



TAMPEREEN  
AMMATTIKORKEAKOULU

# AAMIAISMAJOITUKSEN PERUSTAMINEN

Aila-Tuulia Lehikoinen

Opinnäytetyö  
Toukokuu 2016  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma



## TIIVISTELMÄ

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

LEHIKONEN AILA-TUULIA:  
Aamiaismajoituksen perustaminen

Opinnäytetyö 49 sivua, joista liitteitä 3 sivua  
Toukokuu 2016

---

Aamiaismajoituksen perustaminen sai ideansa opinnäytetyön kirjoittajan kiinnostuksesta perustaa majoituspalvelu. Aamiaismajoituksen perustamista tutkittaessa apuna käytettiin alan kirjallisuutta sekä tehtiin kannattavuuslaskelmia ja suoritettiin asiakaskartoituskysely internetin avulla. Tarkoituksena oli saada selville onko aamiaismajoituspalvelulle kysyntää ja olisiko liiketoiminta kannattavaa, sekä määrittää mitä aamiaispalvelu on Suomessa ja miten se sijoittuisi majoituspalveluiden joukkoon Suomessa.

Suoritettuun asiakaskartoitukseen saatiin 582 vastausta, joiden perusteella keskimääräinen vastaaja oli 29-vuotias opiskelija, joka matkustaa 2-3 kertaa vuodessa ja yöpyy mieluiten tuttavien, perheen tai ystävien luona. Majoituspalvelulle tärkeäksi ominaisuudeksi nousi hinta sekä oma kylpyhuone. Laskelmien pohjalta saatiin laskettua vuodehinnan olevan 30 euron luokkaa käyttöasteen ollessa 40 %, mutta tuolloin voittoja ei tule. Laskelmat pohjattiin viiden huoneen talolle, jossa vuoteita oli 20 kappaletta. Pääomaa kyseisen kokoisen kiinteistön perustamiseen tarvitaan 400 000 euroa, jonka johdosta poistoja tulee tehdä pitkän aikaa, ja tämä on suurin kuluerä aamiaismajoitusta perustettaessa.

Johtopäätöksenä todettiin, että aamiaismajoituksen perustaminen vaatii paljon säästöjä ja pääomaa lainaa vastaan, jolloin yrityksen omilleen pääseminen ja voiton tuotto vaatii vähintään 20 vuoden toimintaa ja yrittäjän omistautumista asialleen. Asiakaskyselyn perusteella todettiin, että paremmin kohdeyleisöksi sopivat ulkomaalaiset asiakkaat, joita ei haittaa oman kylpyhuoneen puute ja jotka kaipaavat uudenlaisia matkustuskokemuksia hotellien sijaan. Seuraava askel tästä opinnäytetyöstä on kirjoittaa liiketoimintasuunnitelma, jossa kannattavuuslaskelmia sekä asiakaskartoitusta käytetään hyödyksi.

## **ABSTRACT**

Tampereen ammattikorkeakoulu  
Tampere University of Applied Sciences  
Degree Programme in Hotel and Restaurant Management

LEHIKONEN, AILA-TUULIA:  
Managing a Bed & Breakfast

Bachelor's thesis 49 pages, appendices 3 pages  
May 2016

---

The objective of this thesis was to find out if it is profitable and plausible to found a Bed and Breakfast -type hospitality service near the center of Tampere. Another purpose was to chart the target group of said hospitality service. It was also important to define what a Bed and Breakfast type hospitality service is in Finland and what requirements it needs to meet.

In order to identify the target group, a questionnaire was made through Google Forms and spread through social media as well as the e-mail. The result was that an average target person to answer the questionnaire was a 29-year-old student who lives in a household of two persons and travels two to three times for vacation purposes in Finland. The profitability and funding was done through calculations and variable information sources including banks.

As a conclusion it can be stated that it is wiser to target an international audience instead of Finnish because they are more interested in different type of hospitality service, as well as more used to staying over at a Bed and Breakfast. According to the calculations it is profitable to have a Bed and Breakfast provided that there is time and effort put into the hospitality service, because it will take 20 years for the entrepreneur to get rid of the loan taken for the property. For the future these conclusions may be used as a base for a more detailed business plan.

---

Key words: hospitality management, entrepreneurship, B & B

## SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	5
2	AAMIAISMAJOITUKSEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ.....	6
	2.1. Yrityksen ulkoinen toimintaympäristö .....	6
	2.2. Lainsäädäntö .....	8
	2.3. Liikeidea, resurssit ja kannattavuus .....	13
	2.4. Aamiaismajoitus .....	17
3	B & B KETUNKOLO .....	18
4	TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN .....	22
	4.1. Aamiaismajoituksen asiakaskartoitus .....	22
	4.2. Laskelmat.....	23
5	TULOKSET .....	26
	5.1. Aamiaismajoituksen asiakaskartoitus .....	26
	5.2. Laskelmat.....	34
6	JOHTOPÄÄTÖKSET .....	40
	LÄHTEET.....	44
	LIITTEET .....	47
	Liite 1. Aamiaismajoituksen asiakaskartoitus .....	47
	1 (3) 47	
	2 (3) 48	
	3 (3) 49	

## 1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön tavoitteena on käsitellä aamiaismajoitusta ja sen perustamista Tampereen lähiympäristöön sekä sen asemoitumista matkustamiseen Suomessa. Aamiaismajoitus tunnetaan paremmin termillä Bed & Breakfast muualta Euroopasta. Suomessa lähin vastine on maatilamatkailu, jossa majoituspalvelu tarjoaa sängyn sekä aamiaisen. Idea opinnäytetyön aiheesta perustui kirjoittajan kiinnostukseen laittaa käytäntöön kyseinen liikeidea.

Aamiaismajoituksen teoriaa käsiteltiin sisäisen ja toimintaympäristön kautta, keskittyen lainsäädäntöön. Suomessa aamiaismajoituspalvelulle ei ole erillistä lainsäädäntöä, joten tätä koskevat samat lait kuin hotellejakin. Tällaisia lakeja ovat muun muassa pelastuslaki, elintarvikelaki, matkustajailmoitus sekä perusilmoitus. Lisäksi toimintaympäristössä käsiteltiin kysyntää sekä kilpailijoita aamiaismajoitukselle, joka sijaitsee Tampereen keskustan läheisyydessä.

Liiketoiminnan kannattavuutta käsiteltiin majoitusalan laskelmien perusteella. Laskelmat kertovat, paljonko asiakkaita liiketoimeen pitää saada, jotta toiminta kannattaa. Tuloslaskelmasta näkee, paljonko liiketoimintaan on sijoitettu, paljonko on kuluja ja paljonko tarvitaan tuloja kannattavaan toimintaan. Laskelmien ohella tehtiin asiakaskartoitus internetin kautta, jotta nähtiin, mitkä tekijät ovat tärkeitä majoituspalvelussa, sekä millaisia ovat suomalaisten matkailutottumukset kotimaassa.

Suoritetun kyselyn 582 vastaajan tuloksia käytettiin apuna arvioimaan huonehintaa sekä sitä, onko aamiaismajoitukselle kysyntää ja sitä, millaisia palveluita majoituspalvelulta kaivataan. Asiakaskyselyn pohjalta tultiin tulokseen, että aamiaispalvelussa pitää olla omat kylpyhuoneet, jos tahdotaan houkuttaa kotimaisia asiakkaita majoituspalveluun. Kannattavuuslaskelmien pohjalta minimihuonehinnaksi muodostui 28 euroa, mutta tällöin voittoa ei tule. Johtopäätöksissä todettiin asiakaskyselyn tulosten sekä kannattavuuslaskujen tulosten perusteella, että aamiaismajoituspalvelu Tampereen lähiympäristössä on kannattava, jos kohderyhmä on oikea ja markkinointiin panostetaan.

## 2 AAMIAISMAJOITUKSEN TOIMINTAYMPÄRISTÖ

### 2.1. Yrityksen ulkoinen toimintaympäristö

Yrityksen ulkoinen toimintaympäristö on kaikki ulkoinen, mikä yrityksen toimintaan vaikuttaa ja mihin yrityksen pitää yrittää mukautua. Ulkoiseen toimintaympäristöön vaikuttavat politiikka, talous, ympäristö sekä teknologia tekijät (Borg, Kivi, Partti 2002, 108). Matkailutuotteet muodostuvat erilaisten matkailualan ja muiden alojen yritysten ja organisaatioiden toimien kokonaisuudesta, kirjoittaa Pesonen kirjassaan *Menestyvä Matkailuyritys* (2006). Suomessa matkailuun kuuluvat neljä pääaluetta: palvelujen tuotanto, viihdeteollisuus, myynti ja markkinointi sekä tuotannon ja markkinoinnin tuki. Suomessa on laadittu lähes jokaiseen maakuntaan oma matkailustrategia. Työvoima- ja elinkeinokeskuksilla, seutukunnilla ja kunnilla on omat vastualueensa matkailun alueellisesta kehittämisestä. (Pesonen, Siltanen, Hokkanen 2006, 10, 11.) Matkailualan toimiympäristö on siis koko ajan muuttuva ja kehittyvä, johon majoituspalvelu itsenäisenä osallistuu ja toimintatavoillaan vaikuttaa tähän toimintaympäristöön, jossa toimivat kaikki palvelut (Brännare, Kairamo, Kulusjärvi, Matero 2005, 11).

Kansainvälistyminen ja entistä vaativammat asiakkaat sekä lainsäädännölliset ja poliittiset rajoitukset tuovat omat haasteensa teknologian hyödyntämiseen sekä itsensä kehittämiseen yrittäjänä ja asiakaspalvelijana. Vaikka aamiaismajoitustoiminta sijoitetaan Tampereelle, vaikuttaa sen olemassaoloon koko Suomen laajuinen toimintaympäristö. Asiakkaan lopulliseen mielipiteeseen majoituspalvelusta vaikuttaa matka kotiovelta takaisin kotiovelle kuten myös se, millaisista oloista asiakas on kotoisin (Pesonen ym. 2006, 11, 13). Huomattavimpia kilpailijoita muiden majoituspalveluiden ohella ovat aamiaispalvelut, joita Tampereen yhteydessä sijaitsee (Visit Tampere 2016). Aamiaispalveluita ei sijaitse keskustan yhteydessä vaan noin 20- 40 kilometrin säteellä Tampereesta. Tällaisia aamiaispalveluita ovat Keltainen talo B&B -palvelu Pälkäneellä, Villi Ullakko Bed & Breakfast Akaalla sekä B&B Nostalgia Kämmenniemessä.

Tampereen merkittävimpiä majoituspalveluiden tarjoajia ovat Sokos-ketjun hotellit, joista Sokos Hotel Torni on aivan uusi, sekä Radisson Blu Grand Hotel Tammer, jolla on historiallista arvoa ja sijainti aivan keskustassa (SOK 2008). Hotellit ovat korkeat vaatimukset täyttävä majoituspalvelu, jonka yhteydessä yleensä toimii ravintola sekä muita

palveluja. Selkeänä etuna on mahdollisuus ottaa lukuisia asiakkaita, minkä vuoksi isojen ryhmien majoittaminen on helpompaa. Isoilla hotelleilla on etunaan työntekijäkunnan laajuus yksityisyrittäjän sijaan sekä lukuisat muut palvelut, joita ne voivat tarjota kuten sauna- ja kuntosalipalvelut tai kokoustilat (Brännare ym. 2005, 10, 11).

Runsaat hotellipalvelut ja kilpailijat luovat myös tiukan kilpailutilanteen, ja täten ketjut, joilla on enemmän toimintapinta-alaa sanelevat myös kilpailutuksen määrän ja omilla hinnoillaan vaikuttavat yksityisyrittäjänkin toimintaan sekä oman majoituspalvelun hinnoitteluun, jotta kilpailussa voi pysyä mukana (Borg ym. 2002, 21). Ketjuuntumalla tosin pienetkin hotellit saavat käyttöönsä monipuolista huippuosaamista ja esimerkiksi esimies voi hyödyntää keskusyksikön markkinointitaitoja (Brännare ym. 2005, 15).

Tampereen sisäisen kilpailun lisäksi tulee ottaa huomioon koko Suomen kilpailun vaikutus. Suomessa kotimaanmatkailu on vielä noin 70 % suuruista, mutta sitä huomattavampi tekijä on ulkomaanmatkailun jatkuva kasvu, joka on noin 5 % luokkaa (Visit Finland 2016). Tämä tarkoittaa, että asiakaskunta on entistä laajempaa ja monikansallisempaa, jonka johdosta kielitaitovaatimukset kasvavat, mutta samalla myös työllistymismahdollisuudet parantuvat (Kiuru 2013). Majoitusala on jatkuvasti kehittyvä ja muuttuva, joten kysynnälläkin on erilaiset tarpeensa eri vuoden aikoina ja eri matkustajien näkökulmista. Matkailun kysyntään vaikuttavat kaikki henkilöt, jotka matkustavat tai haluavat matkustaa ja jotka käyttävät matkailua varten luotuja palveluja poissa koti- tai työpaikkansa alueelta. (Brännare ym. 2005, 30.)

Poliittiselta kannaltaan Suomi, kuten muutkin Euroopan maat, kuuluvat hyvinvointivaltioihin, joiden taloudellinen hyvinvointi lisää sekä kotimaan matkailua että incoming- ja outgoing-matkailua (Brännare ym. 2005, 31). Suomi myös mielletään turvalliseksi ja vakaaksi matkailukohteeksi, jolloin kysyntä pysyy suhteellisen tasaisena poliittiselta kannalta katsottuna. Viime vuosina Euroopan turvallisuus on kuitenkin ollut uhattuna terroristihyökkäyksiensä johdosta Keski-Eurooppaan sekä Venäjän aggressiivisen käyttäytymisen johdosta, mikä puolestaan vaikuttaa majoituksen kysyntään, kun matkailu joihinkin kohteisiin on osaltaan pienentynyt. (Borg ym. 2002, 100.) Esimerkiksi kysyntä Venäjän ja Suomen väliselle matkailulle on vähentynyt ruplan kurssin huononnettua ja Venäjän jouduttua pakotteiden alle (Aalto 2014, 3). Suomi koetaan muiden Pohjoismaiden lailla entistä turvallisemmaksi ja kiinnostavammaksi kohteeksi, kun Keski-Euroopassa on poliittisia ongelmia (Visit Finland 2016).

Suomen sisäisellä poliittisella tilanteella kuten ekonomisellakin tilanteella on huomattavasti vaikutusta majoitusosalalla. Taloudellisen tilanteen ollessa huono, eivät ihmiset matkusta yhtä paljon ja moni pyrkii säästämään kotimaan matkailussa (Lappi 2016). Poliittiselta kannalta tällä hetkellä Suomessa yritetään edistää matkailua myös kotimaassa ja palveluja yritetään pitää Suomessa, sekä jatkuvasti kannustetaan kotimaisen tukemiseen (Visit Finland 2016). Suomen valtakunnallinen tarjonta majoituspalveluissa on suuri suhteessa kysynnän määrään ja asukasluukuun (Brännare ym. 2005, 31).

Tampereen alueen matkailu on kasvanut hitaasti, mutta varmasti. Tampereella on merkittävä historia Suomen kannalta ja lukuisia historiallisia kohteita on säilytetty ja ehostettu. Matkailua lisätään myös markkinoimalla Tamperetta Visit Tampere- sivustolla, sekä mainostamalla hyviä kulkuyhteyksiä lentokentän, juna-aseman ja bussiaseman keskeisen sijainnin puitteissa. (Visit Tampere 2016.) Monimuotoisia majoituspalveluita kaivataan siis entistä enemmän, ja Tampereelle onkin rakennettu viimeisen 5 vuoden aikana monta uutta hotellia ja vanhoja on kunnostettu (SOK 2008). Majoituspalvelujen kysyntä on siis kaikilta kannoilta kasvussa, ja etenkin tällä hetkellä haetaan erilaisia kokemuksia ja elämyksiä pelkän yöpymispaikan sijaan. Halutaan, että majoituspaikka on erilainen kuin se mihin on totuttu, ja että yöpyminen itsessään on jo elämys. (Borg ym. 2002, 29).

Tuotannolliselta kannalta tärkeintä majoituspalvelulta on työllistäminen ja palvelujentuotto. Matkailutuotteen osia voivat olla muun muassa majoitus, ateriapalvelut, kuljetus, ohjelmapalvelut sekä nähtävyydet (Pesonen ym. 2006, 43). Nämä kaikki sitouttavat ihmisiä, mikä luo uusia työllistymismahdollisuuksia. Kiuru (2013, 1) kirjoittaa, että majoitusosalalla on noin 1 900 toimipaikkaa, jotka työllistävät lähes 12 000 henkeä ja pyörittävät 1,5 miljardin euron liikevaihtoa. Samalla hän kuitenkin mainitsee, että ala kaipaa uudistumista suurempien lukemien saamiseksi. Suurimpia työllistäjiä ovat hotelliketjut, jotka tarjoavat monipuolisia töitä ja takaavat tasaista työllistymistä verrattuna yksityiseen aamiaismajoitukseen, joka työllistää enimmilläänkin vain pari henkeä.

## 2.2 Lainsäädäntö

Majoitusliikkeitä koskevat lainsäädännöt koskevat myös aamiaismajoituspalvelua (Pesonen ym. 2006, 10). Merkittävin säädös, joka koskee aamiaismajoitusliikettä, on laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta, joka löytyy Finlexin kohdasta 28.4.2006. (Edita 2016a.)



Ennen perehtymistä muihin säädäntöihin tulee liiketoiminnasta tehdä perusilmoitus patentti- ja rekisterihallituksen kaupparekisteriin.

Majoituspalvelua perustettaessa **perusilmoitus** pitää tehdä myös vaikka kyseessä olisi yksityinen elinkeinonharjoittaja, jos yrittäjällä on yrityksen toimintaa varten erillinen pysyvä toimitila tai yrittäjän palveluksessa on joku muu henkilö kuin puoliso tai oma alaikäinen lapsi tai jos yrittäjä harjoittaa elinkeinoa, johon tarvitaan lupa. (Yrityssuomi.fi 2016a.) Perusilmoitus tehdään kaupparekisteriin aina kun kyseessä on avoin yhtiö, kommandiittiyhtiö, osakeyhtiö, osuuskunta tai ulkomainen elinkeinonharjoittaja, joka perustaa Suomeen sivuliikkeen. (Jutila 2001, 44.) Seuraavia merkittäviä lupia ovat terveydensuojelulain mukainen ilmoitus, joka on tehtävä 30 päivää ennen liiketoiminnan aloittamista, sekä matkustajailmoitus, joiden tietoja tulee säilyttää vuoden ajan ja ulkomaalaiset matkustajatiedot tulee toimittaa toimialueen poliisille.

”**Terveydensuojelulain mukaisen ilmoituksen** tulee sisältää seuraavat seikat:

1. selvitys toimintaan varatun paikan sijainnista
2. selvitys harjoitettavasta toiminnasta
3. selvitys vedenhankinnasta, ilmanvaihdosta, viemäröinnistä ja jätehuollosta
4. toiminnanharjoittajan nimi, kotipaikka ja yhteystiedot
5. muut terveyshaitan arvioimiseksi tarpeelliset tiedot ja mahdolliset toimenpiteet terveyshaitan estämiseksi

Ilmoitukseen on liitettävä tarpeelliset piirustukset. Lisäksi ilmoituksessa on oltava tieto rakennusvalvontaviranomaisen hyväksymän pääpiirustuksen mukaisesta tilan käyttötarkoituksesta ja mahdollisesti vireillä olevista luvista.” (Yrityssuomi.fi 2016b.)

Koska aamiaismajoituksessa tullaan tarjoamaan vähintään aamupala, pitää yrityksellä olla **elintarvikelain** vaatimat puitteet. Tämä takaa, että aamupala säilytetään ja valmistetaan hygieenisissä olosuhteissa. Lain tarkoitus on taata elintarvikkeiden alkuperä, niiden oikeanlainen käsittely ja tarjoilu. Elintarvikelaki ei kata alkoholilakia, eli alkoholilainsäädännöllä on omat rajoitteensa. Yrittäjän tulee tehdä omavalvontasuunnitelma edesauttaakseen elintarvikelakia ja sen valvontaa. Omavalvontasuunnitelmassa tulee kuvata kriittiset kohdat ja niihin liittyvien riskien hallinta (Edita 2016b). Tämä tarkoittaa sitä, että yrittäjä pitää kirjata elintarvikkeista niiden alkuperän ja tuoreuden jäljittämiseksi ja osoittaa samalla tuntevansa vaatimukset elintarvikkeiden hygieeniseen käsittelyyn. Tämä

omavalvontasuunnitelma tulee toimittaa terveydensuojeluviranomaisille ennen toiminnan aloittamista (Jutila 2001, 45).

Omavalvontasuunnitelman tulee sisältää seuraavat asiat:

1. Valvontapisteet, joissa elintarvikehygieniaan liittyvä vaara on olemassa
2. Miten edeltäviä pisteitä tarkkaillaan ja milloin pitää tehdä toimenpiteitä
3. Mitä ovat korjaustoimenpiteet ja miten tarkkailua ylläpidetään kaikessa toiminnassa. (Jutila 2001, 46.)

Lisäksi mahdollisia työntekijöitä palkatessa tulee ottaa huomioon, että näillä on elintarvikehygienian ylläpitämiseen edellytykset eli elintarvikehygieniakoulutus. Tämä tarkoittaa alan koulutusta tai erillisen hygieniapassin suorittamista. **Matkustajailmoituksesta** on käytävä ilmi majoitustoiminnan harjoittajan toiminimi, yritys- ja yhteisötunnus sekä majoitusliikkeen käyntiosoite (Jutila 2001, 47).

”Matkustajailmoituksessa on mainittava seuraavat tiedot (matkustajatiedot):

1. matkustajan täydellinen nimi ja suomalainen henkilötunnus, tai henkilötunnuksen puuttuessa syntymäaika ja kansalaisuus
2. matkustajan mukana olevan puolison sekä alaikäisten lasten täydelliset nimet ja suomalaiset henkilötunnukset (henkilötunnusten puuttuessa syntymäajat)
3. matkustajan osoite
4. maa, josta matkustaja saapuu Suomeen
5. matkustajan matkustusasiakirjan numero
6. matkustajan majoitusliikkeeseen saapumispäivä ja lähtöpäivä, jos se on tiedossa

Lisäksi matkustaja voi ilmoittaa matkustajailmoituksessa, tapahtuuko majoittuminen vapaa-ajanvieton, työn, kokouksen vai muun syyn takia.” (Yrityssuomi.fi 2016b.) Halutessa matkustajailmoituksista voidaan pitää yllä matkustajarekisteriä, jonka kautta voidaan harjoittaa suoramarkkinointia tai asiakaspalvelua, jollei matkustaja sitä ole kieltänyt tietojen täytön yhteydessä.

**Kuluttajansuojalain** tarkoitus on suojata kuluttajaa heikompana osapuolena jos elinkeinonharjoittajan kanssa tulee kiistaa. Kuluttajansuojalain ideana on turvata tuotteen takuu eli se, että kuluttaja saa mitä on luvattu. Tätä varten on hyvä kirjoittaa asiakkailla huoneen vuokraamisista kirjalliset sopimukset ja luetella jossain nähtävänä mahdolliset asiat, mitä

yritys lupaa tuotteeltaan. Täten kiistatilanteissa voidaan palata aina siihen, onko luvattua rikottu. (Jutila 2001, 47.) Kuluttajansuojalaki tulee yleensä relevantiksi korvausasioissa, esimerkiksi jos majoituttaessa huone on ollut epäsiisti ja huonossa kunnossa, toisin kuin on vakuutettu. Täten kuluttaja on oikeutettu korvaukseen. Kuluttajansuojalakia varten ei tarvitse hankkia erillisiä lupia, sillä koko laki on sekä Euroopan unionissa että Suomen laissa kirjattu ylös. (Edita 2016b.)

Samaan kohtaan kuuluu tuoteturvallisuuslaki, joka koskee kaikkia palveluita, joita elinkeinoharjoittaja tarjoaa kuluttajille. Lain tarkoitus on ennaltaehkäistä vaaroja, joita tuotteet voivat aiheuttaa kuluttajalle. Tällaiset tuotteet pitää poistaa markkinoilta ennen levitystä. Vaara voi aiheutua joko palvelun tekotapaan liittyvästä puutteesta tai palvelun tuottamisessa käytettävän tavaran rakenteellisesta viasta. (Jutila 2001, 51.) Näitä turvaamaan tulee yrittäjän olla vastuussa tuotteistaan tuoteturvallisuuslain kannalta ja valmis vahingonkorvauksiin vahingonkorvauslain mukaisesti.

**Tekijänoikeuslaki** takaa teoksen tekijälle yksinomaisen oikeuden päättää tuotantonsa esittämisestä julkisesti, eli kaiken yksityisen perhe- ja ystäväpiirin ulkopuolella tapahtuvasta teoksen käytöstä. Teosto ry on säveltäjien, sanottajien, sovittajien ja kustantajien oikeuksista huolehtiva yhdistys ja Gramex ry huolehtii esittävien taiteilijoiden ja äänitteiden tuottajien oikeuksista. (Gramex 2016; Jutila 2001, 48.)

Teostolta tarvitaan lupa musiikin soittamiseen, kun majoitustoiminnan yleisissä tai asiakkaille yksityisissä huoneissa soitetaan musiikkia niin sanotusti taustamusiikkina. Tämä tarkoittaa, että lupa pitää hankkia jos huoneista löytyy radioita tai televisioita. Televisioiden vuoksi täytyy yrittäjän myös suorittaa yleisradioveron maksu, jonka suuruus määräytyy tuottojen pohjalta (Vero 2016). Lupa on voimassa toistaiseksi ja sen irtisanomisaika on 1 kuukausi. Luvan maksun suuruus määräytyy huoneiden lukumäärän mukaan. Lupa antaa vapaudet soittaa musiikkia haluamiltan maksetuilta toistolaitteilta, esimerkiksi Spotify-palvelun käytöstä täytyy maksaa vielä erikseen. (Teosto 2016.) Teoston lupa mahdollistaa myös livemusiikin esittämisen yleisissä tiloissa. Gramex on hyvin Teoston kaltainen lupa, mutta Gramex kattaa vain äänitemusiikin esittämisen ja sen suuruus laskeaan koon/asiakaspaikkojen mukaan (Gramex 2016).

**Pelastuslailla** parannetaan ihmisten turvallisuutta ja vähennetään onnettomuuksia. Lain pyrkimyksenä on, että ihmiset pelastetaan, toiminnot turvataan ja onnettomuuden seurauksia rajoitetaan tehokkaasti, kun onnettomuus uhkaa tai on tapahtunut. Pyrkimys on ehkäistä tulipaloja ja muita onnettomuuksia, varautua ja rajoittaa onnettomuuksia, ja täten parantaa ihmisten valmiutta onnettomuustilanteessa (Edita 2016c).

Pelastuslain 3 luku kohta 9 § määrittelee toiminnanharjoittajan sekä rakennuksen omistajan velvoitteet, joista ensimmäinen on rakennusten palo- ja poistumisturvallisuus. Palokohdassa tämä tarkoittaa sitä, että tiloissa ei saa olla herkästi syttyviä aineita ja ihmisten poistuminen on tehty helpoksi sekä palon leviäminen vaikeaksi. Rakennusten uloskäytävät sekä pelastustiet tulevat olla kulkukelpoisia ja esteettämiä. Kiinteistön omistajan tulee myös varustaa kiinteistö sopivasti, eli liiketiloista tulee löytyä seuraavat varusteet ja laitteet, jotka on pidettävä toimintakunnossa sekä huollettava ja tarkastettava asianmukaisesti: sammutus-, pelastus- ja torjuntakalusto; sammutus- ja pelastustyötä helpottavat laitteet; palonilmaisu-, hälytys- ja muut onnettomuuden vaaraa ilmaisevat laitteet ja poistumisreittien opasteet ja valaistus. (Edita 2016c.)

Kiinteistön omistajan tulee laatia pelastussuunnitelma tiedottamaan ja vahvistamaan asiakkaille sekä muille kiinteistössä käyville. Pelastussuunnitelma kartoittaa mahdollisia vaaratekijöitä sekä sitä miten näihin on varauduttu ja kuinka näitä ennaltaehkäistään. Samalla pelastussuunnitelma myös tukee tiedonantoa ja suunnitelmallisuutta pelastuspauksissa. Pelastussuunnitelmassa on oltava selostus: vaarojen ja riskien arvioinnin johdopäätelmistä sekä rakennuksen ja toiminnassa käytettävien tilojen turvallisuusjärjestelyistä; asukkaille ja muille henkilöille annettavista ohjeista onnettomuuksien ehkäisemiseksi sekä onnettomuus- ja vaaratilanteissa toimimiseksi ja mahdollisista muista kohteen omatoimiseen varautumiseen liittyvistä toimenpiteistä (Edita 2016c.)

Majoitusliikkeessä on kuitenkin muihin liiketiloihin liittyviä poikkeustilaisuuksia, joihin tulee varautua ennalta. Pelastussuunnitelmaa suunniteltaessa tulee nimittäin ottaa huomioon asiakkaat, jotka ovat tuntemattomassa rakennuksessa ja pahimmillaan hälytyksen tullessa nukkuvat. Lisäksi monikielisyys tulee ottaa huomioon ohjeita suunniteltaessa. (Hakala 2004, 16.)

**Tuoteturvallisuuslaki** ei koske palvelujen tarjoamista kuluttajille ja tulee kyseeseen vasta kun vahingon kuluttajalle aiheuttaa tuote eli irrallinen esine. Tuotevastuulaki koskee vahinkoja, joita tuotteesta aiheutuu henkilölle tai pääasiassa yksityiseen tarkoitukseen

käytetylle omaisuudelle. Vahingonkorvaus johtuu siten siitä, että tuote ei ole ollut yhtä turvallinen kuin viranomaiset ovat antaneet ymmärtää. Täten jos tuotetta on käytetty virheellisesti tai varomattomasti vastoin sille osoitettua tarkoitusta, ei vahinkoa tarvitse korvata. Tuoteturvallisuuslain mukaan vahingonkorvauksesta velvollisia ovat tuotteen omistajan sijaan tuotteen maahantuoja, valmistaja tai markkinoija. (Jutila 2001, 53.)

Virheitä palvelussa tai tuotteissa korvataan kuluttajille **vahingonkorvauslain** nojalla. Kyseessä on yleislaki, jota sovelletaan kun muussa laissa asiaa ei ole erikseen säädetty. Vahingon tulee aiheutua jonkun moitittavasta käyttäytymisestä. Oikeuskäytännössä elinkeinonharjoittajille on asetettu korostettu huolellisuusvelvollisuus. (Jutila 2001, 53.) Täten yrittäjä on velvoitettu korvaamaan kuluttajalle vahingot, jos huolellisuusvelvollisuudessa epäonnistutaan.

Tärkein yrittäjän lakisääteisistä **vakuutuksista** on YEL eli yrittäjän eläkevakuutus. Vakuutus kannattaa ottaa heti kun toiminta aloitetaan, viimeistään kuitenkin kuuden kuukauden kuluttua toiminnan aloittamisesta. (Jutila 2001, 49.) Vakuutukseen kuuluvat ammatinharjoittajien lisäksi perheenjäsenet jotka tekevät palkatonta työtä, sekä avoimen yhtiön yhtiömiehet tai osakeyhtiön enemmistöosakas. Yrittäjän eläkevakuutus on keskimäärin 24 prosenttia työtuloista (Yrityssuomi.fi 2016c). Lisäksi työnantajan tulee ottaa sekä tapaturmalain että työntekijän eläkelain eli TyELin mukaiset vakuutukset jos tällä on palveluksessaan työntekijöitä.

### 2.3. Liikeidea, resurssit ja kannattavuus

Aamiaismajoituspalveluun mielletään yleisesti pienimuotoisuus, kodinomaisuus ja henkilökohtainen palvelu, joita voidaan toteuttaa vain kohtalaisen pienellä majoituskapasiteetilla. Hinnoittelua mietittäessä ovat lähtökohtana toiminnan kannattavuus ja yrittäjälle työstä jäävä palkka, joten liian edullinen hinnoittelu ei kannata. (Jutila 2001, 8.) Aamiaismajoitus on siis pienimuotoisempaa toimintaa kuin esimerkiksi hotellin toiminta, mutta henkilökohtaisempaa vähäisen työntekijämäärän sekä vähäisen asiakaslukunsa vuoksi.

Kohderyhmät voidaan määritellä eri perustein. Perusteina voidaan käyttää esimerkiksi ikää, sukupuolta, perhekokoa, tulotasoa, sosiaaliluokkaa, elämäntyyliä, arvo- ja asenne maailmaa sekä ostotottumuksia ja –käyttäytymistä (Brännare ym. 2005, 50). Aamiais-

majoituksen asiakaskunta määräytyy pitkälti muun muassa sijainnin perusteella. Jos majoituspalvelu sijoittuu kaupungin ulkopuolelle maaseudulle ja vuodepaikkoja on vähäisesti, eivät työmatkustajat tai kokoustajat tule niin helposti yöpymään paikassa, kuin jos toiminta sijoittuisi keskustaan lähelle konferenssi- tai kokouspaikkoja. Varsinkin ulkomaalaiset asiakkaat ovat kiinnostuneita käyttämään aamiaismajoituspalvelua. Perustyyppinen palvelu, mikä sisältää majoituksen, aamiaisen ja peseytymisen, ei kaipaa ympärilleen toimivaa maatilaa, vesistöjä tai muita ympäristöllisiä vetovoimatekijöitä, ellei näillä tekijöillä houkutella asiakkaita jäämään pidemmäksi aikaa seudulle. Aamiaismajoitukselle voi saada asiakkaita esimerkiksi kohderyhmistä kuten työnsä vuoksi liikkuvat, loma- tai muuten vapaa-aikanaan liikkuvat, luonnossa tapahtuvien aktiviteettien harrastajat, kauttakululiikkujat, koulutustilaisuuksiin ja kokouksiin osallistujat ja perhejuhlien vieraat, kun juhlapaikkaan ei mahdu yöpymään. (Jutila 2001, 8, 10.)

Aamiaismajoituspalveluun sisältyvät ydinpalveluina majoitus, peseytymismahdollisuus ja aamiainen. Lisäpalveluina voidaan tarjota esimerkiksi iltapala, sauna, vaatteiden silitys, ulkoilureitit, pelejä tai hierontapalvelu. Pieniä lisäpalveluja voi olla monenlaisia. (Jutila 2001, 17.) Riippuen kohderyhmästä tulee palvelun tarjota kyseiselle ryhmälle kohdennettuna palveluita. Jos aamiaismajoituspalvelulle otetaan kohderyhmäksi vaeltajat, tulee yrittäjän tarjota karttoja ja vaellusreittiehdotuksia sekä tietoja lähiympäristöstä, mutta jos kohderyhmänä ovat perheet, jotka kaipaavat nähtävyyksiä, täytyy pyrkiä tarjoamaan erilaista tietoa lähiseudusta. Lisäpalvelujen merkitys onkin tärkeä, sillä kun useimmilla yrityksillä on samankaltainen ydintuote, tekee asiakas ostopäätöksensä lisäpalveluiden perusteella. (Brännare ym. 2005, 51.)

Mikään näistä matkailupalveluyrityksistä ei pysty tuottamaan kaikkia palveluja yksin vaan toimii tiiviissä yhteistyössä toisten yritysten kanssa. Koska asiakas kerää matkailutuotteensa eri palveluista erilaisten jakelujärjestelmien merkitys palveluprosessissa korostuu. (Brännare ym. 2005, 51.) Kun aamiaismajoituksen kohdeasiakasta ja tuotteita suunnitellaan lisäpalvelujen kannalta, tulee ajankohtaiseksi yhteistyö muiden matkailupalvelujen kanssa. Tärkeää asiakkaille onkin saada luotettavaa tietoa muista palveluista ja mahdollisia kanta-asiakastarjouksia, kun majoittuu jossain ja käyttää sidoskumppanin palvelua. (Borg ym. 2002, 11.)

Matkailupalveluun sisältyy konkreettisia, kosketeltavia tuotteita kuten sänky, tilat, ruoka, juoma ja liikenneväline, joita voidaan suunnitella ja järjestää etukäteen (Brännare ym.

2005, 51). Palvelu syntyy vasta asiakkaan ollessa paikalla ja vuorovaikutuksessa henkilökunnan kanssa ja henkilökunnan tekojen johdosta, mutta asiakkaan yksittäiset pyytämät palvelut kuten ylimääräiset tyyny, peitteet ja lamput vaikuttavat tulevaan palveluun ja sen toteutukseen. Majoituspalvelun huoneet rakennetaan vastaamaan liikeideassa esitetyn kohderyhmän tarpeita. Hotellihuone on asiakkaan väliaikainen koti, joten huoneen siisteys, tuoksu, äänieristys ja kunto ovat äärimmäisen tärkeitä asioita (Pesonen ym. 2006, 40).

Ihmisten mielikuvat vaihtuvat sen perusteella millaisesta majoituspalvelusta on kyse. Kuitenkin huoneesta pitää löytyä perusmukavuudet eli sänky, pöytä ja tuolit sekä säilytystilaa vaatteille. Liikaa koriste-esineitä ja ylimääräistä irtaimistoa ei huoneeseen tule laittaa sen kuormittamiseksi ja personalisoimiseksi, sillä se hankaloittaa siivoamista ja vie tilaa asiakkaiden omilta tavaroilta. (Jutila 2001, 15.) Huonepalvelun lisäksi asiakkaille tarjotaan aamiainen, joka lasketaan vakioateriaksi, ja huonehintaan yleensä sisältyy majoitus ja aamiainen. Aamiaista ei juurikaan tarjota majoituspalvelun ulkoisille asiakkaille, sillä aamiaisen arvolisävero (24 %) on reilusti suurempi kuin majoituksen arvonlisävero (10 %), jolloin sen kate pyritään pitämään alhaisena (Brännare ym. 2005, 59).

Aamiainen aloittaa jokaisen asiakkaan päivän, joten tulee pitää hyvin huolta, että se on kattava ja hintansa sekä majoituksen arvoinen. Aamiaispalveluun vaikuttavat tietysti tuotteet itsessään: niiden tuoreus, monipuolisuus ja esillepano. (Brännare ym. 2005, 59.) Eri-laisten aamiaistyyppien avulla aamiaispalvelun imagoa voidaan luoda tarjoamalla esimerkiksi lähituotettua ruokaa tai panostamalla mannermaiseen aamiaiseen tai kotimaiseen ilmeeseen. Aamiaista voidaan kontrolloida aamiaispalvelussa hotellia vaivattomammin, sillä asiakkaita ei ole monia ja heidät voi helposti kasvomuistilla jo tunnistaa talon omiksi asiakkaiksi, jolloin erillistä kontrollia ei tarvita. (Jutila 2001, 11).

Huolimatta palveluistaan on aamiaismajoituksen pyrittävä pysymään kilpailussa mukana, mikä voi olla hankalaa kannattavuuden ja resurssien kannalta. Tulot ovat pienempiä kuin hotellissa ja yrittäjän pitää itsenäisesti nähdä enemmän vaivaa, jotta toiminta kannattaa. Tämän vuoksi onkin tärkeä asettaa päämääriä ja budjetteja toiminnalle, jotta yrittäjälle jää palkkaa käteen. Tarvittavan liikevaihdon laskeminen selkeyttää yrittäjälle kannattavan toiminnan laajuuden. (Jutila 2001, 19.) Tällä tavoin saadaan asetettua päämääriä ja niitä voidaan jakaa kuukausille, jotta resurssien kontrollointi on helpompaa ja tavoitteiden

toteutuminen realistisempaa. Yksityisyrittäjälle kirjanpito on tarkkaa, jotta pysytään selvillä yrityksen tuloista ja menoista.

Kannattavuus muodostuu siitä, että pitkällä aikavälillä yrityksen tuotot ylittävät yrityksen kustannukset. Ajan tasalla pysymiseen tarvitaan erilaisia laskelmia sekä kykyä ymmärtää ja tulkita niitä. (Pesonen ym. 2006, 55.) Uuden yrityksen perustamista varten onkin tärkeää tutkia kannattavuutta ja tehdä alustavia laskelmia sen selvittämiseksi, paljonko tuloja pitäisi olla, jotta tuotetaan voittoa tappioiden sijaan. Yksinkertaisimmillaan tämän kaiken voi sisällyttää yhteen kaavaan:  $Tulos = Määrä \times (Hinta - kustannukset)$ . Kattavammin tähän kuitenkin tulee eritellä tulot ja menot selkeämmin kannattavuuslaskelmassa. Laskelmasta saadaan selville samalla paljonko aloittava yritys tarvitse pääomaa toimintansa käynnistämiseksi. (Pesonen ym. 2005, 56.) Kannattavuuslaskelma auttaa myös hinnoittelemaan majoituspalvelun huonehintaa. Tulot ja menot on helpointa ilmoittaa tuloslaskelmassa, joka kuvaa yrityksen rahavirtoja niin, että myynnistä vähennetään niiden saamiseksi tarvittut menot (Pesonen ym. 2005, 56).

Yrityksen alku- ja laajentamisvaiheessa on hyvä laskea käyttöpääoman tarve. Käyttöpääoma tarkoittaa yrityksen käytössä olevia rahaksi muutettavia varoja. Näitä ovat kassassa olevat rahat, pankkitili, myyntisaamiset ja varastot. Aloittava yrittäjä laskee kuinka paljon hänellä pitää olla rahaa käytössään ennen kuin normaalista myynnistä alkaa tulemaan tuloja kassaan. Juuri sen vuoksi, että kyseessä on yksittäinen henkilö ja pieni yritys voi mennä pitkäänkin, että toiminnasta tulee kannattavaa ja yrittäjä pääsee omilleen. Tämän vuoksi moni aamiaismajoituksista toimiikin maatilojen yhteydessä tai sivutoimena yrittäjälle. (Jutila 2001, 8, 21.)

Ympärivuotinen toiminta on hankalaa majoituspalveluille, koska sesongit vaikuttavat hyvin vahvasti siihen, paljonko ihmisiä on liikkeellä. Koska kyseessä on pienyritys, on mahdollista reagoida nopeammin muutoksiin ja tehdä poikkeavia valintoja, kuten esimerkiksi järjestää perhejuhlia tai vuokrata koko majoituspalvelua yksittäisille asiakkaille sillä mitä parempi käyttöaste tilojen ympärivuotisella käytöllä on, sitä parempi on yrityksen kannattavuus ja sitä tehokkaammin tulot jakautuvat ympäri vuoden (Brännare ym. 2005, 11).



## 2.4. Aamiaismajoitus

Suomessa yleisimpiä majoituksen tyylejä ovat hotellit tai hostellit eli nuorisomajoitukset. Muualla Euroopassa kuitenkin rinnalle ovat vakiintuneet myös englantilaistyylliset Bed and Breakfast – luokan majoitukset, jotka tarjoavat majoittujalle aamiaisen sekä huoneen. Tämä ei kuitenkaan ole vakiintunut vielä suomen kieleen, sillä kyseinen majoitustyyli on myös suomalaisille hyvin vieras. Aamiaismajoituspalvelulle ei maassamme ole virallisuonteisia määritelmiä sen sisällöstä tai yritystoiminnan luonteesta, kirjoittaa Jutila ja mainitsee, että käsitettä ei liioin tunneta matkailuun liittyvässä lainsäädännössä. Aamiaismajoitus on kielitoimiston ehdottama suomenkielinen käännös englannin kieliselle termille Bed and Breakfast, tai vaihtoehtoisesti huone ja aamiainen (Hurttu 2002; Collins 2016).

Aamiaismajoitus eroaa hotelleista ja hostelleista siinä, että asiakas voi joko saada oman huoneen ja kylpyhuoneen tai jakaa kylpyhuoneen muiden asukkaiden kanssa. Aamiaismajoitus voidaan järjestää tavallisessa talossa ja huoneet voivat olla eroavaisia toisistaan sisustukseltaan (Bedandbreakfast.com 2016). Suomessa läheisin aamiaismajoituksen kaltainen majoitustoiminta on maatilamajoitus, jonka edustajat sijaitsevat maaseudulla. Maatilamajoituksen toiminta voi olla yrittäjälle joko päätoimista tai osa-aikaista ja on yleensä myös matkustajalle hotelleja edullisempaa, mikä on samankaltaista kuin aamiaismajoituksen toimintaperiaatteessa. Maatilamajoitukset ovat muodostuneet ulkoilun ja retkeilyn ympärille, kun taas aamiaismajoituksia voi löytyä keskeltäkin kaupunkia. Pienimuotoisuutensa ja kausiluontoisuutensa vuoksi aamiaismajoitustoiminta tuottaa usein yrittäjälle vain osittaisen ja jossakin määrin epävarman toimeentulon. (Jutila 2001, 8.)

Aamiaismajoitus on yleensä pieni rakennus, jossa on neljästä kymmeneen huonetta verrattuna hotellin viidestäkymmenestä satoihin huoneisiin. Aamiaismajoitus antaa mahdollisuuksia yksilöllisempään kohteluun. (Entrepreneur 2016.) Palveluun mielletään yleisesti pienimuotoisuus, kodinomaisuus ja henkilökohtainen palvelu, joita voidaan toteuttaa vain kohtalaisen pienellä majoituskapasiteetillä (Jutila 2001, 8).

### 3 B & B KETUNKOLO

B & B Ketunkolo on tässä työssä esitellylle palvelulle annettu nimi. Liikeidean nimen takana on yrittäjänsä kiinnostus kettuihin sekä viittaus kotimaisuuteen ja luonnon läheisyyteen. Aamiaispalvelun sijaan nimessä käytetään lyhennettä B & B, jotta ulkomaalaisetkin asiakkaat tietävät mistä on kyse. Liikeidea on saanut inspiraationsa Euroopan Gasthaus-majoituspalveluista sekä Iso-Britanniassa tunnetuista B & B –majoituspalveluista. Molempia näitä yhdistävä tekijä on palvelun yrittäjäisyys ja pienuus. Aamiaispalvelu on suomennos termistä B & B.

Sijainti on yrityksen toiminnalle tärkeimpiä tekijöitä, jotta asiakkaat pääsevät yrityksen luokse. Aamiaismajoituksen koon ja tilan vuoksi se ei voi sijaita muiden rakennusten yhteydessä eikä esimerkiksi kerrostalossa. Liiketoimintaan haetaan siis yksittäistä tilaa kuten omakotitaloa, kartanoa, maatilaa tai muuta yksityistä tilaa erillisellä tontilla. Maassamme tällä hetkellä toimivat aamiaismajoitusyritykset sijaitsevat pääasiassa haja-asutusalueilla ja maatilojen yhteydessä, joilla on lisämatkailutoimintaa kuten vuokramökkejä (Jutila 2001, 10). Tämä johtuu siitä, että maataloilla on useimmiten useampia rakennuksia, jotka ovat perheikäytössä jääneet joutilaiksi mutta myös, koska suurkaupunkien ulkopuolella rakennukset ovat isompia ja maa usein omistajan omaa, jolloin siitä ei tarvitse maksaa vuokraa ja täten kustannukset pysyvät tasaisempina. Huono puoli maaseudulla sijaitsemiseen on kuitenkin se, että asiakaskunta sijoittuu lähinnä kotimaanmatkailijoihin ja maatilamatkailijoihin, jotka tulevat rentoutumaan tai harrastamaan luonnossa liikkumista. Etenkin kesäisin tämän tyylliset majoituspalvelut ovat haluttuja.

Maaseudulla ja haja-asutusalueella oleva majoituspalvelu on kuitenkin hankala tavoittaa ja vaatii hyvin usein auton omistamista, mikä tarkoittaa, että ympäristössä on tarvetta parkkipaikoille. Jos aamiaismajoituspalvelu taas sijaitsee kaupungin keskustan tuntumassa, on se helpommin tavoitettavissa myös matkailijoille joilla ei ole omaa ajoneuvoa. Varsinkin ulkomaalaiset asiakkaat ovat erityisen kiinnostuneita käyttämään aamiaismajoituspalvelua. (Jutila 2001, 11.) Jotta ulkomaalaisia asiakkaita saa kylään, kannattaa sijaita kaupunkien lähellä nähtävyyksien vuoksi. Sama pätee kotimaanmatkustajiin, jotka haluavat vieraila kaupungeissa, vaikka oma auto löytyisikin. Lomalta haetaan mukavuutta ja rentoutta, ja asioiden läheisyys keskustan läheisyydessä kävelyetäisyydellä on liki edellytys monelta.

Sijainti keskustan läheisyydessä luo kuitenkin hankaluuksia sopivan toimipaikan löytämiseen. Yksityiset talot ovat yleensä keskellä asutusalueita, joilla on omat vaatimuksensa metelirajoille ja häiriölle. Talot eivät monesti ole myöskään Suomessa tarpeeksi isoja, että sinne mahduttaisi useamman asiakkaan. B & B Ketunkoloa varten haetaan kiinteistöä, jossa on yhteisen yleisen tilan ja keittiön ohella pari kylpyhuonetta ja vessaa, sekä ainakin 5 yksityistä huonetta jokaiselle. Näitä kuitenkin löytyy paremmin haja-asutusalueilta ja jos katsotaan pääkaupunkiseudun ulkopuolisia kaupunkeja, kuten Tamperetta, Turkuja tai Hämeenlinnaa, löytyy sopivia taloja jo alle puolen tunnin päästä keskustasta julkisten kulkuvälineiden matkalta (Alma Mediapartners 2016). Tällainen sijainti sekä laskee majoituskustannuksia että lisää aktiviteettimahdollisuuksia asiakkaalle. Yksityistalojen ongelmana ovat kuitenkin jaettavat kylpyhuoneet ja pesutilat. Toisaalta kun ei tarvitse remontoida ja rakentaa jokaiselle huoneelle omaa kylpyhuonetta, säästetään kuluissa sekä huonekustannuksissa ja täten hinnat huoneissa laskevat.

Tampere on hyvien kulkuyhteyksien päässä kaikesta keskellä Suomea, ja on pääkaupunkiseudun ja historiallisten kaupunkien ohella tärkeä matkailukohde Suomessa. Tampereella on runsaasti aivan uusia hotelleja ja suuria kongressikeskuksia, jotka tuovat matkajia kaupunkiin nähtävyyksien ohella. Tampereelta löytyy lentokenttä, josta on hyvät yhteydet Helsinkiin sekä jatkoyhteydet esimerkiksi Lappiin, jolloin Tampere toimii välipysäkinä matkailijoille. Tampereen sisäinen joukkoliikenne toimii myös moitteettomasti ja monet paikat ovat kävelymatkan päässä. Tämä säästää monien matkalaisten aikaa, kun ei tarvitse kulkea kaukaa Tampereen ulkopuolelta keskustaan.

Sijainti Tampereen ulkopuolella laskee hintoja, mutta jos majoitustoiminta on sijoitettu keskustan ulkopuolelle kuten esimerkiksi Hervantaan tai kauemmas, vaikuttaa tämä samalla tavoin hintoihin ja asumiskustannuksiin. Samalla taataan matkailijoille hieman persoonallisemmat puitteet kuin isot hotellit. Tämä aamiaismajoituspalvelu sijoitetaan Tampereen keskustan lähituntumaan, johonkin sopivan kokoiseen ja oloiseen omakotitaloon. Jotta pääomaa ei sidota alussa liikaa kalusteisiin ja korjaamiseen, on valittu jo valmiiksi hyväkuntoinen talo, jolloin selvittää vain kosmeettisin muutoksin. Aamiaismajoituspalvelu tulee myös koskemaan ulkomaalaisia asiakkaita, minkä vuoksi sitä ei tulla sijoittamaan maataloille kauas keskustasta. Kustannukset keskustan tuntumassa ovat korkeampia, joten kustannuksia tulee useammista paikoista. Yksityisyyden halusta huolimatta pe-

sutiloista tehdään jaettavia, mutta siten että jaettavana on pari kappaletta lukittavia pesutiloja yksityisyyden takaamiseksi. Tämä myös vapauttaa huoneisiin tilaa muulle, kun ei tarvitse suunnitella kylpyhuonetta sen yhteyteen. Huonetilojensa lisäksi aamiaismajoitukseen sijoittuisi keittiö ja ruokailutila yhdistettynä oleskelutilaan. Keittiötä ja ruokailutilaa käytetään lähinnä aamiaisen valmistamiseen ja tarjoiluun, jottei huoneita tarvitse varustaa niitä varten. Tämä sitoo yhden työntekijän aamusta paikalle.

Erotakseen hotellipalveluista aamiaismajoituksessa ei tule olemaan aina henkilökuntaa paikalla, vaan niin sanotulle vastaanotolle asetetaan vastaanottoajat, jolloin apua on tavoitettavissa henkilökohtaisesti paikalta. Toki uudet asiakkaat tullaan ottamaan vastaan ja ohjeistamaan, mutta muutoin liikehdintä olisi vapaampaa, ja apua saa puhelimitse tai sähköpostitse kun sitä tarvitaan. Taloon täytyy asentaa valvontakameroita yleisiin tiloihin, jotta ulkopuolisilta vierailta vältytään. Palveluina aamiaismajoituksessa huolehditaan huonesiisteydestä, yleisten tilojen siisteydestä ja aamupalasta, joten käytännössä läsnä on joku useankin tunnin ajan.

Yritysmuodoksi on ajateltu toiminimeä, sillä se on kaikista yksinkertaisin suunnitellun tyyppiselle majoituspalvelulle, jolloin toiminimen haltija vastaisi kaikesta. Toinen vaihtoehto on pääomaa kaivattaessa enemmän Osakeyhtiö, mutta hallinnollisesti se on liian raskas yhden henkilön ylläpidettäväksi. Toiminimen ollessa kyseessä yrityksessä tekee töitä omistajan lisäksi yksi tai kaksi henkilöä, riippuen hieman kuinka suuri majoitusaste aamiaismajoituksessa on. Kesäaikana varmasti on enemmän vaihtuvuutta kuin talvella.

Asiakaskunnaksi muodostuu varmasti matkailijat, jotka kaipaavat jotain vähän erilaista ja henkilökohtaisempaa, mutta samalla haluavat myös säästää ja mahdollisesti tavata muita matkailijoita, ja joita ei haittaa tilojen jakaminen muiden kanssa. Tämä pätee sekä kotimaisiin että ulkomaisiin matkustajiin. Sesonki aamiaismajoitukselle on kesä, kun suurimmalla osalla ihmisistä on lomaa ja vapaata sekä ulkomaalaisilla matkustajilla halua tulla Suomeen nauttimaan kesästä. Talven hiljaisia päiviä voi parantaa järjestämällä aamiaismajoituksessa tapahtumia, kuten pikkujoulujuhlia tai illanistujaisia, pienimuotoisia konserttejakin voisi luvalla järjestää. Täten saataisiin kaivattuja lisätuloja, jotta ansiot jakautuvat tasaisemmin ympäri vuoden. Aamiaismajoituksen ollessa pieni rakennus mahdollistuu paremmin myös koko rakennuksen vuokraus yksittäisille porukoille.

Koska yksittäisellä yrityksellä ei ole ketjun tuomaa markkinointikoneistoa, täytyy yrittäjän nähdä enemmän vaivaa asian eteen. Markkinointi sujuu helposti sosiaalisen median kautta, mutta laajempaa yleisöä ja tietoa yrityksestä on paras jakaa liittymällä hotellimajoituspalvelujen tarjoajien kuten hotels.com listoille, tai tekemällä yhteistyötä matkatoimistojen kanssa. Matkatoimistot ovat katoava ilmiö ja yhä useampi yritys siirtyy internettiin, joten erilaisten majoituspalvelutarjoajien listat ovat parhain tapa saada asiakkaita ympäri maailmaa. Paikallista tietoisuutta voi saavuttaa järjestämällä yleisötapahetkiä ja jakamalla tietoa lehtisiinä. Yksi hyvä tapa saada julkisuutta on ”puskaradio”, eli suusta suuhun kiertävä mainontaa, jonka toimintaan on vaikea vaikuttaa henkilökohtaisesti muuten kuin tekemällä työt mahdollisimman hyvin, jotta arvosteluja kertyy internetiin ja huhuja lähtee liikenteeseen.

Hyvillä nettisivuilla on myös vaikutusta asiakkaiden kiinnostumiseen paikasta, ja hyvän vaikutuksen saa myös edustavilla kuvilla, joista tulee selville millainen aamiaismajoitus on kyseessä. Tyyli on persoonallinen ja mahdollisesti mielikuvituksellinen ja värikäs, muttei levoton, ei maalaisromanttinen kuten on hyvin yleistä aamiaismajoitusten yhteydessä etenkin Suomessa. Jokainen huone on teemaltaan erilainen ja edustaa jotain luonnonpiirrettä Suomessa. B & B Ketunkolossa on yksi huone, jossa olisi kangasmetsäteema ja toisessa järvisteema. Täten pääsee lähelle luontoa olematta siellä ja samalla voisi jakaa tietoa Suomen monimuotoisesta luonnosta ja esimerkiksi kannattaa paikallisia käsityötuotteita sisustuksessa sekä luontoystävällisiä materiaaleja. Varusteluja ei huoneeseen turhan paljon tarvitse, jos osa aamiaismajoituksen keittiöstä kuten vedenkeitin, kahvinkeitin sekä jääkaappi ovat asiakkaiden käytössä. Jääkaapin voi varustaa yksittäisillä lukittavilla laatikoilla, jotta jokaisen ostokset pysyvät tallessa. Näin ei tarvita yksittäisiä varusteita jokaiseen huoneeseen ja säästöjä tulee ostoissa, jotka voi sijoittaa mieluummin yleisten tilojen sisustukseen, jotta majoituksesta tulee yhtenevä kuva.

Pienessä aamiaismajoituksessa säästämisestä saa kokonaisvaltaisen teeman, sillä kulut on hyvä pitää pieninä kun tulojakin on vähemmän, lisäksi vaikutus on lähes välitöntä. Suomi tunnetaan muutenkin hyvästä kierrätyksestään ja luontoystävällisyydestään, joten tietoa tästä olisi hyvä levittää.

## 4 TUTKIMUKSEN TOTEUTTAMINEN

### 4.1. Aamiaismajoituksen asiakaskartoitus

Kysely tehtiin kohdeasiakasprofiilin määrittämiseksi ja perusteluksi sekä mahdollisten asiakkaiden kotimaanmatkustuksen kartoitukseksi. Asiakaskartoituskysely (liite 1) suunniteltiin internetiin Google Forms -palvelun kautta ja levitettiin sosiaalisessa mediassa sekä Tampereen ammattikorkeakoulun sähköpostilistan kautta, jolloin suurin osa kyselyyn vastaajista on nuoria aikuisia ja opiskelijoita, mikä hieman vääristää tutkimustuloksia, koska vastaajia ei ole yhtä runsaasti kaikista elämäntilanteista. Tämä oli kuitenkin helpoin tapa tavoittaa tarpeeksi vastaajia, jotta kyselystä tulisi kattava. Kartoituskyselyä pidettiin auki puolitoista viikkoa ja vastauksia tuli kaiken kaikkiaan 582, joten alkuperäinen suunniteltu 150 ylittyi reippaasti ja täten kyselyn vastauksista saa vähän kattavamman kuvan koskien suomalaisten kotimaanmatkailua ja kiinnostusta aamiaismajoitusta kohtaan. Avoimissa kysymyksissä esiintyy jonkin verran virhemarginaalia, sillä osa vastaajista kieltäytyi vastaamasta kysymykseen tai jätti vastauksen avoimeksi tai vastasi jotain tulkitsematonta.

Google Forms -pohjaa käytettäessä tulokset kerääntyvät automaattisesti Excel-taulukoon jota voidaan helposti käyttää tulosten analysointiin ja keräämiseen, eikä mekaanista koontia tarvitse tehdä niin paljon kuin kirjallisten lomakkeiden ollessa kyseessä. Hyvä puoli Google Forms – lomakkeessa on myös sen anonymiteetti, eli vastaajan ei tarvitse pelätä oman henkilöllisyytensä paljastumista tai kyselijän huolehtia vastaajan vastauksista, jos kyseessä on joku tuttu. Lisäksi Google Forms sallii muodostaa kyselylle erilaisia kysymyspohjia sekä erilaisia muokkauksia, jotka tekivät kyselystä helposti lähestyttävän. Jotta vastauksia saataisiin kaikkiin kohtiin, tehtiin kysymyksistä pakollisia täyttää, jolloin kysely ei anna lähettää vastausta ennen kuin jokainen vaadittu kohta on täytetty. Tämä pakollisuus näkyy kyselyssä (liite 1) punaisella tähdellä merkittynä.

Ennen kysymyksiä kyselyssä avattiin kyselyn tarkoitus ja mitä tarkoitetaan aamiaismajoituksella, jonka kehittämiseen kysymyksiä käytetään. Näiden jäsentely selkeästi ensimmäiseksi lyhyesti ja ytimekkäästi antaa vastaajalle tiedot siitä, mitä varten kysely, johon hän vastaa on luotu, mitä aihetta kysely koskee ja mihin saatuja tuloksia käytetään. Ky-

sely itsessään suunniteltiin kompaktiksi ja avoimia kysymyksiä jätettiin vain kahteen kohtaan, jotka olivat vastaajan ”ikä” sekä ”kotipaikkakunta”, jolloin epäselvyyksiä vastauksiin tulisi paljon vähemmän ja välttyttäisiin väärinkäsityksiltä.

Kyselyssä kysyttiin muun muassa vastaajan elämäntilannetta, joka vaikuttaisi tuloksissa tämän matkustamistiheyteen sekä majoitusratkaisuun ja rahankulutukseen. Elämäntilanteet jaoteltiin neljään kategoriaan, jotka olivat opiskelija, työelämässä, työtön ja eläkkeellä. Koska vastauksia ei voinut valita useampaa kuin yhden tämä tietysti jättää ulos työelämässä olevat opiskelijat, jotka joutuivat valitsemaan, kumpi kuvaa heidän nykyistä tilannettaan paremmin. Vaihtoehtoisia vastauksia oli kotimaanlomailussa ja yöpymisessä, kuten kyselystä (liite 1) tulee esille.

Koska kysely haluttiin pitää sekä sopivan kattavana että kompaktina, on tämän kysymyksen jälkeen vain avoin sana kommenteille kyselystä tai muusta. Kyselyn täyttämiseen menee parhaimmillaan alle pari minuuttia, jolloin se on helppo lähestyä eikä tunnu vaivalliselta vastaajalle täyttää. Kun kyselyn on täyttänyt, tarjoaa Google Forms linkkiä samaan kyselyyn jos sen tahtoo täyttää uudelleen ja myös kiitoksen vastaajalle osallistumisesta.

## 4.2. Laskelmat

Myynti aamiaismajoituksessa jakautuu kahteen alueeseen: majoitustoimintaan sekä ravitsemistoimintaan. Aamiaismajoituksessa ainoa ravitsemistoiminta on aamiainen, joten sen myynnin voi sisällyttää huonemyyntiin. Koska aamiainen sisältyy huonemyyntiin, menee se samalla arvonlisäverokannalla, joka majoituspalveluille on kirjoitushetkellä 10 %. Arvonlisäveron osallisuus tuotteesta lasketaan seuraavasti:  $\text{verollinen myyntihinta} \cdot \text{alv} \% / (100 + \text{alv} \%) = \text{arvonlisävero euroina}$ . Tuloslaskelmaa voidaan käyttää koko liiketoiminnan tarkasteluun sekä yksittäisen tuotteen tarkasteluun (taulukko 1). Tuloslaskelmasta liiketoiminnan tulot ja menot näkyvät helpoiten.

**TAULUKKO 1. Tuloslaskelmamalli (Pesonen ym. 2006, 57)**

Myynti
- Arvonlisävero
Liikevaihto
- Muuttuvat kustannukset
=Myyntikate
- Kiinteät kustannukset
= Käyttökate
+ Osinkotuotot
+ Rahoitustuotot
- Rahoituskulut
- Välittömät verot
- Poistot
= Nettotulos
- / + Satunnaiset tulot ja kulut
= Kokonaistulos

Muuttuvilla kustannuksilla tarkoitetaan sellaisia liiketoiminnan kuluja, jotka muuttuvat suhteessa myyntiin. Tällaisia ovat esimerkiksi käyttötarvikkeet kuten käsipyyhkeet, kirjepaperit, vessapaperit tai raaka-ainekustannukset. Näiden tuotteiden tarve on pientä jos myyntiä ei ole eikä kuluttajia ole, mutta niitä pitää silti olla olemassa. Tässä kohtaa varastoiminen ja varaston ylläpitäminen tulee kyseeseen, ja mahdollistaa esimerkiksi kulujen jakamisen pidemmälle aikavälille vaikka kyseiseen tuotteeseen sijoitettaisiinkin keralla enemmän. (Pesonen ym. 2006, 58.) Muuttuvia kustannuksia vastakkaiset kustannukset ovat kiinteitä kustannuksia eli kustannuksia, jotka eivät muutu vaikka myynnin määrä kasvaa. Tällaisia ovat palkat, luvat ja vakuutukset sekä vuokrat.

Kun myyntikatteesta on vähennetty kaikki muut liiketoiminnan kulut, jäljelle jää käyttökate, jonka pitää riittää lainojen korkoihin ja lyhennyksiin. Aamiaismajoituksen kohdalla tämä tarkoittaa majoituspalvelun kiinteistön lainan korkoa eli ostettua kiinteistöä. Käyttökate on aamiaismajoituksen omistajalle yksi suurimmista ja tärkeimmistä kulueristä, sillä kiinteistö ja siitä seuraavat lainakulut ovat yrittäjän vastuulla, kun kyseessä on yksityisyrittäjä. Kiinteistössä on kiinni eniten pääomaa ja sijoitusta verrattuna muihin irtaimistoihin. Korkojen määrä kasvaa mitä pidemmän aikaa lyhennyksiä suoritetaan, kuitenkin kiinteistölle 20 – 40 vuotta on suositeltu lyhennysaika ja irtaimistolle kuten sisustukselle



5 – 10 vuotta. (Heikkilä, Saranpää 2008, 47.) Kiinteistömarkkinoita seuraten ja talon koon huomioon ottaen 400 000 – 500 000 euroa on oletettava sijoitussumma kiinteistöstä Tampereen alueella.

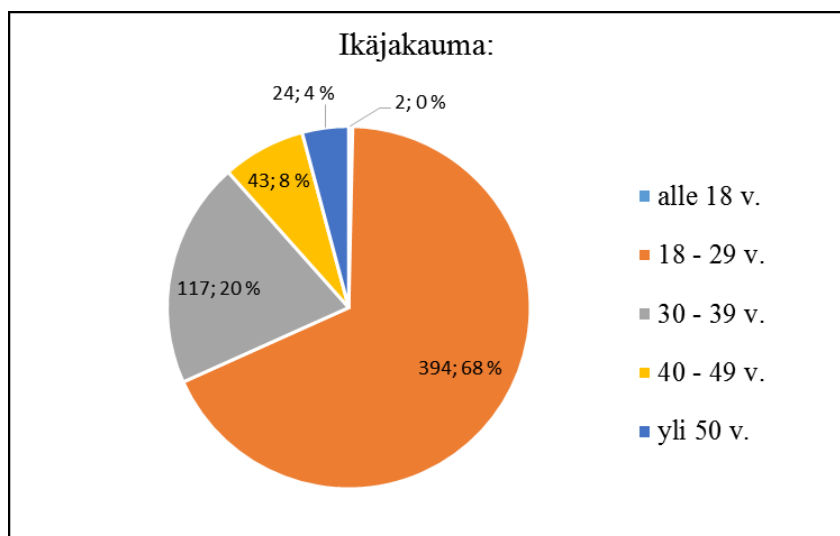
Kiinteissä kuluissa suurin menoerä on alussa palkat, jotka on aina pakko maksaa. Yksinkertaistettuna lasketaan peruspalkka, josta sivukulut, jotka työnantajat maksaa, ovat noin 1,5-kertaiset palkkaan nähden. Sivukuluja ovat muun muassa työntekijän eläke, sosiaaliturva, loma-ajan ja lomaltapaluupalkka sekä sairausajanpalkka. Samalla tulee maksuun vakuutukset kiinteistöstä, työntekijöistä ja irtaimistosta. Muita kiinteitä menoeriä aamiaismajoituksessa ovat erilaiset luvat, kuten yleisradiovero, Teoston lupa sekä Gramexin lupa. Yleisradioveron suuruus määräytyy toiminnan verotettavien vuositulojen mukaan, missä peruspohja maksulle on 140 euroa ja lisää tulee sen mukaan, kuinka paljon ylitetään 50 000, ja ylijäämä kerrotaan 0,35 prosentilla (Vero 2016). Vaikka aamiaismajoituksessa ei olisikaan televisiota muualla kuin yhteisissä tiloissa, on maksu silti kiinteä ja suoritettava. Teosto ottaa maksun taustamusiikin kannalta ja huonemäärien pohjalta, joten jos aamiaismajoituksessa on 1– 5 huonetta, on hinta 11,26 euroa kuukaudelta (Teosto 2016). Gramexilta (2016) on käytetty esimerkkinä 50-paikkaisen ravintolan hintaa, joka on 17,78.

Alussa liiketoimintaa perustettaessa pitää maksaa erilaisista toimiluvista ja säädöksistä. Nämä tuovat alkuun lisää muuttuvia kuluja, jotka tulee kattaa pois. Muita muuttuvia kustannuksia ovat sellaiset kustannukset, jotka johtuvat asiakkaiden määrästä. Näitä ovat käyttötavarat ja raaka-aineet, esimerkiksi vessapaperi tai aamiaisen raaka-aineet. Otettaessa huomioon, että nämä voidaan ostaa tukusta suuremmissa erissä, säästetään näissä kuluissa sinällään ja laskelmia varten voidaan ottaa käyttöön vain jokin summittainen arvio. Asiakkaiden määrä vaikuttaa myös joihinkin kiinteisiin kuluihin kuten veden ja sähkön kulutukseen. Laskelmissa käytettiin Motivan (Kotitalouksien sähkön kulutus 2006, vedenkulutus 2006) laskelmia pohjana laskettuna neljän hengen talouden pohjalta ja hinnat saatiin Tampereen veden ja sähkölaitoksen sivuilta.

## 5 TULOKSET

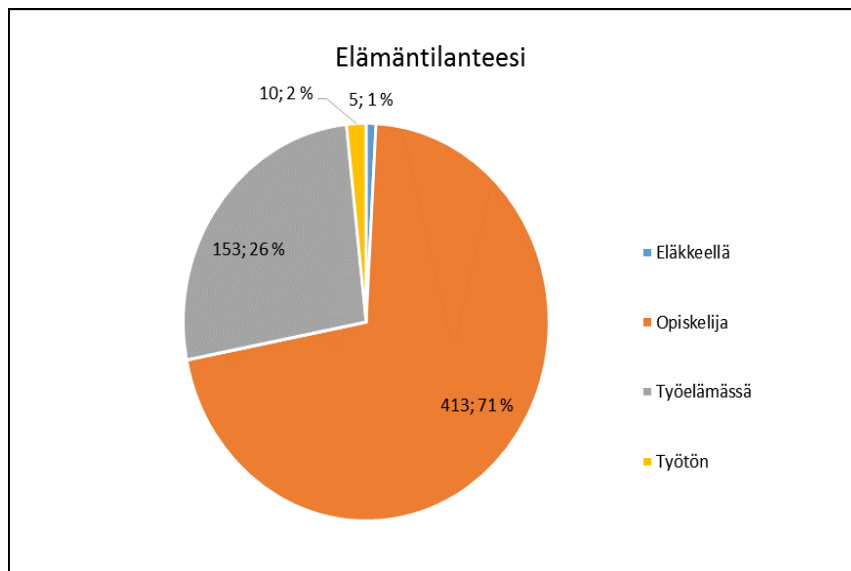
### 5.1. Aamiaismajoituksen asiakaskartoitus

Merkittävä osa vastaajista sijoittui iällisesti välille 20–30 vuotta, mutta satunnaisia vastauksia tuli myös tämän kategorian ulkopuolelta, kuten näkyy kuviosta 1 Ikäjakaumasta. Kaikkien 581 vastaajan kesken keski-ikäsi tulikin 29 vuotta. Kuvio 1 esittelee prosentuaaliset erot ikäluokkien välillä. Nuorin vastaaja oli väitetyksi 5 vuotias, mutta avoimista kommentteista tuli selväksi että tämä oli vahinko, jolloin nuorimmat vastaajat olivat 12 vuotta ja vanhimmat 64 vuotta. Alle 18-vuotiaita vastaajia oli 2, eniten vastaajia oli välillä 18–29 ikävuotta ja heitä oli 394 kappaletta. Seuraavaksi eniten vastaajia oli ikäluokassa 30–39 vuotiaat, joita oli 117. Sitten vastaajia oli kolmanneksi eniten ikäluokissa 40–49 vuotiaat, joita oli 43 kappaletta. Toiseksi vähiten vastaajia oli yli 50 vuotiaissa, joita oli vain 24 kappaletta.



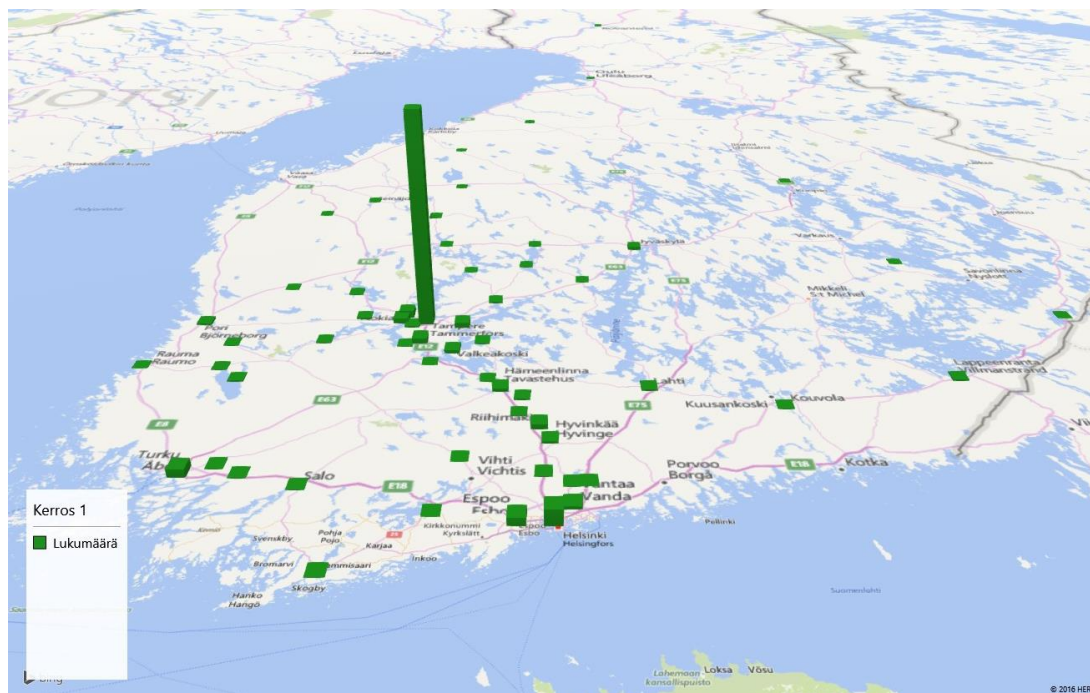
**KUVIO 1. Vastaajien ikäjakauma**

Elämäntilanteesi kuviosta 2 nähdään jälleen kyselyn levitystavan vaikutus vastaajakuntaan, josta 71 prosenttia on opiskelijoita ja vain 26 % työelämässä olevia. Kyselyssä ei kuitenkaan voinut valita useampaa vaihtoehtoa tähän kohtaan, joten tässä työelämässä olevien opiskelijoiden piti valita kumpaan kategoriaan he mielestään kuuluivat.



**KUVIO 2. Vastaaajien elämäntilanne**

Vaikka kyselyn tuloksia käytetäänkin hyväksi suunniteltaessa aamiaismajoitusta Tampereen seudulle, ei tätä seikkaa mainittu, sillä vastaajan kotipaikalla ei ole vaikutusta siihen miten hän matkustaa kotimaassa ja minne aamiaispalvelu sijoittuisi. Kysymällä kotipaikkaa saadaan selville kuinka pitkälle kysely matkaa ja mitkä ovat vastaajien alueiden matkailutottumukset. Kuten kuvasta 1 Suomen kartasta näkyy vastaajista suurin osa, 372 kappaletta, olivat Tampereelta ja seuraavaksi suurin vastaajaryhmä tuli pääkaupunkiseudulta.



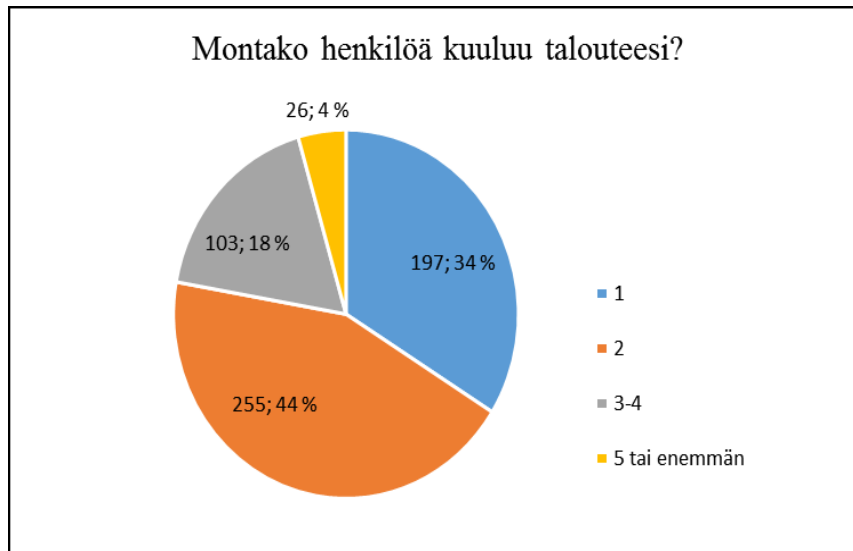
**KUVA 1. Vastaaajien lukumäärät Suomen kartalla**

Aamiaismajoitus-asiakaskartoitus (liite 1) ei myöskään eritelty vastaajien syntymäpaikkakuntia kotipaikkakunnista, ja koska suurin osa vastaajista oli opiskelijoita, saattavat he olla kotoisin muilta paikka kunnilta kuin Tampereelta. Taulukko 2 näyttää vastaajien jakautumisen Tampereen ja seuraavaksi suurimpien paikkakuntien kesken. Vastaajia tuli kolme vähemmän kuin koko kyselyyn, sillä osa vastaajista jätti vastaamatta mainittuun kysymykseen.

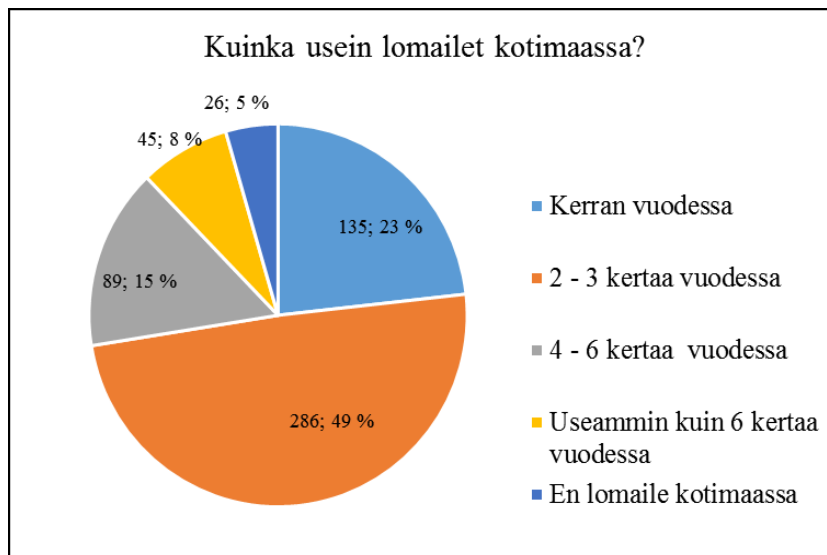
**TAULUKKO 2. Suurimmat kotipaikkakunnat vastaajien parissa**

Kaupunki	lukumäärä
Tampere	372
Helsinki	26
Espoo	13
Turku	13
Ylöjärvi	12
Kangasala	11
Lempäälä	10
Nokia	10
Riihimäki	9

Kysyttäessä monenko hengen talouksiin vastaajat kuuluvat jakautuivat vastaukset seuraavasti: Yhden hengen talouksia oli 34 % vastaajista ja kahden hengen talouksia 44 %. Kuvioista 3 näkyy prosentuaalisesti kuinka paljon merkittävämpi määrä kahden hengen talouksia oli. Perheellisiä tai muuten monilukuisia talouksia oli vastaajista vain 22 %. Perheellisistä talouksista merkittävämpi osa oli kolmen tai neljän hengen talouksia, mutta avoimissa kommentteissa huomautettiin, että kun kyseessä on yli viiden hengen talouksia alkaa olla hankaluuksia löytyä yhteisiä huoneita tai mahdollisuuksia viettää lomaa koko perheen kesken edes vierekkäisissä toisiinsa johtavissa huoneissa. Eniten kotimaan matkailua (kuvio 4) ilmenee 2–3 kertaa vuodessa, mutta myös kerran vuodessa ja 4–6 kertaa vuodessa saivat vastaajien ääniä.

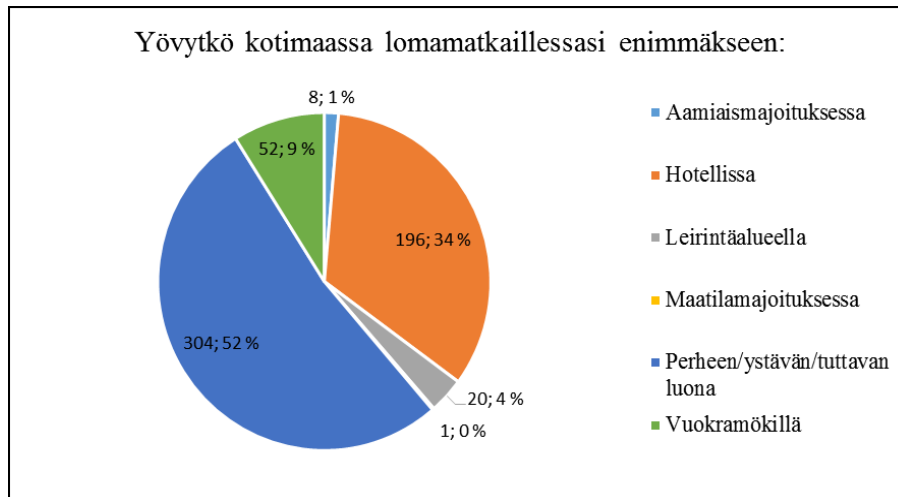


**KUVIO 3. Vastaaajien talouden koko**



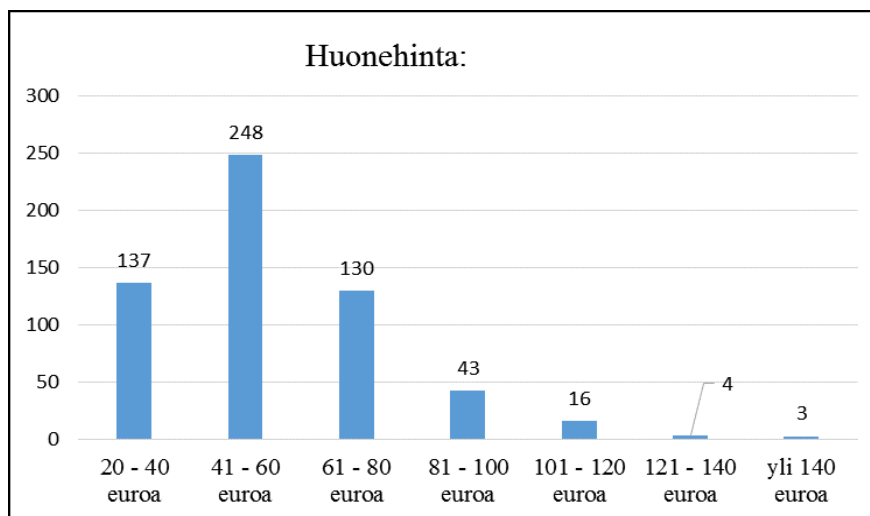
**KUVIO 4. Vastaaajien lomailu kotimaassa**

Kysyttäessä yöpymisratkaisuja (kuvio 5) tuli jälleen selväksi, että suurin osa vastaajista on opiskelijoita, jotka mieluiten yöpyvät tuttavilla, perheenjäsenten luona tai kaverien luona matkustaessaan kotimaassa. Huomattava osa kuitenkin myös yöpyy hotelleissa matkustaessaan kotimaassa. Aamiaismajoituksessa yöpyneenä ilmoitti olleensa yksi henkilö.



**KUVIO 5. Vastaajien yöpyminen kotimaan matkailussa**

Jotta saatiin parempaa kuvaa siitä, paljonko vastaajat ovat valmiita sijoittamaan majoitukseen, kysyttiin erikseen huonehinta. Huonehinta oli määriteltynä 2 hengen huoneesta, joten maksu tulisi jaettavaksi kahden hengen kesken. Eniten vastauksia tuli kohtaan 41–60 euroa, mikä oli noin puolet vastaajista (kuvio 6). Loput vastaajien vastaukset jakautuivat suurimmaksi osaksi 20–40 euron ja 61–80 euron välille.



**KUVIO 6. Vastaajien suosima huonehinta**

Avoimet kommentit -osiosta saatiin tietoa vahvistamaan kysytyjä ratkaisuja sekä kyselyn ulkopuolisia kommentteja. Avoimista kommentteista vahvistuu se kuva, että aamiaismajoitukselta ei odoteta muuta kuin aamiainen sekä sänky, ja jos majoituspalvelun tarjoaja ei voi itse tarjota jotain palvelua osaa hän neuvoa ja ohjastaa kyseiselle palvelulle. Majoituskriteerit (kuvio 7) on esitetty siinä järjestyksessä missä ne olivat kyselyssäkin, ja

ensimmäisenä käsiteltiin sijaintia. Sijainnit oli eritelty olemaan lähellä keskustaa ja lähellä luontoa. Lähellä luontoa sijaitseminen jakoi mielipiteitä enemmän kuin lähellä keskustaa, joka oli huomattavan enemmistön mielestä tärkeä merkittävä seikka. Luonnon läheisyys oli asia mistä oltiin valmiita luopumaan jos majoituspalvelulta haettiin lyhyitä kulkuetäisyyksiä ja helppoutta, mainittiin avoimissa kommentteissa. Kuitenkaan täysin keskustassa sijaitseminen ei ollut kuin yhdelle kuudesta tärkein majoituskriteeri. Avoimissa kommentteissa huomautettiin, että mikäli vastaaja tahtoo olla keskustan läheisyydessä, tulee se näkymään hinnassa. 210 vastaajaa ilmoitti että lähellä keskustaa oli merkittävää, muttei tärkeintä kuvion 7 mukaan.

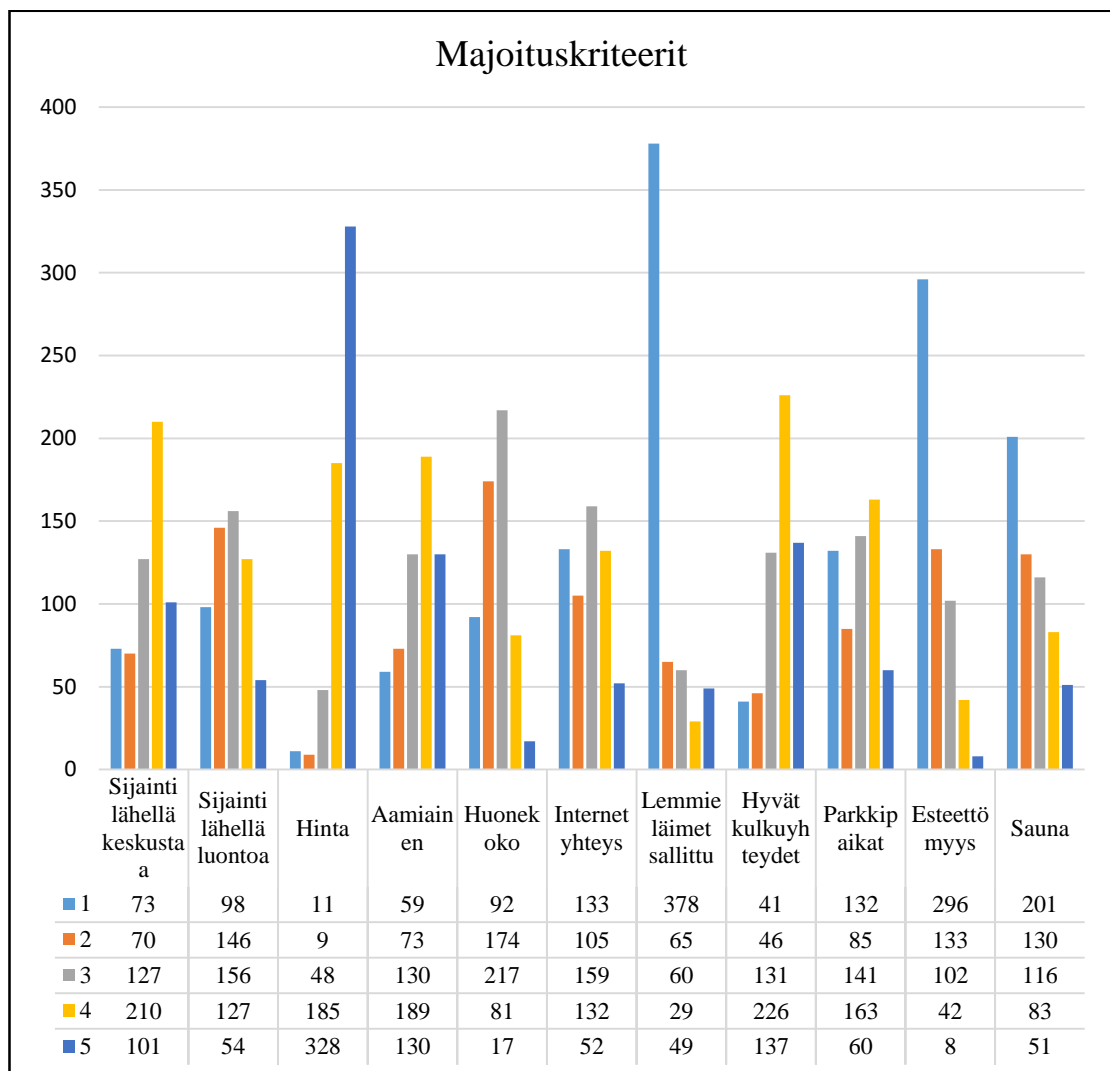
Hinnasta muodostui tärkein seikka monelle. Vain parille sillä ei ollut väliä, mutta neutraalista tärkeimpään oli arvostellut vastaajista yli 90 prosenttia. Hinta oli vastaajista 328:lle tärkein valintakriteeri majoituspaikkaa etsiessä ennen kaikkea muuta, kuten näkyy kuvion 7 kohdasta hinta. Hinta vaikuttaa siis lopulliseen ostopäätökseen valitessa majoituspaikkaa ja sitä pidetään yhtenä tärkeimmistä kriteereistä, kuten avoimista kommentteista voi huomata. Monetkin vastaajista olivat kirjoittaneet, että hyvä, siisti ja rauhallinen paikka, jossa voi nukkua riittävästi, jos hinta on kohdallaan. Aamupala oli monelle merkittävä tekijä, muttei tärkein. Aamiaismajoituksessa aamupala kuuluu peruspalveluihin. Aamiaiseksi ei kuitenkaan tarvita mitään ihmeellistä ja uutta, sanotaan avoimissa kommentteissa, vaan on tärkeintä saada jotain täyttävää ja monipuolista päivän aloitukseen.

Suomen majoituslaki takaa hyvän kokoiset huoneet asiakkaille, eikä moni koekaan huonekokoa ratkaisevaksi tekijäksi valitessaan majoituspaikkaa. Seuraavaksi kysytty internetiyhteys jakoi mielipiteitä, ja enimmäkseen se oli yhdenmukainen asiakkaille. Lisäksi avoimissa kommentteissa huomautetaan, että lomalla tekee muuta kuin istuu internetin ääressä. Juuri kenellekään ei ollut väliä onko lemmikkieläimet sallittu tai ei, mutta tämä silti pitää ottaa huomioon mahdollisten allergisten asiakkaiden tahtoa majoittua majoituspalveluun. Avoimissa kommentteissa huomautettiin, että erälle vastaajista lemmikkien sallittuudella ei ollut väliä, mutta hän ei voi itse yöpyä paikassa missä lemmikkejä on ollut.

Hyvät kulkuyhteydet (kuvio 7) liittyvät paljon majoituspalvelun sijaintiin, jonka moni toivoi olevan vähintäänkin keskustan läheisyydessä, mutta tätäkin tärkeämpää ovat hyvät kulkuyhteydet, jotta pääsee haluttuihin kohteisiin. Parkkipaikkojen tarve jakoi vastauksia.

Moni koki parkkipaikat ”ei tärkeiksi” majoituspaikkaa valitessa. Koska kyseessä on pieni majoituspalvelu, ei montaa autoa tarvitsisi pystyä parkkipaikoittamaan.

Viimeisinä kysyttiin esteettömyyttä ja saunaa. Molemmat olivat hyvin merkityksettömiä vastaajille. Esteettömyys ei ollut merkittävä monelle, mutta pitää ottaa huomioon, että vastaajat olivat suurin osa opiskelijoita, joilla ei ole lapsia tai lastenrattaita tai pyörätuoleja mukanaan kuljetettavana. Suomessa on rakennusasetus koskien ovenkarmeja ja niiden leveyksiä, jotta pyörätuoli mahtuu niistä kulkemaan, joten rappusia huomioonottamatta rakennuksemme ovat jo aika esteettömiä. Esteettömyyttä voi ajaa laittamalla rampin niin sanottuun ensimmäiseen kerrokseen ja osoittamalla nämä huoneet siihen tarkoitukseen.



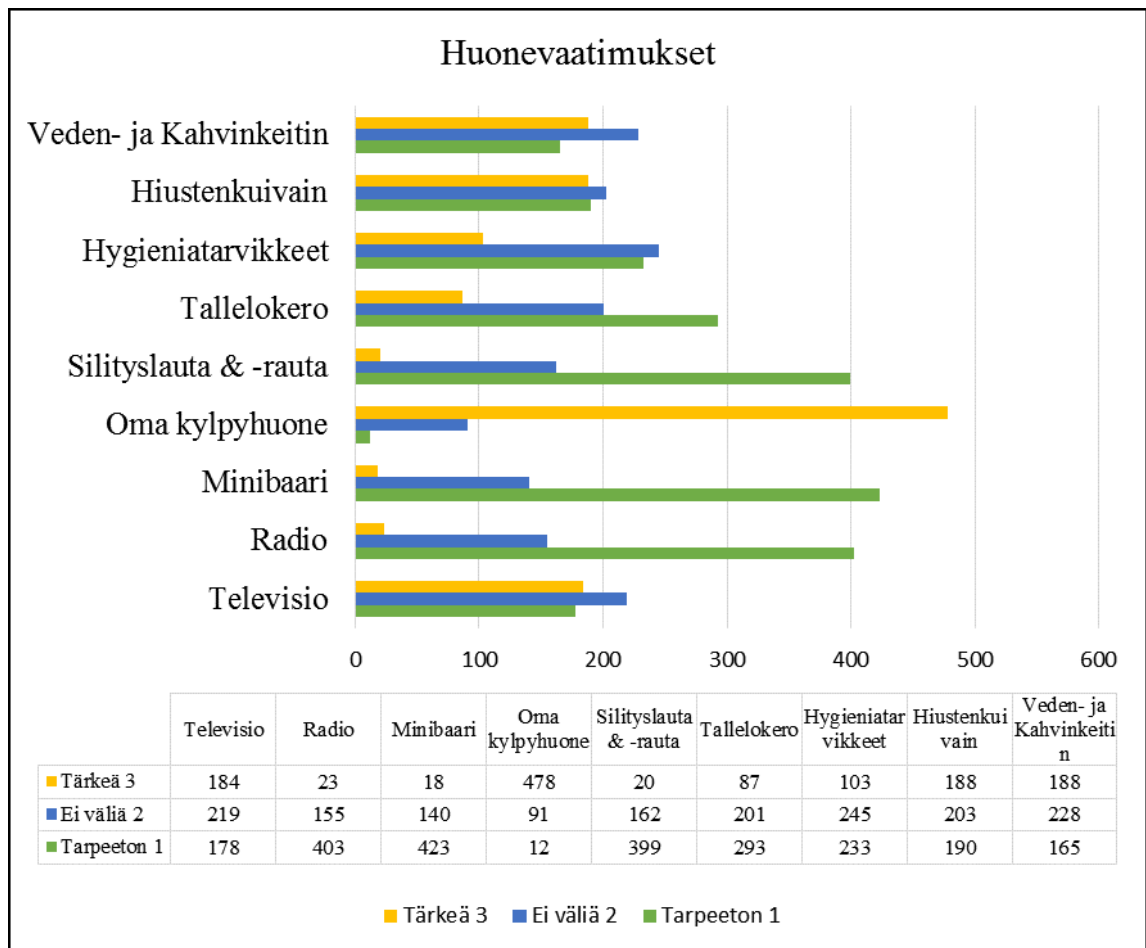
**KUVIO 7. Vastaajien majoituskriteerit**



Majoituskriteerien jälkeen siirryttiin kysymyksiin koskien pelkkää huonetta ja sen irtaimistoa ja erikoispalveluita mitä huoneessa pitäisi olla (kuvio 8). Tällaisia irtaimistoja olivat televisio, radio, silitysvälineet, tallelokero, hygieniatarvikkeet, veden- ja kahvinkeitin sekä samaan liitettynä oma kylpyhuone. Nämä olivat kaikki mahdollisia palveluita mitä aamiaispalvelussakin voitaisiin tarjota, ja nämä antavat tietoa siitä kuinka tarpeellisia ne ovat matkustajille. Huonevaatimukset arvosteltiin asteikolla yhdestä kolmeen, missä yksi oli ehdottoman tärkeä, kaksi ei väliä ja kolmonen tarpeeton.

Eniten tarpeettomiksi koettiin silityslauta ja – rauta sekä radio ja minibaari. Kyselyssä ei kuitenkaan eritelty esimerkiksi kaiuttimia oman musiikin toistoon, eikä täsmennetty, että minibaaria käytettäisiin vain asiakkaiden tavaroiden säilyttämiseen. Avoimissa kommentteissa vastaajista noin kymmenen henkilöä ilmoitti jääkaapin huoneessa olevan tarpeellinen lisä omien tavaroiden säilyttämiseen, ei niinkään minibaari ja sen sisältö. Vastaajat kokivat veden- ja kahvinkeitimet, hiustenkuivaimen sekä television tasaisesti tarpeettomaksi tai tärkeäksi. Jos ajatellaan, että aamiaismajoituksessa on yhteiskäytössä oleva keittiö, ei erillisiä kahvin- ja vedenkeitimiä tai minibaareja tarvita asiakkaiden käyttöön ja tässä säästetään, kun asiakkaatkaan eivät koe niitä tarpeelliseksi. Nämä kaikki irtaimistot, jotka koetaan tarpeettomiksi tai jakavat mielipiteitä ovat mahdollisia säästökohteita ja helpottavat myös huoneiden ylläpitoa. Ylimääräisenä huonevalintakriteerinä mainitsee erittäin moni vastaajista ilmastoinnin, mikä kertoo siitä, että Suomen kesät voivat olla varsin lämpimiä.

Ehdottoman tärkeäksi koettiin kuitenkin oma kylpyhuone. Kaikista 582 vastaajasta 478 vastajaa oli sitä mieltä, että oma kylpyhuone on tärkeä ja lähes pakko olla. Liikeideassa oli suunniteltu jokaisen jakavan yksi tai kaksi kylpyhuonetta, jottei uutta majoitustilaa tarvitse remontoida pohjakaavaa myöten, jotta jokaisella olisi oma kylpyhuoneensa. Avoimissa kommentteissa kyselyn lopussa moni ilmoitti, että oma rauha ja siten kylpyhuone on tarpeellinen aamiaismajoituksessa.



**KUVIO 8. Vastaajien huonevaatimukset**

## 5.2. Laskelmat

Aamiaismajoituksen kannattavuutta oli parasta tutkia suuntaa antavina laskelmina jotta saatiin selville, paljonko myyntiä tarvitaan kannattavaan toimintaan. Ensimmäisenä on taulukko 3, josta löytyvät kiinteistön ja sisustuksen kiinteät kustannukset. Kiinteistöön on ajateltu sijoitettavan 400 000 lainana, jolloin laina-aika on vähintään 20 vuotta ja korkoprosentti 2,25, jolloin korkoja tulee maksettua kaiken kaikkiaan noin 100 000 ylimääräistä. Näin kuukaudessa täytyy maksaa tuloista 2 000 euroa, jotta laina tulee maksettua pois. Sisustukseen sijoitettava rahasumma on huomattavasti pienempi, mutta tasoittamaan kiinteistön laina-aikaa on lyhennysajaksi valittu 10 vuotta, kuten taulukosta 3 näkee, vaikka viisi vuotta on tavallinen irtaimiston lyhennysaika. Sisustuksesta tulee maksettavaksi vähemmän korkoja joten on laskettu, paljonko kuukaudessa pitää maksaa pois.

**TAULUKKO 3. Kiinteistön ja sisustuksen kustannukset**

<b>Kiinteistö (Talo + tontti)</b>	<b>400 000,00 €</b>
Laina-aika vuosina	20
korko prosentti	2,25 %
kuukausierä	2 071,00 €
Vuodessa	24 852,00 €
Kokonaiskustannus	499 224,00 €
<b>Sisustus</b>	<b>50 000,00 €</b>
Lyhennysaika vuosina	10
Vuodessa	5 000,00 €
Kuukaudessa	416,67 €

Taulukossa 4 käsitellään seuraavia kiinteitä kuluja eli palkkoja. Palkkaukseen on ajateltu yhtä henkilöä yrittäjän ohella, mutta voidaan myös ajatella tämän yhden työntekijän palkan olevan yrittäjän palkka, jotta tämän toimeentulo on varmistettu yrityksensä parissa. Koska liikeideassa on ajateltu, ettei aamiaismajoituksessa ole vastaanottoa aina paikalla, on mahdollista, että yhdellä työntekijällä pärjää pitkäaikaisesti, mutta kausittaisesti tarvittaisiin varmasti apua aamiaisen järjestämiseen sekä huoneiden siivoamiseen ja tilojen ylläpitoon. Pitää myös ottaa huomioon, että työntekijä ja tämän palkka on yksi suurimpia kulueriä, josta on helpointa säästää vähentämällä henkilökuntaa. Taulukosta 4 tulee myös esille kaikki sivukulut, joita työnantajan pitää maksaa työntekijästä (Heikkilä ym. 2008, 44). Laskelmat on ajateltu tasaisen työnteon perusteella, eikä suhteutettu kausivaihteluihin tai epäsäännöllisiin työaikoihin.

**TAULUKKO 4. Palkkakulut**

<b>Peruspalkka</b>	1 600,00 €	100 %	
<b>Sivukulut</b>			
Sotu	33,92 €	2,12 %	Työajan palkasta
Eläke (TyEl)	302,40 €	18,9 %	
Loma-ajan palkka	160,00 €	10,00 %	
Lomaltapaluuraha	107,20 €	6,70 %	
Sairausajan palkka	80,00 €	5 %	
JP-päivät	44,80 €	2,80 %	
Muut henkilösivukulut	80,00 €	5 %	
Yhteensä	774,40 €	48 %	
Työajan palkka ja sivukulut yhteensä	2 374,40 €	148 %	

Muita kiinteitä kuluja ovat sähkö ja vesi, joiden suuruus tosin vaihtelee asiakkaiden mukaan. Laskelmat (taulukko 5) on suoritettu perusoletuksen mukaan, että kiinteistössä on aina joku paikalla ja laskettu yläkanttiin. Esimerkkinä on käytetty neljän hengen pientaloutta, jossa vettä ja sähköä kuluu huomattavasti enemmän kuin majoituspalvelussa. Taulukkoon 5 on merkitty keltaisella Motivan (2015a) tutkimuksesta otetut luvut, joihin laskut pohjaavat. Eniten sähköä kuluu lämmittämiseen, etenkin talviaikaan. Sähköä kuluu myös erilaisiin elektroniisiin laitteisiin kuten tietokoneet, hella ja jääkaappi. Säästöä sähkönkulutuksessa voi harjoittaa energiansäästölampuilla ja paremmalla eristyksellä talossa, sekä tarjoamalla vähemmän sähkölaiteirtaimistoa, kuten hiustenkuivaajia tai silitysrautoja asiakkaiden käyttöön. Kuten asiakaskartoituskyselyssä tuli esille, moni kokee tällaisen ylimääräisen irtaimiston tarpeettomaksi.

**TAULUKKO 5. Sähkönkulutus**

<b>Sähkönkulutus</b>				
	Esimerkki			
	4 hlö/vuosi (pientalous)	koko talo	sähkölämmitys	Yhteensä
Vuosi	7550,0	10000,0	15000,0	25000,0
Kuukausi	629,2	833,3	1250,0	2083,3
	Perusmaksu	Siirtoenergia	Kulutus	<b>Yhteensä</b>
	4,55 € /kk	0,04 € / kWh	0,05 € /kWh	
Kuukausi	4,55 €	82,33 €	93,75 €	176,08 €
Vuosi	54,63 €	988,00 €	1 125,00 €	2 113,00 €

Vedenkulutusta on hankalampi säädellä ja suorittaa säästöä (taulukko 6). Suurimmat vedenkuluttajat ovat kylpyhuoneita, joissa on hanat, vessat ja suihkut. Monista wc:n pytyistä on jo olemassa vedensäästöä parantavia versioita, mutta tämä ei takaa, että asiakkaat hyödyntäisivät vaihtoehtoja. Parhain tapa valvoa vedenkäyttöä olisi asennuttaa vesimittareita asiakkaidenkin näkyville, jotta heillä on määrä, jota verrata johonkin konkreettiseen, esimerkiksi paljonko vettä voi säästää olemalla suihkussa viisi minuuttia vähemmän. Kaiken kaikkiaan, kuitenkin veden ja sähkön kulut eivät ole vielä liian suuria ja merkittäviä, ja mitä enemmän on tuloja, sitä vähemmän niillä on merkitystä, mutta sitä enemmän niille on käyttöä. Vedenkulutus on taulukko 6:n laskelmissa laskettu kuitenkin sen pohjalta, että koko talo olisi täynnä jatkuvasti.

**TAULUKKO 6. Vedenkulutus**

<b>Veden kulutus</b>			
	l/vrk	l/kk	l/vuosi
1 hlö	80	2400	28800
20 hlöä	1600	48000	576000
m3	1,6	48	576
	€/m3	€/kk	€/v
Vesi	1,15	55,20	662,40
Jätevesi	1,66	79,68	956,16
<b>Yhteensä</b>	<b>2,81</b>	<b>134,88</b>	<b>1618,56</b>

Taulukosta 7 löytyvät kaikki kiinteät kulut laskettuna yhteen. Teoston, Gramexin ja Yleisradion luvut on otettu esimerkeissä kyseisten lupien nettisivuilta. Kaikki kulut on käsitelty sekä kuukausi että vuositasolla havainnollistamaan paremmin menoja. Kiinteistä kuluista löytyy myös kohta ”Muut” taulukosta 7, mikä on siellä antamassa vähän joustovaraa. Tällaisia ”muuta” kustannuksia voivat olla alussa hankittavat lupakirjat tai vakuutusmaksut.

**TAULUKKO 7. Kiinteät kustannukset**

<b>Kiinteät kustannukset</b>	<b>Kuukausi</b>	<b>Vuosi</b>
Sähkö & lämmitys	176,08 €	2 113,00 €
Vesi & jätevesi	134,88 €	1 618,56 €
Palkat	2 374,40 €	28 492,80 €
Teosto	11,26 €	135,12 €
Yleisradiovero	15,15 €	181,80 €
Gramex	17,78 €	213,36 €
muut	500,00 €	6 000,00 €
<b>Yhteensä</b>	<b>3 229,55 €</b>	<b>38 754,64 €</b>

Kuluja kattamaan tarvitaan myyntiä, jota saadaan huoneiden myynnistä, sillä muuta erillismyyntiä aamiaismajoituspalvelulla ei ole. Tämän vuoksi huonehinnalla on välitön vaikutus tuloihin (taulukko 8). Jotta saadaan laskettua huoneiden tuotto, on ensin päätettävä, paljonko on ajateltu vuodekäyttöasteeksi. Hyvä vuodekäyttöaste on yleensä 40–60 % (Heikkilä ym. 2008, 61), joten tässä aamiaismajoituksessa on ajateltu mentävän mahdollisimman alhaisella prosentilla etenkin aluksi. Vuodekäyttöasteen avulla voidaan laskea, paljonko sänkyjä on käytössä per päivä ja per vuosi. Asiakasvirtaa hahmottamaan laskettiin asiakaskartoituskyselyn pohjalta asiakkaiden viipymä majoituspalvelussa eli montako yötä he yleensä viettävät lomamatkalla samassa paikassa, jonka näkee kuviosta 5

asiakaskartoituskyselyn alta. Tämä viipymä antaa kuvan siitä, paljonko asiakkaita tulee majoitusliikkeeseen kaiken kaikkiaan ja paljonko muuttuvat kulut tulevat olemaan.

**TAULUKKO 8. Huonekustannukset ja yöpymisen vaikutus**

<b>Huonelaskelmat</b>	
Asiakkaita/huone	4
Huoneita	5
Vuodepaikkoja	20
Aukiolovuorokausia	360
Vuodepaikkoja vuodessa	7200
Vuodekäyttöaste	40 %
Vuoteita per vuosi	2880
Vuoteita per päivä	8
Viipymä laskettuna kyselyn pohjalta	2,5 vrk
Viipymän vaikutus saapumisissa	1134
Mukut/asiakas	5,00 €
vuosi	5 672,14 €
kuukausi	472,68 €

Kaikki laskelmat koottiin yhteiseen tuloslaskemaan taulukon 9 kohdalle. Taulukko 9 yksinkertaistetussa tuloslaskelmassa on merkitty keltaisella hypoteettinen myynti, joka on asetettu vähimmilleen, jotta liiketoiminnassa vielä pysytään voiton puolella. Kun myynti on tätä luokkaa, on minimivuodehintaa 28 euroa, mikä on erittäin matala hinta. Asiakaskartoituskyselyssä suurin osa ilmoitti maksavansa kahden hengen hotellihuoneesta 41–60 euroa (kuvio 6). Tämän pohjalta  $28 + 28 = 56$  euroa olisi juuri tämän ilmoitetun luokan sisälle. Vuodehintaa nostamalla ja parantamalla vuodekäyttöastetta 50 prosenttiin nousee myynnin määrä ja voitot kasvavat.

TAULUKKO 9. Yksinkertaistettu tuloslaskema

<b>TULOSLASKELMA</b>			
<b>Myynti</b>		6 880,00 €	82 560,00 €
<b>alv</b>	10 %	688	8256
<b>Liikevaihto</b>		6 192,00 €	74 304,00 €
	<b>mukut</b>	472,68 €	5 672,14 €
<b>Myyntikate</b>		5 719,32 €	68 631,86 €
	<b>kikut</b>	3 229,55 €	38 754,64 €
	<b>poistot &amp; korot</b>		
	Kiinteistö	2 071,00 €	24 852,00 €
	sisustus	416,67 €	5 000,00 €
<b>Voitto/tappio ennen veroja</b>		2,10 €	25,22 €
<b>Minimihinta</b>	28,67 €	per vuode per yö	

## 6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Aamiaismajoitus-liikeideasta kirjoittaminen oli aiheena jo sinällään vaikea, että käsite on Suomessa vielä hyvin tuntematon ja moni sanoi kyselyn (liite 1) kommentteissa, ettei ollut koskaan edes kuullut käsitettä, mutta ymmärsi englanninkielisen termin Bed & Breakfast pohjalta mistä oli kyse. Tämän vuoksi aamiaismajoitukselle ei ole omia erillisiä majoitusasetuksia tai – lakia vaan aamiaismajoitus toimii samoilla säännöillä kuin isotkin hotellit, mikä on hieman hankalaa, koska kyseessä on pienempi majoitusliike. Tiedon saanti ja lupien kerääminen ei ole vaikeaa, mutta vaikeuttaa pienen yrityksen perustamista tarpeettomasti ja tekee alusta hankalan, kun kaikki paikat pitää olla hyväksytetty lain puitteissa. Toki tämä takaa asiakkaille ja yrittäjällekkin sen, ettei ongelmia tule näiltä osilta tulevaisuudessakaan kun toiminta on valvottua. Se tekee kuitenkin toimitilan hankkimisen hankalaksi niin, että tila sopii Suomen majoituslakeihin ja kaikki huoneet ovat aseuksen mukaisia eli niissä on ikkuna, joka vie tarpeeksi pinta-alaa huoneesta. Tietenkin Suomen rakennuslaissa nämäkin seikat on otettu jo huomioon, mutta jos rakennus on vanhempaa polvea, aiheutuu ylimääräisiä remontointikustannuksia.

Kustannusten kannalta aamiaismajoituksen perustaminen on kallista ja vaatii paljon pääomaa sekä vuosia, että pääsee omilleen. Mahdotonta se ei kuitenkaan ole, mutta voittoihin ei pääse helposti ja nopeasti kiinni, vaan yritys vaatii panostusta ja kärsivällisyyttä. Kuten laskelmista näkee, on lainaksi otettu vähintään 400 000 euroa ja poistoajaksi merkitty 20 vuotta. Tämä tarkoittaa sitä, että täysin omilleen päästäisiin kun yrittäjä olisi iällisesti noin 50 ikävuoden nurkilla. Toki jos yritys oikeasti lähtisi nousuun ja saisi suosiota ja asiakkaita ympäri vuoden, olisi mahdollista päästä omilleen aikaisemmin ja ennen kaikkea saada enemmän voittoja ja niillä mahdollisuuksia palkata työntekijöitä yrittäjän avuksi. Asiakaskyselyn perusteella nimittäin aamiaismajoituksen kaltaiselle yritykselle olisi kysyntää ja asiakkaita, eikä kyselyssä ollut vielä otettu edes huomioon ulkomaalaisia matkustajia. Nuorten parissa etenkin erilaiset matkustusmenetelmät kuten couchsurfing ja hostellit ovat olleet suuressa nousussa ja kysynnässä, ja täten pienempi aamiaismajoituspalvelu edullisilla hinnoilla löytäisi paikkansa aivan varmasti näiden parista. Tämän vuoksi liikeidealle pitäisikin määritellä kohderyhmä, johon asiakaskyselyä voisi käyttää hyväksi.



Kohderyhmää määriteltessä ikä on erittäin tärkeä, ja kyselyyn tullut keski-ikä, joka oli 29 vuotta, tuntuu erittäin sopivalta kohderyhmän iältä aamiaismajoituksen asiakkaille, jotka ovat valmiita kokemaan uudenlaisia kokemuksia mutta samalla matkustavat joko yksin tai kaksin ilman perhettä, ja selviävät samalla vähemmillä mukavuuksilla. Lisäksi tämän ikäiset ovat valmiimpia majoittumaan muualla kuin tuttavillaan yksityisyyden saamiseksi. Toisaalta 29-vuotiaat kaipaavat tietynlaista mukavuutta, eivätkä ole niin elämyksenhakuisia tai halua säästää yhtä paljon kuin nuoremmat matkustajat. Kun on enemmän rahaa käytössä, sitä haluaa sijoittaa eri tavalla ja eri paikkoihin kuin nuoremmat. Samaan pätee asiakaskyselyssä esille tullut elämäntilanne vastaajien parissa, sillä suurin osa vastaajista oli opiskelijoita, jotka tahtoivat majoittua tuttaviansa parissa maksullisen hotellin sijaan. Tämä seikka myös kertoo siitä, kuinka pieni maamme tavallaan on, ja siitä kuinka vähän täällä asuu ihmisiä. Tuttavia ja ystäviä ei ole tavatonta tuntea ympäri maata ja heidän luonaan vieraileminen on täysin luonnollista ja samalla olemme valmiita ottamaan muut luoksemme yöpymään tarpeen sitä vaatiessa. Elämäntilanne vaikuttaa matkustusbudjettiin ja siihen paljonko on valmis sijoittamaan majoitukseensa sekä matkustamiseen. Opiskelijat myös todennäköisesti käyttävät monesti joukkoliikennettä enemmän kuin työelämässä olevat matkustajat, koska heillä on varaa omaan autoon. Tämä näkyy hyvissä kulkuyhteyksissä majoituspaikanvalintakategorioissa.

Huolimatta lukuisista vastaajista tuli selväksi, että moni matkusti harvoin kotimaassa lomailumielessä. Lomailukohteita ei tosin kysytty kyselyssä, joten ei tullut esille, millä alueella matkustusta tapahtuu. Toisaalta jos kotimaanmatkailua on vähän, on todennäköistä että satsataan laatuun ja ainutlaatuisiin kokemuksiin kuten ulkomailla. Moni suomalainen matkustaa talviaikaan laskettelukeskuksiin tai Lappiin, joka on hyvin erilainen ympäristö kuin se, missä he tavallisesti asuvat. Näin ollen jotta aamiaismajoituksesta saisi varteentotettavan kilpailijan, pitää sen tarjota yhtä ainutlaatuista ympäristöä asiakkailleen. Tekeillä yhteistyötä erilaisten elämyskokemuksia tarjoavien palveluiden kanssa saataisiin yksilöityä majoituspalvelua ja erotuttua joukosta pätevillä yhteistyökumppaneilla. Tällaisia erikoisia palveluksia voisi olla esimerkiksi alennukset Flow-parkiin, missä voidaan kiipeillä, tai matkojen järjestäminen lähiluonnon puistoihin, missä olisi opastettuja kieroksia.

Tampereen turismi on tasaisesti kasvavaa, mutta niin on kilpailijoiden määräkin. Tampereen lähiympäristöön olisi helppo perustaa aamiaismajoitus mutta markkinointiin pitäisi

panostaa, jotta asiakkaita ei haittaisi kulkea keskustaan julkisilla kulkuvälineillä kävelemisen sijaan. Tampere on kuitenkin sen verran pieni paikka että kaikki suuret hotellit sijaitsevat jo valmiiksi keskustassa, eikä matkustajien tarvitse siis huolehtia paikasta toiseen pääsemisestä. Toinen asia on joukkoliikennevälineiden lippujen hinta ja niiden suhde siihen paljonko maksaisi asua keskustassa. Tämä tarkoittaa siis sitä, että majoituksen keskustan ulkopuolella pitäisi olla edullisempaa kuin keskustassa myös silloin, kun siihen lisätään liikkumisesta seuraavat kustannukset. Toisaalta keskustan ulkopuolella asiakkaat saisivat täysin erilaiset rauhallisemmat ja yksilöllisemmät puitteet kuin keskustassa.

Ongelmia kuitenkin tulee varmasti kiinteistön kanssa, koska kyseessä olisi tavallinen omakotitalo muutettuna aamiaismajoitukseksi. Tällaisissa taloissa kaikki on yksilöityä, eikä huoneelle olisi niin sanottua standardia vaan se pitäisi sisustaa ja sovittaa niin monelle kuin huoneeseen vain mahtuisi. Tämä tuo samalla vapauksia yrittäjälle ja mukavaa vaihtelua asiakkaille, mutta kaikki asiakkaat eivät pidä tällaisesta vaihtelusta. Huonekoot ovat yksi tällainen vaihtelu. Suomalaisia harvemmin kiinnostaa huoneen tilavuus, kunhan sinne mahtuu ja on sopivasti tilaa tavaroille ja vaatteille, mutta joidenkin ulkomaalaisien asiakkaiden kohdalla kaivataan enemmän oleskelutilaa. Tällaisia asiakkaita ovat esimerkiksi amerikkalaiset, jotka kaipaavat isompia sänkyjä ja enemmän tilaa olla pelkän sängyn ja pöydän sijaan. Tästä ongelmasta kuitenkin pääsisi eroon ilmoittamalla jo sivuilla koot huoneista ja sen, että ne vaihtelevat. Tärkeintä onkin huoneessa sen toimivuus koon sijaan. Pienestäkin määräystä mukaisesta huoneesta voi saada toimivan sopivilla kalusteilla ja sisustuksella.

Suurin kiinteistöllinen ongelmatekijä olisivat kuitenkin kylpyhuoneet. Kyselyn perusteella yksityinen oma kylpyhuone on kaikista tärkein tekijä majoituspaikan valinnassa. Jos tahdotaan jokaiselle huoneelle oma kylpyhuoneensa, tarvitaan huomattavasti paljon enemmän tilaa, josta remontoida kylpyhuoneet sekä enemmän pääomaa, sillä putkistoremontit ovat eräs kalleimmista remonteista, mitä taloon voidaan tehdä. Yksityisten kylpyhuoneiden puute saattaa ajaa monia asiakkaita pois, vaikka käytössä olisikin yksi kylpyhuone per kolme makuuhuonetta. Ajatus siitä, että pitää poistua omasta huoneesta kylpyhuoneeseen, ei ole monesta mukava, ja tekee kotoisasta olosta hankalaa. Puutetta voisi korvata remontoimalla lavuaarit jokaiseen huoneeseen. Tällöin ei kaivattaisi niin kokonaisvaltaista remonttia ja vesipiste huoneessa ratkaisisi joitain ongelmia kylpyhuoneen puutteesta.

Jos ei oteta huomioon kiinteistön tuomia ongelmia, tekisi liikeidean ylläpidosta yhdellä hengellä hankalaa se, että pitäisi aina olla tavoitettavissa. Toisaalta sanotaan, että yrittäjyys on joka hetki kellon ympäri, joten uhrauksia pitäisi olla valmis tekemään. Samalla se, että asiakkaille antaa vapauksia tulla ja mennä majoitukseensa, kuten haluavat, vaatii jonkinlaista valvontaa siltä varalta, että ulkopuolisia pääsisi kiinteistöön aiheuttamaan ongelmia. Toisaalta tällainen valvomattomuus olisi mukavaa sekä yrittäjälle että asiakkaille koska se osoittaa, että heihin luotetaan.

Liikeidean kannattavuutta arvioidessa on budjetoitu vain yksi työntekijä, mutta todellisuudessa kaivattaisiin ainakin yksi yrittäjän lisäksi, sillä huoneiden siivoamiseen, aamupalan järjestämisen ja uusien asiakkaiden vastaanottamiseen menee yllättävän paljon aikaa ja sen pitää tapahtua jokainen päivä. Lisäksi ei ole otettu huomioon muita kuluja, joita esimerkiksi markkinoinnista seuraa. Etenkin alussa ulkoinen markkinointiapu voisi olla tarpeen, jotta toiminta saadaan käyntiin nopeasti eikä katveaikaa tule ja saataisiin tavoiteltu 40 % käyttöaste majoituspalvelulle. Todellisuudessa alussa käyttöaste tulisi olemaan matalampi.

Kyselyn ja laskelmien pohjalta voidaan siis sanoa, että aamiaismajoituksen perustaminen ei ole mahdotonta, se vain vaatii säästöjä, jotta saadaan lainaa kiinteistöön, joka on suurin kuluerä, sekä paljon työtä, jotta toiminnasta tulee kannattavaa. Kohdeasiakasryhmäksi etenkin Tampereen lähistöltä kannattaa ottaa ulkomaalaiset matkustajat tai nuoret matkustajat kotimaan matkustajien sijaan. Tämä tuo liiketoiminnalle vaatimukset kielitaidoista ja kattavista internetsivuista sekä markkinoinnista erilaisille hotellipalveluille internetissä. Ennen kaikkea aamiaismajoituksen perustaminen vaatii yrittäjältään töitä kellon ympäri ja jatkuvaa läsnäoloa liiketoimessaan, jotta asiat toimivat ja informaatio sekä palaute saadaan asiakkaalta yrittäjälle ja parannuksia voidaan sen perusteella tehdä. Seuraava askel tästä tutkimuksesta onkin tehdä yksityiskohtainen liiketoimintasuunnitelma hyväksikäyttäen kannattavuuslaskelmia sekä asiakaskartoitusta.

## LÄHTEET

Aalto, E. 2014. Venäjä pakotteet ja Ukrainan tilanne vähentävät matkustajamääriä ja matkailutuloja. Ikkunapaikka- verkkolehti. 9/2014, 3.

Alma Mediapartners Oy. 2016. Etuovi. Luettu 1.2.2016. <http://www.etuovi.com/>

BedandBreakfast.com 2016. Hotels vs. bed and breakfasts. Luettu 26.5.2016. <http://www.bedandbreakfast.com/info/travelers/travel-inspiration-guides/hotels-vs-bed-and-breakfasts>

Borg, P. Kivi, E. Partti, M. 2002. Elämyksestä elinkeinoksi. Helsinki: WSOY.

Brännare, R. Kairamo, H. Kulusjärvi, T. Matero, S. 2005. Majoitus- ja matkailupalvelu. Helsinki: WSOY.

Collins. 2016. English Dictionary. Luettu 11.1.2016 <http://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/bed-and-breakfast>

Edita Publishing Oy. 2016a. Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta. Finlex. Luettu 13.4.2016. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060308>

Edita Publishing Oy. 2016b. Elintarvikelaki. Finlex. Luettu 15.4.2016. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2006/20060023>

Edita Publishing Oy. 2016c. Pelastuslaki. Finlex. Luettu 13.4.2016. <http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2011/20110379>

Entrepreneur. 2016. How to start a Bed and Breakfast. Luettu 25.1.2016 <http://www.entrepreneur.com/article/83704>

Gramex. 2016. Luettu 25.3.2016. <http://www.gramex.fi/>

Hakala, H. 2004. Turvallisuus. Suomen hotelli- ja ravintolaliitto SHR Ry.

Heikkilä, P. Saranpää, T. 2008. Hotelli- ja ravintola-alan SISÄINEN LASKENTA-TOIMI. Vantaa: Hansaprint Direct Oy.

Hurtta, H. 2002. Kielitoimisto Suositaa. Luettu 27.9.2015. [http://www.kotus.fi/nyt/kotuksen\\_kolumnit/kieli-ikkuna\\_%281996\\_2009%29/kielitoimisto\\_suositaa](http://www.kotus.fi/nyt/kotuksen_kolumnit/kieli-ikkuna_%281996_2009%29/kielitoimisto_suositaa)

Jutila, T. 2001. Menestyvä Aamiaismajoituspalvelu. Pieksämäki: RT-Print OY.

Kiuru, I. 2013. Majoitusala työllistää 12 000 – Kunhan uudistuu. Verkkouutiset. Luettu 5.5.2016. [http://www.verkkouutiset.fi/talous/majoitusala\\_toimialaraportti\\_hotellit-12935](http://www.verkkouutiset.fi/talous/majoitusala_toimialaraportti_hotellit-12935)

Lappi, T. 2016. MaRan Timo Lappi: Matkailualalla kaksijakoiset näkymät. Luettu 10.5.2016. <http://ek.fi/ajankohtaista/uutiset/2016/02/01/maran-timo-lappi-matkailualalla-kaksijakoiset-nakymat/>

Motiva. 2016a. Kotitalouksien sähkönkäyttö 2006. Luettu 20.4.2016. [http://www.motiva.fi/koti\\_ja\\_asuminen/mihin\\_energiaa\\_kuluu/sahkonkulutus/kotitalouksien\\_sahkonkaytto\\_2006](http://www.motiva.fi/koti_ja_asuminen/mihin_energiaa_kuluu/sahkonkulutus/kotitalouksien_sahkonkaytto_2006)

Motiva. 2016b. Vedenkulutus. Luettu 20.4.2016. [http://www.motiva.fi/koti\\_ja\\_asuminen/mihin\\_energiaa\\_kuluu/vedenkulutus](http://www.motiva.fi/koti_ja_asuminen/mihin_energiaa_kuluu/vedenkulutus)

Pesonen, I. Siltanen, T. Hokkanen, T. 2006. Menestyvä Matkailuyritys. Helsinki: Edita Prima Oy.

SOK. 2008. Sokoshotels. Luettu 26.5.2016. <https://www.sokoshotels.fi/>

Teosto. 2016. Hae lupa. Toimialan kuvaus. Luettu 18.4.2016. <http://www.teosto.fi/kayttajat/luvut/363/m>

Vero. 2016. Yleisradiovero. Luettu 1.5.2016. [https://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat\\_ve-roohjeet/Muu\\_verotus/Yleisradiovero%2826145%29#1.3Yhteisnyleisradiovero\\_](https://www.vero.fi/fi-FI/Syventavat_ve-roohjeet/Muu_verotus/Yleisradiovero%2826145%29#1.3Yhteisnyleisradiovero_)

Visit Finland. 2016. Matkailu on kasvava toimiala. Luettu 3.5.2016. <http://www.visitfinland.fi/tama-on-visit-finland/matkailu-on-kasvava-toimiala/>

Visit Tampere. Tredea Oy. 2016. Luettu 13.4.2016 <http://visittampere.fi/article/b-and-b>

Yrityssuomi.fi. 2016a. Perusilmoitus kaupparekisteriin. Työ- ja elinkeinoministeriö. Luettu 13.4.2016. <https://www.yrityssuomi.fi/selkosialto/perusilmoitus-kaupparekisteriin>


Yrityssuomi.fi. 2016b. Majoitus (Hotellit, hostellit ym.). Työ- ja elinkeinoministeriö. Luettu 13.4.2016. <http://www.yrityssuomi.fi/web/guest/lupa?id=250313>

Yrityssuomi.fi. 2016c. Lakisääteiset vakuutukset. Luettu 18.4.2016 <https://www.yrityssuomi.fi/lakisaaiteiset-vakuutukset>

# LIITTEET

## Liite 1. Aamiaismajoituksen asiakaskartoitus

1 (3)



### Aamiaismajoituksen asiakaskartoitus

\*Required

#### Mitä varten kysely toteutetaan?

Oheinen kysely toteutetaan aineiston saamiseksi opinnäytetyötä varten Tampereen ammattikorkeakoulun hotelli- ja ravintola-alan opiskelijalle. Vastaaminen sujuu täyttämällä avoimet kysymykset tai valitsemalla sopivin vaihtoehto.

#### Mikä on aamiaismajoitus?

Aamiaismajoitus tunnetaan paremmin nimellä Bed & Breakfast, ja on hotellia edullisempi majoitusmuoto, huonelukumäärältään pienempi ja palveluiltaan suppeampi. Aamiaismajoituksia sijaitsee enimmäkseen Keski-Euroopassa.

**Ikäsi: \***

Your answer \_\_\_\_\_

**Elämäntilanteesi: \***

Opiskelija  
 Työelämässä  
 Työtön  
 Eläkkeellä

**Kotikaupunkisi: \***

Your answer \_\_\_\_\_

**Montako henkilöä kuuluu talouteesi? \***

1  
 2  
 3-4  
 5 tai enemmän

(jatkuu)

Kuinka usein lomaillet kotimaassa? \*

- Kerran vuodessa
- 2 - 3 kertaa vuodessa
- 4 - 6 kertaa vuodessa
- Useammin kuin 6 kertaa vuodessa
- En lomaile kotimaassa

Yövytkö kotimaassa lomamatkaillessasi enimmäkseen: \*

- Hotellissa
- Maatilamajoituksessa
- Aamiaismajoituksessa
- Perheen/ystävän/tuttavan luona
- Leirintäalueella
- Vuokramökillä

Montako yötä olet keskimäärin lomamatkalla kotimaassa: \*

- 1 yö
- 2-3 yötä
- 4-5 yötä
- 5-7 yötä
- yli 7 yötä

Majoituksenvalintakriteerisi: \*

Asteikolla 1 - 5 määrittele kuinka tärkeä kyseinen ominaisuus on sinulle majoituspaikkaa valitessa.  
1 = ei väliä, 5 = Ratkaiseva tekijä

	1	2	3	4	5
Sijainti lähellä keskustaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sijainti lähellä luontoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aamiainen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huonekoko	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Internetyhteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lemmikkieläimet sallittu	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hyvät kulkuyhteydet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parkkipaikat	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esteettömyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sauna	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

(jatkuu)



**Huonehinta: \***

Paljonko olisit valmis maksamaan aamiaismajoituksesta (Bed & Breakfast) kotimaassa? Hinnat 2 henkilön huone/yö

- 20 - 40 euroa
- 41 - 60 euroa
- 61 - 80 euroa
- 81 - 100 euroa
- 101 - 120 euroa
- 121 - 140 euroa
- yli 140 euroa

**Huonevaatimukset: \***

Mitä varustelua tarvitset huoneeseesi lomaillessasi kotimaassa. 1 = Tarpeeton, 2 = Ei väliä, 3 = Tärkeä

	1	2	3
Televisio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Radio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Oma kylpyhuone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Minibaari	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Silityslauta- & rauta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Tallelokero	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hygieniatarvikkeet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hiustenkuivain	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Veden- & kahvinkeitin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

**Avoin sana:**

Your answer