

Saimaan ammattikorkeakoulu  
Hotelli- ja ravintola-ala Imatra  
Hotelli- ja ravintola-alan koulutus

Mirka Viiru

## **Kokouspalveluita tarjoavan majoitusliikkeen liike- toimintasuunnitelma**

Opinnäytetyö 2017

## Tiivistelmä

Mirka Viiru

Kokouspalveluita tarjoavan majoitusliikkeen liiketoimintasuunnitelma, 21 sivua

Saimaan ammattikorkeakoulu

Hotelli- ja ravintola-ala Imatra

Hotelli- ja ravintola-alan koulutus

Opinnäytetyö 2017

Ohjaajat: lehtori Jukka Aineslahti, Saimaan ammattikorkeakoulu

Tämän opinnäytetyön päätavoitteeksi asetettiin kattavan ja käyttökelpoisen liiketoimintasuunnitelman laatiminen kokouspalveluja tarjoavalle majoitusliikkeelle. Luotu liiketoimintasuunnitelma tulee opinnäytetyön tekijän omaan käyttöön.

Opinnäytetyön teoriaosuudessa on otettu selvää majoitusliiketoiminnan ja kokouspalvelujen järjestämisestä sekä kuinka rakennetaan kattava liiketoimintasuunnitelma. Teorian pohjana käytettiin aiheeseen liittyvää ammattikirjallisuutta.

Opinnäytetyön varsinaiseksi tulokseksi aikaansaatiin valmis liiketoimintasuunnitelma tulevaisuudessa perustettavalle kokouspalveluja tarjoavalle majoitusliikkeelle. Opinnäytetyössä on esitelty liiketoimintasuunnitelman kohteena toimiva kiinteistö.

Valmis liiketoimintasuunnitelma sisältää kaikki ne osuudet, jotka yritystä perustettaessa täytyy ottaa huomioon. Kohteen esittely-lukua sekä valmista liiketoimintasuunnitelmaa ei tulla julkaisemaan, vaan ne jäävät salaisiksi.

Asiasanat: liiketoimintasuunnitelma, majoitusliiketoiminta, kokouspalvelut

## **Abstract**

Mirka Viiru

Business Plan for a Hotel Providing Meeting and Conference Services, 21 pages

Saimaa University of Applied Sciences

Faculty of Tourism and Hospitality Management Imatra

Degree Programme in Hotel and Restaurant Business

Bachelor's Thesis 2017

Instructor: Mr Jukka Aineslahti, Senior Lecturer, Saimaa University of Applied Sciences

The purpose of this thesis was to create a comprehensive ready-to-use business plan for writer's own use. Also, it includes a versatile theoretical part of the hospitality industry and contents of a good business plan.

The main target for this thesis was to create a realistic and objective business plan for a small hotel which provides meeting facilities and other extra services.

The information was gathered from literature and Internet. The theoretical part of this thesis contains the following subjects; the features of a good business plan, the basics of hospitality business and its history in Finland, and the basics of meeting and conference services and facilities.

This thesis also presents the location of the hotel and the facilities of the property. However, some of these contents will not be officially published, since they are meant for writer's own use.

Keywords: business plan, hotel business, meeting services and facilities

## Sisällys

1	Johdanto.....	5
2	Millainen on hyvä liiketoimintasuunnitelma? .....	5
2.1	Liikeidea.....	6
2.2	Markkinat ja kilpailijat .....	6
2.3	Strateginen suunnittelu .....	7
2.4	Riskit ja niiltä suojautuminen.....	8
2.5	Laskelmat .....	8
3	Majoitusliiketoiminta.....	10
3.1	Majoitus- ja ravitsemiselinkeinon historiaa Suomessa.....	10
3.2	Majoitusliikkeiden tilat, tuotteet ja palvelut .....	12
3.3	Majoitusliikkeen toiminta ja asiakaspalvelu.....	14
3.4	Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta.....	16
4	Kokouspalvelut .....	16
4.1	Kokouspalvelut hotellissa.....	17
4.2	Kokoukset kartanoissa, hoveissa ja maalaistiloilla.....	18
4.3	Kokouspaketit ja -palvelut .....	18
	Lähteet.....	19

# 1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön laaditaan kokonaisvaltainen ja käyttökelpoinen liiketoimintasuunnitelma kokouspalveluita tarjoavalle majoitusliikkeelle. Opinnäytetyö on rakennetaan kirjoittajan omien tulevaisuuden suunnitelmien perusteella. Sen vuoksi osa opinnäytetyöstä jää salaiseksi.

Opinnäytetyössä esitellään teoriassa käsitteet liiketoimintasuunnitelma, majoitusliiketoiminta sekä kokouspalvelut. Niihin tutustutaan teoriassa niin kattavasti kuin se tämän opinnäytetyön kannalta on perusteltua.

Liiketoimintasuunnitelman teoreettinen sisältö ja sen merkitys uudelle liiketoiminnalle käsitellään ensimmäisessä luvussa. Seuraavissa luvuissa esitellään majoitusliiketoiminnan peruseriaatteita ja kokouspalveluita teoriassa. Lisäksi käydään läpi majoitusliiketoiminnan historiaa Suomessa.

Opinnäytetyössä esitellään myös liiketoimintasuunnitelman kohteena toimiva kiinteistö ja lopullisena tuloksena esitetään valmis liiketoimintasuunnitelma tälle kohteelle. Kohteen esittelyä koskeva luku sekä osa valmiista liiketoimintasuunnitelmasta jää salaiseksi.

## 2 Millainen on hyvä liiketoimintasuunnitelma?

Liiketoimintasuunnitelmalla tarkoitetaan kirjallista suunnitelmaa, jonka avulla kuvaillaan, kuinka liikeidea lähdetään toteuttamaan käytännössä. Se antaa käsityksen liiketoiminnan kannattavuudesta, ja sisältää pidemmän ajanjakson päämäärät. Siinä käydään läpi tuotteen ominaisuudet, asiakasryhmät, markkinoiden kilpailutilanne sekä se kuinka aiotaan markkinoida. (Uusyrittäjäkeskukset 2016, 13.)

Liiketoimintasuunnitelma saattaa olla jopa monta kymmentä sivua sisältävä tuotos asioista, jotka vaikuttavat halutun yrityksen perustamiseen ja sen menestymiseen (Hesso 2015, 24). Liiketoimintasuunnitelma laaditaan ensisijaisesti yrittäjää itseään varten auttamaan esimerkiksi suunnittelussa, ohjauksessa ja yrityksen toiminnan seuraamisessa. Se on tarpeellinen myös hakiessa rahoitusta, kuten

esimerkiksi pankkilainaa, mutta myös yksityiset rahoittajat saattavat olla kiinnostuneita liiketoimintasuunnitelman sisällöstä ja laskelmista. (Meretniemi & Ylönen 2008, 24.)

## **2.1 Liikeidea**

Liikeidea kertoo sen miksi yritys on olemassa, kenelle se myy tuotteitaan ja millä tavalla se toimii. Liikeideasta täytyy selvittää se, mikä sen uutuusarvo on, ja miksi asiakkaat olisivat kiinnostuneita nimenomaan tällaisista tuotteista tai palveluista. (Uusyrittäjäkeskukset 2016. 14.)

Meretniemen ja Ylösen (2008) mukaan yrityksen toiminta vaatii kysyntää, jotta se voisi hankkia tuloja, ja liikeideaa rakennettaessa kysynnän määrään vaikuttaa se, kuinka paljon asiakkaat ovat valmiita ostamaan kyseisiä tuotteita tai palveluita, sekä kuinka paljon he ovat niistä valmiita maksamaan. Yrityksen kannattavuuden ylläpitämiseksi on aikaansaattava riittävä volyyymi, eli myyntimäärä.

Yrittäjän on myös mietittävä, mitkä ovat yrityksen tärkeimmät asiakkaat ja asiakasryhmät, millaisia he ovat, missä asiakkaat sijaitsevat, kuinka heidät tavoittaa ja mitä asiakkaiden tarpeet ovat. Hyvin tehty asiakaskartoitus voi tuoda yritykselle ostovoimaltaan ja kulutustottumuksiltaan kannattavimmat asiakkaat. (Meretniemi & Ylönen 2008, 27.)

Koska asiakkaat odottavat eri yrityksiltä erilaista palvelua, tuotevalikoimaa ja hintatasoa, on yrittäjän mietittävä tarkkaan yrityksen toimintatavat. Toimintatapojen on oltava yrityksen tuotteisiin sekä valituille markkinoille sopivat. Toimintatavat on myös pyrittävä asettamaan yrityksen imagoa vastaaviksi niin laadultaan kuin tasoltaankin. (Meretniemi & Ylönen 2008, 28.)

## **2.2 Markkinat ja kilpailijat**

Ennen yrityksen perustamista on hyvä tutustua toimialan luonteeseen ja tilanteeseen esimerkiksi Tilastokeskuksen tai alan yhdistysten kautta. Tällä tavalla voi kartoittaa perustettavan yrityksen markkina- ja kilpailutilannetta. Yrittäjän kannattaa tutustua ainakin toiminta-alueen tilanteeseen, asiakaspotentiaaliin, kilpailijoihin ja heidän vahvuuksiinsa ja toimintatapoihinsa. (Meretniemi & Ylönen 2008, 30.)

Meretniemi ja Ylönen (2008) sanovat, että perustettavan yrityksen kasvuun vaikuttaa merkittävästi markkinatilanne, ja kasvavilla markkinoilla yrityksen on mahdollista menestyä hyvinkin. Yrittäjän kannattaa siis perehtyä markkinatilanteeseen, alalla vaikuttaviin muihin yrityksiin, tuotteisiin, palveluihin ja hintoihin hyvin.

Kilpailija-analyysin avulla voidaan erotella yrityksen pahimmat kilpailijat ja samalla arvioida heidän heikkouksiaan ja vahvuuksiaan. (Meretniemi & Ylönen 2008, 31.) Hesson (2015) mukaan olennaista on löytää ne yritykset, jotka toimivat samankaltaisella strategialla ja jotka perustavat kilpailuetunsa samankaltaisiin tekijöihin. Kattavan kilpailija-analyysin avulla on mahdollista saada vastauksia siihen mihin kilpailijat kykenevät, kuinka he toimivat, missä he vaikuttavat sekä mihin he pyrkivät.

### **2.3 Strateginen suunnittelu**

Yrityksen strategia voidaan kuvailla olevan kaikkien yritysjohton tekemien päätösten summa, joilla määritellään yrityksen olemassaolon syitä ja sen tulevaisuuden tavoitteita. Strategiaa suunniteltaessa täytyy miettiä, kuinka varaudutaan tulevaisuuden tapahtumiin ja muuttuviin ympäristöihin. (Bennet 1999, 3-4.)

Majoitus- ja ravitsemisalalla on paljon erilaisia strategia-alueita ja vaihtoehtoja, jotka yrityksen kannattaa ottaa huomioon strategiaa suunnitellessa. Näitä voivat olla esimerkiksi brändin strategiat, yrityksen kasvustrategiat, taloudelliset strategiat, markkinointistrategiat sekä operatiiviset strategiat. (Nykiel 2005, 37.)

Strategian valintaan vaikuttavat monet asiat, ja ne saattavat vaihdella markkinatilanteiden, taloudellisten tarpeiden tai yritysjohton muutosten seurauksena. Kun strategiaa aletaan suunnitella, mietitään ensin sitä, mitkä ovat yrityksen tulevaisuuden tavoitteet, eli missä yritys tahtoo olla esimerkiksi 3 vuoden kuluttua. Strategia suunnitellaan näiden tulevaisuuden tavoitteiden perusteella. Strategian toteutumisen edellytyksenä pidetään sitä, että yritysjohto pitää huolen strategian tiedottamisesta kokonaisvaltaisesti koko organisaatiolle, ja varmistaa että kaikki ovat tietoisia strategiasta, sen tavoitteista ja siitä mikä on heidän oma roolinsa sen toteutumisessa. (Nykiel 2005, 352.)

## **2.4 Riskit ja niiltä suojautuminen**

Kaikkeen liiketoiminnan harjoittamiseen liittyy aina riski. Jokaisella yrityksellä on oma riskinkantokykynsä, joka tarkoittaa sitä, kuinka paljon yrityksellä on vuodessa varaa taloudelliseen menetykseen. Riskinkantokyvyn määrittäminen auttaa yritystä sen riskienhallinnan suunnittelussa. (Ilmonen & Kallio & Koskinen & Rajamäki 2010, 12.)

Ilmonen, Kallio, Koskinen ja Rajamäki (2010) sanoo, että riskienhallinnan tavoitteena on tukea yrityksen päätöksentekoa niin, että yritysjohto on tietoinen siitä, mitkä ovat sen merkittävimmät riskit ja niiden kokonaisuus. Tämä lisää yritysjohtoon ymmärrystä siitä, kuinka tehtävät päätökset todennäköisesti tulevat vaikuttamaan yrityksen riskikuvaan.

Riskienhallinta alkaa riskien tunnistamisesta. Tunnistetut riskit arvioidaan ja lopulta niille tehdään tarpeelliset toimenpiteet. Riskit voi tarpeen mukaan luokitella esimerkiksi strategiaan, operatiivisiin, taloudellisiin tai vahinkoriskeihin. Erilaiset luokittelutavat vaihtelevat toimialan mukaan. Luokittelu voi auttaa tunnistamaan riskejä paremmin sekä parantaa ymmärrystä eri riskien välisistä suhteista. (Ilmonen ym. 2010, 121.)

Hesson (2015) mukaan riskeiltä voidaan suojautua eri tavoilla riippuen yrityksen riskinkantokyvystä ja yritystoiminnan luonteesta. Hän sanoo, että osan riskeistä yritys pystyy kantamaan itse, mutta sen on mietittävä tarkkaan, mitkä riskit voidaan ja jotka kannattaa siirtää korvausta vastaan muiden vastuulle, kuten esimerkiksi vakuutusyhtiöille.

## **2.5 Laskelmat**

Rahoituslaskelmien avulla kartoitetaan aloittavan yrityksen rahan tarve ja lähteet. Rahoituslaskelma tehdään liiketoimintasuunnitelman yhteydessä. (Uusyrityskeskukset 2016, 28.) Meretniemi ja Ylönen (2008) kertovat, että aloittava yrittäjä joutuu arvioimaan, kuinka paljon rahaa tarvitaan toiminnan käynnistämiseen ja yrityksen alkuvaiheisiin. Yrityksen rahan tarpeet ja rahoitus voidaan suunnitella investointilaskelman avulla.



Tulosbudjettilaskelman avulla arvioidaan numeerisesti tulevan tilikauden liiketoimintaa. Liiketoimintasuunnitelmissa tehdyissä tulosbudjettilaskelmissa käytetään yleensä nollapohjabudjetointia, joka tarkoittaa sitä, että laskelmassa ei käytetä mitään numeerista tietopohjaa, vaan se aloitetaan tyhjältä pöydältä. Budjetointilaskelma tehdään yleensä ilman arvonlisäveroa, sillä se ei ole yrityksen tuottoa. (Hesso 2015, 170-171.)

Kassavirtalaskelmien avulla varmistetaan, että havaitaan ne asiat, jotka ovat yrityksen rahoituksen kannalta olennaiset kohdat. Tällä laskelmalla saadaan arvio tulevan kassan tilanteesta, ja siinä käytetään myös arvonlisäverollisia lukuja. Onnistuneilla kassavirtalaskemilla voidaan ennakoida yrityksen maksuvaikeudet. (Hesso 2015, 172.)

Kannattavuuslaskelmaa käytetään arvioimaan sitä, millä valitulla hintatasolla ja katerakenteella saadaan yrityksen nollatulos eli kriittinen piste. Tämä laskelma auttaa arvioimaan sitä, onko asetetut myyntitavoitteet realistisia. (Uusyrittyskeskukset 2016, 16.)

Uusyrittyskeskukset vuonna 2016 kertoivat, että myyntilaskelmilla pystytään arvioimaan asiakkuuksien tärkeyttä, huomioimaan mahdollisia alennuksia sekä myytävien tuotteiden tai palvelujen muuttuvia kuluja. Myyntilaskelmien avulla voidaan myös jakaa kannattavuuslaskelman osoittama minimilaskutustavoite eri asiakasryhmien välille.

Kaikki suomalaiset yritykset ovat kirjanpitovelvollisia, ja siitä on säännökset kirjanpitolaissa ja asetuksessa. Kirjanpito auttaa yrittäjää näkemään yrityksensä taloudellisen tilanteen, ja sen avulla saadaan tietoa kannattavuudesta sekä vakaaraisuudesta rahoittajille ja osakkaille. Kirjanpidon avulla myös lasketaan yrityksen maksettavat verot. (Meretniemi & Ylönen 2008, 140.)

Kirjanpidon laatima tuloslaskelma mittaa yrityksen tuloja sekä kuluja tietyllä ajanjaksolla. Se kertoo myös mistä tuotoista ja kuluista saatu tulos on muodostunut. Tuloslaskelmasta selviää siis koko yrityksen kannattavuus. (Meretniemi & Ylönen 2008, 141.)

Taselaskemalla taas selviää yrityksen talouden asema tietyssä ajankohtana. Se kertoo yrityksen omaisuuden ja velkojen määrän. (Meretniemi & Ylönen 2008, 141.)

### **3 Majoitusliiketoiminta**

Tässä luvussa käsitellään teoriatasolla majoitusliiketoiminnan eri alueita. Nämä osa-alueet on jaettu omiin alalukuihinsa.

Luvussa esitellään majoitus- ja ravitsemistoiminnan laki, historia, tilat, tuotteet ja palvelut sekä majoitusliikkeen toiminta ja asiakaspalvelu.

#### **3.1 Majoitus- ja ravitsemiselinkeinon historiaa Suomessa**

Talvisodan alkupuolella alkanut hintasäännöstely hankaloitti kaikkia majoitus- ja ravintola-alan yrittäjien liiketoimintaa. Uskottiin, että ellei hintasäännöstelyä saada loppumaan, se tulee lopulta johtamaan hotellien täyteen tuhoon. Sen vuoksi vuonna 1946 perustettiin Majoitus- ja ravitsemisalalan harjoittajain luottamusneuvosto, jonka tarkoituksena oli taistella hintasäännöstelyä vastaan. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 14.)

1950-luvulla majoitus- ja ravitsemusliikkeitä valvoi Ryhtiliike, joka säännöllisin väliajoin valvoi hotellien ja ravintoloiden henkilökunnan ja asiakkaiden käytöstä sekä tilojen yleistä siisteyttä. Asiakkaita arvioitiin pukeutumisen perusteella, eikä ilman oikeanlaisia vaatteita päässyt ravintolaan. Vuodesta 1951 vuoteen 1963 saakka hotellit ja kahvilaravintolaliikkeet olivat pois verotuksen piiristä. Vuonna 1995 majoitus lisättiin arvonlisäverojärjestelmän piiriin. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 15.)

1960-luvulla majoitus- ja ravitsemisalalla vallitsi työvoimapula, ja alettiin siirtyä aiempaa enemmän itsepalveluun. Monet yritykset joutuivat lopettamaan toimintansa 1960-luvulla, sillä toiminta ei ollut kannattavaa. Huonekapasiteetit hotelleissa olivat liian pieniä taloudellisen hyödyn saavuttamiseksi, eikä pääoma riittänyt uudistamaan majoitusliikkeitä. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 16.)

Kampanjointi kotimaan matkailun puolesta alkoi 1960-luvulla ja uutena majoitustyyppinä tulivat motellit. Malli motelleille haettiin Amerikasta ja niitä rakennettiin pääteiden läheisyyteen houkuttelemaan autoilevia matkustajia. Samaan aikaan Suomessa alettiin myös rakentaa ns. korpihotelleja pienille paikkakunnille Keski-Suomeen ja asutuskeskusten ulkopuolelle. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 16.)

Vuonna 1966 hyväksyttiin hotellisopimus, jonka mukaan alettiin maksaa matkatoimistoprovisiota huonevarauksista. Saman vuoden aikana tehtiin myös tutkimus hotelli- ja ravintolahenkilöstön kieli- ja koulutustasosta. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 16.)

1970-luvulla alettiin rakentaa uusia lomahotelleja kasvavan elintason myötä. Taloudellinen taantuma luvun puolivälissä kuitenkin päätti investoinnit aina 1980-luvulle saakka. Hotellialalla alettiin ketjuttaa liikkeitä, joka vaikutti positiivisesti liiketoimintaan. Alalla vallitseva henkilökuntapula ja kohonneet palkkakustannukset kuitenkin kasvattivat itsepalvelun määrää hotelleissa entisestään. Esimerkiksi aamiaisen tarjoilu pöytiin ja piccolo-palvelut lopetettiin. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 18.)

Kylpylöitä alettiin rakentaa 1980-luvulla, jolloin Suomeen tuli myös uutena hotellityyppinä lentokenttähotellit. Hotellit järjestivät ”Mr. Nobody” kampanjan, jolla haluttiin estää no-show asiakkaat opastamalla asiakkaita perumaan varauksensa. Samaan aikaan alettiin kehittää myös matkailun varaus- ja tietojärjestelmiä. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 19.)

Seuraavan vuosikymmenen syvä lama romahdutti hotelli- ja ravintola-asiakkaiden määrän. Hotellit joutuivat vähentämään henkilökuntaansa, jonka seurauksena yksittäisen työntekijän työnkuva laajeni entisestään. Hinnat laskivat, ja työttömyys hotelli- ja ravintola-alalla kasvoi. Matkailu- ja ravitsemuselinkeinon päätaivoitteina 1990-luvulla nähtiin elintarvikkeiden ja ravitsemispalvelujen arvonlisäverotuksen yhtenäistäminen ja alkoholiverotuksen asteittainen tiputtaminen muuta Eurooppaa vastaavalle tasolle. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 20.)

2000-luvulla Suomen majoitusmarkkinoita hallitsi kolme suurta ketjua - S-Ryhmä, Restel ja Scandic, joiden myötä myös Suomen majoitusmarkkinat ovat kansainvälistyneet. Sodan ja kansallinen epävarmuus 2000-luvun alkupuolella

johti lievään majoitustoiminnan laskuun, mutta vuosina 2005-2007 alalla nähtiin ripeän kasvun aikaa. Vuoden 2008 kansallinen finanssikriisi kuitenkin vaikutti heikentävästi palvelujen kysyntään vuonna 2009. (Lankinen, 212.)

Vuokratyön käyttö on 2000-luvun aikana lisääntynyt huomattavasti. Vuokratyövoiman käytöllä pyritään tasaamaan henkilökunnan määrää, alalle tyypillisinä ajankohtina jolloin kysyntä vaihtelee runsaasti. Vuokratyöpanoksen käyttö sopeutuu alan muuttuviin tilanteisiin ja vaateisiin paremmin kuin suorat tai vakituiset työsuhteet. (Lankinen, 216 - 217.)

Hotelli- ja ravintola-alan kehitys on tiukasti sidoksissa matkailualan yleiseen kehitykseen ja sitä kautta on vaikutuksen alaisena maailmantalouden erilaisiin suhdanteisiin. Talouden taantumana seurauksena ulkomaisten matkailijoiden ja kotimaan liikematkailun määrä on vähentynyt, mutta kotimaan matkailu muuten on reipasta. (KEHA-keskus 2017.)

Suomen matkailustrategia 2020 vuoteen mennessä on luoda edellytykset ympärivuotisen matkailun ja yritystoiminnan kehittymiselle, kasvulle ja kilpailukyvyille. Kasvua alalle haetaan sekä ulkomailta että kotimaasta. Menestyminen vaatii toiminnan jatkuvaa kehittämistä ja kulutustrendien aktiivista seuraamista. Tulevaisuudessa entistä laajempi yhteistyö matkailusektorin eri sidosryhmien välillä korostuu toiminnan tehokkuuden ja kansainvälisen kilpailukyvyn kasvattaessa merkitystään. (KEHA-keskus 2017.)

### **3.2 Majoitusliikkeiden tilat, tuotteet ja palvelut**

Majoitus-, ravitsemus- ja matkailuala ovat kaikki talouden suhdanteiden vaihtelujen armoilla. Hyvinä taloudellisina aikoina, ihmiset ostavat enemmän muiden tuottamia palveluja, kun taas huonompina aikoina kotitalouksien ja yritysasiakkaiden ostovoima vähenee. (KEHA-keskus 2017.)

Majoitusliiketoiminnan tarkoituksena on tarjota kotimaisille ja ulkomaalaisille asiakkaille vapaa-aikaan ja työhön liittyviä majoituspalveluja. Majoitusliiketoimintaan usein liitetään muita palveluja kuten ravintola-, kokous- tai ohjelmapalveluja, ja niitä tarjotaan erilaisissa majoitusliikkeissä, kuten lomahotelleissa, kokoushotelleissa tai vaikka kylpylöissä. (KEHA-keskus 2017.)

Liiketoiminnan tavoitteena on täyttää asiakkaiden odotukset ja tuottaa heille elämyksiä sekä ylläpitää kannattavaa liiketoimintaa. Palvelujen tuottamisen lähtökohtana on aina asiakkaan tarpeet ja odotukset, sillä asiakkaat odottavat usein yksilöllisiä palveluja. (KEHA-keskus 2017.) Palvelualan perusluonteeseen kuuluu sen tarjoamien palveluiden katoavaisuus. Kun palvelu on myyty ja kulutettu, se katoaa, eikä sitä voi varastoida. (Study.com 2003 - 2017.)

Majoitusliikkeissä tarjottujen tuotteiden ja palvelujen kokonaisuus voi olla erittäin laaja valikoima esimerkiksi ravintolapalveluja, kauneus- ja terveydenhoitopalveluja, kulttuuripalveluja tai muita ohjelmapalveluja. Tämän vuoksi majoitusliikkeiden on erityisen tärkeää ylläpitää hyviä yhteistyösuhteita muiden matkailupalveluita tuottavien yritysten kanssa. Siten mahdollistetaan molemminpuolinen hyöty, ja saadaan luotua monipuolisia palvelupaketteja asiakkaille. (KEHA-keskus 2017.)

Riippuen hotellin tyylistä, palvelujen laatu ja määrä voi vaihdella. Esimerkiksi säästöhotellit tarjoavat edullisia perustuotteita ja muiden palvelujen määrä on rajoitettu, kun taas liikemies- tai kokoushotellien palvelut ovat usein tasokkaita ja monipuolisia. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 69.) Majoituspalvelujen tuottamisessa yleensä ydintuotteena on hotellihuone, jota tarjotaan asiakkaille ostettavaksi. Jotta ydintuote olisi asiakkaalle käyttökelpoinen ja hänen tarpeisiinsa vastaava, se tarvitsee usein joukon tukipalveluita lisäksi. Tukipalveluiden avulla kasvatetaan tuotteiden vetovoimaa ja pyritään synnyttämään lisäarvoa tuotteelle. Tällaisia palveluita ovat esimerkiksi kaikki mukavuutta, palvelun helppoutta tai miellyttävyyttä kasvattavat tukipalvelut. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 86 - 87.)

Rautiainen ja Siiskonen (2009, 86-87) kertovat, että ydintuotteeseen on mahdollista saada liitettyä lisäarvoa lisäämällä siihen aineellisia tai aineettomia tekijöitä, joiden avulla tuotetaan lisäarvoa asiakkaalle. Tämä tarkoittaa sitä, että hotellihuone voidaan nähdä kerroksisena tuotteena, jolle saadaan tuotettua lisäarvoa erilaisilla liitännäis- ja lisäpalveluilla. Liitännäispalveluilla eli avustavilla palveluilla helpotetaan ydinpalvelun käyttöä. Avustavia palveluita voi olla esimerkiksi huonehintaan kuuluva aamiainen. Tällaisilla palveluilla täydennetään ydinpalvelua ja sen vuoksi niitä voidaan pitää palvelun kannalta välttämättöminä.

Majoitustoiminnan luonteeseen vaikuttaa paljon hotellin sijainti, ympäristön siisteys, rakennukset ja muu miljöö sekä alueella tarjottavien muiden palvelujen määrä ja laatu. Majoitustoimintaan vaikuttaa myös hotellin sosiaalinen ympäristö, eli se millaisia ihmisiä alueella asuu, millainen on paikallinen kulttuuri ja elämäntyyli. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 69.)

Hotellien sisäinen palveluympäristö koostuu sen henkilökunnasta ja ammattitaidosta. Yksi tärkeimmistä ominaisuuksista on teknisen osaamisen, kohteliaisuuden, uskottavuuden ja turvallisuuden luoma palveluvarmuus. Hotellin uskottavuuteen vaikuttaa yrityksen imago, eli se millaisia mielikuvia asiakkaille on yrityksestä syntynyt sekä millaista palvelua hän odottaa saavansa. Turvallisuuteen vaikuttaa henkilökunnan ja vartioinnin lisäksi olemassa olevat laitteet ja toimintaohjeet hätätilanteita varten. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 69.)

Hotellin fyysiset tilat vaikuttavat myös palvelun onnistumiseen. Tilojen siisteys, sisustus, somistus ja viihtyisyys vaikuttavat paljon asiakkaan palvelukokemukseen. Kaiken asiakkaille tarkoitetun informaation on oltava kauniisti ja näkyvästi esillä asiakkaille tarkoitetuissa tiloissa. Hotellin tilat, henkilöstön määrä sekä toiminnot on suunniteltava niin, ettei palvelua tarvitse odottaa kauan. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 70.)

### **3.3 Majoitusliikkeen toiminta ja asiakaspalvelu**

Vastaanottoa voidaan pitää yhtenä hotellin tärkeimmistä toiminnoista. Vastaanotossa hoidetaan asiakkaiden sisään- ja uloskirjaamisen lisäksi myös kassatoiminnot, asiakkaiden neuvonta ja informaatio sekä puhelinvaihide. Palveluympäristönä vastaanotto on elintärkeä hotellin toiminnoille. Koska asiakkaan ensimmäinen palvelukokemus hotellista tapahtuu vastaanotossa, on sen fyysisten puitteiden lisäksi kiinnitettävä erityishuomiota hyvän asiakaspalvelun laatuun. Sen merkitys kasvaa etenkin uusien asiakkaiden kanssa työskennellessä. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 106.)

Hotellivirkailijan työnkuva Rautiaisen ja Siiskosen (2009) kertoman mukaan sisältää monia erilaisia toiminnallisia tehtäviä. Hotellivirkailijan tulee olla luonteeltaan palvelualtis, asiakaslähtöinen ja omattava erinomaiset vuorovaikutus- ja viestintä-

tätaidot. Hänen on pystyttävä yhteistyöhön monien eri ihmisten kanssa asiakkaista työtovereihin. Hotellivirkailijan on työssään myös muistettava taloudellisuus ja kannattavuus.

Hotellivirkailijan toiminnalliset tehtävät voidaan jakaa myyntitaitoon ja asiakaslähtöisyyteen, hotelli- ja varausohjelmiin ja toimitusehtoihin sekä vastaanoton tehtäviin. Myyntitaito ja asiakaslähtöisyys hotellivirkailijan työssä tarkoittaa sitä, että virkailijana työskentelevän on myytävä aktiivisesti kaikkia majoitusliikkeen tarjoamia tuotteita ja palveluita, tuntea kaikki hotellin tilat ja tuotteet, tuntea alueen matkailukohteet, välittää muita matkailu- tai ohjelmapalveluja, työskennellä erilaisten jakelukanavien kanssa, vastaanottaa asiakaspalautetta ja jatkokäsittellä se sekä tehdä yhteistyötä myynti- ja markkinointikanavien kanssa. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 109.)

Rautiainen ja Siiskonen (2009) kertovat, että virkailijan on hallittava hotellijärjestelmä ja sen markkinointiohjelma sekä muut tietotekniset ja viestintälaitteet. Hänen on osattava myös soveltaa maksu- ja peruutusehtoja, hyödyntää internetiä ja sähköisiä varaustapoja sekä tehdä yhteistyötä jälleenmyyjien kanssa kuten sopia varauskäytännöistä ja solmia sopimuksia.

Vastaanoton muihin tehtäviin kuuluu huolehtia yleisestä siisteydestä ja järjestyksestä, hoitaa puhelinvaihte, käyttää asiakasrekisteriä, suunnitella huonemyyntiä ja tarkkailla varaustilannetta, tuntea erilaiset asiakastyypit kuten VIP-asiakkaat tai kanta-asiakkaat sekä vastaanottaa saapuvat asiakkaat ja kirjata eri varaustyyppit. Vastaanotossa työskentelevän on hyvä osata laatia laskuja yksittäisille asiakkaille tai ryhmille ja tuntea erilaiset maksutavat ja laskutukseen liittyvät tarkastusohjeet. Hotellivirkailija tekee myös tilityksiä, seuraa tilastoja ja tutkimuksia sekä kannattavuutta ja tuottavuutta käytettävien tunnuslukujen avulla, huolehtii turvallisuudesta ja hoitaa kokopalvelutehtävät sekä asiakaspalvelu. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 109.)

Rautiainen ja Siiskonen (2009) kertovat, että yksi tärkeimmistä asiakaspalvelun muodoista on puhelujen hoitaminen. Se on usein ensimmäinen kontakti asiakkaaseen ja varsinainen myyntityö aloitetaan silloin. Puhelut ovat tärkeää hoitaa

hyvin, ja virkailijan on muistettava olla erityisen kohtelias ja puhua selvästi, sillä asiakaskontakti perustuu täysin keskustelun sujumisen varaan.

Rautiainen ja Siiskonen nimeävät yhteensä neljä asiakkaan palvelemiseen liittyvää vaihetta, joissa kaikissa on pyrittävä onnistumaan. Nämä vaiheet ovat varausten vastaanottaminen ja hoitaminen, esivalmistelut ennen asiakkaan saapumista, asiakkaan saapuminen, asiakkaan oleskelu ja asiakkaan lähtö.

### 3.4 Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta

*Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta 308/2006 säätelee Suomessa erityisesti majoitustoiminnan ja ravitsemistoiminnan harjoittamista. Laki astui voimaan 1. lokakuuta 2006. **Majoitus- ja ravitsemistoiminnasta annetun lain noudattamista valvoo poliisi.** (Rautiainen & Siiskonen 2009, 22.)*

Lain mukaan majoitustoiminta tarkoittaa ammattimaisesti tapahtuvaa kalustettujen huoneiden tilapäistä majoitusta tarvitseville asiakkaille ja se koskee kaikkea ammattimaisesti tapahtuvaa majoittamista. Majoitustoiminnan harjoittaja on lain mukaan vastuussa siitä, että majoittajat täyttävät matkustajailmoituksen, jonka majoittaja varmentaa omalla allekirjoituksellaan. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 22.)

Rautiainen ja Siiskosen (2009) mukaan majoitustoiminnan harjoittajan tulee säilyttää matkustajailmoitukset ja -tiedot vähintään yhden vuoden ajan ilmoituksen allekirjoittamispäivästä, jonka jälkeen tiedot on hävitettävä. Matkustajarekisteriin merkityt tiedot säilytetään myös yhden vuoden ajan, jonka jälkeen ne on hävitettävä.

Lain mukaan ravitsemistoiminnalla tarkoitetaan kaikkea ammattimaisesti tapahtuvaa ruoan ja juoman tarjoamista yleisölle tarkoitettussa elintarvikehuoneistossa nautittavaksi. Majoitus- ja ravitsemistoiminnasta annetussa laissa on myös säännöksiä liikkeiden aukioloajoista, asiakasvalintaoikeudesta sekä järjestyksen turvaamisesta. (Rautiainen & Siiskonen 2009, 23.)

## 4 Kokouspalvelut

Kokous määritellään ihmisten kokoontumiseksi ja ne voivat vaihdella yksinkertaisista palavereista suurempiin kokouksiin. Kokous saattaa sisältää monia erilaisia



tapahtumia useissa eri tiloissa ja kestää useita päiviä. Kokousjärjestelyihin kuuluu ruoat ja juomat, sosiaaliset tapahtumat, virkistysmahdollisuudet, mahdollista oheishjelmaa, kyyditykset sekä majoitus. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 24.)

Kokousterilöjen ja -paikan valintaan vaikuttaa monet eri asiat kuten niiden saatavuus, hintataso, vetovoimaisuus sekä millaisia mukavuuksia tai palveluita on saatavilla ja mitä ohessa tarjotaan. Paikanvalintaan vaikuttaa myös tapahtuman tyyppi sekä sen tavoitteet ja valinnassa tulisi kiinnittää huomiota ainakin paikan sijaintiin, kulkuyhteyksiin ja ympäristön palveluihin. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 38.)

#### **4.1 Kokouspalvelut hotellissa**

Kun kokous halutaan järjestää hotellissa, on sen valinnassa kiinnitettävä huomiota sen sijaintiin, hintaan, hotellin tasoon ja sen tarjoamiin muihin palveluihin. Myös hotellin tietoliikenneyhteyksillä, turvallisuudella ja paikoituksella on merkitystä. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 45.)

Huone- ja tilavaraukset ovat syytä tehdä hyvissä ajoin ennen kokousta. On otettava myös selvää, kuka on vastuussa majoituksen järjestämisestä ja tilavarausten hoitamisesta. On päätettävä myös siitä, miten laskutus järjestetään, maksavatko asiakkaat majoituksen itse hotellissa vai laskutetaanko majoituksesta jollain muulla tavalla. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 45.)

Hotellin on varauduttava tiettyihin erikoisjärjestelyihin kokousasiakkaita varten, kuten asiakkaiden saapumisajankohtiin ja vastaanottoon. Hotellin henkilökunnan on suunniteltava, kuinka kokousmateriaalit ja huoneisiin jaettavat lahjat hoidetaan sujuvasti, sekä mahdollisesti varattava lisää henkilökuntaa, jotta palvelu saadaan mahdollisimman sujuvaksi ja joustavaksi. Hotelli saattaa myös joutua nostamaan palvelutasoansa normaalista paremmaksi muuttamalla peruspalvelujen luonnetta. Esimerkiksi aamiaisen tai huonepalvelun järjestämistä tai ravintolan aukioloaikoja joudutaan laajentamaan tai muokkaamaan vastaamaan kokouksen luonnetta. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 46.)

Hotellin henkilökunnan on keskityttävä erikoisruokavalioiden huomioonottoon ja turvallisuusjärjestelyjen toimivuuteen. Kokouksen aikana palvelut tulee sovittaa

kokouksen aikatauluun, ja on pidettävä huolta kuljetuspalveluiden sujuvuudesta. Henkilökunnan on huomioitava sovitut laskutusohjeet ja mahdollisesti eri tavalla laskutettavat asiakkaat. Kokouksen jälkeen hotellin tehtävänä on selvittää ja tarkastaa laskutus, ja otettava vastaan palaute ja käsiteltävä se vaaditulla tavalla. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 46.)

#### **4.2 Kokoukset kartanoissa, hoveissa ja maalaistiloilla**

Kokouksia on mahdollista järjestää myös muissa tiloissa kuin varsinaisissa kokouspaikoissa tai hotelleissa. Erityisesti kesäaikaan järjestettävät kokoukset voidaan helposti sopeuttaa suomalaisen luonnon ja kesäisen maiseman yhteyteen esimerkiksi kartanohotelleissa tai muissa vastaavissa majoitusliikkeissä. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 48.)

Monet kartanot, hovit ja maalaistilat Suomessa tarjoavat kokous- ja koulutustiloja. Tällaisilla majoitusliikkeillä on mahdollisuus tarjota asiakkailleen yksilöllisiä majoitus- ja ruokapalveluja. Usein kartanot ja hovit sijaitsevat kauniissa maisemissa järvien rannoilla, joka mahdollistaa erilaisten ohjelmapalveluiden tarjoamisen. Esimerkiksi iltaohjelma rantasaunalla tai maalaisidyllin tarjoaminen vaikkapa savusaunassa sopii hyvin kesäaikaan järjestettävien kokousten iltaohjelmaksi ja sosiaalisesti toiminnaksi. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 48.)

#### **4.3 Kokouspaketit ja -palvelut**

Hotellit tarjoavat asiakkailleen usein kokouspaketteja, jotka sisältävät kaikki kokouksen järjestämiseen tarvittavat asiat. Näin asiakkaat tietävät mitä tilaavat ja hotellin on helpompaa hoitaa kokousjärjestelyt ja laskutus. Kokouspaketit koostuvat tarjoilusta, kokoustekniikasta ja -tiloista, hinnoittelusta, peruutus- ja maksuehdoista sekä teknisestä avusta. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 93.)

Jotta tilaisuus olisi onnistunut, on tärkeää, että tilaaja ilmoittaa hotellille kaikki kokouksen järjestämiseen liittyvät tiedot, erityisesti erikoisruokavaliot ja tarvittavan AV-tekniikan laitteineen. Tilaajan on myös ilmoitettava kokouksen aikataulu, jotta hotellin henkilökunta osaa varautua tarvittavalla työpanoksella tilaisuuden järjestämiseen. Hotelli on vastuussa tilaisuuden aikataulun onnistumisesta ja siitä, että luvatut asiat toteutuvat. (Rautiainen & Siiskonen 2002, 93.)

## Lähteet

Bennet, R. 1999. Corporate Strategy. Lontoo: Financial Times Pitman Publishing.

Elisa. <https://elisa.fi/> Luettu 18.4.2017

Hesso, J. 2015. Hyvä liiketoimintasuunnitelma. Vantaa: Helsingin seudun kaup-  
pakamari.

Hämeenniemen lomahuvilat. Vuokrahuiloita ja mökkejä. [http://hameen-  
niemi.fi/etusivu](http://hameen-<br/>niemi.fi/etusivu). Luettu 21.4.2017

Ilmonen, I. Kallio, J. Koskinen, J. & Rajamäki, M. 2010. Johda riskejä – käytän-  
nön opas yrityksen riskienhallintaan. Helsinki: Tammi.

KEHA-keskus. 2017. Ammattinetti – Ammattialat. [http://www.ammattinetti.fi/am-  
mattialat/detail/23/9\\_ammattiala;jsessio-  
nid=BD72764D41A6E82FD36A29A785A8A93](http://www.ammattinetti.fi/am-<br/>mattialat/detail/23/9_ammattiala;jsessio-<br/>nid=BD72764D41A6E82FD36A29A785A8A93). Luettu 8.5.2017

Jokelan kartano, Hämeenkoski, Lahti. Ravintola, juhlatila, kokoukset, majoitus  
<http://www.jokelankartano.mobi/fi>. Luettu 21.4.2017

Kohde 9890096 [http://www.etu-  
ovi.com/kohde/9890096?sc=M1023285333&\\_ga=1.232046687.1720032354.14  
18988918](http://www.etu-<br/>ovi.com/kohde/9890096?sc=M1023285333&_ga=1.232046687.1720032354.14<br/>18988918). Luettu 9.3.2017.

Kokouspaikka 2008, Villa Hepolahti. <http://www.villahepolahti.com/fi/>. Luettu  
21.4.2017

Kumpeli Spa 2017, Kumpeli Spa. <http://www.kumpeli.fi/index.html>. Luettu  
21.4.2017

Lankinen, H. Majoitus- ja ravitsemisala muuttuu. Kehityspiirteitä 1980-luvulta tä-  
hän päivään. [http://matkailijayhdistys.fi/application/fi-  
les/9214/7747/5223/3.5\\_heikki\\_lankinen\\_majoitus\\_ja\\_ravitsemisala\\_muut-  
tuu.pdf](http://matkailijayhdistys.fi/application/fi-<br/>les/9214/7747/5223/3.5_heikki_lankinen_majoitus_ja_ravitsemisala_muut-<br/>tuu.pdf). Luettu 3.4.2017.

Luokkaansa suurempi. Volkswagen Polo Van. Volkswagen-hyötyautot 2017.  
<http://www.volkswagen-hyotyautot.fi/fi/mallisto/polo-van/Polo-Van.html>. Luettu  
18.4.2017

Majoitus (hotellit, hostelli, ym.). Yritys-Suomi. [https://yrityssuomi.fi/lupa/-/jul-  
kaisu/majoitus-hotellit-hostellit-ym](https://yrityssuomi.fi/lupa/-/jul-<br/>kaisu/majoitus-hotellit-hostellit-ym). Luettu 21.4.2017

Meretniemi, I. & Ylönen, H. 2008. Yrityksen perustamisen käsikirja. Helsinki:  
Otava.

Nykiel, A.R. 2005. Hospitality management strategies. New Jersey: Prentice Hall.

OnnistuYrittäjänä, 2015. Tietoa yrittäjyydestä. [https://www.onnistuyrittajana.fi/tie-  
toa-yritt%C3%A4jyydest%C3%A4](https://www.onnistuyrittajana.fi/tie-<br/>toa-yritt%C3%A4jyydest%C3%A4). Luettu 15.3.2017.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2002. Kokous- ja kongressipalvelut. Helsinki: Restamark.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2009. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Helsinki: Restamark.

Study.com. Hospitality Industry: Products & Characteristics, 2003-2017. <http://study.com/academy/lesson/hospitality-industry-products-characteristics.html>. Luettu 8.5.2017.

Summarum. Valitse sopivin yritysmuoto tai perusta toiminimi helposti. <http://www.summarum.fi/sopivin-yritysmuoto/>. Luettu 21.4.2017

Tilastokeskus a. Toimipaikat toimialoittain 2013-2015. [http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin\\_yri\\_alyr/002\\_alyr\\_tau\\_020.px/?rxid=aa82a43f-e378-4aac-a3c3-747710dfaaaf](http://pxnet2.stat.fi/PXWeb/pxweb/fi/StatFin/StatFin_yri_alyr/002_alyr_tau_020.px/?rxid=aa82a43f-e378-4aac-a3c3-747710dfaaaf). Luettu 8.5.2017.

Tilastokeskus b. Väestö, 2017. [http://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk\\_vaesto.html](http://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/suoluk_vaesto.html). Luettu 8.5.2017.

Tunnelmakartanot a 2015. Wuolteen kartano. [http://www.tunnelmakartanot.fi/kuvat/wuolle\\_010.jpg](http://www.tunnelmakartanot.fi/kuvat/wuolle_010.jpg). Luettu 26.3.2017.

Tunnelmakartanot b 2015. Wuolteen kartano. [http://www.tunnelmakartanot.fi/kuvat/wuolle\\_001.jpg](http://www.tunnelmakartanot.fi/kuvat/wuolle_001.jpg). Luettu 26.3.2017.

Tunnelmakartanot c 2015. Wuolteen kartano. [http://www.tunnelmakartanot.fi/kuvat/wuolle\\_kokoustila.jpg](http://www.tunnelmakartanot.fi/kuvat/wuolle_kokoustila.jpg). Luettu 26.3.2017.

Työtuolit – Kimeika verkkokauppa verkkokauppa. Nethit Oy 2002-2017. <https://www.toimistokalustaja.fi/tuotteet/tuolit/ty%C3%B6tuolit/101/?gclid=CM6S-s7ZrtMCFYnJsgodMOEKvw>. Luettu 18.4.2017

Uusyrittäjäkeskus 2007-2017. Liiketoimintasuunnitelma ja yrityslaskelmat – kohti kannattavaa yritystoimintaa! <https://www.liiketoimintasuunnitelma.com/>. Luettu 15.3.2017.

Uusyrittäjäkeskukset 2016. Perustamisopas alkavalle yrittäjälle 2016. Forssa. Suomen Uusyrittäjäkeskukset ry / SUK-Palvelu Oy.

VERTAA.FI – vertaa ja löydä edullisimmat hinnat!. <https://www.vertaa.fi/> Luettu 18.4.2017

Virtaan kartano. Laadukasta juhla- ja majoitustilaa Sysmässä. Neiti Sievänen. <https://www.virtaankartano.fi/>. Luettu 21.4.2017

Wuolteen kartano. Tunnelmakartanot, 2015. <http://www.tunnelmakartanot.fi/awuolle.html>. Luettu 9.3.2017.

Yrityksen perustamiseen vaadittavat asiakirjat – Yritys-Suomi. Yritys-Suomi.  
<https://yrityssuomi.fi/yrityksen-perustamiseen-vaadittavat-asiakirjat>. Luettu  
21.4.2017