

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Matkailun koulutusohjelma

Tiia Kurki

BOTANIAN ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY VENÄLÄISILLE
ASIAKKAILLE

Opinnäytetyö
Tammikuu 2014



OPINNÄYTETYÖ
Tammikuu 2014
Matkailun koulutusohjelma

Sirkkalantie 12 A
80100 JOENSUU
050 311 6310

Tekijä
Tiia Kurki

Nimeke
Botanian asiakastyytyväisyyskysely venäläisille asiakkaille

Toimeksiantaja Joensuun kasvitieteellinen puutarha Botania

Tiivistelmä

Opinnäytetyöni tarkoituksena oli selvittää venäläismatkailijoiden mielipiteitä Botaniasta. Kyselytutkimuksen tavoitteena oli tutkia miten venäläiset asiakkaat saavat tietoa puutarhasta ja millaisia kehitysehdotuksia he antavat.

Botania on Joensuussa sijaitseva Suomen ainut trooppinen perhospuutarha. Vuodesta 2013 alkaen toimintaa on ylläpitänyt Botanian ystävät Ry. Botaniassa on neljä kasvihuonetta, joissa jokaisessa on eri ilmastotyyppit, sekä ulkopuutarha.

Asiakastyytyväisyys selvitys on toteutettu kesällä 2013. Kyselylomakkeet olivat saatavilla heinä- ja elokuun ajan, jolloin puutarhassa vierailee paljon venäläisiä asiakkaita. Aineisto analysoitiin ja sen perusteella laadittiin yhteenveto ja kehitysehdotuksia.

Vastauksia sain 38 kappaletta ja tuloksista selvisi, että pääasiassa asiakkaat ovat naisia ja iältään 30–60 vuoden välillä. Asuinpaikkana pääasiassa olivat Petroskoi ja Pietari. Tuloksista päätellen Botanian palveluihin ollaan tyytyväisiä. Kasvihuoneet ja eläimet ovat etusijalla nähdystä asioista, ja kehittämistä kaipaisivat kahvila ja myytävät tuotteet. Kehitysehdotuksia ovat muun muassa venäjänkielinen opastus ja kasvien nimien kääntäminen venäjän kielelle.

Kieli
suomi

Sivuja 39
Liitteet 3
Liitesivumäärä 6

Asiasanat
Kasvitieteelliset puutarhat, puutarhamatkailu, asiakastyytyväisyys



THESIS
January 2014
Degree Programme in Tourism

Sirkkalantie 12 A
80100 JOENSUU
FINLAND
050 311 6310

Author
Tiia Kurki

Title
Customer Satisfaction Survey on Russian Customers in Botania

Commissioned by Botanical Garden Botania

Abstract

The aim of this thesis was to find out Russians' customers opinions on Botania. The questionnaire study aimed at investigating how they get information about the botanical garden and what kind of development proposals they make.

The botanical garden is situated in Joensuu and is the only tropical butterfly garden in Finland. Since 2013 the garden has been upheld by a registered association Botania's friends. There are four greenhouses with different climate types and an outdoor garden in Botania.

The customer satisfaction survey was carried out in the summer of 2013. The questionnaires were obtainable in Botania during July and August, when there are many Russian visitors in Botania. The material was analysed, and based on this, a summary and development proposals were compiled.

38 responses were received and the results show that most of the customers are female and with the age ranging from 30 to 60 years. The customers are mainly from Petrozavodsk and St. Petersburg. The results also show that the customers were satisfied with the services of Botanical garden. The most interesting objects to see are the greenhouses and the animals. It seems that the cafe and the products on sale need to be developed. The customers would like to have a Russian-speaking guide and the names of the plants should be translated into Russian.

Language

Finnish

Pages 39

Appendices 3

Pages of Appendices 6

Keywords

botanical garden, garden tourism, customer satisfaction

Sisältö

Tiivistelmä

Abstract

| | | |
|-----|--|----|
| 1 | Johdanto | 5 |
| 2 | Puutarhamatkailu | 6 |
| 2.1 | Tietoa puutarhamatkailusta | 6 |
| 2.2 | Puutarhamatkailu Suomessa | 7 |
| 2.3 | Devepark -hanke..... | 7 |
| 3 | Puutarhoja Suomessa | 8 |
| 3.1 | Helsingin kasvitieteellinen puutarha ja kasvimuseo | 8 |
| 3.2 | Meilahden Arboretum | 9 |
| 3.3 | Oulun yliopiston kasvitieteellinen puutarha ja kasvimuseo..... | 5 |
| 3.4 | Jyväskylän kasvitieteellinen puutarha | 5 |
| 3.5 | Arboretum Mustila | 6 |
| 4 | Kasvitieteellinen puutarha Botania | 6 |
| 4.1 | Botanian toiminta | 6 |
| 4.2 | Botanian ystävät ry..... | 10 |
| 5 | Venäläiset matkailijat Suomessa..... | 10 |
| 5.1 | Tilastotietoa venäläisistä matkailijoista Suomessa..... | 10 |
| 5.2 | Kaupaks -hanke | 12 |
| 5.3 | Venäläiset matkailijat Joensuussa | 13 |
| 6 | Aikaisemmat tutkimukset..... | 14 |
| 7 | Asiakastyytyväisyys..... | 16 |
| 7.1 | Asiakastyytyväisyys ja siihen vaikuttajat tekijät | 16 |
| 7.2 | Asiakastyytyväisyyden mittaaminen | 16 |
| 8 | Tutkimusmenetelmät | 17 |
| 8.1 | Kyselylomake | 18 |
| 8.2 | Tutkimuksen aineiston analyysi..... | 19 |
| 9 | Tulokset..... | 20 |
| 10 | Lopuksi..... | 25 |
| | Lähteet | 27 |

Liitteet

Liite 1 Kyselylomake

Liite 2 Venäjänkielinen kyselylomake

Liite 3 Tulosten yhteenveto ja kehitysehdotukset Botanicalle

1 Johdanto

Puutarhamatkailu on tunnettua Euroopassa, mutta Suomessa kyseinen matkailutyyppe tekee vasta tuloaan. Euroopasta löytyy mitä upeimpia puutarhoja ja puistoja, joissa matkailijat ovat vierailleet. Myös Suomesta löytyy tällaisia paikkoja, joilla on potentiaalia olla Suomen puutarhamatkailun kohteita, kuten Helsingin kasvitieteellinen puutarha.

Puutarhamatkailussa ovat esillä myös ilmastonmuutos ja ekologisuus, esimerkiksi puutarhat voivat olla luomupuutarhoja eli ne ovat täysin luonnonmukaisia. Ihmiset ovat nykyään kiinnostuneita ekologisuudesta ja ilmaston lämpenemisestä ja usein kaupungeissa on erilaisia saasteita, joten puutarhoissa vieraillessa saa esimerkiksi hengittää raikasta ilmaa vähäsen aikaa.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää venäläisten matkailijoiden mielipiteitä Joensuun kasvitieteellisestä puutarhasta Botaniasta. Tutkimuksen avulla Botaniaa voitaisiin kehittää puutarhaksi, joka palvelisi venäläisiä sekä muita matkailijoita heidän toiveidensa mukaan. Toimeksiantajani opinnäytetyössä on Botania ja puutarhan työntekijät.

Botanian työntekijöiden kanssa käydyn keskustelun jälkeen tein kyselylomakkeet (liite 1), toimitin ne Botanialle ja hain ne, kävin aineiston läpi ja analysoin sen, sekä tein tulosten yhteenvedon ja kehitysehdotukset Botanialle (liite 2). Tuloksista selvisi, että pääasiassa venäläiset asiakkaat ovat naisia ja iältään noin 30–60 vuoden välillä. Tietoa Botaniasta he ovat saaneet ystäviltä tai internetin kautta. Vastaajat ovat olleet tyytyväisiä Botanian toimintaan ja varsinkin he ovat pitäneet perhosista, ulkopuutarhasta sekä palvelusta, mutta kehittämistä kaipaisivat kahvila ja myytävät tuotteet. Teoriaosuudessa kerron puutarhamatkailusta Suomessa sekä tutkimusmenetelmistä, joita käytin opinnäytetyössäni.

2 Puutarhamatkailu

2.1 Tietoa puutarhamatkailusta

Puutarhamatkailussa vierailaan erilaisissa puutarhoissa ja puistoissa. Matkailumuoto on ollut suosittua eri puolilla Eurooppaa, mutta Suomeen tämä tekee vasta tuloaan. Puutarhoihin matkustaminen on alkanut näkyä Suomessa muun muassa matkatoimistojen tarjonnassa ja kiinnostuksen lisääntymisestä Suomen puutarhoihin ja puistoihin. (Leppänen 2013, 6–7.)

Puutarhamatkailussa voi käydä joko itsenäisesti tutustumassa puutarhaan tai opas voi kierrättää ryhmää puutarhassa ja kertoa kasveista. Valitessaan puutarhaa ihmiset luottavat opaskirjoihin ja ystäviensä sanaan eivätkä halua ottaa maksullisia palveluita, kuten opasta. (Häyrynen 2011.)

Puutarhamatkailussa ihmiset haluavat kokea ja nähdä uusia asioita, kuten esimerkiksi Botanian suuret perhoset. Puutarhoissa halutaan nähdä erilaisia kasveja, joita ei yleensä nähdä omassa kotimaassa tai – kaupungissa. Ihmiset, jotka harrastavat puutarhanhoitoa kokevat taas yhteisöllisyyden puutarhoissa vieraillessa, koska he saavat jakaa ideoita toisilleen. (Avoimet puutarhat 2013.)

Jokaisella on oma syy vieraillla erilaisissa puutarhoissa ja puistoissa. Syy voi olla eksoottiset kasvit tai uudet ideat omaan puutarhaan, ja toisilla taas vierailu on osa omaa matkailua, jolloin tutustutaan matkakohteen eri nähtävyyksiin. (Avoimet puutarhat 2013.)

2.2 Puutarhamatkailu Suomessa

Suomen puutarhamatkailu on tähän mennessä kohdistunut ulkomaisiin puutarhoihin ja kotimaiset puutarhat ovat jääneet varjoon. Suomesta kuitenkin löytyy paljon erilaisia puutarhoja ja puistoja, joilla on potentiaalia olla osa Suomen puutarhamatkailua. Suomessa puutarhat on liitetty huviloiden yhteyteen, poikkeuksena ovat kaupunkien puistot ja tieteelliset puutarhat. (Häyrynen 2011.)

Suomen matkatoimistot myyvät erilaisia retkipaketteja ulkomaisiin kohteisiin, esimerkiksi Pohjolan Matka myy Hollannin tulppaanimatkaa, joka keskittyy kukkupuistoon tutustumiseen ja Nordiska Trädgårdar -matkaa, jonka aikana tutustutaan pohjoismaisiin puutarhamessuihin. (Pohjolan Matka 2013.) Matkailutoimistojen tuotteista kuitenkin puuttuvat vielä matkat suomalaisiin puutarhoihin. Matkat puutarhoihin tai kiertomatkat, joissa kierretään eri puutarhoja eri puolilla Suomea, olisivat hyvä lisä tuotevalikoimaan.

Suomalaiset ovat kiinnostuneita puutarhoista, mikä näkyy matkatoimistojen puutarhamatkojen myynnissä. Matkailijat käyvät myös vierailmassa kaupunkien puutarhoissa matkoillaan. Suomalaisissa on potentiaalia puutarhamatkailijoiksi, koska suomalaiset osoittavat entistä enemmän kiinnostustaan oman puutarhan hoitoon ja sen sisustamiseen. Esimerkkinä kiinnostuksesta on Avoimet puutarhat -tapahtuma, joka ensimmäisen kerran järjestettiin vuonna 2012 ja uudestaan syksyllä 2013, jolloin kävijöitä oli yli 55 000 ja arvosanaksi oli annettu 9,1. Tapahtuma on herättänyt siis kiinnostusta yli odotusten. (Avoimet puutarhat 2013.)

2.3 Devepark -hanke

Suomessa toteutettiin Devepark -hanke, jonka tavoitteena oli Varsinais-Suomen ja Hämeen puutarhojen ja puistojen hoitaminen ja kehittäminen. Hankkeessa vastuussa oli Turun yliopisto ja sen kulttuurituotannon ja maisemantutkimuksen koulutusohjelma. Puutarhataiteen seura oli myös osana hankkeessa. (Häyrynen 2011.)

Puutarhamatkailureitti on ensimmäinen Suomessa toteutettu puutarhoihin keskittyvä 800 kilometrin pituinen matkailureitti. Reittiin kuuluu kahdeksantoista Suomen eteläosassa sijaitsevaa kulttuurihistoriasta ja lajistosta arvokkaita puutarhoja. Reitti alkaa presidentin kesäasunnon puutarhalta Kultarannasta ja päättyy Aulangon puistometsään. Reitin voi kiertää joko kohteet yksitellen tai kiertomatkana.

Reitti on kehitetty niin, että reitin varrelta löytyy myös taimimyymälöitä ja erilaisia maatilamatkailukohteita. Tarkoituksena olisi laajentaa reittiä Viron puutarhoihin ja puistoihin saakka ja yrittää tehdä reitistä kansainvälisesti tunnettu. (Häyrynen 2011.)

3 Puutarhoja Suomessa

3.1 Helsingin kasvitieteellinen puutarha ja kasvimuseo

Valitsin Helsingin kasvitieteellisen puutarhan, koska se on yksi Suomen tunnetuimpia puutarhoja. Helsingin kasvitieteellinen puutarha toimii tutkimusyksikkönä. Puutarha on Suomen vanhin tieteellinen kasvikoelma, joka perustettiin ensin Turkuun vuonna 1678 ja sittemmin siirrettiin Helsinkiin vuonna 1829. Puutarhoina toimivat Kaisaniemen ja Kumpulan puutarhat. Puutarha ja museo kuuluvat Luonnontieteelliseen keskusmuseoon, jonka kokoelmiin kuuluvat kansalliskokoelmat. Kaisaniemen ja Kumpulan puutarhoista löytyy kasveja eri puolilta maailmaa. Näitä kasvikoelmia käyttävät niin suomalaiset kuin ulkomaalaiset tutkijat. (Lepänen 2013, 28–29.)

Luonnontieteellinen keskusmuseo on tutkimuslaitos, jonka omistaa Helsingin yliopisto. Museossa harjoitetaan tutkimuksia ja opetusta. Museolla on myös neljä näyttelytilaa, jotka ovat avoinna yleisölle. (Kasvitieteellinen puutarha ja kasvimuseo 2013.)

Kaisaniemessä sijaitsevassa puutarhassa voi tutustua niin sademetsään, palmuhuoneeseen kuin aavikkoonkin. Kasvihuoneista löytyy jopa lihansyöjäkasveja, jotka edustavat kasvien sopeutumista erilaisiin ympäristöihin. Puutarhan ulkopuutarha on historiallinen paikka, koska sen polkuverkosto on muodostunut 1800-luvulla ja muotopuutarha on ollut samalla paikalla 1830-luvulta saakka. Ulkopuutarhasta löytyy niin harvinaisuuksia, jotka yleensä menestyvät Suomessa huonosti, kuin kukkakasvejakin. (Kasvitieteellinen puutarha ja kasvimuseo 2013.)

Kumpulan kasvitieteellinen puutarha sijaitsee Kumpulan kartanon mailla. Kumpulan alue on jaettu kulttuuri- ja maantieteellisiin kasveihin. Kulttuurikasvikokoelmaan kuuluu vanha kartanopuutarha ja hyötykasvimaa, joka on sijoitettu päärakennuksen ympärille. Maantieteellisessä kokoelmassa kasvit ovat alkuperäalueittain. (Helsingin yliopiston kasvitieteellinen puutarha 2011.)

3.2 Meilahden Arboretum

Meilahden Arboretum on perustettu vuonna 1967, jolloin sen tehtävänä oli toimia tutustumis- ja havaintopuistona. Puistossa on 140 erilaista puu- ja pensaslajiketta, kokoelma pensasruusulajikkeita sekä perennakokoelma. Ruusut on lajiteltu taustansa mukaan, joko historiallisesti tai kasvitieteellisesti. Arboretumista löytyy historiallisia ruusuja, jotka ovat kotoisin Euroopasta sekä sellaisia ruusuja, joita ei ole tunnistettu. Tämän takia valitsin puutarhan, koska siellä on ainutlaatuisia ruusuja, joita ei ole muualla Suomessa (Leppänen 2013, 29.)

Puu- ja pensaslajeista puistossa löytyy niin tuttuja kuin erikoisuuksia, esimerkiksi käärmekeusasia ja korkkipuita. Perennat on aseteltu perinteisesti kukkapenkkeihin tai puiden ja pensaiden juurelle, jolloin ne toimivat nurmikon sijasta. Puistossa voi vieraila ympäri vuoden, mutta ruusut kukkivat kaikkein kauneimmillaan kesäkuusta elokuuhun. (Leppänen 2013, 29.)

3.3 Oulun yliopiston kasvitieteellinen puutarha ja kasvimuseo

Puutarha on sijaintinsa vuoksi yksi pohjoisimmista puutarhoista maailmassa, jonka takia valitsin puutarhan esiteltäväksi. Puutarha on perustettu vuonna 1960, jolloin se sijaitsi Hupisaarilla, mutta siirtyi 1980-luvulla Linnanmaalle, jossa puutarha nykyisin sijaitsee. Puutarhan kasvivalikoimasta löytyy kasveja, jotka ovat pohjoisesta ja tähän juuri halutaan valikoima painottaa. (Leppänen 2013, 138.)

Puutarhassa tutkimuksia tehdään luonnonsuojelubiologiassa, ja tutkitaan kuinka kasveilla saadaan muodostettua esimerkiksi rakennuksia (Oulun yliopisto 2013). Puutarhassa on myös kasvimuseo, joka on avoinna yleisölle, mutta tutkimuskeskittelle eivät vierailijat pääse, koska näillä kentillä tutkijat saavat tehdä tutkimuksia esimerkiksi erilaisessa ilmanlaadussa, jota voidaan kentällä säätää (Leppänen 2013, 138).

Kasvihuoneet ovat pyramidin muotoisia, ja niissä ovat edustettuna noin 1500:n eri ilmaston kasvilajeja. Ulkopuutarhasta taas löytyy noin 4000 erilaista lajia kasveja. Puutarhasta löytyy muun muassa tunturi- ja vuoristokasveja sekä luonnonkasveja, jotka ovat kotimaisia. (Leppänen 2013, 138.)

3.4 Jyväskylän kasvitieteellinen puutarha

Jyväskylän kasvitieteellinen puutarha on perustettu jo 1880-luvun alussa, jolloin Jyväskylän seminaarille rakennettiin ensimmäiset rakennukset, joiden ympärille istutettiin puita ja pensaita. Pihat toimivat opiskelijoiden oppimisympäristönä, mutta kuitenkin pihat olivat osa myös Jyväskylää itseään tuoden vihreyttä kaupunkiin. (Leppänen 2013, 92.) Valitsin puutarhan esiteltäväksi, koska se on yksi Suomen vanhimpia puutarhoja ja tunnettu Aallonpuistostaan.

Vuosina 1952–1970 alue haluttiin uusia ja kehittää uuteen suuntaan, joten alue rakennettiin uudestaan. Tällöin syntyi puistoalue Aallonpuisto, jonka suunnitteli Alvar Aalto. Aallonpuistosta löytyy vuorimäntyjä sekä puita, jotka kukkivat.

Jokainen viheralue edustaa oman rakennusaikansa kasvivalikoimaa. (Jyväskylän yliopisto 2013.)

3.5 Arboretum Mustila

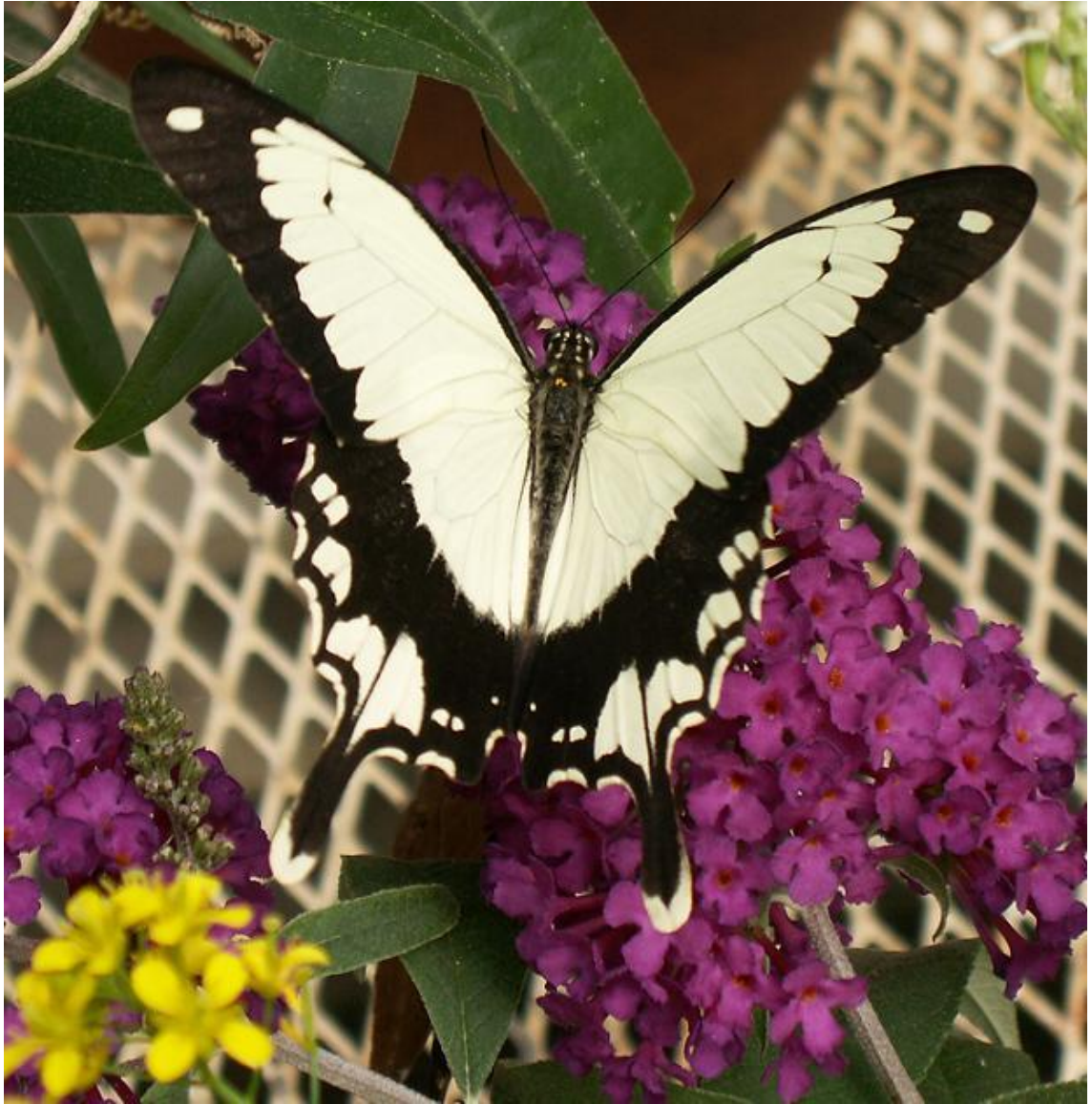
Arboretum Mustilan valitsin, koska se on Suomen vanhin puulajipuisto. Puisto sijaitsee Elimäellä ja on perustettu vuonna 1902, jolloin tarkoituksena oli tutkia, kuinka havupuut viihtyvät Suomessa. Perustamisvuodesta lähtien puutarhassa on viljelty niin kotimaisia kuin ulkomaisiakin puulajeja. Puistometsässä kasvaa havu- ja lehtipuulajeja, sekä satoja pensaita ja perennoja. Arboretumista voi myös ostaa siemeniä ja pikkutaimia, jotka kestävät kylmää. (Arboretum Mustila 2013.) Arboretumia hoitaa ja ylläpitää Mustilan kotikunnassäätiö, joka on avannut puiston julkiseksi kohteeksi vierailta (Leppänen 2013, 65).

Esteettisyys on huomioitu aluetta suunniteltaessa jo vuonna 1902. Alppiruusu-laakso on saanut vaikutteita englantilaisista puistoista ja se onkin kuuluisin osa Arboretum Mustilassa. Koristepuualueelta löytyy muun muassa 70 erilaista lehtipuu- ja pensaslajiketta, 20 vaahteralajia, siipipähkinöitä sekä uhanalainen lakkipuu. (Leppänen 2013, 65.)

4 Kasvitieteellinen puutarha Botania

4.1 Botanian toiminta

Ensimmäinen Joensuun kasvitieteellinen puutarha perustettiin vuonna 1955, jolloin puutarha sijaitsi Kuopiontien varrella Joensuussa. Puutarha oli jo tuolloin Joensuun korkeakoulun omistuksessa. Nykyiselle sijainnilleen Botania valmistui vuonna 1985, ja vuoden 2012 loppuun saakka Botania toimi yliopiston tutkimusten sekä opetuksen ympäristönä ja tukena. Puutarha toimi myös opintokohteena eri oppilaitoksille. Vuoden 2013 alusta Botanian ystävät ry otti vastuun puutarhan toiminnasta. (Lehtovaara 2013.)



Kuva 1. Botanian perhonen. (Kuva: Markku A. Huttunen)

Botania on ainut Suomessa toimiva trooppinen perhospuutarha, joka tekee puutarhasta erikoisen ja vierailun arvoisen. Perhospuutarhaus aloitettiin vuonna 1997 ja on siitä lähtien ollut hyvin suosittu Botaniassa kävijöiden parissa. 11.2.2013 Botania ilmoitti, että puutarha muuttuu ympärivuotiseksi perhospuutarhaksi, mikä tarkoittaa, että perhosia tullaan näkemään joka kuukausi lentelemässä kasvihuoneissa. (Botania 2013.)



Kuva 2. Tropiikki. (Kuva: Vilma Lehtovaara)

Kasvihuoneita löytyy neljä kappaletta: tropiikki, subtropiikin kesä- ja talvisadealueet sekä aavikko. Näistä ilmastotyypeistä on edustettuna noin 700 eri lajiketta. Ulkokuutarhasta löytyy yli 1000 lajia, joista löytyvät muun muassa ravinto-, lääke- ja maustekasveja. (Botania 2013.)

Tropiikissa asuvat myös Botanian tunnettu kultatöytökakadu Juuso ja hänen uudet kaverinsa, amatsoni -linnut Ilmari ja Lasse sekä valkokakadut Väiski ja Veera. Perhosia Botaniassa pääsee näkemään huhtikuusta syyskuuhun. Perhoset tuodaan Englannista suurelta perhosfarmilta ja niitä toimitetaan aina parin viikon välein. (Botania 2013.)



Kuva 3. Kultatöyhtökakadu Juuso. (Kuva: Markku A. Huttunen)

Botaniassa on neljä vakituista työntekijää. Puutarhureina toimivat Laura Laakkonen, Sari Meriläinen ja Yrjö Vähäkallio. Heillä kaikilla on omat vastualueensa, jokaisella on jokin tietty osasto, jota hoitaa. Laura Laakkonen hoitaa myös perhosia ja on saanutkin muutamien lajien kannan säilymään jopa ympärivuotisesti. Laakkonen hoitaa myös papukaijoja. Toimisto- ja asiakasvastaavana toimii Vilma Lehtovaara. Hän hoitaa vastaanottotiskiä, johon kuuluvat myös kahvilan ja matkamuistomyymälän hoitaminen, hoitaa ajanvaraukset ja tapahtumiin liittyvät asiat sekä talon toimistotöitä. (Botania 2013.)

Kävijöitä kiinnostavat tropiikissa ja kesäsadeosastossa muun muassa kaakao-puu, banaani, kaneli ja sokeriruoko, kertoo puutarhuri Sari Meriläinen (2013). Laura Laakkonen (2013) taas kertoo, että aavikko-osasto kiinnostaa suuresti, koska siellä on erikoisia kasveja nähtävillä. Yrjö Vähäkallion vastuulla on ulkopuutarha, jonka hoidossa hän käyttää luonnonmukaisia hoitomenetelmiä. Talvi-aikaan hän työskentelee kasvihuoneissa ja leikkaa suuremmat kasvit, kun ne kasvavat liian suuriksi (Botania 2013).

4.2 Botanian ystävät ry

Botanian ystävät ry perustettiin keväällä 2012, koska Itä-Suomen yliopisto ilmoitti luopuvansa puutarhan ylläpitämisestä. Yhdistyksen tarkoituksena on Botanian toiminnan ylläpito, tehdä sitä tunnetuksi sekä kehittää puutarhan toimintaa. Se haluaa myös kehittää puutarhakulttuuria ja tuoda esille luonnon eri puolia. Puheenjohtajana toimii Jussi Virratvuori ja varapuheenjohtajana Yrjö Vähäkallio. (Botania 2013.)

Yhdistyksen työkuvaan kuuluvat valistus puutarhoihin liittyvistä asioista ja koulutustyö. Yhdistys myös järjestää erilaisia tapahtumia, niin valistus- kuin kulttuuritapahtumia yhteistyönä Botanian kanssa. Rahoitus yhdistykselle turvataan jäsenmaksuilla, yritys yhteistyökumppaneilta sekä Joensuun kaupungin rahoituksella. Yhdistykselle voi myös lähettää lahjoituksia ja Botanian ystävät ry voi asianmukaisen luvan hankittuaan järjestää rahankeräyksiä ja arpajaisia tukeakseen toimintaansa. Yhdistykseen voi liittyä kuka vain, jos haluaa auttaa ja tukea Botanian toimintaa. Henkilöjäsenet voivat käyttää päätösvaltaa yhdistyksessä. Yhdistys pitää kaksi kokousta vuodessa, keväällä ja syksyllä. (Botania 2013.)

5 Venäläiset matkailijat Suomessa

5.1 Tilastotietoa venäläisistä matkailijoista Suomessa

Venäläisten matkailijoiden määrä kasvaa vuosi vuodelta, ja he ovat suuri osa Suomen matkailua. Matkailun edistämiskeskuksen ja Tilastokeskuksen tekemän rajahaastattelututkimuksen mukaan vuonna 2012 venäläiset matkailijat olivat suurin matkustajaryhmä ulkomailta (Taulukko 1).

Suomessa käyneet ulkomaiset matkustajat talvikausina 2007/08-2011/12

| Asuinmaa | Vuosi | | | | | |
|----------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|--|
| | 2007/08 (1000 matk.) | 2008/09 (1000 matk.) | 2009/10 (1000 matk.) | 2010/11 (1000 matk.) | 2011/12 (1000 matk.) | Muutos 2010/11-2011/12, prosenttia (%) |
| Kaikki kävijät | 2 559 | 2 396 | 2 419 | 2 894 | 3 266 | +13 |
| Venäjä | 1 103 | 1 097 | 1 056 | 1 451 | 1 702 | +17 |
| Viro | 198 | 181 | 245 | 232 | 338 | +45 |
| Ruotsi | 319 | 292 | 277 | 277 | 288 | +4 |
| Britannia | 204 | 162 | 133 | 149 | 149 | 0 |
| Saksa | 129 | 104 | 123 | 128 | 126 | -2 |

Taulukko 1. Talvella 2007–2012 Suomessa vierailleet ulkomaalaiset. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu 10.6.2013].

Vuonna 2012 venäläisiä vieraili Suomessa 3,6 miljoonaa, joka on prosentteina 45 kaikista ulkomaalaisista matkailijoista, jotka vierailivat Suomessa (Taulukko 2). Matkustaminen Venäjältä kasvoi siis 10 % edelliseltä vuodelta. (Tilastokeskus 2013a.)

| Asuinmaa | Päiväkävijöiden osuus, prosenttia (%) | Öitä keskimäärin | Öitä yhteensä (1000 yötä) |
|----------------|--|------------------|------------------------------|
| Kaikki kävijät | 45 | 4,1 | 31 048 |
| Venäjä | 70 | 1,1 | 3 827 |
| Viro | 30 | 6,7 | 5 069 |
| Ruotsi | 30 | 4,2 | 2 957 |
| Saksa | 13 | 7,3 | 2 490 |
| Britannia | 9 | 4,8 | 1 323 |
| Norja | 33 | 2,6 | 619 |
| Yhdysvallat | 17 | 7,3 | 1 273 |
| Japani | 19 | 3,2 | 455 |
| Ranska | 12 | 9,0 | 1 151 |

Taulukko 2. Ulkomaisten matkustajien oleskelun kesto Suomessa asuinmaittain vuonna 2012. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu 10.6.2013].

Päivämatkoja venäläiset tekivät eniten, joten he eivät siis yöpyneet Suomessa. Jopa kaksi kolmesta matkustajista ei yöpynyt (Tilastokeskus 2013a). Rahankäyttäjinä venäläiset käyttivät eniten rahaa päivittäin (Taulukko 3).

| Asuinmaa | Vierailua kohden, euroa | Päivää kohden, euroa | Yhteensä, miljoonaa euroa |
|----------------|-------------------------|----------------------|---------------------------|
| Kaikki kävijät | 300 | 59 | 2 292 |
| Venäjä | 248 | 120 | 888 |
| Viro | 190 | 25 | 144 |
| Ruotsi | 222 | 43 | 156 |
| Saksa | 374 | 45 | 128 |
| Britannia | 367 | 63 | 100 |
| Norja | 247 | 68 | 58 |

Taulukko 3. Ulkomaisten matkustajien rahankäyttö Suomessa vuonna 2012 asuinmaittain. Helsinki: Tilastokeskus [viitattu 10.6.2013].

Venäläiset matkailijat käyttivät rahaa päivittäin noin 120 euroa. Vuonna 2012 55 % matkustajista oli vapaa-ajan matkalla ja työmatkalla 21 %. Työmatkoja tehtiin Venäjältä noin 18 000. (Tilastokeskus 2013b.) Tutkimuksen mukaan siis venäläisten matkailu Suomessa jatkaa yhä nousuaan ja varsinkin rajanläheisyydessä asuvat näyttäisivät käyvän vierailulla Suomessa useasti.

5.2 Kaupaks -hanke

Kaupaks -hanke on Josek Oy:n hallinnoima venäläisten matkailuun liittyvä projekti Joensuussa. Hanke auttaa joensuulaisia yrityksiä tuottamaan venäläisille erilaisia tuotteita ja palveluita. Hankkeen tavoitteena on, että Joensuusta tulisi venäläisten tarpeet ja toiveet huomioon ottava kaupunki. Hankkeen toteutusaika on 21.5.2012–31.3.2014. (Josek Oy 2013.)

Varsinkin Itä-Suomen yrityksille venäläisten asiakkaiden palveleminen parhaimman mukaan on merkittävää rajan läheisyyden takia, koska tänne venäläiset matkaavat enemmän. Esimerkiksi Joensuuhun venäläiset matkaavat vuosittain monta kertaa ja näin heidän tarpeensa myös kasvavat, joten Joensuun on tärkeää pyrkiä tarjoamaan heille hyvää palvelua. Joensuussa kaivataan tuotteiden ja palveluiden kehittämistä. Hankkeen toimenpiteitä ovat venäläisten tarpeiden selvittäminen, yhteisen palvelustandardin luominen, yritysten yhteistyöverkostojen rakentaminen ja kehittäminen sekä uusien vetovoimakohteiden kehittäminen ja myös niiden pilotointi. (Josek Oy 2013).

5.3 Venäläiset matkailijat Joensuussa

En valitettavasti löytänyt tilastoja venäläisistä matkailijoista Joensuussa, mutta Josek Oy:n palvelututkimuksen kautta sain hieman tietoa aiheesta. Josek Oy:n toteuttamassa palvelututkimuksessa on tutkittu venäläisten matkailijoiden syitä matkustaa Joensuuhun kuin myös kokemuksia palveluista ja niiden laadusta Joensuussa. (Josek Oy 2012.)

Tutkimuksesta on selvinnyt, että suurin osa haluaa matkustaa Joensuuhun ostosten takia. Lähtään suurin osa on 20–50 vuoden välillä ja naiset haluavat eniten matkustaa Joensuuhun. Oheispalvelut nähdään todella tärkeiksi ja näissä etupäässä ovat kaupat ja niiden tuotteet kuin palvelut sekä toisena ovat majoituspalvelut. Eniten tietoa saadaan ystävilta ja toiseksi eniten internetistä, mutta myös sattumalta saadaan tietoa. (Josek Oy 2012.)

Palvelukokemukset on koettu hyvänä ja suurin osa suosittelisi palveluita ystävilleen ja tutuilleen. Palvelun taso venäläisten kohdalla on parantunut matkailijoiden mielestä joensuulaisissa palveluissa. Joensuun vetovoimana nähdään ostomahdollisuudet, sijainti, luonnonläheisyys ja hintataso. (Josek Oy 2012.)

Joensuuhun kuitenkin kaivattaisiin enemmän venäjänkielistä palvelua, parkkipaikkoja ja lapsille jotakin tekemistä vanhempien ollessa ostoksilla tai muualla

vierailemassa. Lisäksi Joensuusta kaivattaisiin enemmän tietoa esitteisiin, sosiaaliseen mediaan, televisioon ja lehtiin. Kuitenkin suurimmalta osin Joensuu nähdään hyvänä kohteena matkustaa. (Josex Oy 2012.) Kaikki tämä pätee myös puutarhamatkailuun, jossa venäläisten asiakkaiden palveleminen on hyvin samanlaista ja esimerkiksi venäjänkielen osaaminen olisi puutarhojen asiakaspalvelussa hyvin tärkeää.

6 Aikaisemmat tutkimukset

Puutarhamatkailusta on tehty vasta vähän tutkimuksia, mutta opinnäytetöissä on käsitelty aihetta vuosina 2007–2013 tehdyissä töissä. Opinnäytetyöt ovat käsitelleet muun muassa Mikkeli puistoa, puutarhakierrosta ja Marketanpuistoa. Tutkimukset ovat koskeneet puistojen taloudellista vaikuttavuutta, jolla tarkoitetaan, kuinka tuottavia puistot ovat. Lisäksi oli tutkittu asiakastytyväisyyttä ja tuloksien avulla oli haettu kehittämisehdotuksia.

Mikkeli puisto sijaitsee Mikkeliissä ja on perustettu vuonna 2007. Puistosta löytyy mallipuutarhoja, jotka eri yritykset ovat suunnitelleet. Kyselyyn vastanneista suurin osa on ollut naisia ja iältään vastanneet ovat olleet suurimmilta osin 40–69 vuotta. Puiston kävijöistä suurin osa on ollut suomalaisia ja ulkomaalaisia on ollut vain 5 %. Tieto puistosta on saatu joko lehdistä, tuttavilta sekä esitteistä. Suurella osalla vastaajista on ollut vierailun aikana oma pihapuutarha-hanke meneillään, joten he olivat tulleet saamaan ideoita omaa puutarhaansa varten. Tuloksista päätellen asiakkaat arvostavat puutarhojen tapahtumia, palveluita (kuten kahvilaa) sekä puutarhan hoitoa ja sen siistintää. Tärkeäksi kehittämiskohteeksi vastanneet kokivat puiston kahvilan, mutta muita palveluita he eivät kokeneet puutteelliseksi. Kohderyhmien saavuttamiseksi vastaajat toivoivat tapahtumia eri kohderyhmille, markkinoinnin kehittämistä sekä viikoittaisen sähköisen kirjeen lähettämistä. (Haukijärvi 2011.)

Porvoon seudulle kehitettiin uusi puutarha-aiheinen tuote matkailuun, jolle huomattiin olevan tarvetta. Puutarhat valittiin sijainnin mukaan, jotta ne olisivat Porvoon lähellä, sekä mielenkiinnon mukaan. Puutarhakierroksesta järjestettiin testikierros, joiden tuloksista selviää, että puutarhojen sijainti lähellä keskustaa on hyvä, kasvien nimikylttejä kaivattiin enemmän sekä oppaiden ammattitaitoista puutarhakierrosta arvostettiin. (Korhonen 2007.)

Espoossa sijaitseva Marketanpuisto on Suomen suurin näyttelypuisto, jossa esitellään puutarharakentamista. Tutkimuksella haluttiin löytää kehitystä vaativia kohteita ja asiakkaiden mielipiteitä puistosta. Marketanpuiston tutkimuksen tuloksista selviää, että suurin osa vastaajista asuu omakotitalossa, ja että vastanneet olivat jo tienneet entuudestaan puistosta ja jotkut olivat saaneet tietää paikasta tuttavaltaan. Syyksi puistoon vierailuun kerrottiin uusien ideoiden hankkiminen omaan puutarhaansa ja jotkut olivat ammatillisesti kiinnostuneet paikasta. Muita syitä olivat olleet muun muassa lapsien kanssa tehty retki, virkistäytyminen sekä taimien osto. (Sireni & Tamminen 2010.)

Marketanpuistoon on oltu tyytyväisiä, mutta tyytymättömiä asiakkaat ovat olleet opasteiden epäselvyyteen, alueen sekavuuteen, nimikylttien poissaoloon sekä puiston eritasoiset ja ränsistyneet osastot eivät olleet miellyttäneet asiakkaita. Puistoon olisi toivottu suihkulähteitä, erilaisia tapahtumia, puutarhakursseja sekä lisää palveluja, kuten jäätelökioskia. Lisäksi lapsille toivottiin enemmän esimerkiksi keinoja, leikkivälineitä sekä kiipeilytelineitä. (Sireni & Tamminen 2010.)

Tutkimuksissa on yhtäläisyyksiä oman tutkimukseni kanssa, esimerkiksi suurin osa vastaajista on ollut naisia MikkeliPuiston kyselyssä ja myös samaa ikäluokkaa. Tämä näyttäisi tarkoittavan, että naiset ovat enemmän kiinnostuneita puutarhasta kuin miehet ja noin keski-ikäiset sekä eläkeläiset nauttivat eniten puutarhassa käynnistä. Myös asiakkaiden toivomukset ovat samanlaisia esimerkiksi kasvien nimikylteistä, vaikka minun tutkimuksessa ne haluttiin olevan myös venäjäksi. MikkeliPuiston ja Marketanpuiston asiakkaat toivoivat kahvilan kehittämistä ja tuotevalikoiman laajentamista. Myös tässä tutkimuksessa kahvilaa ja

tuotteita tulisi kehittää, sekä opasteet kääntää venäjäksi sekä oppaan venäjänkielentaitoa toivottiin myös. Yhtäläisyyksiä siis löytyy puutarhoissa vierailijoista tutkimusten perusteella, ainakin sukupuolen ja iän perusteella.

7 Asiakastyytyväisyys

7.1 Asiakastyytyväisyys ja siihen vaikuttajat tekijät

Asiakastyytyväisyydellä tarkoitetaan sitä, kuinka yritys vastaa asiakkaiden odotuksia. Yrityksen menestystä ja sen tulevaisuuden suunnitelmia voidaan hyvin mitata asiakastyytyväisyydellä. Asiakkaiden saapuessa ensimmäistä kertaa yritykseen, heillä on omat odotuksensa yrityksestä joko lukeman tai kuuleman mukaan. Palvelukokemus vaikuttaa seuraavaan käyntiin, koska heillä on jo kokemus yrityksen palveluista. Aiemman kokemuksen takia myös asiakkaan laatuvaatimukset nousevat, joten yrityksen palvelun täytyy parantua jatkuvasti. (Lahtinen & Isoviita 1994, 5.)

Asiakastyytyväisyyteen vaikuttavat siis asiakaspalvelu, millaista palvelu on sekä asiakkaan odotukset palvelusta. Asiakkaan mielikuvaan yrityksestä vaikuttavat eri palvelutilanteet, esimerkiksi kuinka häntä palvellaan ja kuinka nopeasti hän saa palvelua. Tyytyväisyyteen vaikuttavat lisäksi hinta-laatusuhde, jolla tarkoitetaan sitä, saako asiakas maksetulla hinnalla yhtä hyvää laatua tuotteelta. Kuitenkin organisaation toiminnan kokonaisuutta ajatellen, ei yksi osa palvelutapahumaa saata vaikuttaa asiakkaan tyytyväisyyteen, vaan hän arvioi myös muita palveluita. (Ylikoski 2000, 152–155.)

7.2 Asiakastyytyväisyyden mittaaminen

Palvelua mitattaessa huomioidaan sen luotettavuus, palveluvarmuus, reagointialttius ja palveluympäristö. Asiakastyytyväisyyttä voidaan mitata monin eri tavoin, mutta yksi suosittu menetelmä on esimerkiksi kysely. Kun aletaan selvittää

asiakastyytyväisyyttä, tulee organisaation miettiä, mitkä ovat tärkeimmät osa-alueet yrityksen toiminnassa, jotka muodostavat tyytyväisyyden. Nämä tekijät ovat kriittisiä tekijöitä ja ne vaikuttavat asiakkaan kokonaiskuvaan. Kriittisiä tekijöitä ovat esimerkiksi palvelun reagointialttius, eli kuinka nopeasti asiakas saa palvelua tullessaan yritykseen. (Ylikoski 2000, 158.)

Valitsin asiakastyytyväisyyskyselyn tähän tutkimukseen, koska Botanian toiveena oli saada tietää venäläisten asiakkaiden mielipiteitä Botaniasta, ja kuinka he saavat tietoa puutarhasta. Kysely on hyvä keino saada tavoitettua monet ihmiset, vaikka ei voi taata, että siihen vastataan. Kävin läpi Botanian väen kanssa asioita, joita he halusivat saada tietää tutkimuksen perusteella, joiden perusteella tein kyselylomakkeet, jotka käännettiin venäjäksi.

Asiakastyytyväisyyskyselyn voi tehdä sähköisesti, postitse tai paikanpäällä. Kyselylomakkeessa kysymykset ovat jokaiselle samat ja niistä saadaan samalla tietää myös henkilökohtaisia asioita, kuten sukupuoli. Kyselyn suorittamisen jälkeen tulokset muutetaan käytäntöön. (Ylikoski 2000, 166–170.) Itse päätin viedä kyselylomakkeet Botaniaan, koska siellä sain parhaiten tavoitettua venäläiset asiakkaat sekä heille pystyi joko vierailun aluksi, tai päätteeksi antaa lomakkeen täytettäväksi.

Tulosten ollessa hyviä, tulee miettiä kuinka tätä tasoa saadaan jatkossakin pidettyä yllä. Jos tulos on huono, täytyy miettiä toimenpiteitä joilla saadaan tasoa nostettua. Jotta saataisiin vertailtua asiakastyytyväisyyttä entisiin tuloksiin, tutkimus tulisi järjestää esimerkiksi vuoden välein, jolloin nähtäisiin ovatko toimenpiteet vaikuttaneet tai onko tyytyväisyys pysynyt hyvänä. Kuluttajien ostoaiheet ja uskollisuus tulevat hyvin esille asiakastyytyväisyyttä mitattaessa ja uskolliset asiakkaat tekevät yrityksestä menestyvän, koska tämä on positiivista markkinointia, joka tapahtuu asiakkaiden sosiaalisissa tilanteissa. (Ylikoski 2000, 166–170.)

8 Tutkimusmenetelmät

8.1 Kyselylomake

Opinnäytetyöni on selvitys, jossa tulokset esitetään numeraalisesti, esimerkiksi kuvioiden avulla, joista tehdään lopuksi johtopäätökset. Tutkimuksen aloitin keskustelemalla Botanian työntekijöiden kanssa siitä, mitä he haluaisivat saada tietää venäläisiltä matkailijoilta ja keskustelun perusteella tein kyselylomakkeen (liite 1). Kyselylomakkeen käänsin venäläisen ystäväni avustuksella venäjäksi, jotta vastaaminen helpottuisi, koska venäläiset eivät saata puhua englantia, varsinkaan vanhemmat ihmiset.

Kyselylomake (liite 1) sisältää monivalintakysymyksiä ja avoimia kysymyksiä sekä asteikkoihin perustuvia kysymyksiä. Kyselylomakkeena käytin standardoitua lomaketta, jossa kysymykset on mietitty etukäteen ja ovat kaikille täysin samat. (Vilka 2007, 28–29.) Lomakkeessa on mielipidettä mittaavia kysymyksiä, joten käytin asteikkoa, jossa on niin myönteisiä kuin kielteisiä vastausvaihtoehtoja kysymykseen, joista vastaajat saavat valita omaa mielipidettä vastaavan vaihtoehdon. (Vilka 2007, 46.)

Asiakastyytyväisyys selvityksessä hyvä keino kerätä aineistoa on kysely, koska sillä saadaan kysyttyä monta asiaa ja saadaan tavoitettua monet ihmiset. Lomakkeen tulee olla hyvin suunniteltu, eli kysymykset tulisi olla loogisessa järjestyksessä, jotta asiakkaan on helppo ja nopeaa vastata lomakkeeseen. Lomakkeen läpi käynnin jälkeen voidaan tehdä tietokoneen avulla tuloksista esimerkiksi erilaisia kuvioita. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2007, 190–191.) Kyselylomakkeet (liite 1) olivat Botaniassa heinäkuun alusta elokuun loppuun. Valitsin kyseisen ajankohdan, koska se on suosittu loma-aika Venäjällä, jolloin venäläiset useimmiten matkustavat (Matkailun edistämiskeskus 2013).

Kyselyn huonona puolena on, ettei siihen välttämättä vastata tai vastaajat eivät saata jaksaa keskittyä vastaamiseen, joten aineistoa ei voi pitää täysin luotettavana (Hirsjärvi ym. 2007, 190). Kyselylomakkeen laatimisessa on tärkeää, ettei tee kysymyksistä liian pitkiä, koska tällöin kysymystä ei saateta ymmärtää kunolla. Kysymykset tulee myös muotoilla selkeästi, jotta ne ymmärretään, jolloin tulee pitää mielessä, ettei käytä monimerkityksisiä sanoja, kuten ”useimmat” tai

”yleensä”, koska eri henkilöt saattavat kyseiset sanat ymmärtää täysin eri tavoin. (Hirsjärvi ym. 2007, 197.) Tein kysymykset mahdollisimman lyhyiksi ja vältin sanoja, jotka saatettaisiin ymmärtää eri tavalla kyselylomakkeessa. Yritin myös tehdä lomakkeesta mahdollisimman lyhyen, jotta se ei veisi vastaajalta paljon aikaa. Kuitenkin tutkimuksessani kyselyn vastaamattomuus tuli vastaan, koska asiakkaat eivät jaksaneet vastata kiertelyn jälkeen tai eivät halunneet.

8.2 Tutkimuksen aineiston analyysi

Analyysiin voidaan ryhtyä, kun aineisto on saatu kerättyä. Analyysitapoja on useita, voidaan esimerkiksi käyttää tilastollisia menetelmiä, joissa tehdään aineistosta kuvioita ja näiden perusteella päätelmiä. Analysointi on yksi vaihe kyselyn loppuun saattamisessa, mutta kysely on valmis vasta, kun tutkija on tulkinut analysoimansa aineiston, jolla tarkoitetaan sitä, että tutkija miettii tuloksia ja kehittää näistä johtopäätökset tutkimukseen. (Hirsjärvi ym. 2009, 224.)

Asiakastytyväisyys selvityksen alussa toivoin saavani noin 100 vastausta, mutta vastauksia sain 38 kappaletta, jotka ensin käänsin venäläisen ystäväni kanssa. Vastausten suomenkielelle kääntämisen jälkeen merkitsin vastaukset erilliseen tiedostoon, joista lopuksi tein kuvioita. Käytin kuvioita, koska niillä saadaan kerättyä hyvin esimerkiksi mielipiteitä ja asenteita. (Vilkkä 2007, 111–112.) Ilokseni huomasin, että vastaajat olivat mielellään vastanneet myös avoimiin kysymyksiin, joissa he antoivat kehitysehdotuksiaan Botanicalle.

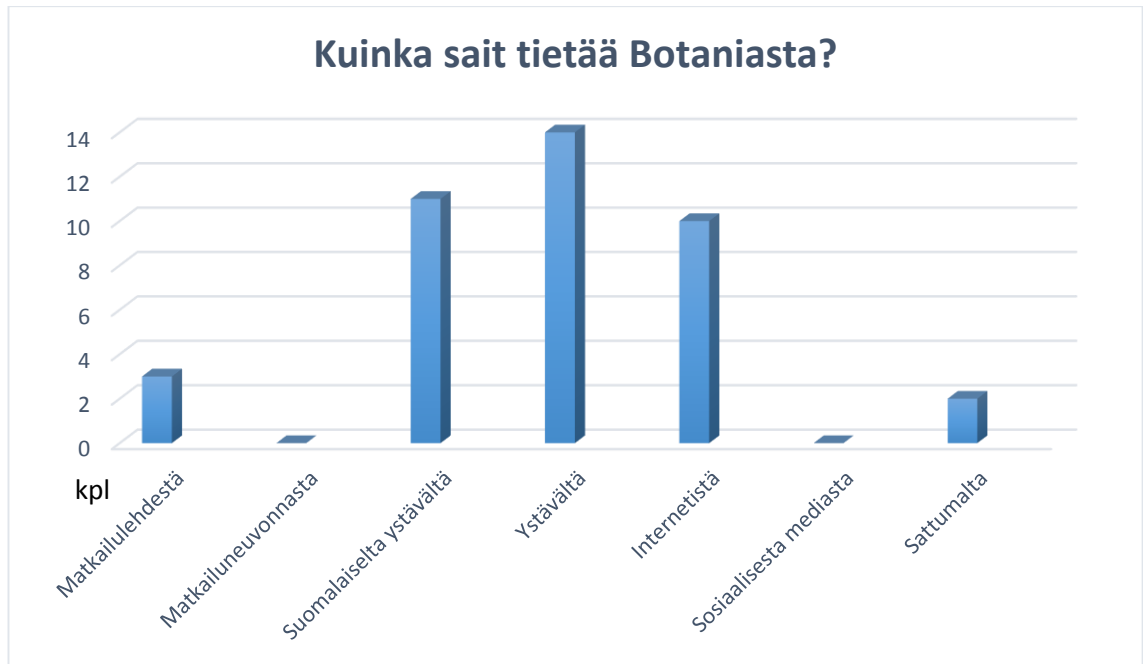
Aineistoa läpikäydessäni huomasin, etteivät kaikki olleet ymmärtäneet asteikkoa oikein, mikä siis tarkoittaa, että asteikko ei ollut onnistunut oikein. Asteikon vastustekniikka oli hämmentänyt vastaajia, joten näitä vastauksia jouduin miettimään kunnolla, jotta ymmärsin, mitä he olivat halunneet vastata. Voi tietenkin myös olla, etten ole ymmärtänyt täysin oikein heidän vastaustaan, mutta olen kuitenkin yrittänyt ymmärtää mahdollisimman hyvin heidän vastauksensa. Tämä vaikuttaa tutkimuksen reliaabeliuteen, jolla tarkoitetaan tutkimuksen luotettavuutta (Hirsjärvi ym. 2007, 226–227).

Lopuksi tutkija esittää tulokset sanallisesti. Itse kävin kuvioita läpi ja tein muistiinpanoja kuvioista sekä kyselylomakkeista, joista lopulta tein johtopäätökset ja kehitysehdotukset Botanicalle. Tulokset tulisi selittää mahdollisimman ymmärrettävästi, jotta lukija ymmärtää sisällön ja tulokset. Tutkijan tulee myös tehdä yksinkertainen yhteenveto tuloksista tutkimusongelmaansa, joista käy ilmi tutkimuksen tulosten pääasiat, eli mitä tutkimuksesta selvisi. (Vilka 2007, 147–148.)

9 Tulokset

Opinnäytetyöni tavoitteena oli selvittää Botanicalin venäläisten asiakkaiden kiinnostus- ja kehittämiskohteet Botaniassa. Tavoitteenani oli selvittää minkä ikäisiä asiakkaita he ovat, mistä päin Venäjää asiakkaat tulevat, mistä he pitävät Botaniassa ja mitä kehitettävää heidän mielestään Botaniassa olisi. Opinnäytetyöni tutkimuksen tuloksia Botania voi hyödyntää toimintansa kehittämiseen ja henkilökunta saa myös tietää, mistä venäläiset asiakkaat pitävät Botaniassa jo entuudestaan.

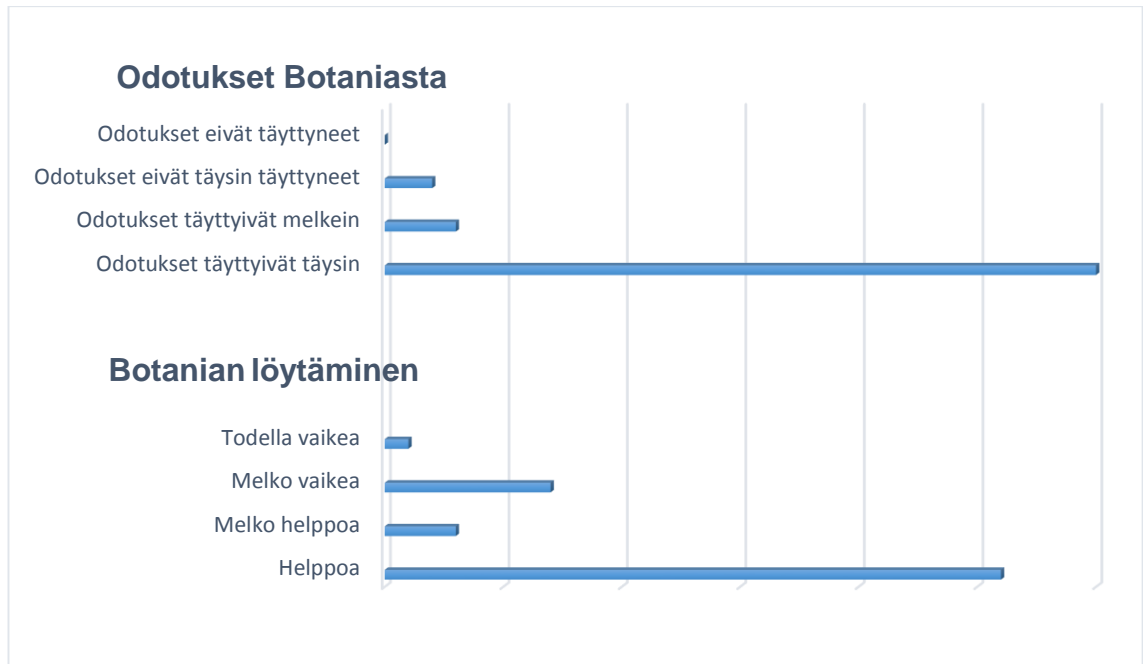
Aineistosta käy ilmi, että suurin osa kyselyyn vastanneista on kotoisin Karjalan tasavallasta sekä Pietarista. Muita asuinpaikkoja olivat Arkangeli, Kazan, Murmansk, Petroskoi sekä Värtsilä. Joensuussa asuvia venäläisiä oli kaksi. Vastanneista suurin osa oli naisia ja iältään vastanneet olivat 30–60 vuoden välillä.



Kuvio 1. Mistä vastaajat olivat saaneet tietoa Botaniasta.

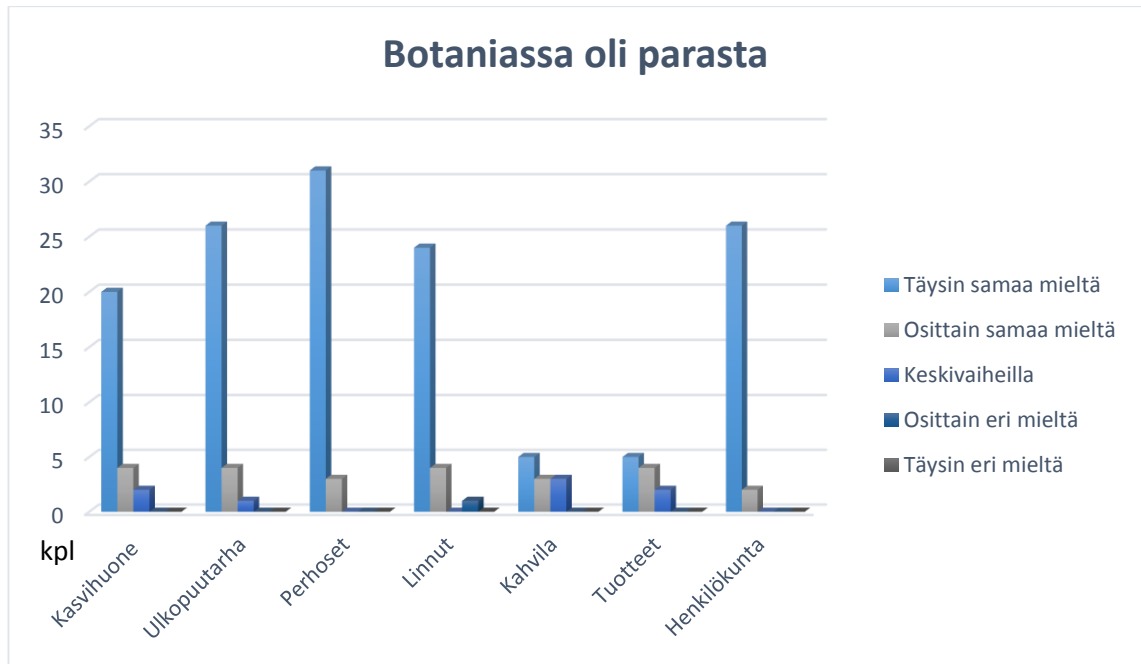
Suurin osa oli saanut tietää Botaniasta ystävältään, joko venäläiseltä tai suomalaiselta. Internetistä ja matkailulehdestä oli saanut tiedon muutama, ja pari oli sattumalta saanut tietää puutarhasta. Markkinointia voisi siis kehittää enemmän, jotta tieto tulisi muualtakin kuin ystäviltä, esimerkiksi sosiaalisen median voisi ottaa markkinointiin mukaan tiiviimmin. Botanialla kuitenkin näyttäisi olevan hyvä maine venäläisten keskuudessa, koska paikkaa suositellaan muille ja monet palaavat käymään puutarhassa uudelleen.

Suurimman osan mielestä Botaniaan löytäminen oli helppoa, mutta muutama vastaaja oli sitä mieltä, että puutarhaa oli vaikea löytää, mikä selittynee sillä, että puutarha sijaitsee hieman keskustasta pois päin. Kuviosta ilmenee, että odotukset ovat suurimmalta osalta vastaajista täyttyneet, mutta joidenkin vastaajien mielestä jotain oli jäänyt puuttumaan täydellisestä kokemuksesta.



Kuvio 2. Millaisia odotuksia vastaajilla oli Botaniasta ja kuinka he löysivät puutarhan.

Parasta Botaniassa ovat olleet selkeästi perhoset, ulkopuutarha, linnut ja palvelu. Palveluun oli melkein jokainen ollut täysin tyytyväinen ja perhoset sekä linnut olivat miellyttäneet kaikenikäisiä kävijöitä. Eniten kehittämistä näyttäisivät vaativan myytävät tuotteet sekä kahvila, jotka olivat jääneet ilman vastauksia kyselylomakkeissa. Kahvilaa ja myytävänä olevia tuotteita kannattaisi siis kehittää, jotta kokonaisuudesta saataisiin miellyttävä jokaiselta osaltaan. Kahvilaan voitaisiin lisätä esimerkiksi paikallisia erikoisuuksia, vaikka pohjoiskarjalaisia leivonnaisia, kuten erilaisia piirakoita. Kahvilaa voisi kehittää hieman viihtyisämmäksi, esimerkiksi sisustamisella. Tuotetarjontaan voisi ajatella lisättävän enemmän erilaisia kasveja, yrtejä ja taimia sekä erilaisia sesonkituotteita.



Kuvio 3. Vastaajien mielestä parhaimmat palvelut Botaniassa.



Kuva 4. Botanian kahvila. (Kuva: Markku A. Huttunen)

Avoimissa kysymyksissä haettiin kehitysehdotuksia kävijöiltä ja vastaukset olivat hyvin samanlaisia. Kaikkein eniten toivottiin, että opastus ja kasvien nimet olisivat venäjäksi. Tällä hetkellä nimet ovat suomeksi ja englanniksi ja opastus tapahtuu myös samoilla kielillä. Venäjänkielinen opastus olisi hyvä uudistus, koska varsinkin vanhemmat ihmiset eivät saata ymmärtää englantia ollenkaan. Näin saataisiin elämyksestä parempi, koska kaikki ymmärtäisivät kasveista kunnolla.

Lintuja sekä muita eläimiä toivottiin lisää sekä mahdollisuus hedelmien maisteluun kasvihuoneissa. Myös erilaisia hyönteisiä toivottiin enemmän kasvihuoneisiin. Huonoksi puoleksi todettiin pääsylippujen hinnat. Lippujen hinta on tällä hetkellä yhdeksän euroa aikuisilta, kouluikäisiltä 5 euroa ja alle kouluikäisiltä 3 euroa. Alennuksia lipuista saavat myös eläkeläiset, opiskelijat, työttömät sekä ryhmät.

Jotta puutarhasta saataisiin vetovoimaisempi kohde niin suomalaisille kuin ulkomaalaisille, täytyy miettiä mitä voitaisiin tehdä tämän aikaansaamiseksi. Botania voisi alkaa tehdä yhteistyötä niin suomalaisten kuin ulkomaalaistenkin yritysten kanssa, jotta saataisiin tavoitettua ihmisiä eri puolilla maailmaa. Esimerkiksi yhteistyö Pietarin kasvitieteellisen puutarhan tai matkailutoimiston kanssa voisi olla hyödyksi markkinoinnin kannalta. Näin molemmat hyötyisivät toisistaan saamalla mahdollisia uusia asiakkaita.

Matkatoimistot myyvät paljon erilaisia matkapaketteja, joten voisi olla hyvä jos Botania liitettäisiin osaksi esimerkiksi johonkin kaupunkimatkapakettiin. Tällöin puutarha kuuluisi paketin käyntikohteeksi, jolloin asiakkaat pääsisivät tutustumaan Suomen ainoaan perhospuutarhaan, joka tekee puutarhasta ainutlaatuisen.

Toisista suomalaisista puutarhoista tehdyistä tutkimuksista yhtenä Marketanpuisto vierailijan toiveena on ollut puutarhakurssien järjestäminen ja tämä olisi mielestäni hieno lisä Botaniankin toimintaan, koska uskoisin että kurseille olisi osallistujia. Lapsia käy Botaniassa perheiden kanssa, ja heille onkin esimerkiksi pehmoleluja ostettavissa ja linnut sekä perhoset ovat kasvihuoneissa ilahduttamassa, mutta lapsille voisi kehitellä jotain muutakin esimerkiksi ulkopuutarhaan kesäisin. Marketanpuiston tutkimuksessa toivottiin lapsille leikkialuetta tai keinoja, joten esimerkiksi keinut olisi hyvä lisä Botanian toimintaan. Tarjota voisi myös jotain muuta virikettä, esimerkiksi piirtämisen muodossa pienemmille lapsille, jotka eivät vielä jaksaa kiertää puutarhaa. Lapsia ajatellen, olisi hienoa, jos Botania voisi miettiä, että voisiko joitain kasveja esimerkiksi laittaa lapsien tasolle, jotta he tuntisivat olevansa omassa pienessä viidakossaan kierrellessään

kasvihuoneissa. Tämä varmasti tekisi vanhempien puutarha elämyksestä myös ikimuistaisen.

10 Lopuksi

Uskon, että puutarhamatkailulla on tulevaisuus Suomen matkailussa. Suomessa on paljon erityyppisiä puutarhoja ja puistoja, joissa on potentiaalia matkailukohdeksi. Puutarhoista ollaan kiinnostuneita ja ihmiset voisivat mennä puutarhoihin rentoutumaan ja saamaan ideoita omiin puutarhoihin. Luulisin, että ihmiset, jotka ovat kiinnostuneita kestävästä kehityksestä, puutarhat olisivat mainio kohde vierailuilla. Tietenkin on mahdollista, että puutarhassa vierailu saattaisi tuoda kestävä kehityksen sellaisille mieleen, joille se ei ole niin tärkeä asia. Mielestäni Suomesakin on puutarhoja, joissa kannattaa käydä. Tämä tarkoittaa, että ulkomaalaisille täytyisi saada Suomen puutarhat tietouteen, eli panostaa yhä enemmän markkinointiin.

Joensuun kasvitieteellisellä puutarhalla Botanialla tulee olemaan tulevaisuudessa tärkeä osa Joensuun matkailussa, kunhan toimipaikan toimintaa vielä kehitetään ja otetaan huomioon matkailijoiden tarpeet ja toiveet. Puutarha voisi alkaa tehdä yhteistyötä eri yritysten kanssa ja näin myös liittyy se osaksi jotakin matkapakettia. Tutkimuksestani selvisi, että Botaniaa suositellaan Venäjällä ystäville sekä kävijät tulevat Suomen rajan läheisyydestä, joten nämä voisivat olla mahdollisia yhteistyökumppaneita. Puutarha käyttää hyvin sosiaalista mediaa, mutta voisi vielä alkaa käyttämään Twitteriä, Instagramia ja Vkontaktia, joita käytetään nykyään paljon, ja näin tavoittaa uusia asiakkaita.

Tutkimuksen luotettavuutta vähentää kyselylomakkeiden asteikko, joka ei ollut onnistunut, koska se aiheutti hämmennystä vastaajissa, joten jouduin itse miettimään tarkkaan heidän vastauksiaan. Kyselylomakkeiden oli tarkoitus mitata sitä mitä Botania halusi, mutta asteikon epäonnistumisen takia se ei täysin onnistunut. Luotettavuutta lisää kuitenkin se, että kyselylomakkeessa kysyttiin ainoastaan niitä asioita, joita Botania halusi tietää eli mitä tutkimuksessa tutkittiin. Olen

myös käyttänyt työssäni ainoastaan luotettavia lähteitä sekä harkinnut tarkkaan kyselylomakkeiden analysoinnit.

Eettisyys näkyy työssäni käyttämällä lähteitä oikealla tavalla eli olen merkinnyt jokaisen lähteen jota olen käyttänyt, ja kuka on lähteen tekijä. Tutkimuksen aineistoa olen käsitellyt luottamuksella, joten olen käynyt sen läpi vain itse ja olen tehnyt taulukot sekä johtopäätökset.

Aihetta pystyy vielä jatkamaan, jos haluaa tehdä opinnäytetyön kyseisestä aiheesta. Jatkotutkimuksena voisi tehdä markkinointitutkimuksen, jolla saataisiin kehitettyä Botanian markkinointia, esimerkiksi enemmän Venäjän suuntaan. Lisäksi voisi tehdä tutkimuksen puutarhan tilasta jossain vaiheessa, josta nähtäisiin, onko puutarha kehittynyt. Tutkimustani voidaan hyödyntää puutarhaan liittyviin toisiin tutkimuksiin.

Opinnäytetyöprosessi on ollut pitkä ja vaativa, mutta olen oppinut paljon. Opin kyselylomakkeiden tekemisen ja niiden analysoinnin sekä tiedonhakemisen. Olisin saattanut saada enemmän aineistoa ja kehitysehdotuksia, jos olisin käyttänyt haastattelua, mutta tämä olisi ollut vaikea toteuttaa, koska en puhu venäjää, joten mielestäni Survey-tutkimus oli paras keino toteutukseen. Puutarhamatkailu oli itselleni uusi tuttavuus, joten tartuin heti tilaisuuteen tehdä aiheesta opinnäytetyö. Asiasta olen iloinen, koska olen oppinut itse niin puutarhoista kuin matkailusta paljon uutta, ja kehittynyt ammattitaidoltani.

Lähteet

- Arboretum Mustila. 2013. Arboretum Mustila. <http://www.mustila.com/index2.htm> 22.2.2013.
- Avoimet puutarhat. 2013. Avoimet Puutarhat- valtakunnallinen teemapäivä. <http://www.avoimetpuutarhat.fi/fin/tapahtumainfoa/>. 16.12.2013.
- Botania. 2013. Botania- valohoitoa ja virkistäytymistä. <http://www.botania.fi/?cat=infotiedot&id=147021> 5.6.2013.
- Haukijärvi, E. 2011. Mikkeli puiston taloudellinen vaikuttavuus. 2011. <http://theseus.fi/bitstream/handle/10024/38273/MIKKELI-PUISTO%20ONT.pdf?sequence=1>. 7.1.2014.
- Helsingin yliopiston kasvitieteellinen puutarha. 2011. Suomen kasvitieteelliset puutarhat. <http://www.kasvitieteellisetpuutarhat.fi/>. 22.2.2013.
- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2007. Tutki ja kirjoita. Tammi: Helsinki
- Huttunen, M. 2013a. Naamioritari. <http://botania.tehonet.fi/images/osastot/asukit/kuva.jpg>. 27.1.2014
- Huttunen, M. 2013b. Kultatöyhtökakadu Juuso. <http://botania.tehonet.fi/images/osastot/asukit/kuva%20d.jpg>. 27.1.2014.
- Huttunen, M. 2013c. Botanian kahvila. http://botania.tehonet.fi/images/kuvat/kahvio_poydat.jpg . 27.1.2014
- Häyrynen, M. 2011. Matka suomalaisiin puutarhoihin. <http://www.gardenartsociety.fi/puutarhamatkailu.html>. 9.4.2013.
- Josek Oy. 2012. Palvelututkimus Joensuussa. http://www.josek.fi/files/file/kaupaks/kaupaks_info.pdf. 9.12.2013.
- Josek Oy. 2013. Kaupaks-hanke. <http://www.josek.fi/kaupaks/>. 10.6.2013.
- Jyväskylän yliopisto. 2013. Kasvitieteellinen puutarha. <https://www.jyu.fi/erillismuseo/luonto/puutarha>. 9.12.2013.
- Kasvitieteellinen puutarha ja kasvimuseo. 2013. Kasvitieteellinen puutarha ja kasvimuseo. <http://www.luomus.fi/kasvitiede/>. 22.2.2013.
- Korhonen L. 2007. Matkailuyrityksen tuotekehitys – case Puutarhakierros. http://theseus.fi/bitstream/handle/10024/7243/Matkailu_Laura_Korhonen.pdf?sequence=1. 7.1.2014.
- Laakkonen, L. 2013. Puutarhuri. Botania. <http://www.botania.fi/?cat=infotiedot&id=147021>. 10.12.2013.
- Lahtinen J. & Isoviita A. 1994. Asiakaspalvelu. Kokkola: Avaintulos.
- Lehtovaara, V. 2013. Muistiinpanot opinnäytetyön palaverista. 22.2.2013.
- Lehtovaara, V. 2013. Tropiikki. <http://botania.tehonet.fi/images/osastot/tropiikki/kuva%20h.jpg>. 27.1.2014
- Leppänen, P-K. 2013. Suomen 100 Puistot ja puutarhat. Helsinki: Karttakeskus Oy.
- Matkailun edistämiskeskus. 2012. Matkailu Venäjältä Suomeen lisääntyi talvella 2011–2012. http://www.mek.fi/w5/mekfi/index.nsf/%28Pages%29/Rajahaastattelututkimus_talvi_2011-2012?opendocument&np=F. 10.6.2013.
- Matkailun edistämiskeskus. 2013. Ulkomaan matkailu: VENÄJÄ – RUSSIA. <http://mek.fi/mis2/mismarke.nsf/pages/VEN%C3%84J%C3%84%20%20RUSSIAOTRAVEL?opendocument&np=C-20&ind=w5/mekfi/index.nsf>. 10.6.2013.
- Meriläinen, S. 2013. Puutarhuri. Botania. <http://www.botania.fi/?cat=infotiedot&id=147021>. 10.12.2013.

- Oulun yliopisto. 2013. Kasvitieteellinen puutarha. <http://www oulu.fi/biodiversiteettiyksikko/node/1390> 22.2.2013.
- Pohjolan Matka. 2013. Nordiska trädgårdar ja Viking Line risteily Tukholma <http://www.pohjolanmatka.fi/fi/matkat/matkakohteet/erikoismatkat/tukholma/nordiskatradgardarjavikinglineristeilytukholmaan>. 22.2.2013.
- Sireni P. Tamminen S. 2010. Marketanpuiston vetovoimaisuuden kehittäminen palvelumuotoilun menetelmin. http://theseus.fi/bitstream/handle/10024/24516/Sireni_Tamminen.pdf?sequence=1. 7.1.2014.
- Tilastokeskus. 2012. Rajahaastattelututkimus. Matkailu Venäjältä Suomeen lisääntyi talvella. 2011–2012. http://www.stat.fi/til/rajat/2012/01/rajat_2012_01_2012-09-19_tie_001_fi.html. 10.6.2013.
- Tilastokeskus. 2013a. Rajahaastattelututkimus. Matkailu ulkomailta Suomeen kasvoi vuonna 2012. http://www.stat.fi/til/rajat/2012/rajat_2012_2013-05-30_tie_001_fi.html. 10.6.2013.
- Tilastokeskus. 2013b. Rajahaastattelututkimus. Ulkomaisten matkustajien oleskelun kesto Suomessa asuinmaittain vuonna 2012. http://www.stat.fi/til/rajat/2012/rajat_2012_2013-05-30_tau_003_fi.html. 10.6.2013.
- Tilastokeskus 2013c. Rajahaastattelututkimus. Ulkomaisten matkustajien rahankäyttö Suomessa vuonna 2012 asuinmaittain. http://www.stat.fi/til/rajat/2012/rajat_2012_2013-05-30_tau_006_fi.html. 10.6.2013.
- Vilka, Hanna 2007. Tutki ja mittaa, määrällisen tutkimuksen perusteet. Jyväskylä: Tammi.
- Ylikoski, T. 2000. Unohtuiko Asiakas? Keuruu: Otavan Kirjapaino Oy.

Hyvä vastaanottaja

Oheisella kyselylomakkeella kerään Teidän mielipiteitänne Kasvitieteellisestä puutarhasta Botaniasta. Tulosten avulla halutaan kehittää Botaniaa parempaan suuntaan ja matkailijoille paremmaksi. Vastaamalla voitte siis vaikuttaa Joensuun matkailun parantamiseen ja kehittämiseen. Vastauksianne käsitellään luottamuksellisesti ja niitä käytetään vain tutkimukseni aineistona. Pyydän Teitä täyttämään kyselylomakkeen ja jättämään sen oheiseen palautuslaatikkoon.

Vastaamiseen menee noin 10 minuuttia. Tutkimus on osa Karelia ammattikorkeakoulun matkailun koulutusohjelman opinnäytetyötä. Toimeksiantajana opinnäytetyössä on Botania.

Kiitos ajastanne ja hyvää kesän jatkoa!

Ystävällisin terveisin

Tiia Kurki

sähköposti: tiia.kurki@edu.karelia.fi

Työni ohjaajina toimivat tuntiopettaja Tuija Kainulainen (sähköposti: tuija.kainulainen@karelia.fi) ja yliopettaja Tarja Kupiainen (sähköposti: tarja.kupiainen@karelia.fi) Karelia-ammattikorkeakoulusta.

Botania:

Linnunlahti, Heinäpurontie 70, 80110 Joensuu

sähköposti: vilma.lehtovaara@botania.fi

puhelinnumero: 050 5629 482

Rastittakaa sopivin vaihtoehto

Taustatiedot

1. Sukupuoli:

nainen mies

2. Ikä: _____

3. Ammatti:

työntekijä koululainen/opiskelija
 yrittäjä työtön
 johtavassa asemassa kotiäiti tai -isä
 ylempi toimihenkilö eläkkeellä
 alempi toimihenkilö muu, mikä?

4. Asuinpaikka:

Moskova

Pietari

Karjalan tasavalta

Muu, mikä? _____

Botania:

Olkaa hyvä ja rastittakaa valitsemanne vaihtoehto:

5. Kuinka saitte tietää Botaniasta?

- Matkailulehdestä
- Matkailuneuvonnasta
- Suomalaiselta ystävältä
- Ystävältä
- Internetistä
- Sosiaalisen median kautta
- Sattumalta

6. Botaniaan oli helppo löytää: Laittakaa rasti parhaiten kuvaavaan vaihtoehtoon välillä 1–5
täysin samaa mieltä 1 2 3 4 5 täysin eri mieltä

- a) Kyllä
- b) Ei

7. Odotukset Botaniasta täyttyivät: Laittakaa rasti parhaiten kuvaavaan vaihtoehtoon välillä 1–5.
täysin samaa mieltä 1 2 3 4 5 täysin eri mieltä

- a) Kyllä
- b) Ei

8. Botaniassa oli parasta: Valitkaa sopivin vaihtoehto asteikolla 1 -5.
Täysin samaa mieltä 1 2 3 4 5 Täysin eri mieltä

- a) Kasvihuoneet
- b) Ulkopuutarha
- c) Perhoset
- d) Linnut
- e) Kahvila
- f) Tuotteet
7. Palvelu

10. Mitä muita palveluita toivoisitte saavanne Botaniassa?

11. Olisiko teillä kehitysehdotuksia?

Paljon kiitoksia vastauksistanne!

Уважаемый клиент

В этом прилагаемом опроснике хотелось бы узнать ваше мнение о ботаническом саде Botania. Полученные результаты хотим использовать для развития и улучшения ботанического сада для посетителей и туристов. Отвечая на этот опросник вы поможете улучшить развития туризма в городе Йоенсуу. Ваши ответы буду конфиденциальными и будут использованы только для исследования. Просим вас ответить на вопросы и опустить в ящик. На заполнения бланка у вас уйдет примерно 10 минут.

Исследование является частью дипломной работы Карельского университета прикладных наук. Клиент ботанический сад Botania.

Спасибо за ваши ответы и хорошего вам лета!

С уважением
Тия Курки

электронная почта: tiia.kurki@edu.karelia.fi

Мой руководитель работы Туйя Кайнулайнен (почта: tuija.kainulainen@karelia.fi) и преподаватель университета Тарья Купийainen (почта: tarja.kupiainen@karelia.fi) Карельский университет прикладных наук.

Ботанический сад. Botania:

Linnunlahti, Heinäpurontie 70, 80110 Joensuu

почта: vilma.lehtovaara@botania.fi

телефонный номер: 050 5629 482

Пожалуйста отметьте подходящий для вас ответ

Основная информация

1. Пол: женщина мужчина

2. Возраст: _____

3. Профессия: работник школьник / студент
 предприниматель безработный
 начальник домохозяйка или домохо-
 зяин
 руководитель на пенсии
 среднерабочий другое, что?

4. Место жительство:

Москва Санкт-Петербург
 Республика Карелия Другое, где? _____

Ботанический сад:

Пожалуйста отметьте подходящий для вас ответ:

5. Откуда вы узнали о ботаническом саде?

- из туристической газеты
- от туроператора
- от финских друзей
- от друзей
- из интернета
- из социальных сетях
- Случайно

6. Ботанический сад легко найти: Пожалуйста поставьте подходящий для вас ответ. полностью согласны 1 2 3 4 5 полностью не согласны

a) да

b) нет

7. Ожидания ботанического сада оправдались: Пожалуйста поставьте подходящий для вас ответ. полностью согласны 1 2 3 4 5 полностью не согласны

a) да

b) нет

8. В ботаническом саду лучше: Пожалуйста поставьте подходящий для вас ответ. полностью согласны 1 2 3 4 5 полностью не согласны

a) Теплицы

b) Сад

c) Бабочки

d) Птицы

e) Кафе

f) Продукты

7. Обслуживание

10. Какие другие услуги вы хотели бы получить от ботанического сада?

11. Есть ли у вас предложения по улучшению ботанического сада?

Большое спасибо за ваши ответы!

Kyselyn tulokset ja kehitysehdotukset Botanialle

- Kävijät ovat iältään 25–60 vuotta ja ovat joko työssäkäyviä tai eläkkeellä olevia.
- Perheet lapsien kanssa pitävät Botaniasta.
- Kävijät ovat kotoisin Karjalan tasavallasta, Pietarista, Petroskoista, Arkan-
gelista, Kazanista, Murmanskista, sekä Värtsilästä. Pari kävijää asui Jo-
ensuussa.
- Tieto Botaniasta saatiin suurimmalta osin venäläiseltä ystävältä, suoma-
laiselta ystävältä sekä internetistä.
- Botaniaan oli ollut helppo löytää.
- Botania oli täyttänyt odotukset, mutta jotakin oli jäänyt kuitenkin puuttu-
maan, jotta elämys olisi ollut täydellinen.
- Parasta Botaniassa ovat olleet perhoset, ulkopuutarha ja linnut.
- Palveluun on oltu tyytyväisiä kaikin puolin.

Kehittämisehdotuksia:

- Eniten kehittämistä vaatisivat kahvila ja tuotteet.
- Kahvilaan voisi ajatella lisättävän erilaisia makeita ja suolaisia leivonnaisia ja erilaista juotavaa. Esimerkiksi paikalliset tuotteet ja leivonnaiset saattai-
sivat olla hyvin myyviä kahvilassa.
- Tuotteisiin voitaisiin lisätä enemmän kasvien siemeniä, kesä- ja hyötykas-
vien taimia, sesonkituotteita (esimerkiksi kransseja, koristeita, kukkaistu-
tuksia) ja Botania -magneetteja, esimerkiksi Juusomagneetteja.
- Markkinointia voitaisiin kehittää, jotta saataisiin venäläiset asiakkaat tie-
toiseksi Botaniasta, esimerkiksi lisätä markkinointia Venäjän puolelle.
- Sosiaalisen median, kuten V-Kontakten, Twitterin ja Instagramin hyödyn-
täminen.
- Yhteistyö venäläisten yritysten kanssa.
- Matkailutoimistojen matkapaketteihin Botanian osaksi liittäminen.
- Opastuskieleksi voisi lisätä venäjän kielen.
- Kasvien nimet venäjän kielelle.
- Lintuja ja muita eläimiä lisää.
- Hedelmien maistelu mahdollisuus.
- Puutarhakurssien järjestäminen