin lahteen yhteyksissä olevat henkilöt. Toinen ryhmä oli Puskaradio Sysmä, jonka otin mukaan, koska käytän opinnäytetyössä yhtenä vertailukohteena Sysmässä sijaitsevaa Virtaan Kartanoa. Kolmas ryhmä oli Liiketalouden ja matkailun alan opiskelijat syksy 2017, joka on kanssani samaa aikaa koulun aloittaneiden opiskelijoiden ryhmä. Lisäksi kysely julkaistiin minun omalla Facebook-seinälläni. Linkkiä kyselyyn jaettiin myös puhelimitse toimivan WhatsApp-keskustelusovelluksen kautta Lahdessa asuvien tai muuten lahteen yhteyksissä olevien ystäväni ja sukulaisten kesken. Kyselyä ei jaettu Mukkulan Kartanon omilla sosiaalisen median kanavilla, sillä päällekkäin oli menossa ystävänpäiväteemainen arvonta, jota Mukkulan Kartano markkinoi sivuillaan. Samanaikaisesti julkaistuna molempien julkaisuiden vastaajamäärät olisivat saattaneet laskeaku, joten tehtiin päätös olla julkaisematta sitä Mukkulan Kartanon sosiaalisissa medioissa.

Kyselyn mukana julkaistiin saateviesti, jossa esiteltiin syyt, miksi kysely tehdään, kuka sen tekee ja mitä se vastaajalta vaatii. Saateviestin on muodoltaan oltava ystävällinen ja motivoiva, sillä se saattaa olla ratkaisevassa osassa vastataanko kyselyyn vai ei (Heikkilä 2014, 59). Lisäksi saateviestissä kerrottiin, että vastaajien kesken arvotaan saunailta Mukkulan Kartanon rantasaunalla ja arvontaan osallistuminen on vapaaehtoista. Saunailan

arvonnin uskottiin motivoivan ihmisiä vastaamaan kyselyyn. Kysely oli täysin anonymi, jos vastaaja ei tahtonut jättää sähköpostiaan saunaillan arvontaa varten. Saateviesti on saatavissa kokonaisuudessaan liitteenä 2.

4.2 Kyselyn tulokset

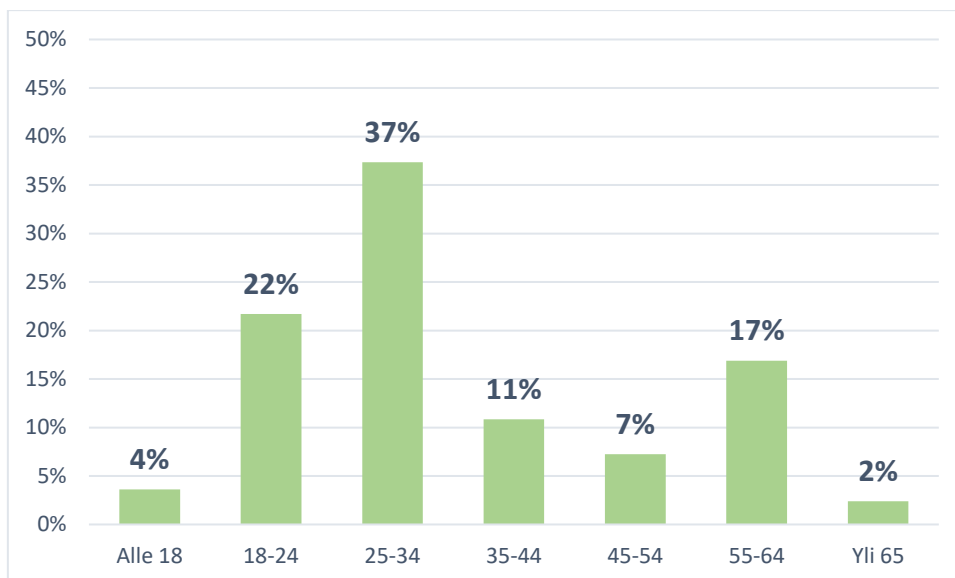
Kysely oli avoinna kaksi viikkoa 31.1.2020-14.2.2020. Kyselyllä pyrittiin saavuttamaan Mukkulan Kartanon kuluttaja-asiakkaat. Julkaisujen näkyvyyttä parannettiin sosiaalisessa mediassa 2.2.2020 ja 11.2.2020 kommentoimalla julkaisua, jolloin se nousi uudelleen näkyviin ryhmissä. Vastauksia kahdessa viikossa kertyi 83. Vastauksia analysoitiin pääasiassa vertailemalla eri ikäluokkien vastauksia. Miehet olivat vastaajina niin huomattavassa vähemmistössä, ettei miesten ja naisten välisten erojen vertailu osoittautunut kannattavaksi. Muu-sukupuoli vastauksia saatiin vain yksi, joten senkään vertailu mies- ja naisvas- taajiin ei ollut luotettava tapa toimia.

Tuloksia analysoitiin Excelissä ristiintaulukoimalla. Taulukoinnissa huomioitiin sekä iän tuomat eroavaisuudet, sekä koko otannan vastaukset. Asiakkaille suunnattu kyselylomake on saatavilla työn lopussa liitteenä 3, kaikki tehdyt ristiintaulukoinnit ovat saatavilla liitteenä 4 ja kyselyn kaikki tulokset ovat saatavilla liitteenä 5.

Taustakysymykset

Taustakysymyksinä esitettiin kysymykset iästä sekä sukupuolesta. Taustakysymysten avulla tulosten analysointi ristiintaulukoinnilla osoittautui hyväksi menetelmäksi. Menetelmänä ristiintaulukointi oli uusi minulle.

Vastauksia saatiin jokaisesta ikäryhmästä aina vähintään kaksi yhtä kysymystä kohden. Sukupuolet jakautuivat vastaajien kesken niin, että suurin ryhmä olivat naiset 78 prosentilla, miehet toisena 20 prosentilla ja muu vastauksia saatiin kaikkiaan 1%. Suurin ikäryhmä oli 25-34-vuotiaat 37 prosentilla. Kaikkien ikäryhmien vastaajamäärät ovat nähtävissä prosentteina alla olevasta kuviosta 1.



Kuvio 1. Ikäkuvio

Majoitus

Kyselyn ensimmäinen osio koskee kuluttaja-asiakkaiden majoitustottumuksia. Osion ensimmäinen kysymys selvitti kenen kanssa vastaaja tavallisesti matkustaa. Kysymykseen sai valita useamman vastauksen, sillä esimerkiksi puoliso ja perhe haluttiin pitää omana vastauksena, sillä matkan sisällöltä ne ovat kovin erilaiset. Tarjoamalla mahdollisuuden valita useampi vastausvaihtoehto, vastaajan ei tarvinnut valita yleisempää matkustusseuraa puolison ja perheen väliltä. Vastaajista 36 matkusti tavallisesti puolison kanssa, 32 ystävän kanssa, 29 perheen kanssa, 14 yksin ja 1 muu; *matkustan tosi vähän*. Vastauksia analysoidessa on otettava huomioon, että yksi vastaaja on saanut valita useamman vastausvaihtoehdon.

Seuraava kysymys käsitteli matkustusta niin ikään yleisellä tasolla. Kysymyksellä haluttiin selvittää, kuinka paljon vastaajat matkustavat ylipäätään Suomessa. Koko Suomen tasolla suomalaiset ovat matkustaneet 830 000 yöpymisvuorokauden verran tammikuussa 2020 (Tilastokeskus 2020a).

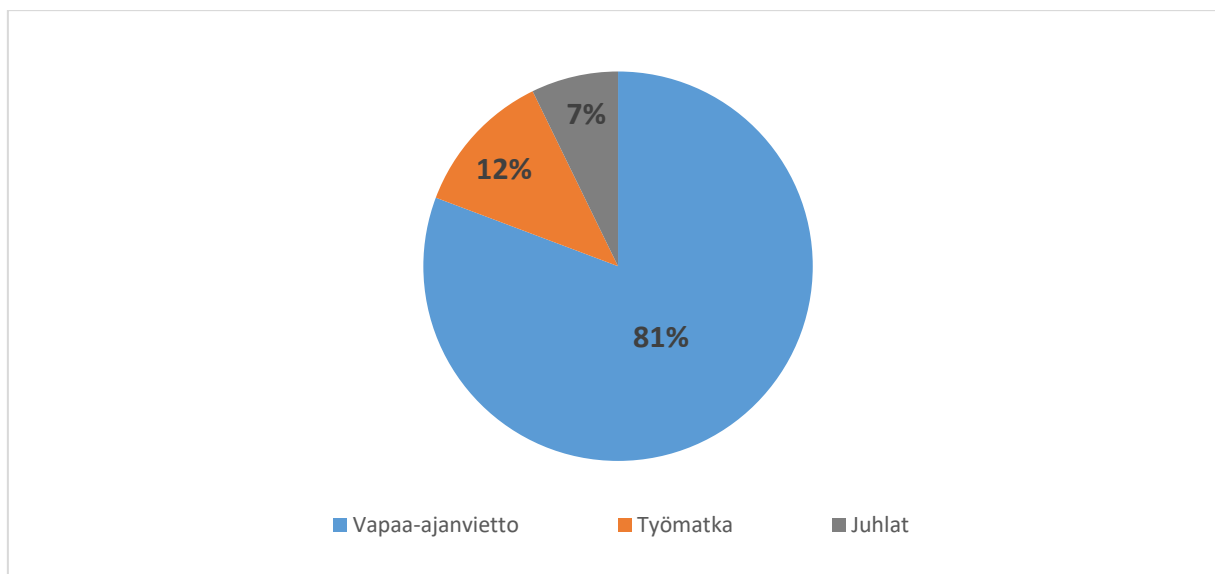
Taulukko 3. Matkailumäärät

| Kuinka usein käytät majoituspalveluja Suomessa? | Kaikista vastanneista |
|---|-----------------------|
| 5 tai yli 5 kertaa vuodessa | 16 % |
| 3-4 kertaa vuodessa | 33 % |
| 1-2 kertaa vuodessa | 40 % |
| Harvemmin | 11 % |
| En koskaan | 1 % |
| Yht. | 100 % |

Yllä olevasta taulukosta selviää, että suurin määrä vastauksista kohdistuu vaihtoehtoon 1-2 kertaa vuodessa. Toiseksi suurimman määrän vastauksista sai vaihtoehto 3-4 kertaa vuodessa. Yli 35-vuotiaat matkustavat tämän kyselytutkimuksen mukaan hieman enemmän kuin heitä nuoremmat. 22% prosenttia 35-44-vuotiaista vastaajista matkustaa 5 tai yli 5 kertaa vuodessa, kun taas 18-24-vuotiaista niin paljon matkustaa vain 11%. Prosentit nousevat seuraavassa ikäluokassa, sillä 45-54-vuotiaista 33% matkustaa 5 tai yli 5 kertaa vuodessa ja 55-64-vuotiaiden ikäluokassa ne hieman laskevat, sillä tulos on 21%. Tilastokeskuksen tekemän tutkimuksen mukaan suomalaisten matkailu Suomessa on nousussa, ja minun saamat vastaukset kyselyyn yhdessä puhuvat sen puolesta, että suomalaiset matkustavat hyviä määriä vuodessa ja matkailua on varmasti mahdollista lisätä entisestään.

Seuraavana kysely lähti kartoittamaan vastaajien syitä yöpyä hotelleissa ja minkälaisia aktiviteetteja he matkallaan haluavat harrastaa. Kartanot itsessään saattavat vetää majoittujia pitkän tarinan ja historian tarinoiden vuoksi, mutta majoituskohteessa oleskelun lisäksi tarjolla olevat aktiviteetit ja kohdekaupungissa olevat tapahtumat kiinnostavat varmasti matkailijoita. Juuri kotimaan matkailu kiinnostaa nyt nuoria, sillä ilmastonmuutos huolettaa monia ja paikallisuuden arvo on noussut (Jänkälä 2019b).

Alla oleva ympyräkuvio näyttää, että hotelleissa yövytään odotetusti eniten vapaa-ajan vieton vuoksi. Työmatkalaisia on toiseksi eniten ja juhlien vuoksi majoitutaan hotelliin harvimminkin. Vapaa-ajan palvelujen tärkeys korostuu tämän kuvion perusteella. Jälleen yli 35-vuotiaat loistavat tilastossa, sillä he matkustavat vapaa-ajanvieton vuoksi todennäköisemmin, kuin nuorempansa. Yli 35-vuotiaista jopa 89% matkustaa vapaa-ajanvieton vuoksi ja todennäköisyys nousee ikäluokkien mukana. Yli 65-vuotiaista jo 100% matkustaa vapaa-ajanvieton vuoksi.



Kuvio 2. Syyt majoittua hotelleihin

Vastaajilta kysyttiin heidän mieltymyksistään aktiviteetteihin lomalla. Kysymys oli avoin, mutta heitä avustettiin esimerkkiaktiviteeteilla; urheilu, kulttuuri, musiikki jne. Monet vastaajista tarttuivatkin esimerkissä annettuihin aktiviteetteihin, eli suurin osa vastaajista vastasi urheilu, kulttuuri, musiikki tai ne kaikki. Lisäksi vastauksissa toistuivat

- luonto
- ravintola tai kahvilatarjonta
- museot
- tapahtumat.

Työ- ja elinkeinoministeriön (2019, 33) mukaan matkailijoita eniten kiinnostavat aktiviteetit ovat musiikki ja kulttuuri. Vastauksista voidaan päätellä, että aktiviteetit todellakin vetävät asiakkaita ja majoitusliikkeet, jotka voivat mahdollisimman monipuolisesti aktiviteetteja tarjota, ovat todella kilpailukykyisiä. Vaikka majoituspalvelu ei voisi itse tarjota aktiviteetteja, tulevat yhteistyökumppanuudet silloin kysymykseen. Jänkälän (2019, 46) mukaan kansainvälisesti mitattuna Suomen matkailussa suurimmat vetovoimat ovat puhtaus ja luonto, joten luonnollista on, että se meitä suomalaisiakin viehättää ja toimii vetovoimaisesti matkailussa.

Seuraavalla kysymyksellä tiedusteltiin, että kuinka monta yötä vastaaja keskimäärin viipyy matkallaan. Tilastokeskuksen tutkimuksen mukaan tammikuussa 2020 Päijät-Hämeessä kirjattiin 28 515 kotimaista hotellyötä, joista Lahdessa yövyttiin 14 752. (Tilastokeskus 2020b.)

Taulukko 4. Matkan kesto

| Kuinka monta yötä viivyt keskimäärin matkoilla? | Kaikista vastanneista |
|---|-----------------------|
| 5 tai yli 5 yötä | 12 % |
| 3-4 yötä | 14 % |
| 1-2 yötä | 73 % |
| Yhteensä | 100 % |

Yläpuolella oleva matkan kestoä kuvaava taulukko näyttää, että 73 prosenttia kyselyyn vastanneista kertoi viipyvänsä matkoilla 1-2 yötä, mikä tuntuu varsin yleiseltä yöpymismäärältä ylipäätään. Työ- ja elinkeinoministeriön (2019, 25) suorittaman selvityksen mukaan kotimaassa tehtyjen matkojen kesto on ollut lähes vakio jo 20 vuotta. Matkoilla viivytään keskimäärin 1,8-1,9 vuorokautta, mikä vastaa hyvin myös tässä kyselyssä saatua tulosta. Ihanteellisia matkustajia ovat tämän kyselyn perusteella 35-44- vuotiaat, sillä heistä 100% viipyy 1-2 yötä matkoillaan. Työmatkat kestävät arviolta pidempään, kuin vapaa-ajanmatkat, joten ne nostavat varmasti hiukan tämän kysymyksen keskiarvoa.

Tänä päivänä tarjolla on useita eri hintoja samalle hotellihuoneelle, joten erilaiset varauspalvelut ovat käteviä selvittämään omaan budjettiin sopivaa hintaa. Vastaajilta kysyttiin minkälaisia kanavia he käyttävät majoituksen valintaan. Tässä kysymyksessä he saivat valita useamman vastauksen. Suosituimpana kanavana valittiin Booking.com, toiseksi suosituimpana Trivago, kolmantena Ebookers ja neljäntenä Momondo. Kysymykseen jätettiin avoin muu-vastaus ja se keräsi lisäksi vielä 32 vastausta. Vastaajat kertoivat tekevänsä varauksia myös seuraavista kanavista:

- nettimökki
- hotellien omat sivut
- puhelinpalvelu
- airbnb
- Google Travel
- Hotels.com
- RCI, jossa hallitaan lomaosakkeita ja niiden käyttöä.

Jokaisella on omat kriteerinsä majoituskohteen valintaan ja eri kriteerien tärkeysjärjestystä kysyttiin mielipidekysymyksessä, jossa vastaaja sai arvioida eri ominaisuuksien tärkeyttä

asteikolla 0-5, jossa 0= ei yhtään ja 5= tärkeintä. Kriteereinä esitettiin hinta, sijainti, aktiviteetit, palvelut, suositukset ja tarjoukset. Tärkeimpänä valittiin useimmin sijainti ja näistä vaihtoehtoista vähintään tärkeyttä annettiin aktiviteeteille. Tässä kysymyksessä saatiin kompastua siihen, että kaikki kyseiset kriteerit ovat tärkeitä, joten vastaajan on saattanut olla vaikea vastata niihin. Vastaajalla on tosin ollut vapaus vastata vaikka kaikkiin samalla arvolla, joten täysin ehdottomaan tärkeysjärjestykseen niitä ei ole tarvinnut osata laittaa.

Alla olevat taulukot selventävät paremmin vastausten jakautumista. Taulukko 5 näyttää vastausten arvosanojen jakautumisen kunkin vastausvaihtoehdon kohdalla. Esimerkiksi vastausvaihtoehto palvelut, on saanut 26 kappaletta arvosanoja 4 ja sijainti on saanut 31 kappaletta arvosanoja 5. Taulukko 6 puolestaan näyttää annettujen vastausten keskiarvon kahden desimaalin tarkkuudella.

Taulukko 5. Arvosanojen jakautuminen

| Arvo | Hinta | Sijainti | Aktiviteetit | Palvelut | Suosituks | Tarjoukset |
|-------------|-------|----------|--------------|----------|-----------|------------|
| 5 | 18 | 31 | 8 | 7 | 10 | 23 |
| 4 | 45 | 40 | 17 | 30 | 26 | 29 |
| 3 | 15 | 10 | 28 | 35 | 25 | 18 |
| 2 | 3 | 1 | 18 | 8 | 17 | 11 |
| 1 | 2 | 1 | 9 | 2 | 4 | 1 |
| 0 | 0 | 0 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| Yht. | 83 | 83 | 83 | 83 | 83 | 83 |

Taulukko 6. Arvosanojen keskiarvot

| | Hinta | Sijainti | Aktiviteetit | Palvelut | Suosituks | Tarjoukset |
|------------|-------|----------|--------------|----------|-----------|------------|
| ka. | 3,89 | 4,22 | 3,07 | 3,18 | 3,22 | 3,71 |

Kaikista vastaajista peräti 7 oli majoittunut Mukkulan Kartanossa aiemmin ja oli myös kiinnostunut majoittumaan siellä uudestaan. Heiltä kysyttiin avoimella kysymyksellä, miksi uudelleen majoittuminen voisi heitä kiinnostaa.

”Kyllä, palvelu oli tasokasta”

”Mahtavat saunatilat ja palvelut kokonaisuudessaan”

”Hyvät muistot”

Asiakkaisiin on onnistuttu jättämään pääasiassa positiivinen muistijälki. Vastaajista 76 ei ollut majoittunut Mukkulan Kartanossa aiemmin. Heiltä kysyttiin, voisivatko he silti olla kiinnostuneita Mukkulan Kartanon majoituspalveluista.

”Voisin majoittua puolison kanssa esim hääpäivää viettämään”

”Olisin kiinnostunut, sillä kartano on hienolla paikalla”

”Kyllä, kaunis paikka”

Mukkulan Kartano selkeästi kiinnostaa puitteidensa puolesta ainakin teoriassa. Moni kuitenkin kertoo, että asuu niin lähellä, ettei majoittuminen olisi kannattavaa. Jotkut harmittelevat myös kampanjoiden puutetta, jonka vuoksi majoitus ei kiinnosta.

Juhlapalvelut

Ensimmäinen kysymys juhlapalveluosiossa oli mielipidekysymys, jossa vastaaja sai arvioida eri juhlaominaisuuksien tärkeyttä asteikolla 0-5, jossa 0= ei yhtään tärkeä ja 5=tärkein. Pisteet jakautuivat tässäkin kysymyksessä melko tasaisesti. Eniten painoarvoa on kuitenkin annettu mahdollisuudelle tuoda omat alkoholijuomat juhlapaikalle. Tulos ei sinänsä yllätä, sillä alkoholi on varmasti yksi suurimmista kulutekijöistä aikuisten juhlissa. Mahdollisuudella tuoda omat alkoholijuomat voi päästä paljonkin halvemmalla. Vähiten painoarvoa annettiin mahdollisuudelle lämmitellä tai valmistella tarjottavia itse. Kun puhutaan häistä tai suurista syntymäpäiväjuhlilla, on aivan normaalia ottaa kaikki palvelut paketina juhlia järjestävältä yritykseltä, jolloin järjestäjä nimenomaan välttää itse valmistelemasta ruokia juhlien keskellä. Ruokien lämmitys ja valmistus on kuitenkin käynyt vastaajien mielessä, sillä pisteiden jakautuminen on niin tasaväkistä. Mahdollisuus vastata itse juhlien ruokapuolesta tulee kysymykseen varmasti esimerkiksi myöhempään yöhön jatkuvissa syntymäpäiväjuhlissa. Alla olevat taulukot selventävät vastausten jakautumista. Taulukko 7 näyttää arvosanojen jakautumisen kunkin vastausvaihtoehdon kohdalla. Esimerkiksi vastausvaihtoehto mahdollisuudesta koristella juhlatilaa, on saanut 15 kappaletta arvosanoja 3 ja 31 kappaletta arvosanoja 5. Taulukko 8 näyttää annettujen arvosanojen keskiarvon.

Taulukko 7. Arvosanojen jakautuminen mielipidekysymyksessä

| Mahdollisuus | | | | | |
|--------------|--------------|------------------------------|--------------|--------------|---------------|
| | Mahdollisuus | lämmittää tai muuten val- | Mahdollisuus | Mahdollisuus | Mahdollisuus |
| | tuoda omat | mistella tar- | alkoholijuo- | koristella | majoittua |
| Arvosana | ruoat | jottavia itse | mat | juhlatilaa | juhlapaikalle |
| 5 | 19 | 17 | 30 | 31 | 24 |
| 4 | 26 | 31 | 31 | 26 | 34 |
| 3 | 19 | 17 | 10 | 15 | 13 |
| 2 | 11 | 7 | 6 | 6 | 7 |
| 1 | 3 | 6 | 2 | 1 | 3 |
| 0 | 5 | 5 | 4 | 4 | 2 |
| yht. | 83 | 83 | 83 | 83 | 83 |

Taulukko 8. Mielipidekysymyksen arvosanojen keskiarvo

| Mahdollisuus | | | | | |
|--------------|--------------|------------------------------|--------------|--------------|---------------|
| | Mahdollisuus | lämmittää tai muuten val- | Mahdollisuus | Mahdollisuus | Mahdollisuus |
| | tuoda omat | mistella tar- | alkoholijuo- | koristella | majoittua |
| | ruoat | jottavia itse | mat | juhlatilaa | juhlapaikalle |
| ka. | 3,39 | 3,37 | 3,83 | 3,82 | 3,76 |

Vastaajilta haluttiin selvittää, minkälaisia juhlia he voisivat kuvitella järjestävänsä juhlapalveluja tarjoavan yrityksen tiloissa. Vastaajat saivat valita useamman vaihtoehdon. Eniten ääniä vaihtoehdoista sai aikuisten syntymäpäiväjuhlat ja toiseksi eniten ääniä sai häät. Kolmanneksi sijoittui sukujuhlat ja vähiten kiinnostusta herätti lasten syntymäpäiväjuhlat. Kysymyksessä oli myös avoin muu-vastaus, johon saatiin kymmenen vastausta. Vastaajat olisivat kiinnostuneet järjestämään myös valmistujaisia ja pieniä perhejuhlia. Juhlien laadusta riippumatta juhlien vierasmäärät halutaan pitää maltillisena, kuten alla olevasta taulukosta on nähtävissä. Ikä vaikuttanut merkittävästi siihen, kuinka suuret juhlat voitaisiin kuvitella järjestettävän.

Taulukko 9. Juhlien vierasmäärät

| Kuinka suuret juhlat voisit kuvitella pitäväsi? | Kaikista vastanneista |
|---|-----------------------|
| Alle 50hlö | 46 % |
| 50-100hlö | 53 % |
| 100-200hlö | 1 % |
| yli 200hlö | 0 % |
| Yhteensä | 100 % |

Mukkulan Kartano kiinnosti kuitenkin juhlapaikkana merkittävästi. Mukkulan Kartanossa viehättää eniten kaunis miljöö.

”Kyllä, kartano on lähellä ja mukautuu erilaisiin juhliin sopivaksi”

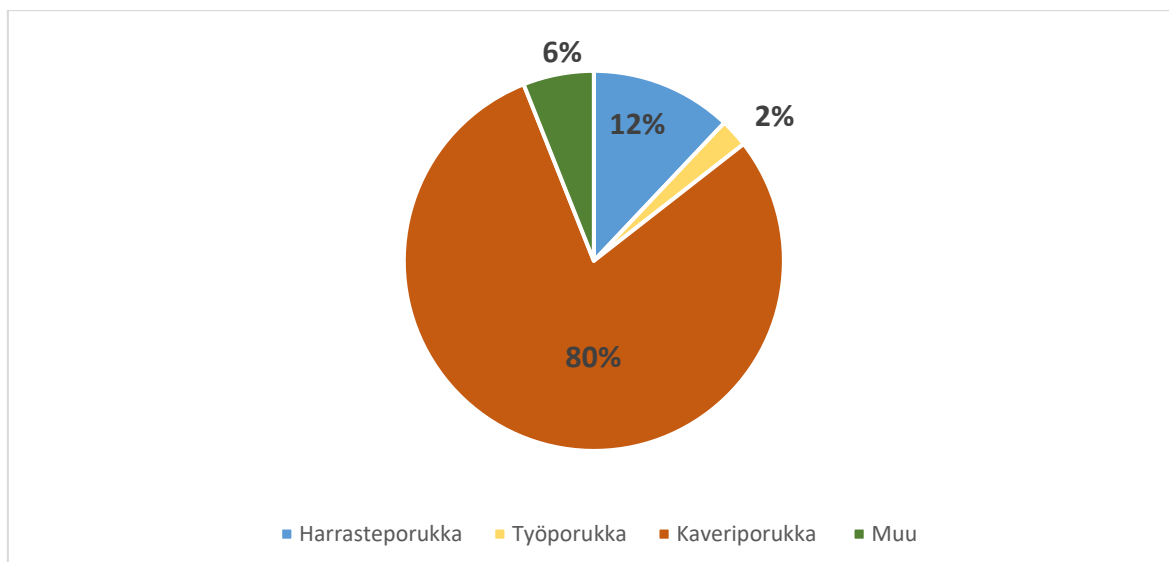
”Kyllä, kaunis miljöö, arvokas tuntu”

Teoriassa lähes kaikki ovat kiinnostuneita järjestämään juhlat Mukkulan Kartanossa. Osa vastaajista mainitsee ehdoksi muun muassa kilpailukykyisen hinnan ja mahdollisuuden saada kaikki juhla järjestelyt saman katon alta.

Vapaa-ajanpalvelut

Vapaa-ajanpalveluita koskeva osio alkaa kysymyksillä, jotka kartoittavat vastaajien kiinnostusta osallistua Mukkulan Kartanolla järjestettäviin tapahtumiin. 92 prosenttia kaikista vastaajista on kiinnostunut osallistumaan Mukkulan Kartanolla järjestettäviin tapahtumiin. Eniten vastaajia kiinnosti musiikkitapahtumat sekä ruokatapahtumat kuten illalliset. Liikuntatapahtumat ja koko perheen tapahtumat keräsivät keskenään melko tasavertaisen määrän vastauksia. Kysymyksessä vastaaja sai valita useamman vaihtoehdon ja sen lisäksi vaihtoehtona oli vielä avoin muu-vastausvaihtoehto. Vastaajia kiinnosti myös teatteri.

Alla oleva ympyräkuvio näyttää kenen kanssa vastaajat ovat vuokranneet tai olisivat kiinnostuneet vuokraamaan Mukkulan Kartanon saunatiloja. 90 prosenttia vastaajista ei ollut vuokrannut Mukkulan Kartanon rantasaunaa, mutta sen vuokraaminen kuitenkin erityisesti kaveriporukalla kiinnosti.



Kuvio 3. Saunan vuokraus

Kiinnostusta vuokrata saunatilat harrasteporukalla on jonkin verran ja työporukalla vuokraus kiinnosti kaikista vähiten. Avoin muu-vastausvaihtoehto sai 6 prosenttia vastauksista ja kaikki vastaukset koskivat kiinnostusta vuokrata saunatilat perheen tai sukulaisten kesken.

Ravintolapalvelut

Viimeisenä osiona kyselyssä oli ravintolapalveluja koskevat kysymykset. Miesten ollessa selvä vähemmistö verrattain naisiin, koin sukupuolten välisen vertailun hieman epäluotettavaksi, joten sukupuolien eroavaisuuksien lisäksi tässä on tutkittu muiden tulosten lailla myös koko otannan kannalta. Suuremman vastaajamäärän saavuttavassa kyselyssä voitaisiin mahdollisesti nähdä mielenkiintoista tietoa miesten ja naisten eroista ravintolakäymisestä. Tämän kyselyn perusteella 18-24- vuotiaat naiset käyvät kuitenkin eniten ravintoloissa. Koko otannasta suoritetun taulukoinnin tulokset nähdään alapuolella olevasta taulukosta. Kaikista vastanneista 39 prosenttia käy ravintoloissa 1-2 kertaa kuukaudessa. 11 prosenttia vastaajista käy ravintoloissa eniten, eli 5 tai yli 5 kertaa kuukaudessa. Kyselyssä ei lähdetty erittelemään sitä, tarkoittaako ravintola ruokaravintolaa vai esimerkiksi yökerhoa.

Taulukko 10. Ravintolakäynnit

| Kuinka usein käyt ravintoloissa kuukaudessa? | Kaikista vastanneista |
|--|-----------------------|
| 5 tai yli 5 kertaa kuukaudessa | 11 % |
| 3-4 kertaa kuukaudessa | 18 % |
| 1-2 kertaa kuukaudessa | 39 % |
| Harvemmin | 33 % |
| En koskaan | 0 |
| Yhteensä | 100 % |

Seuraava kysymys koski sitä, kuinka paljon vastaaja oli valmis käyttämään rahaa ravintolailtaan per henkilö. Kukaan vastaajista ei ollut valmis laittamaan illalliseen rahaa yli 200 euroa, vaan suosituin vastaus oli melkein kaikissa ikäluokissa alle 50 euroa. Tilastossa on nähtävissä pientä nousua rahankäytön suhteen samalla, kun ikäluokka kasvaa. 45-55-vuotiaista 67% on valmis käyttämään illalliseen juomineen 50-100 euroa, kun taas yli 65-vuotiaista jo 100% on valmis käyttämään rahaa enää alle 50 euroa. 18-24 vuotiaista 6 prosenttia oli valmis käyttämään ravintolailalliseen 100-200 euroa, mutta muutoin vastaukset pysyttelivät alle 100 eurossa. Mukkulan Kartanossa illallisella oli kiinnostunut käymään 92 prosenttia, mutta vain 10 prosenttia oli joskus käynyt Mukkulan Kartanossa illallisella tai juhlapäivien buffeteissa.

4.3 Tulosten luotettavuus

Validiteetti

Kyselyn päätyttyä on tutkijan lähdettävä pohtimaan kyselyn vastausten luotettavuutta. Luotettavuutta lisää validi kohderyhmä, korkea vastausprosentti, sekä kysymykset, jotka kattavasti vastaavat tutkimuskysymyksiin. Luotettavuutta mitattaessa pohditaan myös kyselyn validiteettia, eli pätevyyttä ja onnistuttiinko mittaamaan sitä, mitä pitikin ja vastaako tulokset tutkimuskysymyksiin. (Heikkilä 2014, 177-178.)

Toisena tutkimuskysymyksenä tässä opinnäytetyössä selvitetään, minkälaisia palveluja kuluttaja-asiakkaat Mukkulan Kartanolta haluavat. Koen kyselyn vastaavan tähän kysymykseen hyvin. Kyselyssä esitettiin suoria kysymyksiä siitä, haluaako asiakas käyttää Mukkulan Kartanon palveluja, millaisia aktiviteetteja hän matkallaan haluaisi harrastaa, haluaisiko vastaaja osallistua Mukkulan Kartanon tapahtumiin ja millaisista tapahtumista hän voisi olla kiinnostunut. Osa kysymyksistä oli avoimia, mutta niitä avustettiin esimerkein, kuten kysymyksessä numero 6 (Liite 3); Millaisia aktiviteetteja harrastat matkasi vapaa-ajalla? (Esim. urheilu, kulttuuri, musiikki jne.). Avoimien kysymyksien toivottiin tuovan

esiin kenties jotain yllättävääkin, kun vastaajalle annetaan vapaa sana. Varsinaisia yllätyksiä avoimet vastaukset eivät kuitenkaan antaneet, mutta avoimiin kysymyksiin vastattiin mielestäni hämmästyttävän hyvin siihen nähden, että vastauskentän olisi voinut jättää myös tyhjäksi ja siirtyä seuraavaan kysymykseen. Lisäksi vertailuarvon vuoksi kyselyssä esitettiin kysymyksiä myös yleisellä tasolla, esimerkiksi; Kuinka usein käytät majoituspalveluja Suomessa? Kyselyn luotettavuutta mitattaessa mielessä täytyy pitää mahdollisuus, että osa vastaajista on voinut jättää vastauksen vain arvontaan osallistumisen vuoksi, jolloin kyselyyn annettuja vastauksia ei ole annettu tarkoituksenmukaisesti. Mielipidekysymykset eivät välttämättä onnistuneet mittaamaan sitä, mitä haluttiin. Mielestäni vastausvaihtoehdot olisi pitänyt muotoilla eri tavalla, jotta vastauksista olisi voitu saada tarkoituksenmukaisemmat tulokset. Valitsin vastausvaihtoehdoiksi liian itsestään selvät vaihtoehdot, joita on uskoakseni ollut hankala laittaa tärkeysjärjestykseen. Näin ollen vastaukset ovat todella tasaväkisiä ja on hankala sanoa, mikä asiakkaalle on oikeasti ollut tärkeää, ja mikä ei.

Reliabiliteetti

Validiteetin lisäksi pohditaan kyselyn reliabiliteettia, eli tarkkuutta. On pelkästään inhimillistä, että silloin kun on kyse ihmisistä, voi sattua virheitä. Virhe voi sattua vastaajalle tai tiedon kerääjälle. (Heikkilä 2014, 28.)

Kyselyn tuloksia tarkastellessa huomataan heti, että vastaajaenemmistö kuuluu 25-34 vuotiaalle (37%) ja sukupuolijakauman voittavat naiset 78 prosentilla. Tästä syystä sukupuolien välistä vertailua ei ole luotettavaa tehdä, vaan tuloksien analysointiin käytetyssä ristiintaulukoinnissa hyödynnettiin iän tuomaa eroavaisuutta vastauksiin. Omaan kokemuksen tuomaan arviooni perustuen sanoisin, että vastaajaenemmistö on mielestäni hieman nuorempi, kuin tämänhetkinen todellinen keski-ikä kuluttaja-asiakkaissa. Arvioisin todellisen keski-ikä 40 ikävuoden paikkeille ja sekin voi olla vielä liian alas jäävä arvio. Kyselyssä paljastunut vastaajaenemmistön ikä selittyy varmasti osin sillä, että kyselyä jaettiin pitkälti kanssani saman ikäisten oppilaiden ja ystävieni keskuudessa.

Tarkkuus voi heitellä inhimillisistä syistä, kuten näppäilyvirheestä. Tällaiset virheet laskevat kyselyn luotettavuutta. Tulosten luotettavuutta lisäisi se, että otos käsittäisi koko kohderyhmän, eikä vain osaa siitä. (Heikkilä 2014, 28). Vastaajien keski-ikä ollessa omalta arvioltani hieman nuorempi, kuin todellinen kuluttaja-asiakkaiden keski-ikä, ei kyselyä voida pitää absoluuttisen luotettavana. En usko kuitenkaan, että kyselyn perimmäinen tarkoitus kärsii paljoa, vaikka muutama vastaajista painaisikin esimerkiksi iän tai kuukausittaisten ravintolakäyntien määrän väärin, sillä moniakaan Mikkulan Kartanon palveluista ei tarvitse varsinaisesti rajata tai tarjota iän perusteella.

Alle 18-vuotiaiden vastauksia ei mielestäni voi myöskään pitää täysin luotettavina. Jos oletetaan etteivät he alaikäisyyden vuoksi toimi itse juhlien tai illallisten maksajina, saattaa annetuissa budjeteissa tai juhlien koon arvioinneissa tapahtua yli- tai alilyöntejä. Kyselyn vastausten analysoinnin tueksi olenkin käyttänyt lähteenä työ- ja elinkeinoministeriön julkaisemia raportteja matkailualaa koskien, jotka kuitenkin suurilta osin tukevat kyselytuloksiani. Raporteista nähdään koko Suomen tasolla mitattuna samoja teemoja, joita itse mitasin tässä kyselyssä.

5 KEHITYSEHDOTUKSET

5.1 Majoituspalvelut

Kyselyn perusteella voidaan todeta, että päijäthämäläisillä on kiinnostusta Mukkulan Kartanoa kohtaan. Kyselyn majoitusosion tulokset antoivat pohdittavaa. Vastaajat matkustivat yleensä vapaa-ajan vuoksi ja halusivat harrastaa erilaisia aktiviteetteja matkan aikana. Matkoilla viivytään keskimäärin 1-2 vuorokautta, mikä viittaa viikonloppumatkoihin. Suurimmiksi aktiviteeteiksi nousivat urheilu ja musiikki. Kuluttaja-asiakkaat olivat selkeästi kiinnostuneita Mukkulan Kartanon majoituspalveluista, mutta kokivat ongelmaksi sen, että he asuivat niin lähellä, ettei majoitus olisi kannattavaa. Lisäksi majoituksesta kiinnostuneet harmittelivat kampanjoiden puutetta. Toisaalta osa vastaajista oli sitä mieltä, että olisi mukava tutustua paikalliseen hotellitarjontaan tai viettää hääpäivää puolison kanssa kartanon maisemissa. Kysymys, jossa selvitettiin, kenen kanssa vastaajat yleensä matkustavat, oli puoliso ja toiseksi yleisin vastaus oli, että matkaseurana toimii ystävä.

Tässä kohtaa lähtisin työstämään romanttista majoituspakettia Mukkulan Kartanoon. Vaihtoehtoina voisi hyvin olla morsius-suite ja tavallinen kahden hengen huone, jotta hinnassakin olisi hieman joustamisen varaa. Pakettia voitaisiin kampanjoida hääsesongilla kesällä, mutta pitää se näkyvillä kaikkina vuodenaikoina vuosipäiviään viettävien pariskuntien löydettävillä. Paketti voisi sisältää muun muassa tervetuliais samppanjan huoneessa ja mahdollisesti jotain pientä syötävää ruusun terälehtiä unohtamatta. Asiakas saisi valita joko intiimin illallisen kartanolla tai voisimme hoitaa heidän puolestaan pöytävarauksen johonkin muuhun ravintolaan. Tähän saataisiin mallia organisaation sisältä Vanjalinnalta, jotka myyvät romanttisia viikonloppupaketteja aamiaisineen ja kolmen ruokalajin illallisineen (Vanajanlinna 2020d). 35-44- vuotiaista 100% viipyi matkallaan 1-2 yötä, joten näiden ominaisuuksien puolesta heidän ikäryhmänsä sopii loistavasti kohderyhmäksi tämänkaltaisen paketin markkinointiin.

Romanttisten yöpymisten rinnalle olisi hyvä tuoda tarjontaa myös muun perheenjäsenen tai ystävän kanssa matkustavalle. Rajattu määrä tutustumishinnalla olevia majoituksia voisi tehdä kauppaa paikallisillekin. Majoitukseen voisi sisältää huoneisiin jätettäviä tietopaketteja kartanon historiasta, kuuluisista kummituksista sekä tulevista tapahtumista ja tarjouksista. Edulliseen hintaan ei sisällytettäisi illallista, mutta asiakas voisi ennakoon varata paikan kartanon illalliselta, joka toteutuisi tietyllä henkilömäärällä. Näin asiakkaalle tarjottaisiin edullinen paikallinen elämys, mitä muuten ei selvästi lähdetäisi edes harkitsemaan. Alle 18-vuotiaista peräti 67% viipyivät matkallaan 3-4 yötä. Nuoremmat asiakkaat voisivat siis olla potentiaalista kohderyhmää sellaisten majoituspakettien markkinoinnissa,

jossa yhdistetään useamman päivän majoitus ja jokin aktiviteetti. Aktiviteetti voisi yrittää mukailta pinnalla olevia lajeja. Tällä hetkellä esimerkiksi erilaiset joogat ja henkistä hyvinvointia edistävät harrastukset ovat suosiossa. Nuoremmat olivat kiinnostuneita niin Mukkulan Kartanon järjestämistä tapahtumista, kuin yleisesti musiikki- ja urheilutapahtumistakin.

Avoimien kysymyksien vastauksista kävi lähes poikkeuksetta ilmi, että Mukkulan Kartanon majoituksessa viehättää eniten upeat puitteet ja miljö. Kartanon nettisivuilla ja muussa markkinoinnissa kannattaakin hyödyntää sitä, että ihmiset viehättyvät erityisesti juuri puitteista. Markkinoinnin tukena kannattaa käyttää visuaalisia keinoja, joka tuo kartanon parhaat puolet esiin. Mukkulan Kartano jakaa tällä hetkellä kuviaan sosiaalisen median eri kanavissa. Kuvissa nähdään yleensä lounas- ja illalliskattauksia sekä kartanon pihapiiriä. Tällä hetkellä puitteiden tuomaa kiinnostusta hyödynnetään siis aktiivisesti.

Lisämyyntiä aktiviteeteista

Mukkulan Kartanolla ei itsellään ole mahdollisuutta tarjota aktiviteetteja majoittujilleen. Kartanolla tehdään kuitenkin yhteistyötä erilaisia aktiviteetteja tarjoavien yritysten kanssa.

Jos asiakas saisi ostettua esimerkiksi keikkalipun ja majoituksen yhdellä kertaa, voisiko se tuoda toivottua lisämyyntiä kuluttaja-asiakkaiden suunnalta. Tarjolla voisi olla niin keikkalippuja, kuin teatterilippuja sen mukaan, mikä sillä hetkellä saa ihmiset liikkeelle. Samalla tavalla voisi toimia urheilun kanssa. Voisimme hankkia asiakkaalle liput jääkiekkopeliin tai varata heille tenniskentän heidän haluamalleen ajankohdalle. Tekisimme heidän lomastaan mahdollisimman vaivatonta ja sujuvaa. Talvella voisi tuoda enemmän esiin hiihtämisen ja luistelun mahdollisuuksista. Lahti tunnetaan urheilusta, niin tuodaan sitä reilusti saataville majoituksen yhteyteen.

5.2 Juhlalpalvelut

Juhlalpalveluiden mielipidekysymykseen vastattiin todella tasaväkisesti, kun haluttiin tietää, mikä on tärkeää juhlapalveluja järjestettäessä. Mahdollisuus tuoda omat alkoholijuomat ottivat täpärästi kärkisijan. Tärkeäksi koettiin myös mahdollisuus koristella juhlatilaa. Tasaväkisen äänijakauman vuoksi myös mahdollisuus yöpyä juhlapaikalla ja tuoda juhlapaikalle omat ruoat on käynyt ihmisten prioriteeteissa kärjessä. Vähiten ääniä sai mahdollisuus valmistaa tai lämmittää ruokaa itse juhlapaikalla. Juhlatyypeistä aikuisten juhlat, häät ja sukujuhlat kiinnostivat vastaajia eniten. Lähes puolet vastaajista pitäisi juhlat 50-100 hengelle ja voidaan sanoa, että muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta loput vastaajista viettäisi juhlat alle 50 hengen porukalla.

Mukkulan Kartanon päärakennus on itse kartanorakennus, jossa muun muassa juhlasali ja osa hotellihuoneista sijaitsee. Päärakennus on kokonaisuudessaan anniskelualueetta, joten sinne ei saa tuoda omia alkoholijuomia. Juhlien jatkopaikaksi monesti valikoituvaan Kavaljeeriin sen sijaan on mahdollista tuoda omia alkoholijuomia. Lisäksi rantasauna ei myöskään kuulu anniskelualueeseen, joten saunatilat voi hyvinkin liittää juhlien jatkopaikaksi ja tuoda sinne omat juomat, jotka riittävät aamuun saakka. Kavaljeerin tiloissa on myös mahdollista säilyttää ruokia ja juomia kylmässä, mutta ruokia ei saa lämmitettyä siellä. Kaikkia tiloja on mahdollista koristella asiakkaan tarpeiden mukaan.

Näitä asioita olisi hyvä tuoda esiin juhlapalveluja esittelevässä osuudessa, sillä koen ainakin henkilökohtaisesti vaikeaksi lähteä pyytämään tarjousta ja esittämään kysymyksiä, jos en tiedä paikasta oikeastaan mitään.

Koska mahdollisuus tuoda omat alkoholijuomat juhlapaikalle koettiin tärkeäksi, voidaan päätellä juhlapalvelujen kohderyhmäksi täysi-ikäiset asiakkaat. Johtopäätöstä tukee myös vastaajien suurin kiinnostus aikuisten syntymäpäiväjuhlia ja häitä kohtaan.

Informoivimmat nettisivut

Valtaosa vastaajista oli kiinnostunut järjestämään juhlat Mukkulan Kartanossa. Kiinnostusta perusteltiin monesti sillä, että paikka on hieno. Kartanon nettisivut ovat kuitenkin melko vähäsanaiset juhlien osalta. Jokaiset juhlat järjestetään aina räätälöiden asiakkaan toiveiden mukaan, joten juhlien lähtöhintoja ei voida suoraan laittaa esille. Juhlaosiota voisi silti täydentää hieman sisällöltään houkuttelevammaksi. Kuvia jo järjestetyistä juhlista ja joitakin valmiita menuja voisi tuoda houkutukseksi näyttille. Asiakkaan täytyisi voida kuvitella jo juhliin, kun hän etsii tietoa potentiaalisista juhlapaikoista. Kiinnostusta on kovasti, joten annetaan sille vastinetta kertomalla, minkälaisia juhlia voitaisiin esimerkiksi järjestää. Asiakkaalle täytyy tarjota jotain mielikuvia, jotta juuri Mukkulan Kartano jäisi asiakkaan mieleen heti alkuvaiheessa. Lisäksi kokisin tarpeelliseksi mainita heti esittelyosiossa myös mahdollisuudesta majoittua juhlapaikalle. Häistä kertova osio on tuotu jo paremmin esiin pienellä esittelyllä ja kuvilla aikaisemmin järjestetyistä häistä. Nähtävillä olevista kuvista voi heti alkaa unelmoimaan omista juhlistaan paremmin. Hääosiossa on lisäksi esitellyt joitain valmiita menuvaihtoehtoja, jotka juhlaosiesta puuttuvat kokonaan. Kuvissa voisi näkyä myös juhlien myyntivaltteja. Ei ole harvinaista, että juhlatilaan tutustumaan tullut asiakas näkee toista asiakasta varten laitettuja katteita tai kukka-asetelmia. Tutustumaan tullut asiakas ihastuu esillepanoon ja haluaa omiin juhliinsa samanlaiset. Uskon kuvakollaasin liittämisen juhlapalveluja kertovaan osioon synnyttävän samanlaisia ajatuksia ja reaktioita.

Juhlal palvelujen kehittämistä varten suunnittelin Canva-työkalulla graafisen ehdotuksen (Liite 6), jossa on esitetty parannusehdotuksia Mukkulan Kartanon nettisivujen juhlaosi-oon. Ehdotusta varten käytin apuna nettisivuilla jo olemassa olevaa tietoa, sekä tässä osiossa esitettyjä omia kehitysehdotuksiani juhlapalveluja koskien. Juhlaosiossa tulisi nostaa esiin mahdollisuus tarkastella menuvaihtoehtoja, antaa pieniä vinkkejä minkälaisia juhla kartanolla on mahdollista järjestää sekä kuva galleria jo järjestetyistä juhlista. Nämä tiedot ovat ainakin osittain saatavilla nettisivuilla muilta välilehdiltä, mutta uskon asiakkaan arvostavan, jos hän löytää kaiken tarvittavan tiedon yhdestä paikasta.

5.3 Vapaa-ajanpalvelut

Mukkulan Kartano kiinnostaa vastaajia myös mahdollisten tapahtumien vuoksi. Eniten heitä kiinnosti musiikkitapahtumat sekä ruokailutapahtumat, kuten illalliset sekä liikuntata- pahtumat. Selvä vähemmistö oli vuokrannut Mukkulan Kartanon rantasaunaa, mutta valta-osa oli senkin vuokraamisesta kuitenkin kiinnostunut. Vuokraaminen kiinnostaisi erityisesti kaveriporukalla, mutta myös harrasteporukoille olisi kysyntää. Vain pieni osa kyselyyn vastaajista oli jo osallistunut kartanolla järjestettyihin tapahtumiin, kuten illallisiin tai juhla- buffetteihin, mutta niitäkin kohtaan kiinnostusta löytyi valtaosalta vastaajista.

Tapahtumat

Varmasti mieleenpainuvuin musiikkitapahtuma Mukkulan alueella on ollut Summer Up- festivaalit, jotka järjestettiin alueella vuosina 2003-2018 (Larkio 2019). Tämän jälkeen musiik- kifestivaaleja tai muitakaan isoja tapahtumia ei ole järjestetty Mukkulan Kartanon läheisyy- dessä. En näkisi kuitenkaan mahdottomuutena, etteikö Mukkulan Kartano voisi itse järjes- tää esimerkiksi terassilleen tunnettuja esiintyjä kesäilloille. Miksei vähemmänkin tunnet- tuja muusikoita luomaan tunnelmaa siinä vaiheessa, kun asiakkaat ovat jo vakiinnuttaneet kartanon ravintolapalvelut arkeensa ja juhlaansa. Parhaimmassa tapauksessa kartanon alueella voidaan järjestää säännöllisestikin erilaisia tapahtumia, joille voidaan luoda tapah- tumakalenteri nettisivuille. Kartanon palvelut osaksi vapaa-ajanviettoaan ottaneet asiak- kaat löytävät järjestettävät tapahtumat helposti aina samasta paikasta. Uskon kalenterin helpottavan markkinointia, vaikka tapahtumajärjestys olisikin pienempää. Sosiaalinen me- dia on tärkeä viestintäkanava, mutta tapahtumat saattavat hukkaa sosiaalisen median tar- jonnan paljouteen. Jos Mukkulan Kartanon nettisivuilta voisi aina käydä tarkistamassa tu- levat tapahtumat, eikä niitä tarvitsisi lähteä etsimään sosiaalisen median eri kanavista.

Vanajanlinna Groupiin kanssa yhteistyötä tekevä Linna Golf keskittyy sesonkityöhön. Hei- dän sesonkinsa kestää tavallisesti noin kuusi kuukautta kesän alusta syksyn alkuun.

Koska golfia voi pelata ulkona vain mainittuna ajanjaksona, on asiakkaat tavoitettava sinä

aikana. Mukkulan Kartano voi myös hyödyntää eri sesonkeja vuoden ympäri. Kesäisin hääsesongin ollessa pinnalla, markkinoidaan esimerkiksi romanttisia majoituspaketteja ja mahdollisuutta järjestää häät Mukkulan Kartanolla. Pikkujoulusesongilla tullaan esiin paremmin rantasaunan osalta ja tarjotaan sitä yksityisille vuokraajille pikkujoulukäyttöön. Tunnistetaan ja ennakoidaan eri sesongit ja sen hetken puhutuimmat teemat ja lähdetään markkinoimaan palvelujamme niiden innoittamina.

Rantasauna

Rantasaunan vuokraaminen on herättänyt suurta kiinnostusta kyselyn perusteella. Vain pieni osa vastaajista on saunatiloja vuokrannut, mutta valtaosa on sen vuokraamisesta kiinnostunut. Tässä vaiheessa mietityttää se, miksei rantasaunaa sitten oteta vuokralle useammin, vaikka sitä kohtaan tuntuu kuitenkin olevan kovasti kiinnostusta. Isommalle porukalle hinta tuskin on ongelma, koska se jakautuu silloin kohtuulliseksi aina henkilöä kohden. Voi hyvinkin olla, että saunatilojen vuokraamisesta kiinnostuneet porukat ovatkin niin pieniä, että kustannus koetaan liian suureksi. Joka tapauksessa rantasaunakin kaipaa näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa, jotta vuokraajien määrä saadaan nousuun. Vanajanlinna Groupiin kuuluva Metsänvartijan tila mainostaa saunatilojaan ja muita palvelujaan omaan silmääni mielekkäästi nettisivuillaan. Saunan yhteyteen saatavaa paljua ja sen tuomaa hyvää oloa kuvaillaan adjektiivein. Lukija pystyy pelkästään tekstin perusteella kuvittelemaan jo itsensä paljuun rentoutumaan. Nettisivujen juhlaosioita koskevaa graafista kehitysehdotusta voi hyvinkin soveltaa myös muihin nettisivujen osioihin.

Monet yritykset suorittavat paljonkin erilaisia arvontoja sivuillaan nostaakseen näkyvyytensä. Arvontoja pidetään monesti esimerkiksi yrityksen vuosipäivän kunniaksi tai erilaisten juhlapäivien nojalla. Tällaisista saunailtojen arvunnoista voisi olla pidemmällä aikavälillä hyötyä. Kun useampi asiakas pääsee kokeilemaan saunatiloja, tarkoittaa se myös, että useampi ihminen puhuu juuri meidän saunatiloistamme. Ihmiset voivat suosittelua herkemmin tilojamme tuttavilleen, koska heillä on kokemusta meidän palveluistamme.

Rantasaunan tuoman myynnin parantamiseksi ehdotan nettisivujen päivittämistä ja näkyvyyden parantamista sosiaalisessa mediassa. Nettisivujen osalta rantasaunaa koskevaa osiota tulisi muokata myyvämmäksi, esimerkiksi Metsänvartijan tilan sivuja vastaavaksi. Näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa voidaan parantaa muun muassa arvontojen avulla. Instagramissa ja Facebookissa on mahdollista luoda tarinoita, jotka ovat näkyvillä 24 tuntia. Tarinoita on jaettu nyt lähinnä ravintolan keittiön luomista illallisista ja ehdotankin, että tarinaosiota käytettäisiin markkinoimaan myös muita kartanon palveluja, kuten rantasaunaa.

5.4 Ravintolapalvelut

39 prosenttia vastaajista käytti ravintolapalveluja 1-2 kertaa kuukaudessa. Näistä vastaajista puolet olivat 25-34 vuotiaita. Tästä ikäryhmästä peräti 58 prosenttia vastaajista oli valmis käyttämään illalliseen alle 50 euroa. Rahankäytön suhteen tosin jokainen ikäluokka oli useimmiten valmis käyttämään rahaa illalliseen alle 50 euroa juomineen. Mukkulan Kartanon illallisista ja buffeteista oli valtaosa vastaajista kiinnostuneita.

Näkisin tässä kohtaa asiakkaiden vastanneen hyvin mielessämme oleviin kysymyksiin. Mistä he ovat kiinnostuneita ja minkälaisella budjetilla. Illallisia ja buffetteja tulisi suunnata mielestäni jokaiselle ikäluokalle. 25-43 vuotiaat voisivat olla etupäässä kiinnostuneita tulemaan Mukkulan Kartanolle spontaanisti, jos kartano avaisi ovensa muutenkin, kuin vain tilauspohjalta. Nuoret aikuiset viettävät aikaa keskustankin pubeissa jutellen ja nauttien miljööstä, joten en näe mitään syytä, mikseivät he hakeutuisi myös Mukkulan Kartanoon lasillisille, jos heille siihen annetaan mahdollisuus. Sijainniltaan kartano on tietysti hieman syrjässä, mutta paikallisliikenne kulkee kuitenkin todella hyvin keskustan ja Mukkulan välillä. Ovien avaaminen vaatii tiedottamista ja markkinointia, sillä monikaan ihminen ei tiedä miten kartano on auki ja miten sinne pääsee. Bussiaikatauluista vinkkaaminen voisi olla tarpeellista jossakin kohtaa nettisivuja. Näin poistetaan ainakin ongelma saapua kartanolle

Alà carten kokeilu

Illallisia voitaisiin hyvin järjestää tietty määrä kuukaudessa ja kokeilla, syttykö ihmisissä kiinnostus tulla syömään kartanolle. Alà cartena toteutettavat illalliset suunniteltaisiin ja hinnoiteltaisiin niin, ettei hinta ainakaan olisi esteenä tulla syömään kartanolle. Samoina päivinä ovet olisivat auki myös pelkästään lasillisia kaipaaville asiakkaille. Kynnys saapua kartanolle saattaa olla iso vielä tällä hetkellä, mutta uskon sen madaltuvan, kun tietoisuus palveluista lisääntyy. Alà carte lista tulisi pitää sen verran yksinkertaisena, että paikalle halutaan tuoda mahdollisesti myös lapsia. Harvempi ihminen, joka ei työskentele ravintola-alalla, tietää ruokien hienoja nimiä ja jos asiakas ei tunnista listalta tutumpia ruokia, voi kynnys kokeilla annoksia taas nousta.

Suurin osa vastaajista oli valmis käyttämään illalliseen juomineen rahaa 50 euroa. Alà carte lista on siis suunniteltava kysyntää vastaavaksi. Listoille voitaisiin luoda illallispaketteja, jotka koostuisivat esimerkiksi pääruoasta, jälkiruoasta ja ruokajuomasta. Kahden ruokalajin illalliseen voitaisiin panostaa enemmän, kuin kolmen ruokalajin illalliseen, sillä raaka-aineita kuluu vähemmän. Asiakas saisi valita liha- kala- ja kasvisversioiden väliltä ja niihin ennalta suunnitellut jälkiruoat kuuluisivat pakettiin.

Mikäli asiakkaat tavoitetaan halutuissa määrin, olisi varmasti kiinnostavaa lähteä kokeilemaan brunssien vetovoimaa muulloinkin, kuin vain vappuisin.

5.5 Kehitysideoiden yhteenveto

Kaiken kaikkiaan ihmisillä on kiinnostusta tutustua, nähdä ja kokea Mukkulan Kartano. Mitä ihmisillä ei ole, on tieto. Kyselyssäkin tuli ilmi, ettei jotkut edes tienneet, että kartanolla on hotellitoimintaa. Lisäksi aloittaessani työni Mukkulan Kartanolla, olivat monet ystävistäni ihmeissään siitä, että kartano on ylipäättään toiminnassa. Kartanolle täytyy saada paljon enemmän näkyvyyttä sosiaalisessa mediassa ja nettisivuista informoivammat. Uskon, että ihmiset löytävät kyllä kartanon palvelut, kun niitä aletaan tarkoituksenmukaisesti tarjoamaan ja markkinoimaan.

Kysely antoi arvokasta tietoa kuluttaja-asiakkaista ja heidän kiinnostuksen kohteistaan ja minkälaisia ajatuksia ja odotuksia heillä on Mukkulan Kartanosta. Majoituksen ja ravintolapalveluiden osalta yleinen mielipide tuntui olevan, että Mukkulan Kartanon palvelut ovat liian hintavia, jotta asiakkaita saataisiin saapumaan paikalle. Kuitenkin se pieni osa vastaajista, jotka olivat käyttäneet Mukkulan Kartanon majoitus -tai ravintolapalveluja olivat erittäin tyytyväisiä palveluihin, eikä heillä ollut sanottavaa hinnoittelusta. Asiakslähtöisyys on kuitenkin palvelujen perusta, joten asiakkaiden toiveet ja halut on tunnettava. Heidän ajatuksiaan on pyrittävä ennakoimaan ja parhaassa tapauksessa yllättämään heidät jollain, mitä he eivät osanneet edes odottaa. (Puustinen, Rouhiainen 2007, 135-136.)

Vanajanlinna Groupiin kuuluvan Levi Spiritin tavoin asiakkaalle tulisi aina tarjota ensiluokkaista palvelua ja pyrkiä toteuttamaan asiakkaan toiveet mahdollisuuksien mukaan. Tämän kyselyn jälkeen täytyy määrääjain tehdä myös toinen kysely ja sen jälkeen taas uusi kysely. Kerätään aktiivisesti palautetta ja halutaan tuntea asiakkaamme, jotta pystyisimme tehokkaimmin vastata heidän tarpeisiinsa.

Nykyään suurin kilpailukeino on asiakaspalvelu. Asiakkaat vaativat todella hyvää palvelua ja asiakas valitseekin palvelun jopa tuotteen yli, kun hän tekee ostopäätöstä. Vastaus kilpailukyvyyn ylläpitämiseen on siis palvelutoiminnan kehittäminen. Yrityksen toiminnan kehittäminen on johdon jokapäiväistä työtä. Menestyvän yrityksen yksi keskeisimmistä toimista onkin riittävä keskittyminen palveluiden kehittämiseen. Menestyvät yritykset myös määrittelevät tarkasti, mitä juuri heille tarkoittaa asiakaskeskeisyys ja laadukas asiakaspalvelu. Palvelun laadun määrittää asiakas, mutta laatua voidaan kuitenkin mitata asiakaskyselyillä tai asiakkaan suorittamalla pisteytyksellä. Asiakkaan kokemus palvelun laatu koostuu hänen ennako-odotuksistaan, joita esimerkiksi markkinoinnilla olemme osanneet luoda, ja itse palvelutilanteesta. (Pesonen, Siltanen, Hokkanen 2006, 86, 88, 96, 100.)

Uskon, että Mukkulan Kartano pystyy tulemaan hieman vastaan palvelun hinnoittelussa myös niitä, jotka ovat valmiita maksamaan illallisesta juomineen alle 50 euroa. Menuja on vain suunniteltava niin, että ne sopivat kaikille, jos kartanolla lähdetään kokeilemaan alà cartea. Kysely antoi siis hieman osviittaa vastaajien valmiutta käyttää rahaa illallisilla. Hintataso todella voi olla monella esteenä saapua kartanon buffetteihin tai illallisiin. Kartanon ruokatapahtumat ovat kuitenkin hienoja ja tunnelma on arvokas ja sinne saapuvat asiakkaat ovat pääosin kuitenkin valmiita laadusta ja elämyksistä maksamaan enemmänkin. Kartanolla täytyy alkaa siis pohtimaan, halutaanko tarjota myös edullisempia illallisia, jos sillä olisi myynnin kannalta merkittävä vaikutus.

Nettisivujen päivittämisessä lähtisin liikkeelle siitä, että asetetaan asiakkaan asemaan. Miltä kukin osio nettisivuilla näyttää asiakkaan näkökulmasta. Lähtökohta, johon asetetaan, on se, ettei asiakas tiedä palvelusta mitään. Kun asiakas sitten avaa majoitusta, ravintolatoimintaa tai vaikkapa saunatilojen vuokrausta koskevan sivun, tulee hänen löytää kaikki tarvittava tieto siltä sivulta.

6 POHDINTAA

Tässä pohdinnassa pyrin kokoamaan yhteen sen mitä on tehty ja miten olen siinä mielestäni onnistunut. Nostan esiin työn varrella heränneitä ajatuksiani ja johtopäätöksiäni eri aiheista. Pohdinnan lopussa annan vastaukset tutkimuskysymyksiini.

Kokonaisuutena arvostellen työ on mielestäni edennyt ennalta suunnitellun aikataulun mukaisesti, eikä projektin varrella ole tullut vastaan merkittäviä ongelmia tai hidasteita. Työ tekemiseen on mennyt aikaa noin neljä kuukautta, mikä on mielestäni hyvä aika työstää tällaista projektia, jotta mielenkiinto pysyy yllä ja työn tulos on yhtenäinen teksti. Koska tämä opinnäytetyö käsittelee omaa työpaikkaani, on motivaatio tehdä hyvä ja informoiva työ ollut suuri. Lisäksi työn varrella on päässyt soveltamaan erilaisia työkaluja, joita koulussa on opeteltu teorian tasolla. Erityisesti apua on ollut projektisyksyn 2018 ryhmätyöstä, jossa eräälle yritykselle tehtiin tämän työn kaltainen asiakastutkimus.

Koko opinnäytetyöprosessi on ollut opettavaista ja vaatinut kykyä johtaa itseään muuttuvissa tilanteissa. Korona-epidemian vaikuttaessa julkisten rakennusten, kuten kirjaston aukioloon, täytyi suunnitelmiin tehdä pieniä muutoksia. Lahden kaupunginkirjasto sulki ovensa 17.3.2020, joka vaikutti hieman tämän työn viimeistelyyn. Sulkuaikana kirjastosta ei luonnollisesti saanut mitään kirjoja lainaan ja sulun takia minulta jäi saamatta muutamia lähteitä tätä työtä varten. Onnekseni kyseessä oli enää kolme viimeistä viikkoa opinnäytetyön parissa, joten pääasiassa kaikki tärkeimmät lähteet olivat jo hankittuna ja tärkeimpänä tehtävänä oli työn viimeistely ja tarkistaminen. Kirjasto on tarjonnut ylipäätään miellyttävän ympäristön työn tekemiseen, jossa erilaisia lähteitä pystyi hyödyntämään työn lomassa. Koronan leviäminen tulee vaikuttamaan lukuisiin yrityksiin merkittävästi taloudellisesti. Mukkulan Kartanon osalta toivon, että Suomen tilanteen normalisoituessa tämä opinnäytetyö pääsee kartanon emännän ja Vanajanlinnan johdon käsittelyyn, jossa poimitaan kehitysehdotukset työn alle.

Tilastokeskus antaa maaliskuun 2020 osalta tehdyt matkailututkimukset julki huhtikuun aikana, missä selviää koronan vaikutus matkailuun. Jo nyt on kuitenkin mahdollista kertoa, että vielä tammikuussa kiinalaisten tekemät Suomen matkat olivat 38 prosentin nousussa, kun taas helmikuussa matkailu väheni 70 prosenttia. Korona-epidemia onnistui iskemään kiinalaisten suosituimpaan matkailu-aikaan ja näin matkustusrajoitukset osuivat matkailusesongille. (Tilastokeskus 2020d.) Tällaisena poikkeusaikana matkailun rajoittaminen on mielestäni perusteltua, vaikka sen vaikutukset tulevat olemaan merkittävät matkailu- ja ravitsemusalalla toimiville yrityksille.

Lähteet

Tässä opinnäytetyössä on käytetty monipuolisesti lähteitä. Lähteitä on haettu muun muassa painetuista kirjoista, sähköisistä kirjoista, sähköisistä lehdistä ja työssä mainittujen yritysten nettisivuilta. Lähteitä hakiessani olen pyrkinyt kiinnittämään huomiota niiden julkaisuvuoteen ja ajankohtaisuuteen, jotta niiden luotettavuutta voidaan pitää hyvänä. Myös lähteen alkuperällä on ollut merkitystä luotettavuuden kannalta. Työssä noudatettiin Lahden Ammattikorkeakoulun asettamia ohjeita lähteiden merkitsemiseen.

Painetut lähteet ovat etenkin historian osalta kuitenkin melko vanhoja, sillä tuoreempia versioita aiheista ei ole tehty. Suurin osa kaikista lähteistä on kuitenkin 2000-luvulta. Tilastokeskus sekä työ- ja elinkeinoministeriön julkaisut ovat tarjonneet tätä työtä varten ajantasaisia tutkimuksia. Tutkimukset ovat olleet korkeintaan vuoden vanhoja. Tutkimukset ovat olleet tärkeitä työni kannalta, sillä ne tukevat omia tutkimuksiani merkittävästi. Oman kyselytutkimukseni otannan jäädessä alle 100 vastaukseen, on tilastokeskuksen ja työ- ja elinkeinoministeriön julkaisemat tutkimukset tukeneet pienen tutkimukseni paikkaansa pitävyyttä.

Organisaation sisäisiä yrityksiä käsittelevässä osassa tiedot on hankittu haastattelemalla yrityksen edustajia, mikä tuo mukavaa monipuolisuutta lähteiden laatuun. Olisi ollut mukavaa päästä puhumaan kaikkien mukaan otettujen yritysten edustajien kanssa vähintään puhelimesta. Haastatteluni osuivat juuri kiiresesongille Levi Spiritin näkökulmasta ja lomajalle taas Metsänvartijan tilan näkökulmasta. Puhelimesta käytävässä keskustelussa olisi ollut helpompi kysyä lisäkysymyksiä ja vastauksista olisi voinut saada enemmän aineistoa verrattain sähköpostilla käytävään haastatteluun. Kaikkiin kysymyksiin sain kuitenkin miellyttävät vastaukset kaikilta haastateltavilta myös sähköpostin välityksellä.

Tutkimuskysymykset

Tämän opinnäytetyön tutkimuskysymykset olivat

- Minkälaisia palveluja kuluttaja-asiakkaat kartanolta haluavat?
- Miten kartano tähän kysyntään voi vastata?

Kuluttaja-asiakkaat haluavat Mukkulan Kartanolta majoitus- ja ravitsemuspalveluita, sekä vapaa-ajan palveluita juhlineen ja tapahtumiseen. Kartano voi vastata kysyntään lisäämällä markkinointiaan ja kehittämällä palvelujaan kuluttaja-asiakkailta saamien toiveiden ja tarpeiden mukaisesti. Tällä hetkellä kysyntä ja tarjonta ei vastaa, sillä asiakkailla ei ole tarpeeksi tietoa kartanon toiminnasta tai kartano ei tarjoa tällä hetkellä riittävästi kuluttaja-asiakkaiden haluamia palveluja. Tämän opinnäytetyön tuotoksena olen saanut hyvän katsauksen kuluttaja-asiakkaiden mieltymyksistä. Kun asiakas nyt tunnetaan, on aika vastata kysyntään konkreettisilla toimilla, joita tässä opinnäytetyössä ehdotan kehitysehdotukset-

otsikon alla. Mukkulan Kartanon tehtäväksi jää lähteä kehittämään palveluja lähemmäksi kuluttaja-asiakkaita ja kokeilemaan erilaisia vaihtoehtoja näkyvyyden parantamiseksi. Informatiiviset nettisivut ja tiedon helppo saatavuus somekanavien kautta auttaa asiakasta löytämään kartanon palvelut paremmin. Tietyn ajan kuluessa vastaavanlainen asiakaskysely voidaan luoda uudelleen selvittämään, onko kehityskokeiluilla saavutettu halutut tulokset. Menestyneimmät kokeilut voidaan vakiinnuttaa käytäntöön unohtamatta sitä, että yrityksen on koko ajan pystyttävä kehittymään ja kehittämään toimintaansa kilpailukyvyyn ylläpitämiseksi.

Tutkimus

Päijät-Hämeen alueella onkin yllättävän paljon kartanoita, jotka tarjoavat erilaisia matkailu- ja ravitsemispalveluja. Yrityksillä lienee jonkin verran kilpailua keskenään, joten parhaimmat keinot erottua muista tulisi ottaa pikimmiten käyttöön. Jotta voi erottua, on ensin tutustuttava kilpailijoihin hyvin. Tutkimuksen tueksi otin käyttöön benchmarking-menetelmän, jossa valitaan yksi tai useampi samankaltainen yritys ja tutustutaan heidän toimintaansa. Tutustumalla toisiin yrityksiin pyritään oppimaan uusia toimintamalleja ja kehittämään omaa yritystään paremmaksi. Yritykset valittiin Päijät-Hämeen alueelta tai sen läheisyydestä ja ne kaikki ovat matkailu- ja ravitsemusalalla toimivia kartanoita. Kartanoihin tutustuessa huomaa nopeasti, että kaikkien toiminta on melko samankaltaista. Kartanot ovat auki pääasiassa vain tilauksesta, kaikki toimivat myös juhlapalvelujen tuottajana ja jokaisella on tarina kerrottavanaan. Juhlapalveluista erityisesti häät on nostettu esiin. Romanttinen kartano sopii täydellisesti häiden juhlimiseen.

Kartanoita on remontoitu paljon vastaamaan tämän päivän matkailijan tarpeita. Varsinainen kartanomatkailu ei tunnu vielä olevan ihmisten huulilla, mutta joka tapauksessa kartanot ja niiden tarinat kiinnostavat ihmisiä paljon. Erityisen kiinnostavaa on Mukkulan Kartanostakin kerrotut kummitustarinat ja niistä on kirjoitettu kirjojakin. Kummituksillakin saattaisi olla vetovoimaa, jos sitä lähdetäisiin tarkoituksella myymään ja markkinoimaan. Esimerkiksi kummituskierrokset, jossa esiteltäisiin paikat, joissa kummituksia on tavattu. Toimivaksi kokeiluksi voisi muodostua myös kummitusillalliset, jossa illallisen aikana kerrottaisiin Mukkulan Kartanon kummituksista osanottajille. Rohkeimmat saavat tietysti jäädä kartanoon myös yöksi, jos uskaltavat.

Kilpailevien yritysten tutkimisen lisäksi on tarpeellista katsoa myös lähelle. Mukkulan Kartano kuuluu Vanjanlinna Groupiin, johon sen ja Vanajanlinnan lisäksi kuuluu Metsänvartiijan tila sekä Levi Spirit. Saadakseni hieman lisää vertailukohteita, on tähän osioon otettu mukaan myös Linna Golf, joka tekee tiivistä yhteistyötä Vanajanlinnan kanssa. Organisaation sisältä on voinut oppia paljonkin siitä, että myös muilla, Levi Spiritiä lukuun ottamatta,

on suurimpana asiakasryhmänä yritykset. Levi Spirit eroaa muista organisaation yrityksistä siten, että sen pääasiallinen asiakasryhmä on nimenomaan kuluttaja-asiakkaat ja heille tarjotaan mielestäni Suomen tasolla todella korkealuokkaisia palveluja. Mikä lienee aiheellistakin, sillä asiakkaita saapuu ulkomailta saakka. Heiltä voitaisiin hyvin oppia erittäin laadukkaasta asiakaspalvelusta ja miten asiakkaasta pidetään erittäin huolta koko majoituksen ajan. Uskon, että Mukkulan Kartanon toimintaa pystytään kehittämään paljonkin jo sillä, että otetaan mallia muista organisaatioissa toimivista yrityksistä. Heillä on jonkin verran jo tietoa ja varmasti erilaisia kokeiluja takanaan, joita voidaan hyödyntää myös Mukkulan Kartanon kohdalla.

Kyselytutkimus

Historiasta, kilpailevista yrityksistä, sekä organisaation sisäisistä yrityksistä oppineena lähdettiin muodostamaan kyselytutkimusta kuluttaja-asiakkaille. Heiltä haluttiin selvittää minkä ikäisiä he ovat ja millaisia palveluja he Mukkulan Kartanolta haluaisivat. Vertailun vuoksi vastaajilta selvitettiin myös yleisiä tottumuksia ja mielipiteitä koskien kyselyn eri teemoja. Teemoja kyselyyn muodostui neljä ja ne olivat majoituspalvelut, juhlapalvelut, vapaa-ajanpalvelut sekä ravintolapalvelut. Kysely kohdennettiin pääjätähämäläisille. Kyselyä jaettiin pääasiassa sosiaalisessa mediassa ja sitä pidettiin auki kaksi viikkoa. Vastauksia kertyi 83, mikä jäi tavoitetta, eli 100 vastausta hieman vajaaksi. Harmillisesti huomattavasti suurempi osa vastaajista oli naisia, mikä tarkoitti, ettei sukupuolien välinen vertailu ollut kannattavaa, joskin se olisi ollut mielenkiintoista analysoitavaa. Uskon sukupuolten välillä olevan eroja, kun puhutaan matkailu- ja ravitsemisyriyten palvelujen käyttämisestä. Kokonaisuuden kannalta uskon kuitenkin, että tulokset antoivat riittävää tietoa yleisesti kuluttaja-asiakkaista. Tuloksia analysoitiin iän tuomien eroavaisuuksien kantilta, mutta myös koko otannan kannalta. Tuloksien analysointi oli mielenkiintoista ja opettavaista, sillä vastaavaa analysointia en ole päässyt vielä itsenäisesti tekemään. Myös rishtiintaulukointi Excel-ohjelmalla oli uusi menetelmä.

Tulokset olivat omasta mielestäni hyviä ja antoivat vastauksia haluamiini kysymyksiin. Ja mikä oli ilahduttavaa, niin avoimiin kysymyksiin on vastattu todella aktiivisesti. Kysely paljasti myös sen, ettei paikallisilla ole kovinkaan laajaa tietämystä tai kokemuksia Mukkulan Kartanosta. Kiinnostusta kartanoa kohtaan sen sijaan oli lähes kaikilla. Tulosten luotettavuutta pidän hyvänä inhimilliset näppäilyvirheet huomioiden, sillä ihmisiä motivoitiin vastaamaan saunailan arvonnalla. Saunailan arvonnalla on kääntöpuolensakin, sillä se saattaa houkutella ihmisiä vastaamaan ainoastaan arvonnän vuoksi. Vain arvonnän vuoksi vastaavat ihmiset eivät todennäköisesti ole keskittyneet vastaamaan kysymyksiin

tarkoituksenmukaisesti. Lisäksi uskon, ettei kyselyyn vastattu muilta paikkakunnilta huvin vuoksi, sillä aihe itsessään kiinnostaa suurella todennäköisyydellä vain paikallisia.

Kehitysehdotukset

Koska kiinnostusta Mukkulan Kartanoa kohtaan nyt todistetusti on, täytyy alkaa tosissaan pohtimaan, kuinka siihen kysyntään vastataan. Kyselyn tulosten perusteella tein kehitysehdotukset palvelujen parantamisesta. Kehitysehdotuksilla esitän keinoja, joilla pystyttäisiin vastaamaan kuluttaja-asiakkaiden toiveisiin ja kehittämään palveluja entistä asiakaslähtöisimmiksi. Uskon, että kehitystä tapahtuu, kun Mukkulan Kartano lähtee rohkeasti kokeilemaan erilaisia vaihtoehtoja saavuttaa kuluttaja-asiakkaat paremmin. Toiminnan on tietysti oltava myös kannattavaa, joten kaikkia osapuolia tyydyttävät ratkaisut löytyvät varmasti ajan ja kokeilujen kanssa. Tärkeimmäksi asiaksi koen kuitenkin esiin tulemisen. Kyselyyn vastaajien mukaan asiakkaat kaipaavat enemmän informaatiota kartanon toiminnasta ihan aukioloajoista palvelujen hinnoitteluun. Konkreettisenä kehitysehdotuksena informoivuuden parantamiseen tein Canva-työkalulla graafisen ehdotuksen juhlaosioon. Ehdotus näytti, miltä Mukkulan Kartanon nettisivujen juhlaosio voisi näyttää ja kuinka se olisi informoivampi. Muutokset ovat helposti tehtävissä nettisivuille, joten tätä kehitysehdotusta suosittelen ehdottomasti lähestymään. Tarvittaessa myös muita nettisivun osioita voi pienellä vaivalla päivittää ja soveltaa juhlaosioon suunnattua kehitysehdotusta. Ehdotusta voi pitää mielessä myös kaikenlaisessa markkinoinnissa, jotta sisältö saadaan vastaamaan sitä, mitä lukija haluaakin tietää.

Tietyn ajan kuluessa koen myös aiheelliseksi tehdä uudestaan vastaavanlaisen asiakaskyselyn. Vastaukset saattavat poiketa paljonkin tämänhetkisistä vastauksista ja ne antavat arvokasta tietoa siitä, miten asiakkaat palvelut näkevät ja kokevat. Tällä hetkellä kaikilta asiakkailta kysytään tilaisuuden jälkeen palaute, mikä on todella hyvä keino pysyä asiakaslähtöisessä palveluasenteessa.

On kuitenkin tärkeää kysyä palautetta ja mielipiteitä myös niiltä asiakkailta, jotka haluaisivat tulla asiakkaaksi, mutta eivät jostain syystä tule. Syy voi olla vaikkapa hintataso, niin kuin tässä opinnäytetyössä on tullut ilmi. Tiedon pohjalta voidaan lähteä kehittämään palvelua niin, että nekin asiakkaat pystyvät käyttämään kartanon palveluja. Kyselyllä paljastuu myös se, kokevatko asiakkaat kartanon olevan helposti saatavilla. Jos saatavuus on huonoa, eivät asiakkaat löydä paikalle. Asiakkaiden antamat risut ja ruusut ovat avainasemassa, jotta yritys pystyy toimimaan kilpailukykyisesti. Uskon tämän opinnäytetyön toimivan hyvänä ponnahduslautana Mukkulan Kartanolle, kun kuluttaja-asiakkaiden palveluja lähdetään kehittämään kysyntää vastaavaksi.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Dahl K, Gardberg C.J. 1998. Suomen Kartanoita. Otavan kirjapaino: Keuruu

Haikonen I, Teräväinen E. 2011. Kartanon mailla – Sätereitä ja rälssimiehiä. Karttakeskus

Pesonen I, Siltanen T, Hokkanen T. 2006. Menestyvä matkailuyritys. Edita, Helsinki.

Puustinen A, Rouhiainen U-M. 2007. Matkailumarkkinoinnin teorioita ja työkaluja. Edita.

Haastattelut

Allinen P. 2020. Johtaja, uudet asiakkaat ja yhteistyökumppanuudet. Vanajanlinna. Haastattelu 7.1.2020.

Honkalehto E. 2020. Toimitusjohtaja. Linna Golf. Haastattelu 8.1.2020

Kanerva H. 2020. Kohdepäällikkö. Levi Spirit. Haastattelu 9.1.2020

Roiha M. 2020. Land Lady/Metsänvartijan tilan hoitaja. Metsänvartijan tila. Haastattelu 8.1.2020

Sähköiset lähteet

Erkko A. 2017. Kauppalehti. Haluatko yöksi Lapin matkailukuningattaren kartanoon? Se onnistuu 2700 eurolla. [viitattu 21.1.2020] saatavissa:

<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/haluatko-yoksi-lapin-matkailukuningattaren-kartanoon-se-onnistuu-2700-eurolla/893c411b-125c-355d-9637-e213b4acdbe2>

Heikkilä T. 2014. Tilastollinen tutkimus. [viitattu 25.2.2020] saatavissa:

<https://masto.finna.fi/Record/masto.145849>

Jokelan Kartano 2019a. Jokelan kartanon historia. [viitattu 29.12.2019] saatavissa:

<https://www.jokelankartano.mobi/historia>

Jokelan Kartano 2020b. Kokouspalvelut Lahti ja Tampere. [viitattu 14.1.2020] saatavissa:

<https://www.jokelankartano.mobi/kokouspalvelut>

Jokelan Kartano 2020c. Ravintolapalvelut Lahti. [viitattu 14.1.2020] saatavissa:

<https://www.jokelankartano.mobi/ravintolapalvelut>

Jokelan Kartano 2020d. Jokelan Kartano. [viitattu 3.1.2020] saatavissa:

<https://www.jokelankartano.mobi/fi>

Jokelan Kartano 2020e. Majoitus Lahti. [viitattu 14.1.2020] saatavissa:

<https://www.jokelankartano.mobi/majoitus>

Jokelan Kartano 2020f. Vapaa-ajan viettoa Jokelan Kartanossa. [viitattu 14.1.2020]

saatavissa: <https://www.jokelankartano.mobi/vapaa-ajan-ohjelmia>

Jänkälä S. 2019a. Työ- ja elinkeinoministeriö, Matkailun toimialaraportti. [viitattu 15.3.2020] saatavissa:

http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM_3_2019_Matkailun_toimialaraportti.pdf

Jänkälä S. 2019b. Työ- ja elinkeinoministeriö, Kevään 2019 toimialojen näkymät: Matkailuala. [viitattu 15.3.2020] saatavissa:

http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161641/Matkailualan_nakymat_kevat_2019.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Larkio S. 2019. Etelä-Suomen Sanomat. Päijät-Häme, Summer-Up festivaalia ei järjestetä tulevana kesänä Lahdessa eikä muuallakaan. [viitattu 2.3.2020] saatavissa:

<https://www.ess.fi/paikalliset/9931>

Lehti A-E. 2018. Lauttasaaren kartanon hoitajaksi valikoitui renessanssi-ihminen ”En ole koskaan viihtynyt koulunpenkillä” [viitattu 26.1.2020] saatavissa:

<https://www.kauppalehti.fi/uutiset/lauttasaaren-kartanon-hoitajaksi-valikoitui-renessanssi-ihminen-en-ole-koskaan-viihtynyt-koulunpenkillä/4583d4be-bfac-30fd-bede-c8b61a14ca6b>

Levi Spirit 2020. Huvilat. [viitattu 19.3.2020] saatavissa: <http://www.levispirit.fi/fi/huvilat/>

Mukkulan Kartano 2019a. Kartanon tarina – Kukoistuksia ja kummituksia. [viitattu 18.12.2019] saatavissa:

<https://www.mukkulankartano.fi/kartano/kartanon-tarina>

Mukkulan Kartano 2020b. Kauniit kartanohäät. [viitattu 29.12.2019] saatavissa:

<https://www.mukkulankartano.fi/haat-ja-juhlat/haat-mukkulan-kartanossa>

Mukkulan Kartano 2020c. Juhlat Mukkulan Kartanossa. [viitattu 29.12.2019] saatavissa:

<https://www.mukkulankartano.fi/haat-ja-juhlat/juhlat-mukkulan-kartanossa>

Mukkulan Kartano 2020d. Majoitus. [viitattu 24.3.2020] saatavissa:

<https://www.mukkulankartano.fi/majoitus>

Mukkulan Kartano 2020e. Ravintola. [viitattu 24.3.2020] saatavissa:

<https://www.mukkulankartano.fi/ravintola>

Mukkulan Kartano 2020f. Kokoukset. Sininen Kabinetti. [viitattu 24.3.2020] saatavissa:

<https://www.mukkulankartano.fi/kokoukset/sininen-kabinetti>

Mukkulan Kartano 2020g. Kokoukset. Vihreä Kabinetti. [viitattu 24.3.2020] saatavissa:

<https://www.mukkulankartano.fi/kokoukset/vihrea-kabinetti>

Mukkulan Kartano 2020h. Rantasauna. [viitattu 24.3.2020] saatavuus:

<https://www.mukkulankartano.fi/rantasauna>

Mukkulan Kartano 2020i. Ohjelmapalvelut. [viitattu 24.3.2020] saatavissa:

<https://www.mukkulankartano.fi/kokoukset/ohjelmapalvelut>

Messilän Kartano 2019a. Historia. [viitattu 29.12.2019] saatavissa:

<https://www.messila.fi/fi/vuokratilat-lahti/historia>

Messilän Kartano 2019b. Hää- ja juhla kartano. [viitattu 29.12.2019] saatavissa:

<https://www.messila.fi/fi/vuokratilat-lahti/haakartano>

Messilän Kartano 2020c. Kartanoravintola. [viitattu 3.1.2020] saatavissa:

<https://www.messila.fi/fi/messilan-rinteet/ravintolat/kartanoravintola>

Messilän Kartano 2020d. Messilän Kartano. [viitattu 3.1.2020] saatavissa:

<https://www.messila.fi/fi/>

Messilän Kartano 2020e. Kokouspaketit. [viitattu 14.1.2020] saatavissa:

<https://www.messila.fi/fi/vuokratilat-lahti/kokouskartano/kokouspaketit>

Messilän Kartano 2020f. Aktiviteetit. [viitattu 14.1.2020] saatavissa:

<https://www.messila.fi/fi/vuokratilat-lahti/kokouskartano/kokousaktiviteetit>

Messilän Kartano 2020g. Hää- ja juhlatilat. [viitattu 14.1.2020] saatavissa:

<https://www.messila.fi/fi/vuokratilat-lahti/haakartano/juhlatilat>

Messilän Kartano 2020h. Juhlatarjoilu. [viitattu 14.1.2020] saatavissa:

<https://www.messila.fi/fi/vuokratilat-lahti/haakartano/haatarjoilu>

Messilän Kartano 2020i. Majoitus. [viitattu 14.1.2020] saatavissa:

<https://www.messila.fi/fi/vuokratilat-lahti/majoitus-2>

Metsänvartijan tila 2020. Majoitus. [viitattu 19.3.2020] saatavissa:

<https://www.metsanvartijantila.fi/majoitus>

- Mänty S. 2019. Kauppalehti, Kreivin kartano elää ja hengittää jokaista sukupolvea – ”En halua, että talossa yhtäkkiä historia loppuu.” [viitattu 21.1.2020] saatavissa: <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/kreivien-kartano-elaa-ja-hengittaa-jokaista-sukupolvea-en-halua-etta-talossa-historia-yhtakkaa-loppuu/7b978fee-4127-4db4-b3d9-ae55aae80396>
- Takala M. 2017. Itä-Helsinki tarjoaa kartanoromantiikkaa. [viitattu 26.1.2020] saatavissa: <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/ita-helsinki-tarjoaa-kartanoromantiikkaa/42da69fd-e076-3d89-bfd0-b737b2eca724>
- Tilastokeskus 2020a. Majoitustilasto, Liitetaulukko 4.1 Yöpymiset hotelleissa, tammikuu 2020. [viitattu 27.2.2020] saatavissa: https://www.stat.fi/til/matk/2020/01/matk_2020_01_2020-02-27_tau_004_fi.html
- Tilastokeskus 2020b. Majoitustilasto, Kotimaisten matkailijoiden yöpymiset lisääntyivät 10 prosenttia tammikuussa 2020. [viitattu 27.2.2020] saatavissa: https://www.stat.fi/til/matk/2020/01/matk_2020_01_2020-02-27_tie_001_fi.html
- Tilastokeskus 2020c. Liitetaulukko 4.1. Yöpymiset hotelleissa, tammikuu 2020. [viitattu 4.4.2020] saatavissa: https://www.stat.fi/til/matk/2020/01/matk_2020_01_2020-02-27_tau_004_fi.html
- Tilastokeskus 2020d. Uutiset. Kiinalaismatkailijoiden yöpymiset romahtivat helmikuussa. [viitattu 28.3.2020] saatavissa: <https://www.stat.fi/uutinen/kiinalaismatkailijoiden-yopymiset-romahtivat-helmikuussa>
- Tuominen K. 2016. Introducing Benchmarking. [viitattu 9.2.2020] saatavissa: https://masto.finna.fi/Record/nelli16_phkk.3710000001418663
- Työ- ja elinkeinoministeriö 2019. Selvitys kotimaan matkailun kehittämistarpeista. [viitattu 16.3.2020] saatavissa: http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161636/34_19_Selvitys_kotimaan_matkailu.pdf?sequence=4&isAllowed=y
- Törylän Kartano 2019a. Historia. [viitattu 29.12.2019] saatavissa: http://www.toyrylankartano.fi/toyryla_Fi/Historia.html
- Törylän Kartano 2020b. Majoitus. [viitattu 14.1.2020] saatavissa: http://www.toyrylankartano.fi/toyryla_Fi/MAJOITUS.html
- Törylän Kartano 2020c. Kokous ja koulutus. [viitattu 14.1.2020] saatavissa: http://www.toyrylankartano.fi/toyryla_Fi/KOKOUS_JA_KOULUTUS.html

Töyrylän Kartano 2020d. Juhlat ja Ravintola. [viitattu 14.1.2020] saatavissa:

http://www.toyrylankartano.fi/toyryla_Fi/JUHLAT_JA_RAVINTOLA.html

Töyrylän Kartano 2020e. Tervetuloa Töyrylän Kartanoon. [viitattu 3.1.2020] saatavissa:

http://www.toyrylankartano.fi/toyryla_Fi/Toyrylan_kartano.html

UEF – Itä-Suomen yliopisto 2020. Hyvällä tieteellä on tekijänsä. [viitattu 9.2.2020]

saatavissa: <https://www.uef.fi/benchmarking>

Valtioneuvosto 2020a. Liikenne- ja viestintäministeriön tietopaketti: Koronavirus ja liikennejärjestelmä sekä viestintäverkot ja -palvelut. [viitattu 5.4.2020] saatavissa:

https://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/liikenne-ja-viestintaministerion-tietopaketti-koronavirus-ja-liikennejarjestelma-seka-viestintaverkot-ja-palvelut

Valtioneuvosto 2020b. Liikkumisrajoitukset Uudellemaalle voimaan 28. maaliskuuta 2020.

[viitattu 4.4.2020] saatavilla: https://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/10616/liikkumisrajoitukset-uudellemaalle-voimaan-28-maaliskuuta-2020-klo-00-00

Valtioneuvosto 2020c. Ravintolat sulkeutuvat koko maassa perjantaina puolen yön aikaan koronavirusepidemian vuoksi. (viitattu 4.4.2020) saatavilla:

https://valtioneuvosto.fi/artikkeli/-/asset_publisher/1410877/ravintolat-sulkeutuvat-koko-maassa-perjantaina-puolen-yon-aikaan-koronavirusepidemian-vuoksi

Vanajanlinna 2020a. Majoitusinfo. [viitattu 13.3.2020] saatavissa:

<https://www.vanajanlinna.fi/majoitus/majoitusinfo>

Vanajanlinna 2020b. Saunat ja kuntoilu. [viitattu 19.3.2020] saatavissa:

<https://www.vanajanlinna.fi/saunat-ja-kuntoilu/sportness-kuntosali>

Vanajanlinna 2020c. Linnan historia. [viitattu 3.1.2020] saatavissa:

<https://www.vanajanlinna.fi/linna/linnan-historia>

Vanajanlinna 2020d. Vanajanlinnan romanttinen viikonloppu. [viitattu 2.3.2020]

saatavissa: https://www.vanajanlinna.fi/tapahtumat/romanttinen_viikonloppu

Virtaan Kartano 2020a. Historia. [viitattu 18.1.2020] saatavissa:

<https://www.virtaankartano.fi/historia>

Virtaan Kartano 2020b. Juhlat ja kokoukset. [viitattu 18.1.2020] saatavissa:

<https://www.virtaankartano.fi/palvelumme>

Virtaan Kartano 2020c. Virtaan Kartano. [viitattu 14.1.2020] saatavissa:

<https://www.virtaankartano.fi/>

Virtaan Kartano 2020d. Väentupa. [viitattu 14.1.2020] saatavissa:

<https://www.virtaankartano.fi/vaentupa>

LIITTEET

Liite 1. Mukkulan Kartanon historiikki

Mukkulan Kartanon historiikki

Mukkulan historia tunnetaan jo 1400-luvulta asti. Se on ollut ensin Kruununtilana ja sen jälkeen mm. 1539-1741 Mucula-nimisenä sotilaskartanona.

Hollolan kirkkoherra, rovasti ja valtiopäivämies Jakob Krook hankki Mukkulan hallintaansa 1759 ja lunasti sen verotilaksi. Hän ei asunut kartanossa vaan sitä asuttivat edelleen valtion virkamiehet, jotka vuokrasivat asumisoikeuden siellä.

Kartanon kukoistuskauti alkoi vuonna 1795, kun sen hankki omistukseensa kapteeni Arndt Johan von Hausen. Hänen jälkeensä kartano siirtyi von Hausenien suvussa pojalle ja tyttarelle aina vuoteen 1959 asti, jolloin Lahden kaupunki osti alueen. Kartano oli siis sama suvun hallussa 164 vuotta.

Mukkulan kartano oli hyvää maaperää ja se olikin maanviljelyksessä seudun mallitila. Kertoman mukaan Mukkula oli melko eristettyä aluetta 1930-luvulla ja ainoa yhteys Lahteen oli se, että kartanosta tuotiin maitoa kaupunkiin.

Kartanon tammia kasvavan englantilaistyyllisen puutarhan uskotaan olevan peräisin Arndt Johan von Hausenin ajalta, 1700-luvun lopulta.

Päärakennus on ilmeisesti von Hausenin rakennuttama 1700-1800-luvun vaiheessa, mutta joidenkin tietojen mukaan rakennus saattaa olla vielä sitäkin vanhempi.

Vuonna 1959 Lahden kaupunki hankki kartanon omistukseensa erityisesti läheisten maa-alueiden takia, joille voitiin rakentaa nykyinen Mukkulan kaupunginosa. Kauppahinta oli tuolloin 285 miljoonaa markkaa. Alue muuttui matkailu- ja vapaa-ajankeskukseksi ja kartanopuistosta tuli julkinen viheralue.

1960-luvulla pääarakennuksessa oli retkeilymaja ja 1976 alueella aloitti toimintansa Lahden hotelli- ja ravintolakoulu, joka muutti pois viiden vuoden kuluttua. Sen jälkeen kartanossa on ollut mm. Helsingin yliopiston täydennyskoulutuksen toimintaa.

Alueella on järjestetty kirjailijakokous joka toinen vuosi aina vuodesta 1963 asti sekä Lahden runomaraton. Sittemmin kirjailijakokous on siirtynyt keskustan suuntaan, mutta käyvät silti viettämässä jonkun illanvieton kartanon ympäristössä.

Tammikuusta 2015 lähtien Vanajanlinna Group on pyörittänyt kartanon toimintaa ja samana vuonna kartanoon teetettiin noin 5 miljoonan euron remontti.

Kartanossa on yhteensä 17 huonetta ja 33 vuodepaikkaa, kokoustiloja, ravintolatila 70 hengelle sekä rantasauna.

Suurin asiakasryhmä on yritysasiakkaat. Lisäksi kartanossa järjestetään mm. syntymäpäiväjuhlia sekä häitä.

Lisäinfoa / vuosilukuja

- Kavaljeeri rakennettu n. 1843
- Pyöreä nurmikko istutettu n. 1898
- Rantasauna rakennettu 1965
- Terasseja ollut alkujaan 3, alin purettu 1910-1920
- P-alue on ollut karjapihaa (ainakin navetta ja tallit)
- Tenniskenttä ollut ryytimaata

Liite 2. Saateviesti

Kysely Mukkulan Kartanon yksityisasiakkaille

Kysely tehdään osana Lahden ammattikorkeakoulu LAB:in restonomiopiskelijan opinnäytetyötä, jonka tarkoitus on kartoittaa Mukkulan Kartanon yksityisasiakkaita. Kyselyn avulla saadaan arvokasta tietoa yksityisasiakkaiden tarpeista ja heidän kiinnostuksen kohteistaan.

Kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan 10 hengen saunailta Mukkulan Kartanon rantasaunalla. Jätähän sähköpostiosoitteesi kyselyn loppuun osallistuaksesi arvontaan.

Vastaaminen vie vain muutaman minuutin.

Kiitos avustasi!

Lisätietoja:

LAB-opiskelija

Katri Virtanen

katri.virtanen@student.lab.fi

Kartanon Emäntä

Salla Nuorteva

salla.nuorteva@vanajanlinna.fi

Liite 3. Kyselylomake

Kysely Mukkulan Kartanon yksityisasiakkaille

Hei Katri! Kun lähetät lomakkeen, sen omistaja näkee nimesi ja sähköpostiosoitteesi.

* Pakollinen

1. Ikä: *

- Alle 18
- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- Yli 65

2. Sukupuoli *

- Mies
- Nainen
- Muu

Seuraava

Kysely Mukkulan Kartanon yksityisasiakkailla

* Pakollinen

Majoituspalvelut

3. Matkustatko yleensä? *

- Yksin
- Puolison kanssa
- Perheen kanssa
- Ystävän kanssa
- Muu

4. Kuinka usein käytät majoituspalveluja Suomessa? *

- 5 tai yli 5 kertaa vuodessa
- 3-4 kertaa vuodessa
- 1-2 kertaa vuodessa
- Harvemmin
- En koskaan

5. Miksi yleensä yövyt hotelleissa? *

- Vapaa-ajan vietto
- Työmatka
- Juhlat
- Muu

6. Millaisia aktiviteetteja harrastat matkasi vapaa-ajalla? (Esim. urheilu, kulttuuri, musiikki jne.) *

Kirjoita vastaus

7. Kuinka monta yötä viivyt keskimäärin matkoilla? *

- 5 tai yli 5 yötä
- 3-4 yötä
- 1-2 yötä

8. Mitä kanavia käytät majoituksen valitsemiseen? Voit valita useamman. *

- Booking
- Trivago
- Ebookers
- Momondo
- Muu

9. Kuinka paljon seuraavat seikat vaikuttavat majoituskohteen valintaan? (Asteikolla 0-5, jossa 0=ei yhtään ja 5=eniten) *

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Hinta | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Sijainti | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Aktiviteetit | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Palvelut | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Suosituksset | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Tarjoukset | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

10. Oletko käyttänyt Mukkulan Kartanon majoituspalveluja? *

- Kyllä
- Ei

11. Jos vastasit edelliseen Kyllä, olisitko kiinnostunut majoittumaan Mukkulan Kartanossa uudelleen ja miksi?

Kirjoita vastaus

12. Jos et ole käyttänyt Mukkulan Kartanon majoituspalveluja, olisitko kiinnostunut käyttämään ja miksi?

Kirjoita vastaus

Edellinen

Seuraava

Kysely Mukkulan Kartanon yksityisasiakkaalle

* Pakollinen

Juhlapalvelut

13. Kuinka tärkeänä pidät seuraavia ominaisuuksia juhlia järjestäessä? (Asteikolla 0-5, jossa 0= ei yhtään tärkeää ja 5= tärkeintä.) *

| | 0 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--|----------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Mahdollisuus tuoda omat ruoat | <input checked="" type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mahdollisuus lämmitellä tai muuten valmistella tarjottavia ruokia itse | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mahdollisuus tuoda omat alkoholi juomat | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mahdollisuus koristella juhlatilaa | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| Mahdollisuus majoittua juhlapaikalle | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

14. Minkä tyyppisiä juhlia voisit kuvitella pitäväsi juhlapalveluja tarjoavan yrityksen tiloissa? Voit valita useamman. *

Aikuisten syntymäpäiväjuhlia

Lasten syntymäpäiväjuhlia

Sukukokouksia

Häät

Muu

15. Kuinka suuret juhlat voisit kuvitella pitäväsi? *

Alle 50hiö

50-100hiö

100-200hiö

Yli 200hiö

16. Voisitko kuvitella pitäväsi juhlat Mukkulan Kartanossa ja miksi? *

Kirjoita vastaus

Edellinen

Seuraava

Kysely Mukkulan Kartanon yksityisasiakkailla

* Pakollinen

Vapaa-aika

17. Oisitko kiinnostunut osallistumaan Mukkulan Kartanolla järjestettäviin tapahtumiin? *

 Kyllä Ei

18. Jos vastasit edelliseen Kyllä, millaisiin tapahtumiin olisit kiinnostunut osallistumaan? Voit valita useamman.

 Musiikkitapahtumat Ruokatahtumat esim. illalliset Liikuntatapahtumat Koko perheen tapahtumat Muu

19. Oletko vuokrannut Mukkulan Kartanon rantasaunaa? *

 Kyllä Ei

20. Millaisella porukalla olet vuokrannut, tai haluaisit vuokrata saunatilat? *

 Harrasteporukka Työporukka Kaveriporukka Muu

Edellinen

Seuraava

Kysely Mukkulan Kartanon yksityisasiakkailla

* Pakollinen

Ravintolapalvelut

21. Kuinka usein käyt ravintoloissa kuukaudessa? *

 5 tai yli 5 kertaa kuukaudessa 3-4 kertaa kuukaudessa 1-2 kertaa kuukaudessa Harvemmin En koskaan

22. Kuinka paljon rahaa olet valmis käyttämään illalliseen juomiseen? (Per henkilö) *

 Alle 50 euroa 50-100 euroa 100-200 euroa Yli 200 euroa

23. Oisitko kiinnostunut käymään Mukkulan Kartanossa illallisella? *

 Kyllä Ei

24. Oletko osallistunut Mukkulan Kartanon juhlabuffetteihin (esim. isänpäivänä) tai illallisiin (esim. Mestarit Kartanolla)? *

- Kyllä
 Ei

25. Jätä halutessasi sähköpostiosoitteesi arvontaan osallistumista varten

Kirjoita vastaus

Edellinen

Lähetä

Liite 4. Ristiintaulukointi

| Kuinka usein käytät majoituspalveluja Suomessa | Alle 18v | 18-24v | 25-34v | 35-44v | 45-54v | 55-64v | yli 65v | | Kaikista vastanneista |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--|-----------------------|
| 5 tai yli 5 kertaa vuodessa | 100 % | 11 % | 3 % | 22 % | 33 % | 21 % | 0 | | 16 % |
| 3-4 kertaa vuodessa | 0 | 33 % | 26 % | 44 % | 17 % | 43 % | 100 % | | 33 % |
| 1-2 kertaa vuodessa | 0 | 39 % | 55 % | 33 % | 50 % | 21 % | 0 | | 40 % |
| Harvemmin | 0 | 17 % | 13 % | 0 | 0 | 14 % | 0 | | 11 % |
| En koskaan | 0 | 0 | 3 % | 0 | 0 | 0 | 0 | | 1 % |
| Yhteensä | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | | 100 % |

| Miksi yleensä yövyt hotelleissa? | Alle 18v | 18-24v | 25-34v | 35-44v | 45-54v | 55-64v | yli 65v | | Kaikista vastanneista |
|----------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--|-----------------------|
| Vapaa-ajan vietto | 33 % | 78 % | 77 % | 89 % | 83 % | 93 % | 100 % | | 81 % |
| Työmatka | 67 % | 6 % | 16 % | 11 % | 17 % | 0 | 0 | | 12 % |
| Juhlat | 0 | 17 % | 6 % | 0 | 0 | 7 % | 0 | | 7 % |
| Muu | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| Yhteensä | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | | 100 % |

| Kuinka monta yötä viivyt keskimäärin matkoilla? | Alle 18v | 18-24v | 25-34v | 35-44v | 45-54v | 55-64v | yli 65v | | Kaikista vastanneista |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--|-----------------------|
| 5 tai yli 5 yötä | 33 % | 11 % | 10 % | 0 | 33 % | 7 % | 50 % | | 12 % |
| 3-4 yötä | 67 % | 28 % | 10 % | 0 | 17 % | 7 % | 0 | | 14 % |
| 1-2 yötä | 0 | 61 % | 81 % | 100 % | 50 % | 86 % | 50 % | | 73 % |
| Yhteensä | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | | 100 % |

| Kuinka suuret juhlat voisit kuvitella pitäväsi? | Alle 18v | 18-24v | 25-34v | 35-44v | 45-54v | 55-64 | yli 65v | | Kaikista vastanneista |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--|-----------------------|
| Alle 50hlö | 33 % | 44 % | 35 % | 22 % | 33 % | 86 % | 50 % | | 45 % |
| 50-100hlö | 33 % | 50 % | 65 % | 78 % | 67 % | 14 % | 50 % | | 53 % |
| 100-200hlö | 33 % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 1 % |
| yli 200hlö | 0 | 6 % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 1 % |
| Yhteensä | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | | 100 % |

| Olisitko kiinnostunut osallistumaan Mukkulan Kartanolla järjestettäviin tapahtumiin? | Alle 18v | 18-24v | 25-34v | 35-44v | 45-54v | 55-64v | yli 65 | | Miehet | Naiset | Muu |
|--|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--|--------------|--------------|--------------|
| Kyllä | 67 % | 89 % | 90 % | 89 % | 100 % | 100 % | 100 % | | 88 % | 92 % | 100 % |
| Ei | 33 % | 11 % | 10 % | 11 % | 0 | 0 | 0 | | 12 % | 8 % | 0 |
| Yhteensä | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | | 100 % | 100 % | 100 % |

| Millaisella porukalla olet vuokrannut tai haluaisit vuokrata saunatilat? | Kaikista vastanneista |
|--|-----------------------|
| Harrasteporukka | 12 % |
| Työporukka | 2 % |
| Kaveriporukka | 80 % |
| Muu (perhe ja sukulaiset) | 6 % |
| Yhteensä | 100 % |

| | Alle 18v | 18-24v | 25-34v | 35-44v | 45-54v | 55-64v | yli65v | |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|------------|
| Kuinka usein käyt ravintoloissa kuukaudessa? | Miehet | Miehet | Miehet | Miehet | Miehet | Miehet | Miehet | |
| 5 tai yli 5 kertaa kuukaudessa | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 33 % | 0 |
| 3-4 kertaa kuukaudessa | 0 | 50 % | 14 % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 1-2 kertaa kuukaudessa | 100 % | 0 | 57 % | 100 % | 67 % | 33 % | 0 | 0 |
| Harvemmin | 0 | 50 % | 29 % | 0 | 33 % | 33 % | 0 | 0 |
| En koskaan | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Yhteensä | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 0 % |

| | Alle 18v | 18-24v | 25-34v | 35-44v | 45-54v | 55-64v | yli 65v | | 55-64v |
|---|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--|--------------|
| Kuinka usein käyt ravintoloissa kuukaudessa? | Naiset | Naiset | Naiset | Naiset | Naiset | Naiset | Naiset | | Muu |
| 5 tai yli 5 kertaa kuukaudessa | 0 | 19 % | 13 % | 13 % | 0 | 10 % | 0 | | 0 |
| 3-4 kertaa kuukaudessa | 100 % | 31 % | 13 % | 25 % | 0 | 10 % | 0 | | 0 |
| 1-2 kertaa kuukaudessa | 0 | 31 % | 50 % | 13 % | 33 % | 30 % | 50 % | | 0 |
| Harvemmin | 0 | 19 % | 25 % | 50 % | 67 % | 50 % | 50 % | | 100 % |
| En koskaan | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | | 0 |
| Yhteensä | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | | 100 % |

| Kuinka usein käyt ravintoloissa kuukaudessa? | Kaikista vastanneista | |
|--|-----------------------|--|
| 5 tai yli 5 kertaa kuukaudessa | 11 % | |
| 3-4 kertaa kuukaudessa | 18 % | |
| 1-2 kertaa kuukaudessa | 39 % | |
| Harvemmin | 33 % | |
| En koskaan | 0 | |
| Yhteensä | 100 % | |

| Kuinka paljon rahaa olet valmis käyttämään illalliseen juomineen? (per henkilö) | alle 18v | 18-24v | 25-34v | 35-44v | 45-54v | 55-64v | yli 65 | Kaikista vastanneista |
|---|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-----------------------|
| Alle 50 euroa | 67 % | 50 % | 58 % | 56 % | 33 % | 43 % | 100 % | 53 % |
| 50-100 euroa | 33 % | 44 % | 42 % | 44 % | 67 % | 57 % | 0 | 46 % |
| 100-200 euroa | 0 | 6 % | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 1 % |
| yli 200 euroa | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Yhteensä | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % | 100 % |

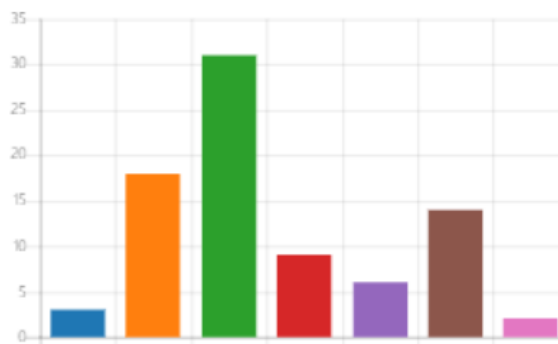
| Olisitko kiinnostunut käymään Mukkulan Kartanossa illallisella? | Kaikista vastanneista |
|---|-----------------------|
| Kyllä | 92 % |
| Ei | 8 % |

Liite 5. Kyselyn tulokset

1. Ikä:

[Lisätietoja](#)

| | |
|-----------|----|
| ● Alle 18 | 3 |
| ● 18-24 | 18 |
| ● 25-34 | 31 |
| ● 35-44 | 9 |
| ● 45-54 | 6 |
| ● 55-64 | 14 |
| ● Yli 65 | 2 |



2. Sukupuoli

[Lisätietoja](#)

| | |
|----------|----|
| ● Mies | 17 |
| ● Nainen | 65 |
| ● Muu | 1 |



3. Matkustatko yleensä:

[Lisätietoja](#)

| | |
|-------------------|----|
| ● Yksin | 14 |
| ● Puolison kanssa | 36 |
| ● Perheen kanssa | 29 |
| ● Ystävän kanssa | 32 |
| ● Muu | 1 |



4. Kuinka usein käytät majoituspalveluja Suomessa?

[Lisätietoja](#)

| | |
|-------------------------------|----|
| ● 5 tai yli 5 kertaa vuodessa | 13 |
| ● 3-4 kertaa vuodessa | 27 |
| ● 1-2 kertaa vuodessa | 33 |
| ● Harvemmin | 9 |
| ● En koskaan | 1 |



5. Miksi yleensä yövyt hotelleissa?

[Lisätietoja](#)

| | |
|---------------------|----|
| ● Vapaa-ajan vietto | 67 |
| ● Työmatka | 10 |
| ● Juhlat | 6 |
| ● Muu | 0 |



6. Millaisia aktiviteetteja harrastat matkasi vapaa-ajalla? (Esim. urheilu, kulttuuri, musiikki jne.)

[Lisätietoja](#)

83
vastausta

Uusimmat vastaukset
"Kulttuuri, musiikki"
"Museot, luonto"
"Urheilu, luonto, konsertit"

7. Kuinka monta yötä viivyt keskimäärin matkoilla?

[Lisätietoja](#)

| | |
|--------------------|----|
| ● 5 tai yli 5 yötä | 10 |
| ● 3-4 yötä | 10 |
| ● 1-2 yötä | 63 |



8. Mitä kanavia käytät majoituksen valitsemiseen? Voit valita useamman.

[Lisätietoja](#)

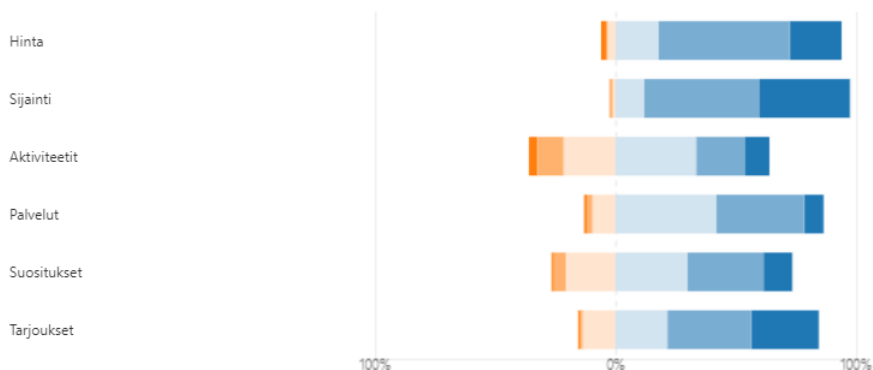
| | |
|------------|----|
| ● Booking | 50 |
| ● Trivago | 33 |
| ● Ebookers | 19 |
| ● Momondo | 8 |
| ● Muu | 32 |



9. Kuinka paljon seuraavat seikat vaikuttavat majoituskohteen valintaan? (Asteikolla 0-5, jossa 0=ei yhtään ja 5=eniten)

[Lisätietoja](#)

0 1 2 3 4 5



10. Oletko käyttänyt Mukkulan Kartanon majoituspalveluja?

[Lisätietoja](#)

● Kyllä 7
● Ei 76



11. Jos vastasit edelliseen Kyllä, olisitko kiinnostunut majoittumaan Mukkulan Kartanossa uudelleen ja miksi?

[Lisätietoja](#)

7
vastausta

Uusimmat vastaukset
"Kyllä. Palvelu oli tasokasta"

12. Jos et ole käyttänyt Mukkulan Kartanon majoituspalveluja, olisitko kiinnostunut käyttämään ja miksi?

[Lisätietoja](#)

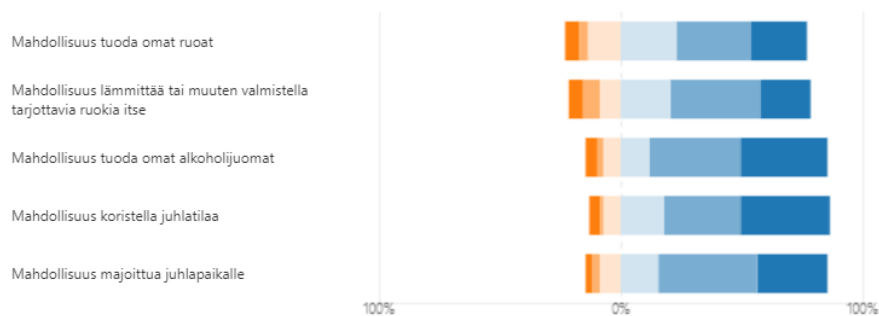
61
vastausta

Uusimmat vastaukset
"Kyllä. Ympäristö (luonto vs. keskustan läheisyys) "
"kaunis paikka ja kauniisti sisustetut huoneet"

13. Kuinka tärkeänä pidät seuraavia ominaisuuksia juhlia järjestäessä? (Asteikolla 0-5, jossa 0= ei yhtään tärkeää ja 5= tärkeintä.)

[Lisätietoja](#)

0 1 2 3 4 5



14. Minkä tyyppisiä juhlia voisit kuvitella pitäväsi juhlapalveluja tarjoavan yrityksen tiloissa? Voit valita useamman.

[Lisätietoja](#)

| | |
|------------------------------|----|
| Aikuisten syntymäpäiväjuhlia | 73 |
| Lasten syntymäpäiväjuhlia | 5 |
| Sukukokouksia | 32 |
| Häät | 62 |
| Muu | 10 |



15. Kuinka suuret juhlat voisit kuvitella pitäväsi?

[Lisätietoja](#)

| | |
|------------|----|
| Alle 50hlö | 37 |
| 50-100hlö | 44 |
| 100-200hlö | 1 |
| Yli 200hlö | 1 |



16. Voisitko kuvitella pitäväsi juhlat Mukkulan Kartanossa ja miksi?

[Lisätietoja](#)

83

vastausta

Uusimmat vastaukset

"Kyllä. Kokonaisuus, ruoka ja palvelu erinomaista. Viihtyisät saunatila..."

"Kyllä, helppi saavutettavuus."

"Kyllä, hyvä sijainti ja maukas ruoka"

17. Olisitko kiinnostunut osallistumaan Mukkulan Kartanolla järjestettäviin tapahtumiin?

[Lisätietoja](#)

| | |
|-------|----|
| Kyllä | 76 |
| Ei | 7 |



18. Jos vastasit edelliseen Kyllä, millaisiin tapahtumiin olisit kiinnostunut osallistumaan? Voit valita useamman.

[Lisätietoja](#)

| | |
|-----------------------------------|----|
| ● Musiikkitapahtumat | 63 |
| ● Ruokatapahtumat esim.illalliset | 42 |
| ● Liikuntatapahtumat | 37 |
| ● Koko perheen tapahtumat | 30 |
| ● Muu | 5 |



19. Oletko vuokrannut Mukkulan Kartanon rantasaunaa?

[Lisätietoja](#)

| | |
|---------|----|
| ● Kyllä | 8 |
| ● Ei | 75 |



20. Millaisella porukalla olet vuokrannut, tai haluaisit vuokrata saunatilat?

[Lisätietoja](#)

| | |
|-------------------|----|
| ● Harrasteporukka | 10 |
| ● Työporukka | 2 |
| ● Kaveriporukka | 66 |
| ● Muu | 5 |



21. Kuinka usein käyt ravintoloissa kuukaudessa?

[Lisätietoja](#)

| | |
|----------------------------------|----|
| ● 5 tai yli 5 kertaa kuukaudessa | 9 |
| ● 3-4 kertaa kuukaudessa | 15 |
| ● 1-2 kertaa kuukaudessa | 32 |
| ● Harvemmin | 27 |
| ● En koskaan | 0 |



22. Kuinka paljon rahaa olet valmis käyttämään illalliseen juomineen? (Per henkilö)

[Lisätietoja](#)

| | |
|-----------------|----|
| ● Alle 50 euroa | 44 |
| ● 50-100 euroa | 38 |
| ● 100-200 euroa | 1 |
| ● Yli 200 euroa | 0 |



23. Olisitko kiinnostunut käymään Mukkulan Kartanossa illallisella?

[Lisätietoja](#)

| | |
|---------|----|
| ● Kyllä | 76 |
| ● Ei | 7 |



24. Oletko osallistunut Mukkulan Kartanon juhlabuffetteihin (esim. isänpäivänä) tai illallisiin (esim. Mestarit Kartanolla)?

[Lisätietoja](#)

| | |
|---|----|
| ● Kyllä | 8 |
| ● Ei | 75 |



25. Jätä halutessasi sähköpostiosoitteesi arvontaan osallistumista varten

[Lisätietoja](#)

72
vastausta

Liite 6. Graafinen kehitysehdotus juhlapalveluille



*Vietä ikimuistoiset juhlat Mukkulan
Kartanossa
Mukkulan Kartano mukautuu kaikkiin elämäsi
tilaisuuksiin.*

Olipa kyseessä lapsen nimenantopuhla tai sukkokokus, löydät meiltä sopivat puitteet kaikkiin juhliisi.

Arvokkaaseen juhlasaliimme mahtuu 70 juhliavieraista ja lisätilaa saadaan tarvittaessa 10 ja 20 hengen kabinettitiloistamme.

Halutessanne juhlanne voivat jatkaa jopa aamun pikku tunneille saakka päärakennuksen vieressä sijaitsevassa Kavaljeerissa tai rantasaunalla, joihin molempiin saa tuoda omat kuohuvat.

❧

Valitse maistuva juhlaruokailu valmiista menuistamme [linkki menuihin], tai suunnitteleme kanssasi juuri sinun juhliisi sopivan menukokonaisuuden.

❧

Kerro meille, millaiset juhlat ovat sinulle ajankohtaiset, niin räätälöimme toiveidesi mukaisen kokonaisuuden. Muista kysyä myös majoitustarjousta juhliavierillesi!

Yhteystiedot

[Kuva-albumi jo järjestetyistä juhlista]

