

Konceptutveckling av ett värdshus i Åbo

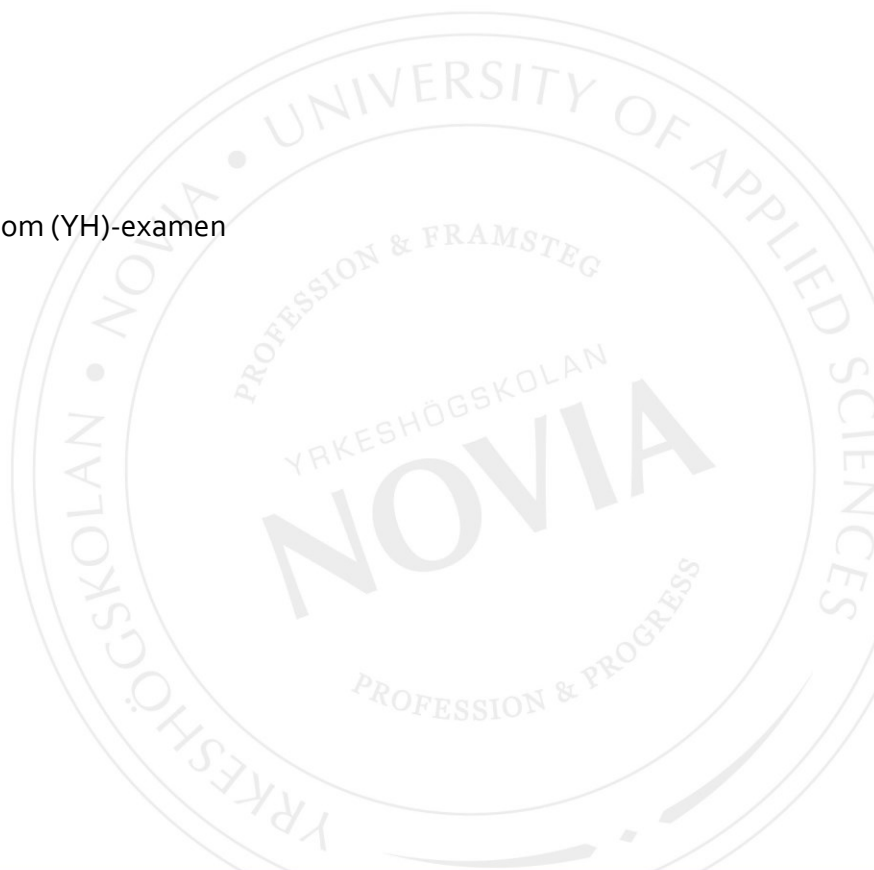
Underlag för en affärsplan

Christian Herrlin

Examensarbete för restonom (YH)-examen

Utbildningen inom turism

Åbo 2021



EXAMENSARBETE

Författare: Christian Herrlin

Utbildning och ort: Restonom, Åbo

Inriktningsalternativ/Fördjupning: Turism

Handledare: Anna-Karin Abrahamsson

Titel: Konzeptutveckling av ett värdshus i Åbo

Datum 09.05.2021

Sidantal 35

Bilagor 0

Abstrakt

Syftet med detta examensarbete är att skapa en grundläggande affärsplan för att öppna ett hypotetiskt värdshus. För att kunna uppnå detta syfte så bygger jag upp mitt examensarbete stegvis där jag behandlar olika delar som jag anser är viktiga att ta itu med i planeringen av ett värdshus. Jag kommer att använda mig av litteratur och källor från böcker, artiklar samt webbsidor.

Värdshus är en form av inkvartering som har funnits i århundraden men som förlorat intresse med åren. Värdshusmarknaden inom inkvartering kan ha en ny nischmarknad och det kan finnas ett ställe i Åbo för denna marknad.

Teorin som används för att slutföra en affärsplan för att skapa ett värdshus är baserat på böcker, webbsidor samt tidningsartiklar. Slutligen har jag skapat min egen idé av ett hypotetiskt värdshus.

Språk: svenska

Nyckelord: turism, inkvartering, värdshus

OPINNÄYTETYÖ

Tekijä: Christian Herrlin

Koulutus ja paikkakunta: Restonomi, Turku

Suuntautumisvaihtoehto/Syventävät opinnot: Turismi

Ohjaaja(t): Anna-Karin Abrahamsson

Nimike: Majatalon perustamiskonsepti Turkuun.

Päivämäärä 09.05.2021

Sivumäärä 35 Liitteet 0

Tiivistelmä

Tämän opinnäytetyön tarkoitus on kehittää perustava liiketoimintasuunnitelma hypoteettiselle majatalolle. Jotta tämä opinnäytetyö olisi mahdollinen olen suunnitellut opinnäytetyöni rakentavalla tavalla missä jokainen luku auttaa mahdollistamaan liiketoimintasuunnitelman ja mahdollistamisen majatalon suunnittelusta. Tulen käyttämään lähteinä kirjoja, artikkeleita kuin myös verkkosivustoja.

Majatalot ovat olleet käytössä majoitustapana vuosisatoja, mutta kiinnostus on harventunut vuosien aikana. Uskon että majatalot voisivat toimia markkinarakona tämän päivän Turussa.

Teoria mitä olen käyttänyt tämän opinnäytetyön tekemisessä, on perin kirjoista, verkkosivustoilta kuin myös lehtiartikkeleista. Lopuksi olen suunnitellut oman hypoteettisen majatalon.

Kieli: ruotsi

Avainsanat: turismi, majoitus, majatalo

BACHELOR'S THESIS

Author: Christian Herrlin

Degree Programme: Tourism

Specialization: Tourism

Supervisor(s): Anna-Karin Abrahamsson

Title: Creating a Concept for an Inn in Turku

Date 09.05.2021 Number of pages 35

Appendices 0

Abstract

The purpose of this Bachelor's thesis was to create a fundamental base for a business plan to open a hypothetical inn. To reach this purpose, I have built my Bachelor's thesis step by step where I process different parts which I conclude as important in designing an inn. As sources used books, articles and websites.

Inns have been a common form of accommodation for centuries, but it has lost some of its charm over the years. There could be a possible niche market for inns in today's Turku.

The theory I have used to complete a business plan for opening an inn is based on books, websites and articles. As a final step I have designed my own plan of an inn.

Language: Swedish

Key words: tourism, accommodation, inn

Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Bakgrund	1
1.2	Syfte	1
1.3	Metod och avgränsning.....	2
2	Inkvarteringsbranschen	2
2.1	Historia om övernattnig.....	3
2.2	Hotell.....	3
2.2.1	Vad är ett hotell?	4
2.2.2	Hur bra är ett hotell.....	5
2.3	Hostell.....	6
2.4	Motell	6
2.5	Värdshus.....	6
3	Företagsverksamhet	7
3.1	Entreprenörprocess	7
3.2	Företagsidé och affärsidé	8
3.3	Affärsplan	9
3.3.1	Sammanfattning.....	10
3.3.2	Företagsanalys.....	10
3.3.3	Industrialanalys.....	10
3.3.4	Marknadsanalys	10
3.3.5	Strategisk analys	11
3.3.6	Ledningsanalys.....	11
3.3.7	Finansiell analys.....	11
3.4	Marknadsföringsplan.....	11
3.4.1	Marknadsanalys	12
3.4.2	Marknadsföringsmål	12
3.4.3	Marknadsföringsstrategi och taktik.....	12
3.4.4	Övervaka, kontrollera och utvärdera.....	13
3.5	Genomförbarhetsstudie.....	13
3.5.1	Beskrivning.....	13
3.5.2	Marknaden	13
3.5.3	Organisatorisk genomförbarhet	13
3.5.4	Teknisk genomförbarhet.....	14
3.5.5	Finansiell genomförbarhet	14
4	Benchmarking.....	14
4.1	Olika metoder av benchmarking.....	14

4.2	Varför benchmarking lönar sig	15
4.3	Egen benchmarking.....	15
5	Åbo.....	16
5.1	Åbos inkvartering.....	16
5.1.1	Åbo centrums inkvartering.....	16
5.1.2	Radisson Blu Marina Palace Hotel	17
5.1.3	S/S Bore.....	17
5.1.4	Bed & Breakfast Tuure	17
5.1.5	Turun Birgittalaisluostari ja vieraskoti.....	18
5.2	Restauranger i Åbo	18
5.2.1	Fine Dining.....	18
5.2.2	Bårestauranger	19
5.2.3	Klassiska restauranger i Åbo.....	19
5.2.4	Pubar	19
5.2.5	Caféer.....	20
5.3	Åbo som turiststad.....	20
5.3.1	Åbo slott	20
5.3.2	Klosterbacken	21
6	Värdshusens historia	21
6.1	Storbritannien	21
6.1.1	De engelska värdshusen.....	21
6.1.2	Nämmande av sitt värdshus	22
6.1.3	The Mermaid Inn	22
6.1.4	The Bell at Ramsbury	23
6.2	Finland.....	24
6.2.1	Fiskars Wärdshus.....	24
6.2.2	Hetan Majatalo.....	24
7	Eget värdshuskoncept.....	24
7.1	Lokal och inredning.....	25
7.2	Service	27
7.3	Restaurang.....	28
7.4	Gästrum.....	29
7.5	Personal	29
7.6	Pris för inkvartering.....	30
7.7	Målgrupp.....	30
7.8	Marknadsföring.....	31
8	Sammanfattning.....	31
9	Källor.....	32

1 Inledning

Turism i Finland är väldigt viktigt. För tillfället arbetar ungefär 142100 arbetare inom Finland och i procent betyder det här att ungefär 5.4 procent av Finlands befolkning som är i arbetslivet, arbetar inom turismindustrin. Under 2000-talet har turismen bland utländska turister ökat dubbelt från det tidigare och år 2019 var mängden utländska turister 8,9 miljoner. (Mara, u.å.)

Jag har under en lång period funderat på att skapa mitt eget företag, speciellt inom hotell- och restaurangbranschen. Före mina studier i Yrkeshögskolan Novia så ville jag öppna en egen bar med min vän. Konceptet har dock utvecklats ju äldre jag har blivit och desto mera jag studerat ämnet turism. Förutom att bara öppna en bar, så vill jag också kunna erbjuda inkvartering. Idén med ett värdshus passar bäst in med min tanke på den perfekta inkvarteringen i min smak.

1.1 Bakgrund

Jag började studera i Yrkeshögskola Novia år 2015 som det sista restonomteamet i skolan. Förutom alla kurser vi har avlagt så har jag fått en hel del praktisk kunskap tack vare min utbildning. Jag har mycket kunskap när det kommer till hotellindustrin och jag har fått uppleva flera olika områden av hotellindustrin. Dessa inkluderar arbetet som receptionist och bartender på två olika hotell samt catering och städarbete på ett kryssningsfartyg. Eftersom jag har i detta skede flera års arbetserfarenhet inom hotellindustrin så känner jag mig bekväm att ta nästa steg och våga planera min egen idé.

1.2 Syfte

Syftet med detta examensarbete är att skapa en grundläggande affärsplan för att öppna ett hypotetiskt värdshus. För att kunna uppnå detta syfte så bygger jag upp mitt examensarbete stegvis där jag behandlar olika delar som jag anser är viktiga att ta itu med i planeringen av ett värdshus. Som källor kommer jag att använda mig av litteratur och källor från böcker, artiklar samt websidor.

Staden där jag kommer att planera mitt koncept av ett värdshus är Åbo. För att kunna planera ett koncept för ett hypotetiskt värdshus måste jag först kartlägga Åbos potential som turiststad och ifall det finns ett behov av ett värdshus i Åbos inkvarterings urval. Förutom

att enbart fokusera på värdshus kommer jag att hantera övriga metoder av inkvartering som hotell, bed & breakfast, hotell samt motell. Det här kommer jag att vara tvungen att göra för att räkna ut eventuell konkurrens i Åbo. Eftersom jag kommer att planera att erbjuda middag på mitt planerade värdshus kommer jag också att hantera Åbos restaurangutbud.

Mitt planerade värdshus kommer till designen att vara inspirerad av historiskt utseende, både i Åbo samt med en influens av klassiska värdshus i Storbritannien, medan sovutrymmen kommer att vara i dagens standard. Eftersom temat kommer att vara historiskt så kommer jag att lista upp ett par möjliga turistattraktioner som man eventuellt kunde tänka sig ha samarbete med.

Genom dessa metoder som mitt examensarbete är uppbyggt så kommer det finnas en färdig botten för konceptutveckling av ett värdshus i Åbo, förhoppningsvis kommer jag att få vara med och grunda detta.

1.3 Metod och avgränsning

För att uppnå en högre standard så kommer mitt arbete att basera sig på punkter som jag anser är viktiga att ta i beaktande, då man öppnar ett värdshus. Jag har ingen tidigare erfarenhet av att öppna ett företag som erbjuder inkvartering och därför kommer jag att använda mig av relevant litteratur som stöd för att stärka min eventuella plan om att öppna ett eget värdshus. För att uppnå mitt syfte har jag läst mig in på samt benchmarkat restauranger och inkvartering i Åbo.

Jag kommer inte att behandla detaljer som till exempel vilket tvättmedel som värdshuset kommer att använda sig av för att tvätta ytor. Dessa detaljer kan jag inte se som en relevant del av att öppna ett värdshus eftersom det är för små detaljer och de skulle blanda helheten med för mycket klott. I planeringen av mitt eget värdshus kommer jag inte heller att gå in på för mycket ekonomi eftersom det är omöjligt att säga vid detta skede hurdan personal jag kommer att ha. Jag kommer därför att hålla mig till ett ekonomiskt perspektiv men jag kommer inte att ha ett fokus på en ekonomisk detalj, som till exempel timlön för varje anställd.

2 Inkvarteringsbranschen

Idag finns det otroligt många olika sätt som man kan övernatta på som turist. I detta kapitel kommer jag att behandla några av dessa alternativ. För att begränsa mängden av alternativ

hur man kan övernatta i dagens värld har jag beslutat mig för att begränsa mitt antal till fyra olika modeller. I detta kapitel kommer jag att klargöra vad som är specifikt med dessa alternativ samt hur de kan praktiskt se ut.

2.1 Historia om övernattning

Behovet av övernattning har funnits i flera hundra år. Ur ett historiskt perspektiv var det till exempel pilgrimer som hade ett stort behov av övernattning. Under denna period började kloster och vissa katedraler att erbjuda vakans till resenärer. På 1400-talet började formen av värdshus skapas i områden som England samt Frankrike. Värdshusen fungerade främst som ett ställe där en resenär kunde vila upp sig och sköta om hästarna i lugn och ro. Konceptet av värdshus började minska under 1600- och 1700-talet då järnvägar började skapas. På grund av minskande av värdshus så ändrade formen av värdshus till krog. Dessa krogar började locka till sig mera kunder med hjälp av mat och underhållning. Den första krogen öppnades år 1634 av Samuel Cole. (Sheela, 2000, s. 3)

Historiskt sett började behovet av övernattning kring industriella revolutionen. Vid denna period började folk resa alltmer och då man reste fanns det ett även ökat behov av övernattningsställen. Före denna period fanns det flera olika alternativ för övernattning, men en speciell boom för massturism för denna period och krogarna började använda sig av benämningen hotell. Hotell ordet kommer från franska ordet "hotel" och hade betydelsen bostad för de rika. (Sheela, 2000, s. 3)

Det moderna konceptet av hotell började i början av 1900-talet då Plaza hotell öppnade i New York. Hotellet erbjöd ett dansutrymme, sviter samt områden som var öppna för andra än bara hotellgäster. Den första hotellkedjan öppnades av Conrad Hilton, som köpte Stevens hotel (idag kallas detta hotell för Chicago Hilton), Palmer House i Chicago, Plaza i New York samt Waldorf-Astoria i New York. Dessa hotell köptes under perioden mellan första och andra världskriget. År 1946 skapade Conrad Hilton the Hilton group of hotels. (Sheela, 2000, s. 3)

2.2 Hotell

Hotell och hotellindustrin är något som jag känner till väl. Jag har arbetat på två olika hotell och övernattat på många fler. Ett personligt faktum är att när jag reser så det första jag tänker på är var skall jag bo. Då kollar jag på övernattningsmöjligheter och de första förslagen brukar som oftast vara hotell. I det skedet så analyserar jag priser och vad hotellen erbjuder.

Även om hotell är det första som jag kollar på så är det ingen garanti för att jag bokar en hotellövernattnig.

Som ett eget test så provade jag att besöka två olika hemsidor för att se vad som rekommenderas för mig. Den första sidan jag besökte är Visit Finlands reseplanerare. Jag lät hemsidan planera en 2 veckors resa från datumen 16.5 till 30.5.2021 och det planerade resmålet är Finland. Som inkvarteringsmöjlighet föreslår hemsidan alltid hotell som första alternativ, det andra alternativet är Airbnb. (Trip Planner, Visit Finland, u.å.)

Det andra testet är på hemsidan Booking.com. För detta försök valde jag som resmål London, Storbritannien, en stad jag gärna skulle vilja besöka men har inte än gjort. Som övernattningsdatum valde jag 16.5 till 17.5.2021 och jag letade efter ett rum för två personer. Jag såg vilka förslag som booking.com hade som favoriter och de fem första resultaten på första sidan var hotell. (London sökresultat, u.å.)

2.2.1 Vad är ett hotell?

Vad är ett hotell? Vi vet alla vad ett hotell är, ett ställe där man bokar ett rum och sedan kan sova i. Denna definition räcker för att beskriva vad idén med ett hotell är, men då skrapar man endast på ytan. Ett hotell kan också kallas för ett hem när man inte är hemma, ett ställe där en resenär byter titel till gäst. Förutom övernattnig brukar hotell erbjuda en hel del andra tjänster, dessa brukar inkludera ett loungeområde, restaurang även uthyrning av bilar eller andra transportmedel. Hotellstorlekar kan variera väldigt mycket, från 20 rum till över 2000. (Sheela, 2000, s. 6)

Själva ordet hotell kan vara svårare att identifiera till endast ett slag. Som ovan nämnt så har hotell olika tjänster som den erbjuder, men när det kommer till hotell så finns det en massa olika sorter.

Några exempel på verksamheter som kan kallas hotell:

- Resort
- Stuga
- Vårdshus
- Konferenscenter

- Tidsdelat boende
- Vårdinrättningar

Alla dessa kan klassa sig som hotell även om de inte anses som klassiska hotell, som då är en byggnad som erbjuder övernattnig och service. Även det jag kallar för klassiska hotell kan vara rätt så komplexa att definiera, eftersom det finns flera olika typers klassiska hotell, till exempel flygplatshotell eller kasinohotell. Som tur finns det metoder på hur man kan lättare segmentera hotell från hotell. En metod som är välanvänd är branding. Ett hotell kan specialisera sig i något visst eller marknadsföra sig som till exempel ett lyxhotell. Då skapar hotellet ett slags varumärke som lyxhotell och själva lyx-ordet är det som blir definierande. (Rutherford, 2010, ss. 321-322)

2.2.2 Hur bra är ett hotell

Många av dagens hotell använder sig av något sätt att mäta kvaliteten för sitt hotell. I Europa använder man mycket av Hotrec-stjärnmodellen (Hotelstars, u.å.) medan i USA kan hotell använda sig av Mobil Travel Guide stjärnmodellen eller American Automobile Association (AAA) diamantmodell. (Alan T. Stutts, 2010)

Stjärnor i sig säger inte hur bra ett hotell är, det är ett hjälpmedel för att upprätthålla en viss standard. Följer man Hotrec kriterierna så får hotellet stjärnor från skalan 1–5. För att ett hotell skall kunna få det högsta betyget skall det bland annat finnas möjlighet för 24 timmars rumsservice och reception. (Hotelstars, u.å.)

Det finns kritiska tankar bakom rankande av hotell med hjälp av stjärnor. Enligt artikeln som gjorts av Yle reportern Liisa Vihmanen (Vihmanen, 2014), saknar vi i Finland ett officiellt sätt att rangordna hotell. Detta beror på att stora hotellkedjor i Finland har nekat behovet av detta. Enligt dåvarande VD för Scandic, Aki Käyhkö är användandet av stjärnor gammalmodigt. Förutom att det är gammalmodigt så kan det även vara skadligt för flera hotell.

”Tähtiluokitus on mekaaninen, eikä vastaa tämän päivän kuluttajien tarpeita. Tähtiluokituksen käyttöönotto aiheuttaisi hotelleille monimutkaisia investointeja” – Aki Käyhkö, 2014. Enligt citatet kan rankingsystemet enligt antal stjärnor vara skadligt för hotell. Enligt artikeln kan till exempel behovet av att uppgradera möbler vara kostsamt för att upprätthålla en viss standard och för att kunna hålla kvar sin stjärnranking. Enligt artikeln vill man nuförtiden erbjuda mera av en upplevelse för sina gäster.

2.3 Hostell

Det följande inkvarteringsalternativet jag kommer att behandla är hostell. Hostell, lika som hotell kan vara väldigt olika. Idén med hostell är budgetvänligt boende delat med andra. En stor skillnad mellan hotellrum och hotellrum är att man kan hamna dela sovrum eller tvätt utrymmen med andra. Det här kan vara problematiskt för många, men det kan också vara perfekt för de som reser ensamma. Kundgruppen för ett hostell är som oftast människor under 35 år, men det är fortfarande möjligt för människor i alla åldrar att bo på hostell. Det är viktigt att kolla upp hur hostellet ser ut och vad hostellet erbjuder före man bokar ett hotellrum så att man slipper oväntade överraskningar. Hostell idag kan ha väldigt mycket att erbjuda. Från simbassäng till roliga evenemang. Förutom vad hostell kan internt erbjuda, så kan väldigt många hostell erbjuda ett bra och centralt ställe i städer. (Dutton, 2020)

2.4 Motell

Motell, officiella namnet kommer från engelskans motor hotel. Namnet motor hotel kommer från att motell är oftast designade för bilresenärer och därför är de som oftast placerade vid större vägar, därmed slipper bilister stadens rusning. Motell fick sin grund i USA på 1920-talet i Kalifornien då Milestone Mo-Tel öppnade. Priset för övernattningskostade då 1,25 dollar per natt, vilket i dagens summa blir ungefär 17 dollar, eller 15 euro. (Hietala, 2019)

Vad är skillnaden mellan motell och hotell? Den största skillnaden generellt sett är att motell brukar vara flata i sin arkitektur. De flesta hotell är 1 eller 2 våningar. Det som brukar vara speciellt för motell är parkering. I motell ingår parkering i övernattningspriset, vilket kan vara väldigt värt, eftersom parkering i storstäder kan vara nästan lika dyrt som att betala för en motellnatt. Kundgruppen för motell är bilresenärer. De flesta som stannar i ett motell brukar övernatta och sedan fortsätta vidare på sin resa. (Hietala, 2019)

2.5 Vårdshus

Vårdshus är i dagens läge ett rätt så bortglömt koncept när man talar om inkvartering. Men vad är vårdshus? Vårdshus, mera känt i engelskan som inn, har egentligen två olika definitioner. Historisk och modern.

Ur ett historiskt perspektiv är vårdshus ett ställe som serverar mat och dryck och möjlighet för att kunna övernatta. Ofta var dessa nära vägar och kunde erbjuda resenärer möjlighet att tvätta och vila upp sig. (Bucholz & Ward, 2012)

Idag använder de flesta ställen någon annan sorts benämning när det gäller inkvartering, som till exempel boutiquehotell eller bed & breakfast. Mat och dryck delen har också ändrat form till restauranger och krogar.

3 Företagsverksamhet

I detta kapitel kommer jag att behandla företagsverksamhet och hur man skall planera före man bestämmer sig för att bli företagare. I detta kapitel kommer jag att behandla företagsverksamhet inriktat på turism i fokus.

Vad är företagsverksamhet? Företagsverksamhet i sin korthet betyder arbete som inte genomförs genom att vara anställd. Det här betyder då att ifall du äger till exempel ett företag eller är frilansare så är du inte anställd. Företagsverksamhet är extremt viktigt och med tanke på att jag planerar ett koncept att öppna ett hypotetiskt värdshus och därmed kommer jag att gå igenom några punkter som är väldigt viktiga inom företagsverksamhet. (Sotiriadis, 2018, ss. 7-8)

Med tanke på att jag planerar ett hypotetiskt företag så kommer jag att gå igenom rollen av en entreprenör. Vad är en entreprenör? En entreprenör är en företagsägare som försöker öka inkomst genom att skapa eller öka en ekonomisk ökning. Denna ekonomiska ökning kan då göras genom att finna och utnyttja nya produkter och möjligheter. Som en person så är det viktigt för en entreprenör att vara modig, kreativ, motiverad samt ha brinnande passion för att lyckas. (Sotiriadis, 2018, ss. 7-8)

3.1 Entreprenörsprocess

För att klargöra vad jag menar med att man fortsätter arbeta på sin företagsidé så kommer jag att lista upp 4 skeden i processen av entreprenörsprocess.

- Idé
- Igenkännande av en möjlighet
- Utvärdering av möjlighet
- Möjlighetsutnyttjande

Med dessa fyra steg börjar en entreprenör med entreprenörsprocessen. En idé är en av de byggstenarna som behövs för att börja med entreprenörsprocessen. En idé i sig behöver dock inte vara för värdefullt i sig, det här beror på hur man kan implementera idén i verkligheten. En idé behöver inte heller vara originell, det enda som är viktigt att en entreprenör kan påbörja arbetet med denna idé. En idé i sig är inte alltid en orsak till att man måste börja agera, eftersom det kan komma situationer där du kommer på någon idé eller en lösning men du vet inte tillräckligt om ämnet för att ta nästa steg, vare sig det är på grund av att ämnet är okänt eller att du inte har hunnit samla tillräckligt med uppgifter om ämnet, som till exempel hunnit identifiera marknaden i fråga. (van Zyl, 2018)

Det andra steget är igenkännande av en möjlighet. Det här är definitionen på företagsamhet, hitta din möjlighet i marknaden. Att kunna identifiera möjligheter är något som vissa kan medan andra inte kan. Det här kan bland annat ha att göra med utbildning och ämneskunnighet eller rent av erfarenhet. En annan sak som kan hjälpa i detta skede är ifall man har tillräckligt kunskap om sina kunder och målgrupp. Det vill säga att man eventuellt har information om vad som är kunders preferenser och behov. (van Zyl, 2018)

Utvärdering av möjlighet är det tredje steget av processen i entreprenörsprocessen. Tidigare har man tänkt att utvärderingen av en möjlighet har baserat sig på genomförbarhet och hur önskvärdhet samt entreprenörens benägenhet för att agera på möjligheter. Senare studier visar dock att det är viktigare för entreprenörer att kunna analysera kunskapsresurser i ett tidigt skede för att bättre kunna utvärdera möjligheter. (van Zyl, 2018)

Möjlighetsutnyttjande är det sista steget för entreprenörsprocessen. Möjlighetsutnyttjande är egentligen uppdelat i två delar, applicerande av de tre ovannämnda punkterna och entreprenörens agerande av möjlighetsutnyttjande. Det här betyder i verkligheten att nu skall entreprenören planera med hjälp av den tidigare data som samlats att på vilket sätt skall man sätta in foten i marknaden för att förverkliga påbörjandet av ett företag. (van Zyl, 2018)

3.2 Företagsidé och affärsidé

För att ta sig till nästa steg av företagsverksamhet så bör man klargöra två viktiga delar före det, företagsidé samt affärsidé. Vad är en företagsidé? Företagsidé i sig är grunden till att varför du vill skapa ett företag. Det kan vara att du har kommit på en ny idé eller produkt och nu skulle du vilja börja utveckla det. Det är inget krav att en företagsidé måste vara ny eller unik, men ifall din företagsidé är till exempel en restaurang så måste du kunna på något sätt urskilja dig från massan. För att hålla sig till restaurangexemplet så kan man då vilja

öppna en sushi-restaurang men med skandinavisk stil. På detta vis kan man skilja sig ur massan. (Grunda ett företag - Affärsidé, 2021)

Nästa steg är att påbörja med affärsidén. Affärsidé betyder när du börjar utveckla din företagsidé till något mera konkret. Vid detta skede börjar du också planera att på vilket sätt kan du tjäna en inkomst med din idé. Det är också viktigt att få fram i din affärsidé att vem som kommer att vara din planerade kund, samt att vad du kommer att erbjuda och hur. (Grunda ett företag - Affärsidé, 2021)

3.3 Affärsplan

Det följande steget i företagsverksamhet är affärsplan. En affärsplan är en företagares hjälprea att praktiskt börja planera sitt företag helt praktiskt samt att kunna hålla sig till spåret av den ursprungliga planen. En annan viktig orsak till att planera en ordentlig affärsplan är att du eventuellt kan kunna använda dig av din affärsplan vid till exempel sökande av lån eller investerare. Affärsplanen är till för att hjälpa dig, som en företagare att kunna planera inför framtiden och kunna se till att du går rätt väg för att nå det. Det finns metoder för att hjälpa att bygga en bra affärsplan. De första byggstenarna i en affärsplan är:

- Vision, beskriver kort framtidsplanen för företaget
- Mission, förklarar vad ett företag gör, vilka tjänster som erbjuds, kundlöfte samt den möjliga ökningspotentialen
- Mål, vad vill företaget uppnå
- Strategi, betyder att på vilket sätt företaget kommer att gå till väga för att kunna nå målet

(Alonso-Vazquez, Pastor-Pérez, & Alonso-Castañón, 2018, ss. 159-160)

Dessa fyra är väldigt viktiga att ha koll på som en företagare. De förklarar verksamheten i kort och det är lätt att ge en bild åt kunden om hurudan ditt företag genom att till exempel ha dessa fyra steg på din hemsida.

För att sedan planera din grundläggande affärsplan så krävs det mycket mera än att kunna i sin korthet förklara. Affärsplanen är ju trots allt grunden och basen för företagsverksamhet. För att göra en grundläggande och presentabel affärsplan så kommer jag att lista 7 punkter att ta i beaktande. (Gerson & Shotwell, 1991)

- Sammanfattning
- Företagsanalys
- Industrianalys
- Marknadsanalys
- Strategisk analys
- Ledningsanalys
- Finansiell analys

3.3.1 Sammanfattning

Sammanfattningen är den delen som bör stå först, men oftast så skrivs denna del sist eftersom här kommer hela planen att beskrivas i sin helhet. (Gerson & Shotwell, 1991)

3.3.2 Företagsanalys

Det följande steget är att identifiera ditt företag. För att få en bild om ditt företag så kan man göra en SWOT-analys. SWOT betyder styrka, svaghet, möjligheter och hot. När du väl har identifierat dessa kan du börja beskriva ditt företag, till exempel vad det är för företag och hur det började, vad erbjuder företaget samt vad som är företagets konkurrens. I detta skede skall det också framgå kostnader för ditt företag i jämförelse med tävlande företag. (Gerson & Shotwell, 1991)

3.3.3 Industrianalys

Inom industrianalysen är det viktigt att du beskriver din industri väl. Inte bara vad allting som erbjuds utan här är det också viktigt att få fram industrins potential, är industrin och expanderar eller är det en helt ny bransch. (Gerson & Shotwell, 1991)

3.3.4 Marknadsanalys

Marknadsanalys är också en del som är väldigt viktig att studera djupt. Här definierar du din kundgrupp samt kundsegmentering. Detta skede är extremt viktigt för att det bygger också på hur du kommer att marknadsföra ditt företag till din målgrupp. När du identifierar din kundgrupp skall du också ta i beaktande ifall du också marknadsför dig internationellt. Inom

turism är detta en sak som bör tas i beaktande automatiskt, speciellt med att hur du kan nå den utländska kundgruppen. Inom marknadsanalys skall du också ta i beaktande dina största konkurrenter. Ha koll på dina egen ekonomiska situation och jämför med din konkurrens. Det vill säga ha data på din egen försäljning och volym och jämför med de största tävlarna. (Gerson & Shotwell, 1991)

3.3.5 Strategisk analys

Strategisk analys är en djupare analys av de ovannämnda mål och strategi. När du behandlar en strategisk analys skall du ta i beaktande på vad du har för mål, hur du kommer att nå de, vilken strategi du kommer att använda dig av samt en planerad tidslinje när du kommer att ha nått dina mål. (Gerson & Shotwell, 1991)

3.3.6 Ledningsanalys

Vid ledningsanalys kommer du som företagare ta i beaktande din personal. När du planerar din personal måste du ta i beaktande den personal som behövs just nu, samt det eventuella behovet i framtiden. Vid detta skede skall du också planera hur ditt företag kommer att vara uppdelat samt ansvarsområden för din personal. Som en extra bonus så kan det planeras in i detta skede arbetsplatsens filosofi. (Gerson & Shotwell, 1991)

3.3.7 Finansiell analys

Det slutliga steget vid planering av din affärsplan är finansiell analys. Vid detta skede kommer du som företagare att planera in din budget och eventuella andra kostnader. I detta skede skall du också planera hur den ekonomiska situationen kommer att behandlas i företaget, till exempel bokföring. (Gerson & Shotwell, 1991, pp. 8-10)

3.4 Marknadsföringsplan

När man väl har gjort en affärsplan, så är det dags att gå till steg nummer 2: Marknadsföringsplan. Under 2000-talet har marknadsförändring ändrat drastiskt. Takten som dagens teknologi ökar är otrolig och för ett företag att klara sig i dagens läge så måste man kunna anpassa sig. Det här är speciellt viktigt inom turism. I dagens marknadsföring för turism finns det 2 viktiga helheter att ta i beaktande, kunden och teknologin. Du måste känna din kund väl för att lyckas i dagens samhälle, samt måste du kunna använda dig av dagens teknologi för att lätt nå dagens kunders behov. (Fotiadis, Mombeuil, & Natasa Slak, 2018)

Eftersom jag kommer att planera ett mindre företag så kommer jag att behandla i detta stycke marknadsföring och den strategiska marknadsföringen av små och medelstora företag. För att bygga upp en logisk marknadsföringsplan så bör man ta dessa 4 steg: (Fotiadis, Mombeuil, & Natasa Slak, 2018)

- Marknadsanalys
- Skapa SMART (specific, measurable, achievable, result-focused, time-bound) marknadsföringsmål
- Utveckla marknadsföringsstrategi samt en taktik och genomförandet av din marknadsföringsplan
- Övervaka, kontrollera och utvärdera din plan

3.4.1 Marknadsanalys

Vid detta skede har du redan gjort en marknadsanalys vid planeringen av affärsplan och den skall du ta i beaktande vid planeringen av din marknadsföringsplan. Det som ännu skall göras i detta skede är samla data. Data får du från dina gäster som checkar in, varifrån de kommer, ålder, varför de har rest samt till exempel hur de bokade. (Fotiadis, Mombeuil, & Natasa Slak, 2018)

3.4.2 Marknadsföringsmål

Idén med SMART marknadsföringsmål är att du verkligen skall kunna nå detta mål. Resultaten är det viktiga och därför är det viktigt att dina mål skall vara realistiska. Ett exempel på ett SMART marknadsföringsmål är att öka besökarmängden för din hemsida för varje kvartal. (Fotiadis, Mombeuil, & Natasa Slak, 2018)

3.4.3 Marknadsföringsstrategi och taktik

Hur kommer du att nå dina marknadsföringsmål? Genom att utveckla en marknadsföringsstrategi. Vid exemplet ovan med att öka besökarmängden för din hemsida så kan man till exempel utveckla en strategi där man gör en kort reklamvideo om företaget, sedan anställer kända personer på sociala medier, influerare, att dela din reklamsnutt. Skapandet av reklamen är i detta skede en strategi, medan att anställa influerare att dela din reklamsnutt är en marknadsföringstaktik. När du väl har kommit på en strategi och en taktik

är det dags att implementera marknadsföringsplanen. (Fotiadis, Mombeuil, & Natasa Slak, 2018)

3.4.4 Övervaka, kontrollera och utvärdera

Det sista stegen är att följa med resultaten av din plan. Genom att övervaka och kontrollera så kan du se till att din strategi och taktik verkligen går enligt plan och att det hålls inom den planerade tidsramen. Till slut skall du utvärdera hur bra din plan har fungerat. Har du nått dina mål? Vad fungerade och vad misslyckades? Samt att det slutliga resultatet. (Fotiadis, Mombeuil, & Natasa Slak, 2018, ss. 298-308)

3.5 Genomförbarhetsstudie

Genomförbarhetsstudie betyder kort sagt analysering av en idés möjligheter. Det är viktigt att göra en genomförbarhetsstudie vid början av planeringen av ett företag för att ta reda på ifall idén i fråga är möjlig att förverkliga. En orsak till att varför det är speciellt viktigt inom turism med att kolla ifall ett företag är genomförbart är till exempel säsongsbaserad turism. (Arvanitis & Estevez, 2018)

3.5.1 Beskrivning

Vid beskrivningsdelen så beskrivs hur företaget kommer att se ut. I detta fall gäller det både lokal och område, samt vilka produkter och tjänster som kommer att erbjudas. (Arvanitis & Estevez, 2018)

3.5.2 Marknaden

När man bedömer att är marknaden genomförbar så gör man egentligen en marknadsföringsanalys och sedan bedömer resultaten. Vid bedömning av genomförbarhet så kollar man på att i vilket skede befinner sig industrin, finns det potential nu och i framtiden? Hur stort är konkurrensen inom industrin samt att hur mycket man kan realistiskt förvänta sig av försäljning. (Arvanitis & Estevez, 2018)

3.5.3 Organisatorisk genomförbarhet

Organisatorisk genomförbarhet är också en viktig del. Vid det här skede bedömer man det organisatoriska i företaget, det vill säga vem som är ägare? Vem som kommer att sköta vad

och har de tillräckligt med kunskap för att klara av den ansvarspositionen? I det här skede så beaktas både utbildning samt erfarenhet. (Arvanitis & Estevez, 2018)

3.5.4 Teknisk genomförbarhet

Vid den tekniska delen av genomförbarhet så tas det i beaktande hur en kund kan nå tjänsten eller produkten. Det vill säga är det frågan om vart produkten eller tjänsten befinner sig och finns det en lätt tillgänglig väg till stället? Eller är det någon speciell teknologi som behövs för att produkten skall fungera eller behövs det någon specialkunskap för arbetarna som måste läras. (Arvanitis & Estevez, 2018)

3.5.5 Finansiell genomförbarhet

Vid evalueringen av en finansiell genomförbarhet så tar man i beaktande allting med ekonomi att göra. Vid detta skede beaktas budget, startvaluta samt hur mycket pengar kan även behövas. Det är också viktigt att ta i beaktande att hur stort lån man kan få samt att hur bra investering produkten är. (Arvanitis & Estevez, 2018, ss. 110-113)

4 Benchmarking

Benchmarking är en metod som man kan använda sig av för att jämföra sitt företag eller specifika områden av ett företag med andra företag. För ett företag att benchmarka så har man gjort ett medvetet val att benchmarka just det utvalda området, vare sig det är frågan om en produkt, program eller service. Valet är medvetet för att kunna jämföra sitt eget med andra företag och därmed så är det här inget som händer i misstag. Idén med benchmarking är att få en enhetlig bild av hur andra företagens verksamhet ser ut, därför är det viktigt att fokusera på själva processen i stället för en individuell persons verksamhet. Det är dock möjligt att benchmarka **vad** som helst, det som är viktigt att komma ihåg är att det som du benchmarkar skall också ha en inverkan på att utveckla ditt företag och att komma ihåg orsaken till att varför du benchmarkar. (Tuominen, 2016, s. 10)

4.1 Olika metoder av benchmarking

Inom benchmarking finns det olika sätt att benchmarka. Dessa metoder varierar både på sättet som man benchmarkar samt på skalan och djupet av benchmarkingen. I detta kapitel behandlar jag tre olika metoder: (Tuominen, 2016)

- Strategisk
- Prestanda
- Process

Inom strategisk benchmarking så jämför du ditt företags strategiska beslut med andra företag. Dessa företag behöver nödvändigtvis inte vara direkta konkurrenter utan det kan vara vilka företag som helst som har lyckats väl. I detta skede är det viktigt att kunna benchmarka och tolka varför företagen har lyckats. När man gör en strategisk benchmarking så finns det två viktiga frågor att ta i beaktande; varför har företaget lyckats så bra och hur? (Tuominen, 2016)

Den andra metoden att benchmarka är genom prestanda. I detta skede jämför du ditt företag eller delområden med andra konkurrenter. Prestanda benchmarking mäter vilket företag som är det bästa inom området som du benchmarkar och därmed får ditt företag en bild om var ditt företag ligger i jämförelse med det bästa. (Tuominen, 2016)

Den sista metoden är process benchmarking. Process benchmarking går in på det djupaste datan av benchmarking. För att kunna mäta en process benchmarking så måste du analysera skillnaderna mellan ditt företag och de företagen som har den bästa processen. Som ett exempel för företag är att kan ett företag producera en produkt konstant eller enbart en viss period av dygnet. (Tuominen, 2016, ss. 36-48)

4.2 Varför benchmarking lönar sig

Benchmarking är ett medvetet val som företaget har gjort för att kunna förbättra sin verksamhet. Genom benchmarking kan företaget få en djupare insikt både hur det egna företaget klarar sig i jämförelse med andra företag på marknaden, samt att vad som kan förbättras. Genom benchmarking kan företaget också få svar på att vad som borde förbättras för att få bättre resultat. Dessutom så kan man med hjälp av benchmarking sätta ett mål som man strävar efter för att nå de bästa resultaten. (Tuominen, 2016, ss. 74-77)

4.3 Egen benchmarking

Eftersom jag planerar ett hypotetiskt värdshus i Åbo så har jag också gjort min egen version av benchmarking. I min benchmarking har jag analyserat Åbos inkvartering, restauranger och turistattraktioner. Eftersom jag har ingen data på mitt eget företag, har jag analyserat

eventuella konkurrenter och behandlat några specifika företag på en djupare nivå. Med hjälp av denna analys har jag kunnat planera behov på ett värdshus i Åbo samt fått en idé om övernattningspris att jämföra med. Kapitel 5 baserar sig på min egen benchmarking.

5 Åbo

Åbo, historiskt rik och äldsta staden i Finland. Åbo grundades år 1229 och därmed finns det historiska objekt som till exempel Domkyrkan och Åbo slott. Förutom all historia som finns på bägge sidor av Aura å, så finns det även en massa nytt och intressant som till exempel Funikularen som åker upp till Kakolabacken. (Åbo region, u.å.)

5.1 Åbos inkvartering

Åbo centrum har många möjligheter att erbjuda inkvartering. I detta kapitel kommer jag att lista några inkvarteringsmöjligheter i Åbo. Mitt fokus i detta kapitel har varit att försöka få olika typer av inkvartering men också att ta i beaktande position. Eftersom det finns väldigt många hotell i Åbo, så har jag gjort beslutet att välja en av de största inom Åbo och därmed inte lägga för mycket fokus på skillnader mellan hotell. Jag anser personligen att det är viktigare i detta skede att se olika möjligheter som finns i Åbo, inte vilket som är bäst eller störst. För att nå ett rättvist sätt att jämföra priser med så tar jag inte och beaktar specialpris eller medlemspriser för hotellrum, eftersom erbjudandepriser behöver inte nödvändigtvis reflektera det sanna värdet för övernattningspris.

5.1.1 Åbo centrums inkvartering

Åbo har en massa inkvarteringsmöjligheter att välja mellan. Det finns både hotellkedjor och privatägda hotell, hotell och gästhus. Eftersom jag kommer att planera ett hypotetiskt värdshus i Åbos kärncentrum så kommer jag att lista upp inkvarteringsmöjligheter inom en kilometers radie från Åbos salutorg. Jag anser att torget är placerat rätt centralt i Åbo och från torget är det både kort väg till Åbos huvudtågstation samt så finns det väldigt många busslinjer inom denna radie. För att granska utbudet har jag använt mig av två källor som stöd för att få en korrekt analys om Åbos kärncentrum, trivago.fi och booking.com.

Inom denna radie finns det bland annat hotellkedjor som: Sokos Hotels, Scandic, Radisson Blu och Omena hotels. Av Sokos Hotels och Scandic finns det tre, av Omena Hotels finns det två och Radisson Blu finns det endast en av. Hesburger har också ett hotell i Åbo,

Hesehotelli, men även om Hesburger är en kedja så anser jag kedjeverksamheten mera inom restaurangbranschen och inte vid hotell. Åbo har också en massa privatägda hotell inom Åbos kärncentrum och dessa är: Centro Hotel Turku, Park Hotel Turku, Hotelli Helmi, Hotel Harriet och det ovannämnda Hesehotelli.

Förutom hotell erbjuder Åbo centrum också andra former av inkvartering. Det finns till exempel Bed & Breakfast Tuure, hostellen HVC Hostel Turku och Hostel Harriet. Det finns också en form av inkvartering som kallas för lägenhetshotell, vilket i teorin är ett hotell men dessa är planerade för långtidsgäster. (Sökresultat booking.com, u.å.) (Sökresultat trivago, u.å.)

5.1.2 Radisson Blu Marina Palace Hotel

Radisson Blu Marina Palace Hotel är mitt val av de stora hotellen i Åbo främst på grund av position. Hotellet är beläget väldigt centralt i Åbo och hotellet har också väldigt vacker utsikt mot Aura å. Detta stora hotell erbjuder 184 rum samt möjlighet för mötesutrymmen. Inom hotellets utrymmen finns restaurangen Grill it! Marina. Priset för en normal övernattnings i Radisson Blu Marina Palace Hotel är varierande och det billigaste rummet för två personer under dagens datum (07.05.2021) är 137,00€. I detta pris ingår det ingen frukost och frukost ingår i rummets pris ifall man bokar Business Class eller Executive-svit. Priset är jämfört med olika andra priser för inkommande månader maj och juni. (Radisson Blu Marina Turku, u.å.)

5.1.3 S/S Bore

Fartygshostell S/S Bore är ett museifartyg som byggdes i Oskarshamn, Sverige, år 1960. Idag befinner sig fartyget i Åbo. Hostellet erbjuder 130 hytter och alla hytter har ett eget badrum. Förutom enbart övernattningsmöjligheter erbjuder fartygshostellet restauranger och möjlighet att hyra konferensutrymme. Pris för en natt i Fartygshostell S/S Bore är just nu 43€ per person för ett tvåpersonrum blir det totala priset 86€ och priserna är säsonsberoende och varierar beroende på säsong. Inom priset 43€/per person inkluderas frukost och sängkläder, man måste själv bädda sin egen säng. (SS-Bore, u.å.)

5.1.4 Bed & Breakfast Tuure

Bed & Breakfast Tuure är en av de mindre inkvarteringar jag kommer att behandla. Bed & Breakfast Tuure erbjuder 15 rum och frukost inkluderas i rumspriset. Enligt hemsidan är

priset för boende flexibelt ifall man har ett behov av att stanna en längre period, detta erbjudande är möjligt att diskutera för långtidsstannande gäster. Toaletter samt duschutrymmen är delade bland gästerna. Pris för övernattning börjar från 65€ per natt för två personers rum. Priset inkluderar frukost. (Tuure, u.å.)

5.1.5 Turun Birgittalaisluostari ja vieraskoti

Turun Birgittalaisluostari ja vieraskoti är ett gästhus som är etablerat av Birgittinorden och gästhuset delar utrymme med ett kloster. Gästhuset erbjuder i en total mängd av 50 bäddar samt möjlighet för att boka konferens i två olika utrymmen. Dessutom finns det en möjlighet att besöka klostret. Pris för övernattning på Turun Birgittalaisluostari ja vieraskoti är 65€ för en persons rum och i priset inkluderas frukost. (Birgittalaissiset, u.å.)

5.2 Restauranger i Åbo

”Åbo kallar sig själv för Finlands restauranghuvudstad och är beredd att stå fast vid sitt ord. Hos oss råkar man inte på något överprissatt och pretentiöst, utan en fantastisk måltid i en stilfull inramning.” – Kiss My Turku 2021

Som åbobo kan jag verkligen instämna med Kiss My Turku, Åbo har en massa restauranger som erbjuder väldigt mycket för ett rimligt pris. I detta kapitel har jag beslutat att rama in några få exempel på hurdana restauranger som Åbo har att erbjuda. Jag har tagit inspiration av dessa val från Kiss My Turkus listade matrekommendationer samt av tripadvisor's rekommendationer för restauranger i Åbo. För att klargöra besluten om kategorier som jag har beslutat att behandla så har jag valt en kategori som utgör av en dyrare klass, en rätt så unik för Åbo och till slut klassiska Åbo restauranger.

5.2.1 Fine Dining

Ifall man kommer som en turist till Åbo och vill få en smakupplevelse av högsta nivå så lönar det sig att boka bord i god tid i förväg. Vad är fine dining? Fine dining direkt översatt betyder lyxmiddag, vilket restaurangerna jag kommer att ge som exempel kan erbjuda. I Åbo finns bland annat restaurangerna Kaskis, Smör samt E.Ekebloms. Dessa tre restauranger erbjuder menyer som är planerade med omsorg och elegans och deras fler-rätters menyer är en kulinarisk upplevelse värd att pröva.

5.2.2 Båtrestauranger

Svarte Rudolf, Aussie Bar Turku och Ravintolalaiva Katarina är tre ikoniska båtrestauranger i Åbo för både lokala samt turister. Restaurangerna erbjuder annorlunda menyer och stil både utomhus och inuti, men det som gör dessa enhetliga är sommaren. På sommaren är dessa ställen bland de populäraste att besöka både på dagen samt på kvällen. Personligen är det känslan av att sitta ute på däck på dessa restauranger och njuta av både sol och värme och en svag svalkande bris emellanåt som gör dessa restaurangbåtar till en stor favorit av min sommar också.

5.2.3 Klassiska restauranger i Åbo

Som den sista delen av klassiska restauranger i Åbo så känner jag som att det är viktigt att lyfta fram restauranger som bär historiskt värde. Den första är Brahen Kellari. Restaurangen har tidigare fungerat som ett förvar för torghandlare över vintern men idag är det en viktig del av Åbos lokala favoriter.

Den andra restaurangen som är en stor favorit bland både lokala samt turister är Bryggerirestaurangen Koulu. Restaurangen finns i en gammal skolbyggnad som byggdes år 1889 och i detta utrymme finns Finlands största restaurangbryggeri. Restaurangen erbjuder dryck ur eget bryggeri samt möjlighet för lunch och middag.

5.2.4 Pubar

I Åbo finns det en massa intressanta ställen att sätta sig och njuta av dryck och gott sällskap. Eftersom det finns väldigt många barer och pubar har jag bestämt mig att lista upp ett par som har varit väldigt populära i Åbo, Uusi Apteekki och Old Bank (River Bank). Uusi Apteekki öppnade år 1993 och har fungerat som ett öl hus i nästan 30 år. Puben har ett stort sortiment av öl, cider och whisky.

Den andra puben som jag har valt att inkludera är Old Bank. Old Bank har haft ett stort sortiment av öl. Puben har dock ändrat form till en brittisk stils pub, River Bank, med ett sport fokus. Eftersom jag kommer att planera ett hypotetiskt värdshus i en gammal bank så känns det logiskt att inkludera denna pub också.

5.2.5 Caféer

Bland Caféer finns en massa olika alternativ att välja mellan. I detta kapitel kommer jag att behandla två som jag ser som speciella just för  bo, Café Art och Cafe Qwensel. Café Art  r speciellt eftersom själva caféet erbjuder också konst och konstutställningar. Caf et har också vunnit  rets Barista titeln 7 gånger.

Cafe Qwensel  r det andra caféet som jag tycker att  r rätt så unik. Caf et finns i apoteksmuseet och själva byggnaden är över 300 år gammal. Caf et har också ett roligt erbjudande som kallas för Afternoon Tea, vilket betyder ett färdigt paket för två personer.

5.3  bo som turiststad

 bo som en turiststad  r väldigt välkomnande. Eftersom  bo har en väldigt lång historia med turistattraktioner så kommer jag att basera mina val av exempel som turistattraktioner från Tripadvisor top 10 listan i  bo. Jag kommer inte att behandla 10, men jag kommer att lyfta fram två av de bäst rankade sevärdheterna f r idag. (Tripadvisor, u. .)

Företagen jag har valt  r historiskt värdefulla för  bo och dessa företag kunde eventuellt tillbringa någon form av samarbete med mitt planerande av ett hypotetiskt v rdshus.

Varför är det viktigt med samarbete? Inom turism  r kunden alltid i fokus och det som man vill erbjuda kunden är en bra upplevelse. Genom samarbete kan företag erbjuda en unik upplevelse för kunden samt st da varandra i processen att erbjuda den bästa möjliga upplevelsen för kunden. Företag som har beslutat sig att göra samarbete kan då skapa ett partnerskap som då i sig kan erbjuda varandra till exempel produkter, marknadsföring och även erfarenhet och kunskap. (Sotiriadis, 2018, ss. 136-138)

5.3.1  bo slott

 bo slott  r en av de mest ikoniska sevärdheterna i  bo och den högst rankade sevärdheten på tripadvisers top 10 lista. (Tripadvisor, u. .) Slottet fick sin grund i slutet av 1200-talet då den svenska kungens armé började bygga av en bas i  bo. I mitten av 1500-talet blev Johan, Gustav Vasas son utnämnd till hertig över Finland och då börjades en ny era f r  bo slotts konstruktion. ( bo slott, u. .)

Idag så fungerar slottet som ett museum både för grupper och enskilda kunder. Slottets verksamhet erbjuder guideade rutter runt slottet och olika evenemang. Pris för normal entré

är 12€ per vuxen och ifall det gäller ett större evenemang så är entrén 14€ per vuxen. För barn mellan ålder 7 och 15 är biljettprisen 5€ per entré, medan barn under 7 kommer in kostnadsfritt. (Åbo slott, u.å.)

5.3.2 Klosterbacken

Klosterbacken är det enda trähusområdet som finns kvar efter den stora branden i Åbo år 1827 och funktionerar idag som ett museum. Hela området är uppbyggt av 14 gårdar. Inom området finns det också tre butiker samt ett café. För tillträde inom området så kan man köpa inträdesbiljett för 8€ per vuxen och 3€ för barn mellan 7 och 15. Barn under 7 år har fritt inträde. (Klosterbacken, u.å.)

6 Vårdshusens historia

Vårdshus har haft en väldigt lång historia i Europa. På 1400-talet började man etablera vårdshus i England och Frankrike. Vårdshusens roll under denna period var menade för resenärer att vila och äta. Det var också populärt att sköta om hästarna under tiden man stannade på ett vårdshus. (Sheela, 2000, s. 3)

Kring 1700-talet började vårdshus modernisera sig och verksamheten ändrade från ett ställe man stannade för att äta och sova på till ett mera hotell liknande koncept. Under denna period blev behovet för större vårdshus också populärt och storleken som tidigare varit en till två våningar började ta form av tre och fyra våningshus. Förutom enbart att vårdshusen blev större så började man ordna evenemang i trädgården. (Bucholz & Ward, 2012, ss. 254-255)

6.1 Storbritannien

Som mitt exempel på hur olika vårdshus har jag valt som ett fokusland Storbritannien. Storbritannien har en av de äldsta kulturena när man talar om vårdshus.

6.1.1 De engelska vårdshusen

I London, från mitten av 1500-talet till mitten av 1700-talet var vårdshus och gästgiverier rätt så dyra ställen och många av dessa tillhörde den så kallade eliten. På dessa ställen samlades alla som hade tillräckligt mycket kapital och samhällelig status för att umgås. Ju större vårdshusen blev, desto klarare blev det också för gästgivare att utöka sitt företag genom att investera i sin egen diligens. Eliten på denna tid var kundgruppen och till denna

kundgrupp hördes bland annat herrar, rika företagare och framgångsrika köpmän, dessutom fick deras fruar och barn också delta i dessa faciliteter. (Bucholz & Ward, 2012, ss. 253-255)

6.1.2 Nämnande av sitt värdshus

En tradition som än idag lever, är nämnande av sitt värdshus. När de första värdshusen öppnade under medeltiden, var det väldigt populärt att nämna sitt värdshus rätt så simpelt. För vanliga värdshus som inte var relaterade till pilgrimsresor eller religion, kunde kalla sig för ”The Copper Kettle” eller ”The Boot”. Orsaken till detta var för att skilja på vanliga hus och värdshuset. Under denna period hängde man objektet utanför sitt värdshus. Ifall det fanns en religiös bakgrund till värdshuset hade namnet med kristendomen att göra, som till exempel ”The Turk’s Head” eller ”The Lamb and Flag”. (The History Press, u.å.)

Den religiösa tematiken fortsatte men för vanliga värdshus fanns det mer varianter. Det blev populärare ha kungligt tema som namn, till exempel ”The Crown”. Det var inte ovanligt att flera värdshus och pubar använde sig av samma namn. Idag är ”The White Hart” fortfarande det fjärde mest vanliga namnet för en pub. Sport- och yrkesrelaterade namn var också rätt så populära, som till exempel ”The Fox & Hounds” och ”Blacksmiths”. (The History Press, u.å.)

6.1.3 The Mermaid Inn

The Mermaid Inn befinner sig i staden Rye, East Sussex, England och grundades år 1420 då stället byggdes om till den nuvarande byggnaden. Själva huset har dock en äldre historia då källaren är bygd år 1156. Värdshuset har dock idag ändrat form från ett traditionellt värdshus till ett hotell, men genom historien har The Mermaid Inn haft verksamhet som ett värdshus. Värdshuset är också känt för att vara besatt av spöken. (Mermaid Inn, u.å.)

The Mermaid Inn erbjuder totalt 31 rum att hyra och som en intressant touch är hotellrummen nämnda efter personer som har haft ett historiskt värde för värdshuset eller staden Rye. Av dessa 31 rum så erbjuder The Mermaid Inn: (Mermaid Inn, u.å.)

- 7 rum med stolpsängar
- 2 historiskt värdefulla rum, The Elisabethan Bedchamber, där drottning Elisabet I har övernattat och Dr. Syn Bedchamber, som är baserat på en fiktiv karaktär av författaren Russell Thorndike som ofta övernattade här.

- 12 rum med dubbelsängar och 2 rum med separata sängar
- 6 familjerum som alla ser olika ut i design och i samband med bokning är det viktigt att man bokar ett rum som är passligt just för dina behov.

The Mermaid Inn erbjuder också mat och dryck. Restaurangen erbjuder frukost, lunch och middag. Restaurangen har två huvudkockar vars fokus är att erbjuda säsongsbaserad mat med hjälp av lokala ingredienser. Baren har sin egen drinkmeny och erbjuder också lokal bryggd öl, 52 olika sorter av gin och över 90 olika sorters whisky. (Mermaid Inn, u.å.)

6.1.4 The Bell at Ramsbury

The Bell at Ramsbury är också ett gammalt och välkänt värdshus i Ramsbury, Wilshire, England. Vårdshuset är över 300 år gammalt och har tidigare fungerat som ett värdshus för diligens. Vårdshuset hör till en verksamhet som kallas för Ramsbury Estates och tillsammans har verksamheten över 77 kvadratkilometer av land, mycket av detta är områden av jordbruk. Idén med detta samarbete bland företagen som hör till Ramsbury Estates är att man kan erbjuda varandra med råvaror av bra och lokal kvalitet samt stödja varandras verksamheter. (The Bell at Ramsbury, u.å.) (Ramsbury estates, u.å.)

Vårdshuset erbjuder inkvartering, restaurang samt en pub. Totala mängden rum som finns att hyra ut är 9. Alla rumstyper är planerade för 2 personer och rummen befinner sig ettdera vid huvudbyggnaden eller vid diligenshuset. De olika rumstypen och rumsprisen är: (The Bell at Ramsbury, u.å.) (Availability, u.å.)

- Superior King, rum med en stor dubbelsäng och pris per natt är 150£. Av denna rums typ finns det 3 rum.
- Deluxe King är den följande rumskategorin. Priset för ett Deluxe King dubbelrum är 130£ per natt, det finns 4 rum av denna kategori.
- Twin är den sista rumskategorin. Det finns endast två av dessa 2 persons rummens med separata sängar, priset för ett sådant rum är 110£ per natt.

Restaurangen på The Bell at Ramsbury erbjuder både frukost och middag. Maten på värdshuset är lokalproducerat. Puben på värdshuset har vunnit årets pub två gånger, 2017 samt 2018. Både på restaurangen och puben serveras det lokalbryggd öl. (The Bell Ramsbury, u.å.) (The Bell at Ramsbury, u.å.)

6.2 Finland

I Finland har vi tyvärr inte lika rik historia som Storbritannien när det gäller värdshus. I detta kapitel har jag beslutat mig för att behandla två värdshus som har både historiskt värde samt är ännu idag i bruk. Fiskars Wärdshus samt Hetan Majatalo.

6.2.1 Fiskars Wärdshus

Fiskars Wärdshus blev etablerat år 1836 och har fungerat som ett värdshus efter det. Största delen av kunderna under denna period var körkarlar som kom med sina hästar för att äta god mat. Maten som serverades under denna period var till exempel griskött med bönor. Huvudbyggnaden av Fiskars Wärdshus kallas för stenvallen. Huvudbyggnaden fungerade som en herrgård för brukspatronen. Gästerna som blev bjudna till värdshuset brukade vara av hög status och när det var festdags hyrde värdshuset kockar från Helsingfors. Bonus för värdshuset är att marskalk Carl Gustaf Mannerheims mor var född på Fiskars Wärdshus och hade sitt bröllop på området år 1862. Idag fungerar Fiskars Wärdshus som hotellverksamhet. (Wärdshus, u.å.)

6.2.2 Hetan Majatalo

Hetan Majatalo öppnade år 1924 och har fungerat sen dess. Wärdshuset är familjebaserat och det är för tillfället den fjärde generationen som drar verksamheten. Wärdshuset öppnades av Anna Kreetta och Fredrik Vuontisjärvi då de bestämde sig för att öppna sitt hem för främlingar och etablera verksamheten som ett värdshus. Under andra världskriget förstördes allting, efter kriget öppnade verksamheten på nytt men följande generation tog över. Dåvarande ägarna öppnade ett gästgiveri och en butik. Hetan Majatalo var det sista företaget i Finland som fick lov att fungera som gästgiveri fram till år 1955. År 1970 bestämde sig värdshuset att avsluta butiksverksamheten och fokusera enbart på att fungera som ett värdshus. Vid detta skede blev värdshuset känt genom Finland speciellt för sin renlighet och goda mat. Hetan Majatalo är fortfarande i drift idag av samma släkt. (Hetan Majatalo, u.å.)

7 Eget värdshuskoncept

Jag har en lång period drömt om att öppna mitt eget företag och nu är det dags att planera mitt eget värdshus. Även om konceptet är hypotetiskt så kommer jag grundligt att gå igenom mina tankar och idéer gällande mitt företag. Eftersom processen är hypotetisk så kommer jag att vara tvungen att lämna bort viktiga delar, till exempel brandsäkerhet och en inramad

budget. I detta skede kommer jag att planera ett önskvärt objekt och hur jag personligen skulle vilja att mitt drömföretag ser ut.

Jag kommer att börja mitt koncept med att argumentera för min idé med hjälp av entreprenörsprocessen.

- Idé

Min idé är ett litet värdshus med 10 rum och en restaurang. Vårdshuset kommer att befinna sig i Åbo centrum vid ett centralt läge. Vårdshusets design kommer att vara historiskt inspirerat tema vid inredningen av värdshusets lounge, reception samt restaurang, medan gästrummen kommer att vara till modern standard.

- Igenkännande av en möjlighet

Genom mina tidigare kapitel (kapitel 5) har jag analyserat marknaden och konstaterat att i jämförelse med hotell så finns det väldigt få värdshus, gästhus och bed & breakfasts i Åbo centrum.

- Utvärdering av möjlighet

Genom min marknadsanalys och benchmarking av inkvartering och restauranger i Åbo har jag kunnat besluta mig om att det finns en nischmarknad för ett värdshus av mitt koncept. Det finns pubar som är av samma stil, men det finns inget ställe i Åbo som är av samma stil som erbjuder inkvartering.

- Möjlighetsutnyttjande

Eftersom min idé är för tillfället ett hypotetiskt företag så kommer jag inte att kunna agera med möjligheten i detta skede. Även om jag anser att det skulle kunna finnas potential så är jag inte i det skede av mitt liv att jag har möjlighet att kunna skapa ett företag. Däremot kommer jag att planera konceptutveckling och jag kommer att utvidga min idé och vision om mitt drömföretag.

7.1 Lokal och inredning

Lokalen jag har fäst mina ögon på befinner sig i Åbo centrum. Byggnaden är gamla Finlands Bank byggnaden som finns vid korsningen av Slottsgatan och Kristinegatan. Lokalen har en

stor logo med det finska lejonet och därmed skulle värdshuset kunna heta med inspiration till klassiska nämmandet av värdshus samt husets historia: The Lion Bank Inn.



Bild 1 Egen bild tagen från Slottgatan i Åbo.

Enligt hemsidan (Turun Kivikierros, u.å.) skall det finnas 4 våningar totalt. Enligt artikeln skulle våningarna 2–4 vara uthyrda lägenheter. Dock enligt bilden så syns det ingen fjärde våning.



Bild 2 Egen bild tagen från Kristinegatan i Åbo.

Idén med mitt val bakom byggnad är att den är väldigt centralt placerad och byggnaden i sig är gammal och av historiskt värde, vilket passar mitt tema. Enligt artikeln av Turun Sanomat (Enqvist, 2008) så skulle första våningen (som är planerat som kontorsutrymme) vara uppdelad i två utrymmen. 150 kvadratmeter är bokad av lokalens ägare Kansallisasunnot Oy och 200 kvadratmeter hyrs ut. För min idé av reception, lounge och restaurang räcker 200 kvadratmeter mer än väl. Följer man kvadratmeter enligt första våningen, så borde följande våning 2 vara ungefär av samma mått. Min tanke skulle vara att köpa eller hyra, första våningens kontorsutrymme samt hela andra våningen för planering av inkvartering.

För våning 2 som då skulle vara cirka 350 kvadratmeter i storlek, skulle det renoveras till att det finns totalt 10 rum. 8 tvåpersoners rum och 2 lite större med möjlighet för 4 personer. Vid detta skede kan jag inte säga att hur stora rummen kunde vara, men min ideala tanke skulle vara att 2 personers rummen är cirka 24 kvadratmeter medan 4 personers rummen skulle vara 38 kvadratmeter. Totalt skulle det här bli 268 kvadratmeter vilket skulle göra att det finns spelrum för cirka 82 kvadratmeter spelrum för korridor samt trappuppgång och eventuell hiss.

Inredning för lounge och receptionsutrymme skulle vara inspirerat av medeltiden. Det skall vara mycket trä och möjligtvis varor och konst från Klosterbacken ifall det finns en chans för samarbete. Jag tycker att en idé med lokal konst men historisk stil skulle vara idealt för mitt tema. Önskvärt skulle vara att det finns ett separat loungeområde där man kan sitta och njuta, men ändå med ett enhetligt öppet utrymme.

7.2 Service

Vad kommer värdshuset att erbjuda?

- Unik upplevelse i mitten av Åbo centrum
- Suveräna sängar
- Ett stort sortiment av drycker
- Välplanerade måltider av hög kvalitet
- Receptionstjänst för största delen av dygnet

Receptionstjänst för största delen av dygnet är ett mål jag vill kunna utföra. Min plan är att receptionen skulle vara öppen från klockan 7–22 (23 för övernattare). Orsaken till att receptionen är stängt mellan klockan 23 och 07 på morgonen är att det skulle finnas en sidodörr som gäster kan röra sig ut ur värdshuset eller komma tillbaka in. Jag kan inte se en idé med 24 timmars reception på ett litet värdshus med 10 rum. Det skulle vara finansiellt kostsamt att anställa en natreceptionist samt att händer det något så kommer det finnas en anställd väktartjänst i beredskap.

7.3 Restaurang

Restaurangen kommer att servera frukost för värdsgäster samt middag för både gäster samt allmänheten.

Frukost: Frukost kommer inkluderas i rumspriset och kommer att serveras som en buffé mellan klockan 7:00 och 10:00. Även om det maximala gästmängden är 24, så anser jag att det är viktigt för gäster att få komma när det passar under denna tid och maten skall vara klar.

Middag: Restaurangen kommer att vara kvällsöppen mellan 16:00 och 22:00. Maten kommer i design vara simpel och snabb tillverkad, men det skall vara av hög kvalitet. Tanken är att vi kommer att servera Åbos bästa hamburgare med hemlagade franska potatisar. Av hamburgare kommer det att finnas 3 varianter: kött, kyckling och vegan alternativ. Det kommer också att finnas hot-dog alternativ.

Bar: Värdshuset kommer också att ha en bar. I baren kommer det att finnas ett stort sortiment av kvalitets öl, både lokalbryggd samt allmänt omtyckta öl varianter. Det kommer också att serveras cider och den finska klassikern lonkero (lång dryck). Värdshuset kommer att ha fulla försäljningsrättigheter för alkohol och i sortimentet kommer det att finnas Åbos bästa urval av whisky. Förutom whisky kommer det också finnas varierande starksprit för drinkar.

Även om restaurangen stänger klockan 22:00 så finns det möjlighet att sitta kvar i utrymmet fram till klockan 23.

Tanken bakom restaurangverksamheten är att gäster skall äta bra och fortsätta med kvällen i form av dryck och gott humör. Receptionen kommer att vara ihop byggt med baren så att det skapar en stor helhet, men ändå skilda datorer/kassa.

7.4 Gästrum

Rummen i värdshuset kommer att vara av simpel design. Det finns dubbelsäng i 6 av par rummen och 2 av rummen kommer att ha separata sängar som vid behov kan tryckas ihop till en dubbelsäng. 4 personers rummet kommer att ha en dubbelsäng, samt en bäddbar soffa för 2. Alla rum kommer att ha egen toalett och duschutrymme, det här är viktigt för mig och jag vill att gästerna skall ha ett positivt minne av övernattningen. Incheckning börjar klockan 15:00 och utcheckning är klockan 12:00.

Alla rum kommer att ha en tv och en trådtelefon som är direkt synkroniserad till receptionen, ifall det finns behov att ringa. Samt kommer det att finnas väckarklocka att ställa in teven.

Min tanke som välkomstpresents är en liten godispåse som värdshuset har fått i samarbete med Klosterbacken och en rabattkupong för inträde till Åbo slott som värdshuset kommer också att samarbeta med.

7.5 Personal

I personalen kommer det att finnas 2 receptionister, 2 städaren och 2 kockar. Tanken är att eftersom det är ett litet värdshus kommer jag också att kunna ta del i det dagliga arbete som stöd ifall det behövs vid till exempel semester samt insjuknande av personal. Personalkravet med 6 personer totalt baserar sig på mina tidigare erfarenheter samt minimiantal personal. Detta kan dock expandera med eventuella sommarjobbare samt veckosluts personal, vilket passar för till exempel studeranden.

Arbetstider och arbetsuppgifter:

Reception: Arbetstiden är uppdelad i två perioder, 07:00-15:00. Den andra perioden är från 15:00-23:00. Morgon receptionisten kommer att checka ut gäster, samt kommer att hjälpa till med att frukosten går smidigt. Samt planerar morgonreceptionisten inför kvällen incheckningar så att det kommer gå smidigt. Kvällsreceptionisten checkar in gäster samt är ansvarig för baren. Kvällsreceptionisten kommer också att hjälpa till med att servera mat. Måttbeställningarna görs också vid baren.

Städpersonal: Städpersonal kommer att börja i två olika tider, men de kommer att arbeta tillsammans under den största tiden av dagen. Den första börjar arbetet 07:00 och avslutar dagen 15:00. Den andra börjar dagen 08:00 och avslutar 16:00. Orsaken att städpersonalen har endast dagsarbete är för att rummen och utrymmen måste städas genast på morgonen

före följande kan checka in. Förutom städandet av utrymmen så hörs det till städpersonalen att tvätta sängkläder på hotellet.

Kockar: Den första kocken kommer till arbete 06:00 och avslutar sin dag klockan 14:00. Andra kocken börjar klockan 15:00 och avslutar klockan 23:00. Den första kockens ansvar är i sin helhet frukost, förberedning av råvaror inför kvällen och inventarier. Eftersom frukosten är rätt så kort så finns det gott om övrig tid för annat. Kvällskocken skall ha allting klart så att serveringen går snabbt och smidigt.

7.6 Pris för inkvartering

Pris är svårt att kalkylera före den hela ekonomiska situationen är klar. Därför kommer jag ge ett exempel med jämförelse till andra inkvarteringsmöjligheter i Åbo. Priserna är tagna för 2 personers rum ur kapitel 3.

B&B Tuure: 65€, frukost inkluderat

Radisson Blu Marina Palace Hotel: 137€, frukost ej inkluderat

S/S Bore: 86€, frukost inkluderat

Turun Birgittalaisluostari ja vieraskoti: 65€, frukost inkluderat

I jämförelse med priserna ovanför så borde priset per övernattning vara rätt så billigt. Men med tanke på vad värdshuset kommer att erbjuda samt personalbehov så kommer priset att vara högre i jämförelse med många av exemplen. Mitt önskvärda pris skulle vara 120€ per 2 personers rum, eventuellt högre under säsong. Priset för ett 4 personers rum skulle vara 160€ per natt, eventuellt dyrare under säsong också.

7.7 Målgrupp

Målgruppen kommer att vara par eller grupper. Tanken är att få rummen sålda varje natt och prisen kommer att vara rumspris, oberoende av hur många som bor i rummet. Jag anser därför att det bästa värdet för pengarna är för par, därför kommer målgruppen vara par i fokus. Jag kommer också att ha möjlighet för grupper att boka, men ifall det finns ett behov av att boka flera rum så är det möjligt ifall man bokar i god tid. Samt går det då att planera välkomstdrinkar och eventuell meny i förväg. Huvudsakliga målgruppen är ändå par.

7.8 Marknadsföring

Marknadsföring kommer att ske genom en egen hemsida, sociala medier och eventuellt influerare. Tripadvisor kommer också att fungera som en marknadsföringskälla eftersom målet är att värdshuset kommer att ha 9+ i betyg. Bästa priset kommer alltid att finnas genom att man bokar rum via vår hemsida. Det kommer också att finnas en möjlighet att boka rum via booking.com.

8 Sammanfattning

Syftet med detta examensarbete är att skapa en grundläggande affärsplan för att öppna ett hypotetiskt värdshus. Som metod för att göra mitt examensarbete har jag använt mig av litteratur och källor från böcker, artiklar samt webbsidor. Med hjälp av mina källor har jag producerat en grund till var och hur man skall gå vidare med att öppna ett värdshus och till slut har jag beskrivit min egen idé och planerat ett hypotetiskt värdshus.

I mitt examensarbete har jag behandlat ämnen som jag anser viktiga för att skapa ett företag. Dessa ämnen presenteras kapitelväst och här behandlas olika steg som bör beaktas vid skapande av en affärsplan. Med hjälp av den teori jag har använt för att göra mitt examensarbete har jag utgått från en hypotetisk idé av ett värdshus till att skapa något mera konkret, en god början.

9 Källor

- Åbo region.* (u.å.). Hämtat från <https://www.visitturku.fi/sv/visit-turku-sv/abo-region/abo-stad>: Hämtad 29.04.2021 från <https://www.visitturku.fi/sv/visit-turku-sv/abo-region/abo-stad>
- Åbo slott.* (u.å.). Hämtat från www.turku.fi: Hämtad 29.04.2021 från <https://www.turku.fi/sv/abo-slott/abo-slott-i-ett-notskal>
- Åbo slott.* (u.å.). Hämtat från www.turku.fi: Hämtad 29.04.2021 från <https://www.turku.fi/sv/abo-slott/valkommen-till-museet>
- Alan T. Stutts, (. (2010). Hotel Rating Systems. i A. Pizan, *International encyclopedia of hospitality management (2:a uppl.)* (s. 332). Hämtad från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/reader.action?docID=566711>.
- Alonso-Vazquez, M., Pastor-Pérez, M. d., & Alonso-Castañón, M. A. (2018). Management and business plan. i M. Sotiriadis, *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality : Skills for Successful Ventures* (ss. 159-160). Hämtad från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/reader.action?docID=5231407>.
- Arvanitis, S., & Estevez, L. (2018). Chapter 7 Feasibility Analysis and Study. i M. Sotiriadis, *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality : Skills for Successful Ventures* (ss. 110-113). Hämtad från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/reader.action?docID=5231407>.
- Availability.* (u.å.). Hämtat från <https://live.high-level-software.com/hotels/bells-Ramsbury/availability>: Hämtad 02.05.2021 från <https://live.high-level-software.com/hotels/bells-Ramsbury/availability>
- Birgittalaissisaret.* (u.å.). Hämtat från <https://birgittalaissisaret.fi/vieraskoti>: Hämtad 03.05.2021 från <https://birgittalaissisaret.fi/vieraskoti>
- Bucholz, R. O., & Ward, J. P. (2012). Inns. i J. P. Robert O. Bucholz, *London: A Social and Cultural History, 1550-1750* (ss. 254-255). Hämtad från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/reader.action?docID=944709>.
- Dutton, A. (den 23 01 2020). *What is a hostel.* Hämtat från <https://www.hostelworld.com/blog/what-is-a-hostel>: Hämtad 28.04.2021 från <https://www.hostelworld.com/blog/what-is-a-hostel>
- Enqvist, L. (den 29 04 2008). *Suomen Pankin kiviseinien sisään vuokraasuntoja ja toimistotiloja.* Hämtat från Turun Sanomat: Hämtad 01.05.2021 från <https://www.ts.fi/uutiset/talous/1074279043/Suomen+Pankin+kiviseinien+sisaan+vuokraasuntoja+ja+toimistotiloja>

- Fotiadis, A., Mombeuil, C., & Natasa Slak, V. (2018). Chapter 17 Designing and Implementing a Marketing Plan. i M. Sotiriadis, *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality : Skills for Successful Ventures* (ss. 298-308). Hämtad från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/reader.action?docID=5231407>.
- Gerson, R. F., & Shotwell, N. (1991). *Writing and Implementing a Marketing Plan : A Guide for Small Business Owners*. Hämtad från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/reader.action?docID=3116964>.
- Grunda ett företag - Affärsidé.* (2021). Hämtat från Suomi.fi: Hämtad 03.05.2021 från <https://www.suomi.fi/foretag/grunda-ett-foretag/planera-foretagsverksamhet/guide/fran-foretagside-till-affarsverksamhet/affarside>
- Hetan Majatalo.* (u.å.). Hämtat från <https://hetan-majatalo.fi/1924-2/historiikki/>: Hämtad 03.05.2021 från <https://hetan-majatalo.fi/1924-2/historiikki/>
- Hietala, M. (den 06 02 2019). *Rantapallo*. Hämtat från <https://www.rantapallo.fi/hotellit/tiedatko-mita-motellit-todella-ovat-nama-ovat-tarkeimmat-erot-hotelliin/>: Hämtad 28.04.2021 från <https://www.rantapallo.fi/hotellit/tiedatko-mita-motellit-todella-ovat-nama-ovat-tarkeimmat-erot-hotelliin/>
- Hotelstars.* (u.å.). Hämtat från <https://www.hotelstars.eu/>: Hämtad 30.04.2021 från <https://www.hotelstars.eu/>
- Hotelstars.* (u.å.). Hämtat från <https://www.hotelstars.eu/criteria/>: Hämtad 30.04.2021 från <https://www.hotelstars.eu/criteria/>
- Klosterbacken.* (u.å.). Hämtat från <https://www.turku.fi/sv/klosterbacken/klosterbacken-forr-och-nu>: Hämtad 29.04.2021 från <https://www.turku.fi/sv/klosterbacken/klosterbacken-forr-och-nu>
- London sökresultat.* (u.å.). Hämtat från Booking.com: Hämtad 29.04.2021 från <https://www.booking.com/searchresults.fi.html?label=gen173nr-1FCAEoggl46AdIM1gEaEiIAQGYAqy4ARfIAQzYAQH0AQH4AQuIAgGoAgO4Auq22IQGwAIB0glkODgwYjgzYzYtNTA1Mi00MWE2LWFiY2YtNDEzZWZjYWUzODc52AIG4AIB&lang=fi&sid=ac76eecd6bce1e626454122538>
- Mara. (u.å.). *Toimiala*. Hämtat från Mara toimiala: Hämtad från: <https://www.mara.fi/toimiala.html>
- Mermaid Inn.* (u.å.). Hämtat från mermaidinn.com: Hämtad 02.05.2021 från <https://www.mermaidinn.com/about-the-hotel/>
- Mermaid Inn. (u.å.). *Dining*. Hämtat från mermaidinn.com: Hämtad 01.05.2021 från <https://www.mermaidinn.com/dining/>
- Mermaid Inn. (u.å.). *Rooms*. Hämtat från mermaidinn.com: Hämtad 01.05.2021 från <https://www.mermaidinn.com/rooms/>
- Pizan, A. (2010). *international encyclopedia of hospitality management (2:a uppl.)*. Hämtad från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/reader.action?docID=566711>.

- Radisson Blu Marina Turku.* (u.å.). Hämtat från <https://www.radissonhotels.com/sv-se/hotell/radisson-blu-marina-turku>: Hämtad 28.04.2021 från <https://www.radissonhotels.com/sv-se/hotell/radisson-blu-marina-turku>
- Ramsbury estates. (u.å.). *The Bell.* Hämtat från [ramsburyestates.co.uk](https://www.ramsburyestates.co.uk): Hämtad 02.05.2021 från <https://www.ramsburyestates.co.uk/the-bell>
- Rutherford, D. G. (2010). Hotel Classification. i A. Pizan, *International encyclopedia of hospitality management (2:a uppl.)* (ss. 321-322). Hämtad från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/reader.action?docID=566711>.
- Sheela, A. (2000). *Economics of Hotel Management.* Hämtad från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/reader.action?docID=3017384>.
- Sökresultat booking.com.* (u.å.). Hämtat från [booking.com](https://www.booking.com): Hämtad 30.04.2021 från <https://www.booking.com/searchresults.fi.html?aid=304142&label=gen173nr-1FCAEoggl46AdIM1gEaEiIAQGyA4ARfIAQzYAQH4AQH4AQuIAgGoAgO4AsPM4IQGwAIB0gIkMDA1Yjk5N2MtMWM3MS00ZTIyLTg0ODYtMWMzNDk5ZmE5N2Fj2AIG4AIB&sid=ac76eecd6bce1e>
- Sökresultat trivago.* (u.å.). Hämtat från [trivago.fi](https://www.trivago.fi): Hämtad 30.04.2021 från <https://www.trivago.fi/?aDateRange%5Barr%5D=2021-05-18&aDateRange%5Bdep%5D=2021-05-19&aPriceRange%5Bfrom%5D=0&aPriceRange%5Bto%5D=0&iRoomType=7&aRooms%5B0%5D%5Badults%5D=2&cpt2=62041%2F200&hasList=1&hasMap=1&IsSeoPage=0&sorting>
- Sotiriadis, M. (2018). *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality : Skills for Successful Ventures.* Hämtad från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/reader.action?docID=5231407>.
- SS-Bore.* (u.å.). Hämtat från <https://www.hostelbore.fi/sv/ss-bore/fartygshostel>: <https://www.hostelbore.fi/sv/ss-bore/fartygshostel>
- The Bell at Ramsbury.* (u.å.). Hämtat från thebellramsbury.com: <https://thebellramsbury.com/>
- The Bell at Ramsbury.* (u.å.). Hämtat från thebellramsbury.com: Hämtad 02.05.2021 från <https://thebellramsbury.com/stay-with-us/>
- The Bell Ramsbury. (u.å.). *Eating-Drinking.* Hämtat från thebellramsbury.com/eating-drinking/: Hämtad 02.05.2021 från <https://thebellramsbury.com/eating-drinking/>
- The History Press.* (u.å.). Hämtat från <https://www.thehistorypress.co.uk/articles/a-history-of-british-pub-names/>: Hämtad 02.05.2021 från <https://www.thehistorypress.co.uk/articles/a-history-of-british-pub-names/>
- Trip Planner, Visit Finland.* (u.å.). Hämtat från Visit Finland: Hämtad 30.04.2021 från <https://trip-planner.visitfinland.com/trip/15-days-in-finland-itinerary-in-may-250300a6-2209-4cf1-834b-10a985360dc0>

- Tripadvisor*. (u.å.). Hämtat från www.tripadvisor.fi: Hämtad 29.04.2021 från https://www.tripadvisor.fi/Attractions-g189949-Activities-Turku_Southwest_Finland.html
- Tuominen, K. (2016). *The Path to Development: Introducing Benchmarking*. Hämtad från: <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/reader.action?docID=4883137>.
- Turun Kivikierros. (u.å.). *Suomen Pankki*. Hämtat från [kivikierros.com](http://www.kivikierros.com): Hämtad 02.05.2021 från <http://www.kivikierros.com/index.php/suomen-pankki>
- Tuure. (u.å.). Hämtat från <https://www.tuure.fi/>: Hämtad 01.05.2021 från <https://www.tuure.fi/>
- van Zyl, C. (2018). The Entrepreneurial Process and Legal Issues. i S. Marios, *The Emerald Handbook of Entrepreneurship in Tourism, Travel and Hospitality : Skills for Successful Ventures* (ss. 93-98). Hämtad från <https://ebookcentral-proquest-com.ezproxy.novia.fi/lib/novia-ebooks/reader.action?docID=5231407>.
- Vihmanen, L. (den 13 11 2014). yle.fi/aihe/artikkeli/2014/11/13/tahdet-kertovat-hotellien-laadun-vai-kertovatko-sittenkaan. Hämtat från <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/11/13/tahdet-kertovat-hotellien-laadun-vai-kertovatko-sittenkaan>: Hämtad 01.05.2021 från <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2014/11/13/tahdet-kertovat-hotellien-laadun-vai-kertovatko-sittenkaan>
- Wardshus*. (u.å.). Hämtat från <https://www.wardshus.fi/majatalon-tarina/>: Hämtad 04.05.2021 från <https://www.wardshus.fi/majatalon-tarina/>