

## **Kartano- ja huvilamajoitus vaihtoehtona Helsingin keskustan hotelleille**

Jaana Hakkarainen

Opinnäytetyö

Matkailun liikkeenjohdon

koulutusohjelma

2014



Matkailun liikkeenjohdon koulutusohjelma

<p><b>Tekijä</b> Jaana Hakkarainen</p>	<p><b>Aloitusvuosi</b> 2009</p>
<p><b>Raportin nimi</b> Kartano- ja huvilamajoitus vaihtoehtona Helsingin keskustan hoteleille</p>	<p><b>Sivu- ja liitesivumäärä</b> 59 + 10</p>
<p><b>Ohjaaja</b> Kristiina Havas</p>	
<p>Tässä opinnäytetyössä tutkitaan kartanoiden ja huviloiden potentiaalia tarjota matkailijoille vaihtoehtoisia majoitusmuotoja Helsingin keskustan hoteleihin nähden. Helsingistä ei toistaiseksi löydy kartano- tai huvilamajoituskohteita, vaikka kaupungin lähialueilla Espoossa, Vantaalla ja muun muassa Porvoossa näitä onkin matkailijalle jo tarjolla.</p> <p>Työn tavoitteena on tutkia, olisivatko Helsinkiin saapuvat matkailijat kiinnostuneita majoittumaan matkansa aikana kartano- ja huvilamajoituskohteissa, mikäli kaupungissa olisi sellaista majoitusta heille tarjolla. Lisäksi tutkimuksen avulla on tarkoitus selvittää, millaisin reunaehdoin matkailijat valitsevat yöpymispaikkansa matkalleen ja olisiko näiden reunaehtojen puitteissa edes mahdollista tarjota heille kartano- ja huvilamajoitusta. Työn toimeksiantajana toimii Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto.</p> <p>Työn viitekehyksessä paneudutaan syvemmin jo olemassa oleviin kartano- ja huvilamajoituskohteisiin. Työtä varten on tutustuttu yhteensä 20 Suomessa, Ruotsissa Tukholman seudulla ja Virossa Tallinnan läheisyydessä sijaitsevaan kartanomajoituskohteeseen sekä muutamiin huvilamajoitusta tarjoaviin majapaikkoihin Suomessa ja Tukholmassa. Työssä käsitellään myös yleisesti Helsingin matkailua ja matkailijoita sekä heille tarjolla olevia majoitusvaihtoehtoja.</p> <p>Tietoperustassa esille nousseet kartano- ja huvilamajoituskohteet toimivat viitekehyksenä työn tutkimusosiossa. Tutkimusmenetelmänä työssä käytettiin määrällistä kyselytutkimusta. Keväällä 2014 toteutetussa kyselyssä selvitettiin Helsingin matkailijoiden kiinnostus kartano- ja huvilamajoitusta kohtaan. Tutkimuksen osallistujat yöpyivät pääkaupunkiseudulla matkansa aikana vähintään yhden yön.</p> <p>Saatujen tutkimustulosten perusteella voidaan todeta historiallisissa kartanopuitteissa tapahtuvan majoituksen kiinnostavan matkailijoita. Matkailijat kuitenkin arvostavat kaupunkilomansa aikana helppoutta ja Helsingin keskustan palveluiden saavutettavuutta. Majoituskohteen sijainti ja hinta olivat vastaajien tärkeimpiä valintakriteereitä Helsingin majoituksen suhteen. Näin ollen kartano- ja huvilamajoituksen tarjoaminen asetettujen reunaehtojen puitteissa on haasteellista. Mikäli sellaista päätetään ryhtyä kehittämään, tulisi aihetta tutkia lisää keskittyen muun muassa suomalaisten matkailijoiden ja yritysten sekä paikallisten asukkaiden potentiaaliin kohteiden asiakkaina.</p>	
<p><b>Asiasanat</b> Helsinki, majoitustoiminta, kartanomajoitus, huvila, hotelli, matkailija</p>	

Degree Programme in Tourism Management

<p><b>Author</b> Jaana Hakkarainen</p>	<p><b>Year of entry</b> 2009</p>
<p><b>The title of thesis</b> Accommodation in manors and villas as an alternative for the central hotels in Helsinki</p>	<p><b>Number of report pages and attachment pages</b> 59 + 10</p>
<p><b>Advisor</b> Kristiina Havas</p>	
<p>This thesis is carried out to study what kind of potential manors and villas would have as alternative accommodation sites for the Helsinki city centre hotels. At the moment there aren't any manors or villas offering accommodation in Helsinki, although the nearby cities like Espoo, Vantaa and Porvoo do offer these kinds of hotels for tourists.</p> <p>The aim of the thesis is to study whether the tourists in Helsinki would be interested in staying in manors and villas during their trip, if there would be that kind of accommodation available in Helsinki. The objective is also to find out, what kind of reasons tourists have for choosing a specific hotel to stay in during their trip and whether it would even be possible to offer manor and villa accommodation considering those reasons. The thesis was commissioned by Helsinki City Tourist &amp; Convention Bureau.</p> <p>Report's theoretical framework was based on the already existing manor and villa accommodation sites. For the thesis 20 manors offering accommodation in Finland, in Sweden in the region of Stockholm and in Estonia nearby Tallinn, and some villas offering accommodation in Finland and in Stockholm were studied. Report has also parts about tourism and tourists in Helsinki and about accommodation available in the city.</p> <p>The existing manor and villa accommodation sites work as a frame of reference for the conducted study. The approach of the study was quantitative and it was conducted in spring 2014 by means of a questionnaire to find out, whether the tourists in Helsinki would be interested in manor and villa accommodation sites. The participants were the tourists staying in the region of Helsinki at least for one night during their trip.</p> <p>The findings revealed that the tourists were intrigued by this kind of accommodation in historical manor surroundings. But when visiting a city like Helsinki they appreciate easiness and the proximity of the city centre services. Price and location were the most important reasons for choosing accommodation in Helsinki. Therefore it would be challenging to offer manor and villa accommodation with the limitations tourists have. If someone were to decide to offer this kind of accommodation, should a new study be conducted to find out, among other things, the potential of Finnish tourists and companies as well as local residents as customers for the sites.</p>	
<p><b>Key words</b> Helsinki, accommodation business, manor accommodation, villa, hotel, tourist</p>	

## Sisällys

1 Johdanto .....	1
2 Kartano- ja huvilamajoitus majoitusmuotona .....	4
2.1 Kartano- ja huvilamajoituskohteita Suomesta ja naapurimaista.....	4
2.1.1 Erilaisia majoituspalvelukokonaisuuksia.....	7
2.1.2 Majoituskohteiden vetovoimatekijät .....	10
2.1.3 Asiakkaat ja asiakassuhteet .....	13
2.2 Itä-Helsingin kulttuuripuiston kartanot ja huvilat.....	15
3 Katsaus Helsingin matkailusta.....	18
3.1 Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto.....	18
3.2 Helsingin matkailijat.....	20
3.3 Helsinki kaupunkimatkakohteena .....	22
3.4 Helsingin majoitustarjonta .....	25
3.5 Majoitusalan tulevaisuuden näkymiä.....	26
4 Tutkimuksen toteutus.....	29
4.1 Kysely aineistonkeruumenetelmänä.....	30
4.2 Toteutettu kyselytutkimus .....	31
4.3 Työn aihepiiriin liittyviä aiemmin toteutettuja opinnäytetöitä.....	33
5 Tutkimustulokset.....	36
5.1 Kyselytutkimus koskien Helsingin majoitusmuotoja.....	37
5.1.1 Kyselyn vastaajat.....	37
5.1.2 Vastaajien tämänkertainen Helsingin matka .....	38
5.1.3 Vastaajien mielipide koskien kartano- ja huvilamajoitusta.....	40
5.2 Tutkimuksen luotettavuus.....	44
6 Johtopäätökset.....	48
7 Kehitys- ja jatkotutkimusehdotukset .....	50
Lähteet.....	52
Liitteet.....	60
Liite 1. Taulukoituna työssä tutkitut 20 kartanoa palveluineen.....	60
Liite 2. Kyselylomakkeet suomeksi ja englanniksi .....	64

# 1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön aiheena on kartano- ja huvilamajoitus vaihtoehtoisena majoitusmuotona Helsingin keskustan hotelleille. Työssä tutkitaan jo olemassa olevia kartano- ja huvilamajoituskohteita, joita löytyy niin Suomesta kuin Suomen kilpailijamaista Ruotsista ja Virossa. Näissä tutkimuksissa on tarkoitus selvittää, millaisia erilaisia kartano- ja huvilamajoituskohteita ylipäätään on olemassa, millaisia ne ovat palvelukokonaisuuksina ja millaisia asiakkaita kohteissa majoittuu. Selvityksissä on keskitytty tarkoituksellisesti etsimään mahdollisia esikuvia Helsingin kartanoille, mistä syystä muun muassa maatilamajoitusta ja Tukholman seudulla linnamajoitusta tarjoavat yritykset jäivät tutkimusten ulkopuolelle. Koska työn otsikossa mainitaan vaihtoehtoiset majoitusmuodot Helsingin keskustan hotelleille, työssä käsitellään myös Helsingin matkailua ja matkailijoita. Etenkin työssä on tarkasteltu Helsingin matkailuun liittyen kaupungin majoitustarjontaa. Sen osalta tehdään työssä katsausta eri majoitusvaihtoehdoista, majoituskohteiden hinnoista sekä muun muassa kaupungin matkailijoista kansalaisuuksittain. Myös majoitustarjonnan tulevaisuuden näkymät tulevat olemaan työssä erityisen mielenkiinnon kohteena.

Tämän tutkimustyyppisen opinnäytetyön ensisijaisena tavoitteena on tutkia, olisivatko Helsinkiin saapuvat matkailijat kiinnostuneita majoittumaan matkansa aikana kartano- ja huvilamajoituskohteissa, mikäli kaupungissa olisi tämäntyylistä majoitusta tarjolla matkailijoille. Toisekseen tutkimuksen avulla on tavoitteena selvittää, millaisin reunaehdoin matkailijat valitsevat yöpymispaikkansa matkalleen ja olisiko kaupungissa edes mahdollista tarjota kartano- tai huvilamajoitusta matkailijoille näiden asetettujen reunaehtojen puitteissa. Opinnäytetyössä toteutettava tutkimus tulee pohjautumaan edellä mainittuihin selvityksiin kartano- ja huvilamajoituksesta sekä Helsingin majoitustarjonnasta.

Tutkimuksen aineistonkeruu suoritettiin kvantitatiivisella eli määrällisellä tutkimusmenetelmällä. Kvantitatiivisella lomakekyselyllä kerättiin taustatietoa kyselyyn vastaajista ja heidän toteuttamastaan matkastaan kaupunkiin sekä kartoitettiin heidän kiinnostustaan kartano- ja huvilamajoitusta kohtaan. Kysely oli suunnattu kaikille Helsingin matkailijoille, jotka viettivät kaupungissa vähintään yhden yön matkansa aikana, joko jossain

kaupungin majoitusliikkeistä, vuokraamassaan yksityisasunnossa tai tuttavan luona kotimajoituksessa. Tutkimuksen ulkopuolelle jätettiin päiväkävijät, jotka viettävät kaupungissa vain muutaman tunnin sekä henkilöt, jotka ovat saapuneet kaupunkiin työllistymismielessä eivätkä näin ollen lukeudu matkailijoiksi virallisten määritelmien mukaan.

Opinnäytetyö on toteutettu toimeksiantona Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimistolle. Työn aihe on saanut ideansa Helsingin kaupunkisuunnitteluviraston vuoden 2011 aikana laatimasta Itä-Helsingin kulttuuripuiston kehittämissuunnitelmasta. Kaupungin tavoitteena on kulttuuripuiston alueen kehittäminen maisemallisena ja toiminnallisena kokonaisuutena. Alueella sijaitsee runsaasti kartanoympäristöjä sekä Itä-Helsingille tyypillistä huvila-asutusta. Itä-Helsingin kulttuuripuiston alueella sijaitsevista kahdeksasta kartanosta kuusi on kaupungin omistuksessa. Kaupunki omistaa alueelta myös useita huviloita. Kaupunkisuunnitteluviraston laatimassa selvityksessä on yleisenä kehittämistavoitteena mainittu alueen toiminnallisen sisällön kehittäminen. Raportin mukaan alueella on hyvät edellytykset muun muassa matkailun kehittämiseksi. Esimerkiksi kaupungin omistamat kartanot ja huvilat tarjoavat mahdollisuuksia muun muassa majoitus-, ravintola- ja kahvilapalveluiden kehittämiseksi.

Tässä opinnäytetyössä tullaan käyttämään paljon termejä matkailu ja matkailija. Yhdistyneiden kansakuntien alaisen Maailman matkailujärjestö UNWTO:n määritelmän mukaan matkailulla tarkoitetaan sosiaalisia, kulttuurisia ja taloudellisia vaikutuksia omaavaa ilmiötä, jonka seurauksena ihmiset liikkuvat maihin tai paikkoihin tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolelle joko henkilökohtaisista tai työhön liittyvistä syistä. Ilmiönä matkailulla on vaikutuksia niin maiden talouteen, luontoon kuin arkkitehtuuriinkin, paikallisiin ihmisiin ja matkailijoihin itseensä. Matkailu jaetaan perinteisesti kotimaan matkailuun ja kansainväliseen, kotimaan ulkopuolelle suuntautuvaan matkailuun. (UNWTO.)

Matkailija puolestaan on henkilö, joka matkustaa tavanomaisen elinpiirinsä ulkopuolelle enintään vuodeksi työn, vapaa-ajan vieton tai muun henkilökohtaisen syyn takia. Matkailijaksi ei lasketa henkilöä, joka matkustaa uuteen paikkaan työllistyäkseen siellä.

UNWTO:n määritelmässä matkailija on eroteltu päiväkävijästä tai huviretkelijästä siten, että matkailijan matka sisältää vähintään yhden yön yöpymisen kohteessa. (UNWTO.)

Myös Tilastokeskus käyttää tilastoissaan määritelmää, jonka mukaan matkailijalla tarkoi-

tetaan yöpyvää matkailijaa, joka viettää kohteessa vähintään yhden yön matkansa aikana. Tilastokeskuksen määritelmän mukaan matkailija, joka ei yövy matkakohteessaan matkansa aikana, on päivämatkailija tai päiväkävijä. (Tilastokeskus.)

Työn viitekehyksessä käsitellään aluksi yleisesti kartano- ja huvilamajoitusta majoitusmuotona. Kyseisessä osiossa on käyty läpi olemassa olevia majoituskohteita Suomesta sekä Tukholman ja Tallinnan seudulta. Lisäksi tässä osiossa on esitelty Itä-Helsingin kulttuuripuiston kehityssuunnitelmaa sekä sieltä löytyviä kartano- ja huvilamiljööitä. Työn viitekehysosiossa on myös käsitelty Helsingin matkailua selvittämällä, kuka on Helsingin matkailija, millainen kaupunkimatkakohde Suomen pääkaupunki on, millainen on kaupungin majoitustarjonta sekä viimeisenä majoitusalan tulevaisuuden näkymät yleisesti ottaen. Myös työn toimeksiantajan tarkempi esittely löytyy Helsingin matkailu -pääluvusta. Luvussa 4 on kerrottu toteutetusta kvantitatiivisesta kyselytutkimuksesta, jonka jälkeen on esitelty työn tutkimustuloksia. Viimeisenä raportissa käsitellään tutkimustulosten pohjalta tehdyt johtopäätökset ja annetaan muutamia ehdotuksia kartano- ja huvila-aiheisille jatkotutkimuksille.

## 2 Kartano- ja huvilamajoitus majoitusmuotona

Suomessa kartanoiden historia juontaa juurensa vuoteen 1345 ja Maunu Eerikinpojan säädökseen, jonka mukaan ratsupalvelukseen ilmoittautunut talonpoika korotettiin rälssimieheksi ja hän sai verovapauden tilaansa. Tällaisia tiloja alettiin kutsua sätereiksi. Kartanokulttuurin kulta-aikana pidetään kuitenkin 1800-lukua, jolloin suurtilaomistus ja laajamittainen maatalous liittyivät aatelisten elämäntapaan. Kartanokulttuuri liittyi erottamattomasti aateliin, vaikka kaikki aateliset eivät omistaneetkaan kartanoita ja toisaalta oli myös aatelittomia kartanon herroja. Todellinen kartano ei ollut pelkkä rakennus, vaan maaseudun taloudellinen, kulttuurinen ja sosiaalinen solmukohta. Yleisesti ottaen kartanoksi kutsutaan tänä päivänä vanhaa rälssisäteriä, säteriratsutilaa, huomattavaa virkataloa, perintötilaa tai muuta aatelisten muinoin omistamaa tilaa, jolla on näyttävä päärakennus. Toisinaan myös suuria talonpoikaistiloja saatetaan kutsua kartanoiksi, jos tila on ollut alueella muutoin historiallisesti huomattavassa asemassa. Nykypäivänä, kun vanhat suurtilat ovat menettäneet maitaan ja pirstoutuneet, voidaan kartanolla tarkoittaa myös vain tällaisen tilan komeaa päärakennusta. (Iltanen 2011, 5–6; Snellman 2012.)

Huviloiden historia juontaa juurensa jopa antiikin Rooman ajoille ja roomalaisiin villoihin, jotka olivat Rooman yläluokalle rakennettuja esikaupunkiasuntoja. Helsingissä huvilakulttuuri kukoisti 1800–1900-lukujen vaihteessa, jolloin varakkaat kaupunkilaiset hankkivat kesänviettopaikoikseen huviloita rantavyöhykkeeltä ja Helsingin edustan saaristoista. Koska perheet usein muuttivat huviloihin koko kesän ajaksi, panostettiin rakennusten arkkitehtuuriin ja ympäristöön muun muassa palkkaamalla ammattilaisia tekemään suunnitelmat huviloille. (Aalto 2012, 8.) Huvilakulttuuri kukoisti samoihin aikoihin myös muualla Suomessa. Esimerkiksi Turun porvaristo vietti 1800-luvun puolivälissä kesiään Ruissalon huviloillaan. Luonnonkaunis ympäristö ja vesi olivat erottamaton osa tätä porvariston huvilaelämää. (Turun yliopisto ja Turun kaupunki.)

### 2.1 Kartano- ja huvilamajoituskohteita Suomesta ja naapurimaista

Tätä opinnäytetyötä varten on tutkittu 20 kartanomajoitusta tarjoavan kartanon palveluita ja vetovoimatekijöitä. Kaikki tutkitut kartanot palveluineen on koottu aivan työn lopusta, liitteestä 1 löytyviin taulukoihin.



Tutkituista kartanoista kymmenen sijaitsee Suomessa ja ne valittiin työhön Suomen Kuntaliiton (2014) tarjoamien tietojen mukaan Suomen kymmenen suurimman kunnan alueelta. Jos itse kunnan alueelta ei löytynyt jonkinlaista majoituspalvelua tarjoavaa kartanokohdetta, on tutkimuksissa pyritty löytämään sopiva kohde kunnan lähialueelta. Esimerkiksi Suomen suurin kunta Helsinki on tutkimuksissa korvattu Porvoolla ja Hotelli Haikon Kartanolla, koska pääkaupungista ei toistaiseksi löydy kartanomajoituskohteita. Myös Oulun suunnalta oli vaikea löytää tutkimukseen soveltuvaa majoituskartanoa, joten Oulun sijasta tutkimukseen valikoitui Kartanohotelli Karolineburg Kajaanista. Jos kunnan alueelta löytyi useampia tutkimukseen sopivia kartanokohteita, työhön valikoitui näistä kohteista vain yksi sattumanvaraisesti. Työhön valikoituneet Suomen kartanomajoituskohteet on vielä listattu alle taulukkoon 1.

Taulukko 1. Tutkitut kartanomajoituskohteet Suomen alueella

<b>SUURIMMAT KUNNAT</b>	<b>KARTANOKOHDE</b>	<b>KARTANON SIJAINTI</b>
<b>1. Helsinki</b>	Hotelli Haikon Kartano	Porvoo
<b>2. Espoo</b>	Kartanokylpylä Kaisankoti	Espoo
<b>3. Tampere</b>	Ahlmanin Kartano	Tampere
<b>4. Vantaa</b>	Hämeenkylässen Kartano	Vantaa
<b>5. Oulu</b>	Kartanohotelli Karolineburg	Kajaani
<b>6. Turku</b>	Harjattulan Kartano	Turku
<b>7. Jyväskylä</b>	Huikon Kartano	Toivakka
<b>8. Kuopio</b>	Runnin Kartanohotelli	Runni
<b>9. Lahti</b>	Töyrylän Kartano	Artjärvi
<b>10. Kouvola</b>	Kirjokiven Kartano	Vuohijärvi

Koska opinnäytetyön tarkoituksena ei ollut tutkia tyhjentävästi kaikkia Suomesta löytyviä kartanomajoituskohteita, päätettiin työhön valita vain kymmenen kartanoa edustamaan jo olemassa olevia kohteita ja valintakriteerinä käytettiin, kuten edellä on kerrottu, Suomen suurimpia kuntia. Yllä mainitut kartanot eivät kuitenkaan ole Suomen ainoat kartanomajoitusta tarjoavat yksiköt. Tutkimuksen ulkopuolelle ovat muun muassa jääneet Suomen tunnetuimpien kartanohotellien joukkoon kuuluva Mustion Linna Raase-

porissa sekä NEXT Hotels hotelli- ja kartanoketjuun kuuluvat NEXT Hotel Hirvihaaran Kartano Mäntsälässä, NEXT Hotel Karhulan Hovi Karhulassa ja NEXT Hotel Satulinna & Huvilat, Hirvensalmella.

Työhön on toimeksiantajan pyynnöstä otettu käsittelyyn myös ulkomailta löytyviä kartanomajoituskohteita. Näin ollen loput kymmenen työssä tutkittua kartanoa on valikoitu työhön Helsingin Itämeren kilpailijakaupunkien Tukholman ja Tallinnan alueilta. Työssä tutkitut naapurimaiden kartanomajoituskohteet löytyvät taulukosta 2. Kartanoista viisi sijaitsee Tukholman läänin alueella Ruotsissa. Näiden kartanoiden ainoina valintakriteereinä on ollut kartanon sijainti Tukholman läheisyydessä sekä kohteen tarjoamat majoituspalvelut, muuten kohteet on valittu sattumanvaraisesti. Tukholman läheisyydessä sijaitsee paljon myös linnoja, jotka tarjoavat samantyyllisiä palveluita kuin kartanokohteet, mutta nämä karsittiin tutkimuksista pois, sillä työn tarkoituksena on etsiä esikuvia Helsingin kartanoille. Viimeiset viisi työssä tutkittua kartanoa sijaitsevat Virossa, Tallinnan läheisyydessä Harjun maakunnan alueella. Nämäkin kartanot valikoituivat työhön tarjoamiensa majoituspalveluidensa perusteella sekä siitä syystä, että ne sijaitsevat maan pääkaupungin läheisyydessä.

Taulukko 2. Tutkitut kartanomajoituskohteet Ruotsissa ja Virossa

<b>TUKHOLMAN LÄÄNI:</b>	<b>KARTANOKOHDE</b>	<b>KARTANON SIJAINTI</b>
	Tammsvik Konferens & Herrgård	Bro
	Såstaholm Hotell & Konferens	Täby
	Smådalarö Gård	Dalarö
	Thoresta Herrgård	Bro
	Högberga Gård	Lidingö
<b>HARJUN MAAKUNTA:</b>	<b>KARTANOKOHDE</b>	<b>KARTANON SIJAINTI</b>
	Padise Mõis	Padise
	Saue Mõis	Saue
	Vihterpalu Mõis	Vihterpalu
	Kõue Mõis	Triigi
	Laitse Loss Restoran & Hotell	Laitse

Huvilamajoituskohteista löytyy esimerkkejä Suomen osalta etenkin Hangon kylpyläpuiston pitsihuviloista, jotka yhdessä muodostavat valtakunnallisesti ainutlaatuisen huvilakokonaisuuden. 1800-luvulla Hangossa sijainneen kylpylän yhteyteen rakennettiin useita kymmeniä huviloita majoitustiloiksi. Itse kylpylä purettiin jatkosodan jälkeen, mutta huvilat jäivät. Osa näistä huviloista toimii nykyisinkin pensionaateina, hotelleina ja matkustajakoteina. Esimerkkeinä voidaan mainita Hotelli Villa Maija, joka muodostuu kolmesta saman pihapiirin huvilarakennuksesta, sekä Villa Tellina, joka on yksi Hangon vanhimpia pensionaatteja. (Ekström Söderlund, 2–3; Hanko Tourist Office; Hotelli Villa Maija 2014.) Myös Tukholmasta löytyy paljon huviloita, joita matkailijat voivat vuokrata kesämökkien tapaan esimerkiksi viikoksi kerrallaan matkansa aikana. Huviloita voi vuokrata muun muassa Grand Trip Sweden- ja Stockholm Skärgårdsstugor -sivustoilta (Grand Trip Sweden 2013; Stockholm Skärgårdsstugor).

### **2.1.1 Erilaisia majoituspalvelukokonaisuuksia**

Erilaisia palvelukokonaisuuksia tutkittaessa voidaan pohtia sitä, mikä on kunkin majoituspalveluita tarjoavan kartanon ydintuote ja mitkä ovat ydintuotetta palvelevia lisätuotteita. Vaikka monet kohteista tarjoavatkin pitkälti samankaltaisia palveluita, kartanoiden välillä on huomattavia eroja sen suhteen, mikä palvelu tai tuote edellä yritystä markkinoidaan. Philip Kotler on 80-luvulla määritellyt tuotteille kolme tasoa, jotka ovat ydintuote, muodollinen tuote ja laajennettu tuote. Ydintuotteella viitataan tuotteen oston kannalta olennaiseen palveluun tai ydinhyötyyn, jolla pyritään tyydyttämään asiakkaan alkuperäiset tarpeet. Muodollinen tuote pitää sisällään kaiken sen, mitä asiakas rahallaan saa, esimerkiksi laatutaso, tuotteen ominaisuudet ja pakkaus. Laajennettu tuote puolestaan pitää sisällään lisäarvon ja kilpailuetuudet, mitä kaikkea asiakkaalle tarjotaan lisäksi, jos hän ostaa tuotteen tästä yrityksestä eikä kilpailijalta. Tätä Kotlerin teoriaa tuotteen kolmesta tasosta voidaan soveltaa palvelualalla myös palveluihin. (Kotler 1982, 295–296; Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod 2009, 128–129.)

Taulukko 3. Kartanomajoituskohteiden ydintuotteet ryhmiteltynä

1. Majoitus	2. Tilanvuokraus ryhmille
3. Muut palvelut	4. Avaimet käteen - periaate

Taulukkoon 3 on listattu tutkittujen kartanomajoituskohteiden tarjoamat ydintuotteet ja niiden ympärille kehitetyt majoituspalvelukokonaisuudet. Suurin osa tutkituista kohteista tarjoaa ensisijaisena ydintuotteenaan majoitusta perinteisten hotellien tapaan. Hyvänä esimerkkinä tällaisesta kartanosta toimii Hämeenkylässä Kartano Vantaalla. Tässä itseään ensiluokkaisena hotellina markkinoivassa kartanossa yksittäinen asiakas voi ydintuotteena ostaa majoittumisen. Muodollinen tuote pitää sisällään tiettyyn huonetyyppiin kuuluvan huoneen ja sen sisältämän varustelun käytön sekä aamiaisen Etukartanon ravintolassa. Laajennettuun tuotteeseen sisältyy historiallinen ja rentouttava kartanomiljö, hotellin tarjoamat harrastevälineet sekä muun muassa Business Corner asiakkaiden käyttöön. Yksittäisille matkailijoille tarjoamansa majoituksen lisäksi kartano palvelee myös paikallisia asukkaita kartanon à la carte -ravintolassa sekä yrityksiä ja ryhmiä tarjoamalla kokous- ja juhlatiloja erilaisin paketein heidän saatavilleen. (Hämeenkylässä Kartano.)

Neljä kartanoa tutkituista kahdestakymmenestä ei tarjoa niinkään yksittäisiä majoituspalveluita, vaan näiden kartanoiden ydintuotteena on pikemminkin tilanvuokraus ryhmille erilaisiin tilaisuuksiin ja kokouksiin. Tästä palvelukokonaisuudesta esimerkin tarjoaa Tammsvik Konferens & Herrgård Upplands-Bron kunnassa Tukholman läheisyydessä. Ruotsin tutkituista kartanoista kaikkien ensisijaisena tuotteena ovat kokouspalvelut, mutta Tammsvikin osalta se näkyy painotuksena jopa kartanon nimessä. Tämän konferenssihotellin ydintuotteena ovat kokouspalvelut. Markkinoinnissa yritys käyttää mottonaan Kaikki on mahdollista! -lausahdusta. Muodollinen tuote sisältää kokoustilan ja -varusteiden käytön, hintaan sisältyvät ilmaisaktiviteetit sekä ruokailut. Tarjolla on erilaisia paketteja ja kokousmalleja, joista asiakas voi valita mieleisensä. Laajennettu tuote tarjoaa asiakkaille muun muassa mahdollisuuden valita kokoustilaksi hieman yksityisemmän ja rauhallisemman ryhmätila Villa Mälargårdenin tai halutessaan kuljetuspal-

velut hotellille helikopterikyödyllä. Konferenssihotellilta löytyy myös majoitustilat kokousvieraiden mahdolliseen majoittamiseen. (Tammsvik Konferens & Herrgård.)

Näiden kahden edellä esitellyn majoituspalvelukokonaisuuden lisäksi tutkituista kartanomajoituskohteista löytyi myös muutamia kartanoita, jotka eivät kunnolla lukeudu perinteisen hotellin eivätkä ryhmille vuokrattavan tilan alaisuuteen. Näiden kartanoiden tapauksissa majoitus löytyy tilanvuokraus-palvelukokonaisuuksien tapaan laajennetun tuotteen tasolta, mutta niiden ydintuote on jokin muu palvelu kuin tilanvuokraus. Yhtenä esimerkkinä tästä ryhmästä voidaan nostaa esille Kartanokylpylä Kaisankoti. Kyseinen kartano on nykyisin monipuolinen kylpylä- ja hyvinvointipalveluja tuottava kartanohotelli, mutta sen yksi pääpainopistealue on työssään uupuneiden ihmisten kuntoutus johtuen kartanon toimintaa ylläpitävän säätiön historiasta (Kartanokylpylä Kaisankoti). Toisena esimerkkinä toimii Runnin kylpylän kartanohotelli, jossa kylpylä on oleellisessa osassa paikan palvelukokonaisuudessa. Kartanohotellissa voi toki majoittua ilman, että vierailee kylpylässä. Samoin kylpylässä voi käydä ilman, että majoittuu kartano- tai kylpylähotellissa. Kylpylän vapaa käyttö kuitenkin sisältyy majoitushintaan, ja koska historiallisesti kylpylä oli ennen kartanohotellia, Runnin kylpyläkokonaisuuden ydintuote sijoittuu hieman enemmän kylpylä- kuin majoitustoiminnan puolelle. (Runni.)

Viimeisin tässä esiintuva palvelukokonaisuus on yksittäisille matkailijoille avaimet käteen -periaatteella toimivat tilanvuokraukset, jotka tulevat lähinnä sovellettavaksi huviloiden osalta. Tällöin asiakas vuokraa koko huvilan omaan käyttöönsä kalustettuna ja varusteltuna. Ydintuotteena on majoittuminen omassa rauhassa mökinomaisessa ympäristössä ilman henkilökuntaa. Matkailija hoitaa itse jopa loppusiivouksen, ellei hän halua maksaa siivouksesta lisäpalveluna. Hangon huviloista tällaista vuokrauspalvelua tarjoaa muun muassa Villa Lundmark, josta löytyy kaksi omaan käyttöön ympäri vuoden vuokrattavissa olevaa asuntoa. Matkailijan on mahdollista vuokrata Hangossa sijaitsevia yksityisomistuksessa olevia huviloita käyttöönsä matkansa ajaksi myös Lomahanko- ja Hima & Huvila -sivustoilta. (Hima & Huvila 2013; Lomahanko; Villa Lundmark 2011.)

## 2.1.2 Majoituskohteiden vetovoimatekijät

Middleton, Fyall, Morgan & Ranchhod ovat maininneet Medlikin & Middletonin 70-luvulla todenneet, että matkailijan näkökulmasta matkailutuote on kokonaisuus. Se pitää sisällään kaiken aina siitä hetkestä, kun matkailija lähtee kotoaan, siihen hetkeen, kun hän sinne palaa. Matkailutuote voidaan kuitenkin jakaa viiteen osatekijään, jotka vaikuttavat matkailijan ostopäätökseen ja joiden perusteella matkailijat normaalisti tekevät valintansa esimerkiksi majoituksen suhteen. Nämä viisi vetovoimatekijää ovat matkakohteen nähtävyydet ja ympäristö, palvelut, kohteen saavutettavuus, paikan mielikuvat sekä hintataso matkailijalle. (Middleton ym. 2009, 119–123.) Björkqvistin mukaan V.A. Heikkinen on majoitusalan tulevaisuutta käsittelevässä esseessään myös nostanut esille asiakkaiden kriteereitä hotellin valinnassa. Edellä mainittujen vetovoimatekijöiden lisäksi Heikkinen on listannut valintakriteerien joukkoon myös kohteen turvallisuuden ja asiakkaan aiemmat kokemukset. Näiden kriteereiden avulla asiakkaat vertailevat eri kohteita keskenään ja näin ollen kriteerit pysyvät samoina hotellien konseptista riippumatta. (Björkqvist 2009, 46.)

Matkakohteen nähtävyydet ja ympäristö matkailutuotteen vetovoiman osatekijänä voidaan jakaa luonnon vetovoimaan, rakennettuun ympäristöön, kulttuuriseen kiehtovuuteen ja sosiaaliseen vetovoimaan, jotka kaikki omalta osaltaan vaikuttavat matkailijan ostomotivaatioon ja matkapäätöksentekoon (Middleton ym. 2009, 123). Hotellin sijainnilla ja ympäristöllä onkin suuri merkitys matkailijoiden hotellivalinnoissa, sillä niin vapaa-ajan matkailijat kuin työnsä takia matkustavat valitsevat useimmiten hotellinsa sen sijainnin kuin sen palveluiden takia. Suurin osa Suomen parhaiten menestyvistä hotelleista sijaitsee maan suurissa kaupunkikeskitymissä, kuten Helsingissä, Espoossa, Tampereella, Vantaalla ja Turussa. (Timetric 2013.)

Nähtävyydet ja ympäristö ovat kartanomajoituskohteiden valttikortteja kilpailulla hotellialalla. Kartanot sijaitessaan hieman kaupunkikeskitymien ulkopuolella tarjoavat matkailijalle yleisesti ottaen luonnon vetovoimaa kesäisin vehreine kartanopuistoineen. Moni tutkituista kartanoista sijaitsee myös jonkinlaisen vesistön läheisyydessä. Tutkituista kartanoista kaikki Kartanohotelli Karolineburgia lukuun ottamatta sijaitsevat kilometrien päässä kaupunkien keskustoista, joten ne tarjoavat matkailijoille aivan erilaila

luonnon rauhaa kuin kaupunkien keskustoissa sijaitsevat hotellit. Kartanot myös rakennuksina erottuvat ympäristöstään historiallisen asemansa johdosta tarjoten matkailijalle kulttuurista kiehtovuutta.

Matkakohteen tarjoamat palvelut mahdollistavat matkailijan viipymisen ja viihtymisen matkallaan. Nämä palvelut käsittävät muun muassa majoitus-, ravintola-, kuljetus-, aktiviteetti-, ostos- sekä muut palvelut. (Middleton ym. 2009, 124.) Asiakkaiden tavat, ostovoima sekä käytettävissä oleva aika vaikuttavat suuresti palveluiden valintaan, ja nykypäivän asiakkaat ovat yleisesti ottaen valmiita maksamaan henkilökohtaisesta palvelusta (Björkqvist 2009, 46).

Kuten luvussa Erilaisia majoituspalvelukokonaisuuksia on selvitetty, kartanomajoituskohteet tarjoavat ensinnäkin majoituspalveluita, johon on yleisimmin yhdistetty kokous- ja juhlapalvelut sekä jonkinlaiset ravintolapalvelut täydentämään kohteen peruspalveluvalikoimaa. Lisäksi suurin osa kartanoista tarjoaa erinäisen määrän myös muita palveluita erikoistumisestaan riippuen. Mikäli erikoistuminen liittyy hyvinvointiin, kuten Kartanokylpylä Kaisankodilla, löytyy kohteen palveluista muun muassa kuntoutus-, työhyvinvointi- ja hemmottelupalveluita (Kartanokylpylä Kaisankoti). Ahlmanin koulun säätiö puolestaan ylläpitää omistamallaan alueella kartanon peruspalvelutarjonnan lisäksi maatilaa, tilapuotia, tilameijeriä ja maitobaaria (Ahlman Säätiö 2014).

Palveluvalikoiman laajuudesta tarjoaa erinomaisen esimerkin Hotelli Haikon kartano. Peruspalveluiden lisäksi hotellin yhteydessä toimii Day Spa ja kylpylä, jossa on tarjolla muun muassa ohjattuja liikuntatunteja paitsi hotellivieraille myös lähialueen asukkaille. Hotellin majoituspalveluihin on yhdistettävissä unikonsultaatio ja -valmennus. Varmistaakseen vieraidensa viihtymisen hotelli jopa otti vuonna 2013 käyttöön Butler- eli hoivimestaripalvelun. (Hotelli Haikon Kartano a; Hotelli Haikon Kartano 2013.)

Matkakohteen saavutettavuudessa huomioidaan niin yksityisten kuin julkisten kuljetuspalveluiden hinta, nopeus ja saavutettavuuden helppous matkailijan kannalta. Ne käsittävät niin rakennetun infrastruktuurin, kalustuksen, palveluiden operationaalisen puolen kuin säädöksetkin. (Middleton ym. 2009, 124.)

Kuten luvun alkupuolella todettiin, tutkitut kartanot sijaitsevat pääsääntöisesti kilometrien päässä kaupunkien keskustoista, mikä osaltaan hieman hankaloittaa kartanoiden saavutettavuutta. Suuremmilla paikkakunnilla, kuten pääkaupunkiseudulla, Turussa, Tampereella ja Porvoossa, asiakkaat voivat käyttää hyväkseen kaupunkien paikalliskennettä kartanoille saapumisessa. Tällöin matkaan kuluu noin 15–30 minuuttia kaupunkien keskustoista. Mikäli asiakas kulkee julkisella liikenteellä kartanolle, on toki huomioitava myös kulkuvälineiden yhteyksien vuoroväli. Jos esimerkiksi busseja kulkee vain kerran tunnissa, tämä heikentää huomattavasti kohteen vetovoimaa verrattuna kohteeseen, jonne busseja kulkee neljä kertaa tunnissa.

Huonoimmassa asemassa ovat pienemmillä paikkakunnilla sijaitsevat kartanot, jonne saapuminen saattaa olla hyvinkin hankalaa ilman taksipalveluita, asiakkaan omaa autoa tai mikäli kartano sijaitsee vesistöjen läheisyydessä, ilman omaa venettä. Hienon esimerkin asiakkaan tarpeiden ajattelemisesta saavutettavuuden suhteen tarjoaa Tammsvikin kartano Upplands-Bron kunnassa Tukholman läheisyydessä. Konferenssihotelli tarjoaa asiakkailleen ohjeet hotellille saapumisesta niin autolla kuin julkisillakin kulkuneuvoilla omatoimisesti. Toisaalta asiakas voi myös hotellin kautta järjestää bussi-, vene- tai helikopterikuljetuksen hotellille. (Tammsvik Herrgård.)

Matkailijoiden asenteet ja mielikuvat vaikuttavat hyvin voimakkaasti matkan ostopäätökseen, vaikka ne eivät välttämättä perustuisikaan tosiasioihin. Jokaisella matkakohteella on jonkinlainen imago, joka yleensä perustuu kohteen historiallisiin tapahtumiin ja niiden synnyttämiin mielikuviin. Matkapalveluita tarjoavien yritysten imago on usein läheisesti yhteydessä koko matkakohteen imagoon. Myös hinta vaikuttaa niin matkailijan kokonaiskokemukseen kuin kohteen imagoonkin. Hintojen vertailusta tekee kuitenkin hankalaa se, että ne vaihtelevat sesonkien, valittujen aktiviteettien, kansainvälisten valuuttakurssien, matkan pituuden, kuljetusmuotojen sekä muun muassa valittujen lisäpalveluiden mukaan. (Middleton ym. 2009, 124–126.)

Tutkituista kartanoista kalleimmat kahden hengen yöpymisvuorokausihinnat maaliskuulta 2014 löytyivät Hotelli Haikon Kartanosta ja Ruotsin Thorestan kartanosta. Halvimmat hotellihuoneet puolestaan olivat Tampereen Ahlmanin kartanossa ja Viron Padisen kartanossa. Siinä missä halvimmillaan kahden hengen huoneen tuona ajankoh-



tana sai yhdestä kartanosta 79 euron hintaan, matkailija joutui maksamaan huoneestaan toisaalla jopa 270 euroa. Hintaerot ovat huomattavia, mutta toisaalta ne osoittavat, että matkailijan on mahdollista majoittua kartanossa myös alle sadan euron budjetilla.

### **2.1.3 Asiakkaat ja asiakassuhteet**

Potentiaalisten ja nykyisten asiakkaiden tunnistaminen matkailualalla on erityisen tärkeää. Koska kaikki matkailijat eivät toivo matkoiltaan samoja asioita ja kokemuksia, yritysten täytyy jaotella eli segmentoida matkailumarkkinat ja keskittyä tuottamaan palveluita yhden tai muutaman toisiaan täydentävän asiakassegmentin tarpeisiin. Kaikista potentiaalisista asiakassegmenteistä yritykset valitsevat sellaiset, jotka he kokevat yritystoimintansa kannalta tuottoisimmiksi. Middleton ym. (2009, 97–98) ovat jaotelleet hotellien asiakkaita viiteen asiakassegmenttiin, joita ovat:

- työ- ja yritysmatkalaiset,
- ryhmät pakettimatalla,
- yksittäiset lomailijat,
- yksittäiset vierailijat pakettiminilomilla ja
- konferenssien osanottajat.

Lista ei kata kaikkia asiakasryhmiä, mutta se antaa osviittaa hotelliasiakkaiden moninaisuudesta sekä hotellien tarpeesta valita asiakaskohderyhmänsä ja suunnitella palveluvalikoimansa näille asiakasryhmille sopiviksi.

Edellisen kappaleen perusteella voidaan tarkkailla tässä työssä tutkittujen kartano- ja huvilamajoituskohteiden asiakkuuksia. Jos mietitään sitä, mitä palveluita kohteet tarjoavat, voidaan tehdä päätelmiä siitä, kenelle nämä palvelut on suunnattu. Kartanokohteiden osalta kaikkein selvimmin segmentointi on hoidettu Tukholman ympäristön kartanoissa. Tutkituista viidestä kartanosta kaikki tekevät yhteistyötä Svenska Möten -varauskanavan kanssa, joka tarjoaa yrityksille mahdollisuuden varata konferenssinsa ja tapaamisensa yhden asiantuntijavarauskanavan kautta (Svenska Möten 2014). Konferenssit ovat myös jokaisen tutkitun Ruotsin kartanomajoituskohteen Internet-sivuilla näkyvästi esillä. Tämän perusteella onkin pääteltävissä, että työ- ja yritysmatkalaiset ovat

näiden kartanoiden tärkein asiakassegmentti. Koska työmatkalaiset täyttävät hotelleja lähinnä arkipäiväisin ja lomasesonkien ulkopuolella, osa kartanoista on täydentänyt asiakassegmenttiä muilla asiakasryhmillä. Esimerkiksi Smådalarö Gård tarjoamat golf-, hää- ja viikonloppupaketit tuovat hotellille yksittäisiä lomailijoita ja pakettimatkailijoita myös viikonloppuisin ja lomakausina (Smådalarö Gård).

Lotila (2007) kertoo *Talouselämä*-lehden Viron kartanoita käsittelevässä Internet-artikkelissa, että tässäkin työssä tutkituista kartanoista Vihterpalun kartanon asiakkaista jopa noin 70–80 prosenttia on virolaisia eli kotimaisia matkailijoita. Ulkomaalaisista asiakkaista etenkin venäläiset asiakkaat ovat toivottuja asiakkaita kartanossa. Hääparit ovat yksi hotellin tärkeimmistä asiakasryhmistä, vaikka toisaalta myös yritykset ovat alkaneet löytämään kartanot kokouskäyttöön Ruotsin kartanoiden tapaan. Kokoukset ja seminaarit ovat kartanoille parhaita tulonlähteitä. Myös laatua arvostavat tallinnalaiset saattavat matkustaa kartanolle vain syödäkseen kartanon ravintolassa ja nauttiakseen kartanon puutarhasta. Viron kartanot edustavat asiakkailleen historiaa ja perinteitä.

Suomen kartanoiden osalta voidaan tutkia kartanoiden asiakkailleen tarjoamia kanta-asiakkuusjärjestelmiä, jotka omalta osaltaan kannustavat asiakkaita palaamaan hotelleihin kerta toisensa jälkeen. Monilta Suomen suurimmilta hotelliketjuilla löytyy jonkinlainen kanta-asiakasjärjestelmä. Kartanoiden ongelma kanta-asiakasjärjestelmien suhteen yleisesti ottaen kuitenkin on se, että ne ovat pitkälti yksityisomistuksessa, eikä suurin osa kartanoista kuulu edes mihinkään markkinointiketjuun.

Poikkeuksia toki löytyy myös Suomen kartanomajoituskohteiden osalta. Esimerkiksi Hotelli Haikon Kartano tekee yhteistyötä Stockmannin konsernin kanssa, minkä seurauksena Stockmannin kanta-asiakkaille on hotellissa tarjolla etuhintaista majoitusta. Kartano tekee yhteistyötä myös muun muassa Finnairin kanssa tarjoten Finnair Plus -asiakkaille jäsenhintaisia huonehintoja majoittumisesta hotellissa. (Hotelli Haikon Kartano b.) Hämeenkyllän Kartano Vantaalla puolestaan kuuluu suomalaiseen, yksityisten hotellien muodostamaan Private Hotels -nimiseen ryhmittymään, jonka kanta-asiakkaat saavat etuutena muun muassa ilmaisia yöpymisiä ketjuun kuuluvissa hotelleissa yövyttyään tietyn määrän maksullisia öitä joissain ryhmittymän hotelleissa. (Private Hotels.) Tässä yhteydessä voidaan mainita myös jo aiemmin esiin noussut NEXT Hotels

hotelli- ja kartanoketju, joka muista hotelliketjuista poiketen ei niinkään palkitse uskollisia kanta-asiakkaitaan, vaan ketjun tarkoituksena on panostaa majoituskohteiden asiakaspalvelun laatuun ja tuotekehitykseen, ja näin houkutella asiakkaita palaamaan hotelleihinsa. (NEXT Hotels Finland Oy.)

## 2.2 Itä-Helsingin kulttuuripuiston kartanot ja huvilat

Itä-Helsingin kulttuuripuisto on Mustavuorelta Broändan purolaakson kautta Vartiokylänlahden, Vartiosaaren, Tammisalon ja Herttoniemen läpi aina Stansvikiin asti ulottuva puisto, yksi Helsingin keskuspuistomaisista viheraluekokonaisuuksista. Alueelta löytyy sekä viher- ja vesialueita että rakennettua kaupunkikulttuuriympäristöä. Itä-Helsingin kulttuuripuistolle ei ole määritelty tarkkaa rajausta kaupungin yleiskaavassa, sillä puiston suunnittelu on vasta aluillaan. Alue on kuitenkin muiden Helsingin puistoalueiden tavoin hahmoteltu yleispiirteisesti Helsingin yleiskaava 2002:n liitteenä olevan selostuksen Helsingin puistoja ja Helsingin ”vihersormia” esittelevässä kartassa, joka on liitetty kuvioon 1. (Aalto 2012, 5 & 47; Helsingin kaupunkisuunnitteluvirasto 2002, 161.)



Kuvio 1. Itä-Helsingin kulttuuripuiston rajausta Helsingin yleiskaava 2002:n mukaisesti (Helsingin kaupunkisuunnitteluvirasto 2002, 158.)

Itä-Helsingin kulttuuripuiston erityispiirre muihin kaupungin puistoalueisiin verrattuna on alueen monipuolinen kulttuurihistoria. Alueella sijaitsee runsaasti kartanomiljöitä sekä Itä-Helsingille tyypillistä huvila-asutusta. Kartano- ja huvilakulttuuri ovat merkittävä osa Helsingin kaupungin historiaa. Kaupungissa on kaiken kaikkiaan 24 kartanoympäristöä, joista kahdeksan sijaitsee Itä-Helsingin kulttuuripuiston alueella. Vuonna 2012, Itä-Helsingin kulttuuripuiston kehittämissuunnitelman laatimisen aikoihin, kartanoista Herttoniemen ja Degerön kartanot olivat yksityisomistuksessa. Tuolloin Helsingin kaupunki omisti alueen loput kuusi kartanoa. Sittemmin kaupunki on kuitenkin päättänyt myydä Puotilan kartanon. Näin ollen kaupungin omistukseen jäisi Rastilan, Stansvikin, Jollaksen ja Strömsin kartanot sekä Tullisaaren rakennukset Deckerin huvilaa lukuun ottamatta Itä-Helsingin kulttuuripuiston alueella. (Aalto 2012, 5 & 8–9; Helsingin kaupungin kiinteistövirasto 2013.)

Kaupungin omistamat kartanot Itä-Helsingin kulttuuripuiston alueella ovat moninlaisessa käytössä. Rastilan kartano on osa kaupungin leirintäaluetta ja kartanon päärakennuksessa sijaitsee leirintäalueen kahvila-ravintola. Stansvikin ja Jollaksen kartanot ovat ammattiyhdistyskäytössä. Myös Strömsin kartano on annettu Itä-Helsingin kuvataidekoulun ja Itä-Helsingin musiikkiopiston käyttöön. Kartanot ja niiden historia kiinnostavat yleisesti ottaen ihmisiä, niinpä Itä-Helsingin kulttuuripuiston kehittämissuunnitelmassa onkin eräänä alueen kehittämistavoitteena nostettu esille pyrkimys löytää kaupungin omistamille arvokiinteistöille sellaista käyttöä, joka mahdollistaisi niiden kokemisen nykyistä laajemmalle ihmisjoukolle. (Aalto 2012, 40.)

Itä-Helsingin kulttuuripuistossa sijaitsevista kaupungin omistamista huviloista voidaan arvokkaimpina mainita mm. Vartiokylän Villa Borgs sekä Vartiosaaren Villa Janneberg, Villa Tirrebo, Sunnanvik sekä Villa Björknäs II (Aalto 2012, 9). Tullisaarella sijaitseva kaupungin omistama Aino Acktén huvila on kulttuuriasiakseksuksen käytössä ja avoinna yleisölle lähinnä kesäkaudella (Helsingin kaupungin rakennusvirasto 2012). Laaditussa Itä-Helsingin kulttuuripuiston kehittämissuunnitelmassa on huviloiden osalta pohdittu mm. mahdollisuuksia tuoda niihin kaupungin omaa toimintaa, ja näin avata huviloita enemmän yleisökäynneille (Aalto 2012, 40).

Yleiskaava 2002:n liitteenä olevassa selostuksessa (Helsingin kaupunkisuunnitteluvirasto 2002, 162) on alun perin nostettu tavoitteeksi kehittää Itä-Helsingin kulttuuripuistoa maisemallisena ja toiminnallisena kokonaisuutena, mm. kehittämällä alueen saavutettavuutta ja sisäisiä liikenneyhteyksiä, jotka paikoittain ovat jopa olemattomia. Aalto (2012, 19 & 38) on puolestaan nostanut laaditussa kehittämissuunnitelmassa esille kulttuuripuiston hyvät edellytykset matkailun kehittämiseksi. Toiminnallisesti alue on jo varsin aktiivinen kaikkine pienvenesatamineen, uimarantoineen, palstaviljelyalueineen sekä lukuisine liikuntapaikkoineen. Kaupungin omistamat arvokiinteistöt ja puutarhat kuitenkin tarjoavat hänen mukaansa mahdollisuuksia esimerkiksi opastettujen kierrosten, tapahtumien sekä majoitus- ja ravintolapalveluiden kehittämiseksi. Toiminnan kehittämisen tavoitteena olisi paitsi tuoda paremmin esille alueen arvokasta kulttuuriperintöä, myös varmistaa sen säilyminen tuleville sukupolville (Aalto 2012, 40). Kehittämissuunnitelma toimii lähtökohtana alueen jatkosuunnittelussa, jota tehdään jatkossa pääasiassa osayleis- ja asemakaavoituksen yhteydessä kaupunkisuunnitteluvirastossa (Aalto 2012, 49).

### **3 Katsaus Helsingin matkailusta**

Vuonna 1550 Vantaanjoen suulle perustetun Helsingin kaupungin tarkoituksena oli alun perin kilpailla Tallinnan kanssa Venäjän kauppakumppanuudesta Itämeren alueella. Tänä päivänä tämä yli 600 000 asukkaan kaupunki on paitsi Suomen pääkaupunki, myös 14 uusimaalaisen kunnan ja kaupungin yhdessä muodostaman Helsingin seudun talousalueen keskus sekä yksi Suomen vetovoimaisimmista matkailualueista. Viimeisten vuosikymmenten aikana Helsinki on toiminut muun muassa Euroopan kulttuuripääkaupunkina vuonna 2000 sekä vuonna 2012 World Design Capitalina. (Helsingin kaupunki 2013; Helsingin kaupungin tietokeskus 2013; VisitHelsinki c.)

Matkailullisesti Helsinkiä markkinoidaan modernina ja urbaanina kaupunkina, Suomen kansainvälisimpänä matkakohteena (Helsingin Matkailu Oy 2013). Vaikka kaupunki tarjoaa matkailijoille elämyksiä ja aktiviteetteja ympäri vuoden, voidaan Helsingin matkailuvuosi jakaa karkeasti kahteen sesonkiin: touko–syyskuun väliseen kesäsesonkiin sekä lokakuusta huhtikuulle kestävään talvisesonkiin, joista kesä on huomattavasti talvea vilkkaampi matkailukausi (Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto 2013).

Seuraavissa kappaleissa käsitellään Helsingin matkailua hieman tarkemmin. Aluksi esitellään työn toimeksiantaja Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto, jolla on merkittävä osa kaupungin matkailullisessa kehittämisessä. Tämän lisäksi tässä pääluvussa keskitytään etenkin siihen, mistä matkailijat Helsinkiin saapuvat ja millaisia palveluja heille on kaupungissa tarjolla suhteessa heidän odotuksiinsa ja matkatoiveisiinsa. Myös majoitusalan yleiset tulevaisuuden näkymät nostetaan esille tämän pääluvun lopussa.

#### **3.1 Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto**

Vuoden 2013 loppuun asti Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto toimi osana kaupungin Talous- ja suunnittelukeskuksen elinkeinopalvelua, jonka vastuulla olivat muun muassa kaupunkikehitys, kaupungin kilpailukyky, tapahtumajärjestäminen sekä matkailu. Matkailu- ja kongressitoimiston yksi tärkeimmistä tehtävistä oli Helsingin matkailustrategian mukaisesti alueen markkinointi matkailu- ja kokouskaupunkina

sekä matkailuelinkeinon kehittämisen edistäminen. Lisäksi matkailu- ja kongressitoimiston vastuulla oli tiedottaa alueen matkailupalveluista sidosryhmille sekä vahvistaa kaupungin vetovoimaa tapahtumakaupunkina muun muassa hakemalla Helsinkiin kongresseja ja muita tapahtumia yhteistyössä alan organisaatioiden ja elinkeinon kanssa. (Helsingin kaupungin elinkeinopalvelu 2013; VisitHelsinki a; VisitHelsinki b.)

Vuoden 2014 alusta Helsingin kaupungin keskushallinnon virastojen yhdistymisen myötä kaupungin Talous- ja suunnittelukeskuksen elinkeinopalvelu vanhassa muodossaan lakkasi toimimasta. Toimintansa aloitti kaupunginhallituksen alainen virasto, Helsingin kaupunginkanslia. Uudistus toteutettiin, jotta päästäisiin eroon vanhan organisaatiomallin aiheuttamista toimintojen eriaikaisuuksista ja päällekkäisyyksistä. Uuden kaupunginkanslian tehtävänä on toimia kaupunginvaltuuston, -hallituksen sekä -johtajiston yleisenä suunnittelu-, valmistelu- ja toimeenpanoelimenä. Kaupunginkanslian alaisuudessa toimii elinkeino-osasto, joka huolehtii elinkeinopolitiikan kehittämistehtävistä, kaupungin elinkeinomarkkinoinnista, yritysneuvonnasta sekä matkailu- ja kongressiasioista. Elinkeino-osastossa toimii neljä yksikköä, jotka ovat Kaupungin kilpailukyvyyn kehitys-, Kaupunkimarkkinointi-, Työllisyyspalvelut- sekä Yrityspalvelut-yksiköt. (Helsingin kaupungin elinkeinopalvelu 2013; Helsingin kaupunginkanslia 2014a; Helsingin kaupunginkanslia 2014b; Helsingin kaupunki 2014.)

Kaupunkimarkkinointiyksikön tehtäviin kuuluvat Helsingin vetovoiman ja tunnettuuden lisääminen kaupunkilaisten, matkailijoiden ja yritysten keskuudessa. Lisäksi yksikkö vastaa avoimen ja yritysmyönteisen Helsingin edistämisestä etenkin markkinoinnin ja tapahtumien avulla. Helsingin Markkinointi Oy (entinen Helsingin Matkailu Oy) tekee tiivistä yhteistyötä Kaupunkimarkkinointiyksikön kanssa. Helsingin Markkinointi Oy on kaupungin kokonaan omistama yhtiö, jonka tehtävänä on toteuttaa Helsingin kaupunkimarkkinointitoimenpiteitä ja tuottaa kaupungin matkailuneuvontapalveluita. Yhtiö myös vastaa Helsingin suur tapahtumien ja kongressien hauista sekä kaupungin tapahtumatuotannoista. (Helsingin kaupungin elinkeinopalvelu 2013; Helsingin kaupunginkanslia 2014b; Helsingin Markkinointi Oy.)

## 3.2 Helsingin matkailijat

Kaupunkimatkailua ja siihen liittyviä markkinointitoimenpiteitä mitataan perinteisesti neljän parametrin mukaisesti. Nämä mittausparametrit ovat volyymimittarit, talouteen liittyvät yhteisömittarit, markkinointimittarit sekä kaupunkien väliset esikuva-analyysit. (Heeley 2011, 24–30.) Tässä työssä tarkastellaan Helsingin matkailua etenkin volyymimittarien (matkojen ja yöpymisten määrät sekä hotellien käyttöaste) avulla. Matkojen määrää tarkasteltaessa matkat jaetaan tyypillisesti ulkomailta saapuviin matkoihin ja kotimaan sisäisiin matkoihin. Toisaalta toteutuneet matkat voidaan jaotella myös päivämatkoihin sekä yöpymisen sisältäviin matkoihin. Yöpyemisten määrät ja hotellien käyttöasteet mittareina tarjoavat mahdollisuuden kaupunkimatkailijoiden ja -matkojen tarkempaan profilointiin ja analyysiin, sillä ne ottavat huomioon muun muassa matkojen pituuden ja yöpymisten määrien vaihtelut eri viikkojen ja sesonkien välillä. (Heeley 2011, 24–30.)

Helsinki on matkakohteena suosittu sekä Suomeen saapuvien ulkomaisten että kotimaisten matkailijoiden keskuudessa. Vuonna 2013 Helsingin majoitusliikkeissä yöpyi kaiken kaikkiaan 3,26 miljoona matkailijaa, mikä oli koko Suomen hotelliyöpyemisistä 16,1 prosenttia. Helsingin matkailijoista ulkomaalaisten osuus oli 1,74 miljoonaa ja suomalaisten osuus oli 1,52 miljoonaa matkailijaa. Sekä ulkomaalaisten että suomalaisten matkailijoiden yöpymismäärät laskivat hieman vuoden 2012 lukuihin verrattuna. Ulkomaalaisten keskuudessa ylivoimaisesti eniten yöpymisiä kertyi venäläismatkailijoilta. Helsingin kannalta muut maat viiden tärkeimmän lähtömaan joukossa olivat Saksa, Ruotsi, Iso-Britannia ja USA.

Suurin kasvu vuonna 2013 oli Japanista saapuneiden yöpyneiden matkailijoiden määrässä, sillä muutos vuoteen 2012 verrattuna oli jopa 20,4 prosenttia. Japanilaisten matkailijoiden määrä Helsingissä kasvoikin lähes amerikkalaisten matkailijoiden tasolle. Pidemmällä ajanjaksolla Helsingin päämarkkina-alueista kasvu on ollut huomattavinta kuitenkin venäläismatkailijoiden yöpymisten määrissä. Tätä suhteellisen tasaista kasvua kuvastaa oivallisesti vuosien 2005 ja 2013 lukujen vertailu: kun Venäjältä vuonna 2013 saapui Helsinkiin yli 310 000 matkailijaa, heitä tuli vuonna 2005 vain 123 000 eli yli puolet vähemmän. Neljän muun päämarkkina-alueeseen yöpymismäärät ovat pysyneet



tasaisesti 110 000–160 000 matkailijan vuotuisissa lukemissa. (Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto, 3–6; Helsingin Markkinointi Oy 2014a.)

Kun mietitään, mitä eri maiden matkailijat toivovat matkaltaan, voidaan asiaa tarkkailla esimerkiksi eri kulttuurien asiakaskäyttäytymismallien pohjalta. De Mooijin (2011, 20–46) mukaan Solomon, Barnossy ja Askegaard ovat eurooppalaista asiakaskäyttäytymistä käsittelevässä teoksessaan tutkineet, mitä tapahtuu, kun ihmiset valitsevat, ostavat tai käyttävät tuotteita ja palveluita tyydyttääkseen tarpeitaan sekä halujaan. Ideaalisesti asiakaskäyttäytymistä tarkkaillaan kulttuurien sisällä tutkien ihmisten käyttäytymistä oman kansansa keskuudessa. Kun puolestaan vertaillaan eri kulttuureja, käytetään vertailussa muuttujia, joiden avulla voidaan löytää eroavuudet ja samankaltaisuudet eri kulttuurien välillä. Eräs malli kulttuurien vertailuun on de Mooijin mukaan Hofsteden kehittämä viiden kansallisen kulttuurin ulottuvuuden mallinnus, jolla voidaan selittää kulttuurien välisiä arvoeroja. Tässä mallissa tarkkailtuja muuttujia ovat ihmisten väliset voimasuhteet, individualistisuus tai kollektivismi, maskuliinisuus tai feminiinisyys, epävarmuuden sietokyky sekä lyhyt- tai pitkäjänteisyys. Yksilöt ovat näytteitä edustamastaan kulttuurista, ja heidän avullaan voidaan saavuttaa erilaisia päätelmiä tutkitusta väestöstä. Mallit, joita havaitaan kulttuurin tasolla, voivat kuitenkin olla hyvinkin erilaisia kuin mallit ja käyttäytyminen yksilötasolla. (de Mooij 2011, 20–46.)

Hofsteden mallin pohjalta voidaan todeta, että Euroopassa rahaa kulutetaan eniten vapaa-aikaan individualistisissa kulttuureissa, jotka ovat voimasuhteiltaan hyvin matala hierarkkisia ja jotka eivät karttele epävarmuuden tunnetta. Suurimpia kuluttajamaita tässä suhteessa ovat Ruotsi ja Iso-Britannia, vähiten vapaa-aikaan kulutetaan rahaa Espanjassa ja Portugalissa. Tätä selittää se, että siinä missä esimerkiksi Espanjassa aikaa kulutetaan perheen ja sukulaisten parissa, ruotsalaiset kuluttavat vapaa-aikaansa maksettuihin vapaa-ajan harrasteisiin. (de Mooij 2011, 334–337.)

Rahan kulutuksen taustalla vaikuttavat individualistiset arvot, kuten nautinto, vaihtelunhakuisuus ja seikkailunhalu. Maskuliinisissa kulttuureissa, joissa arvostetaan saavutuksia ja menestymistä, kuten Iso-Britanniassa, kulutetaan suhteellisen paljon rahaa pakettimatkoihin. Feminiinisissä kulttuureissa, joissa tärkeitä arvoja ovat elämänlaatu ja toisista huolehtiminen, rahaa kulutetaan matkoilla enemmän itse matkaan kuin majoi-

tukseen. Esimerkiksi karavaanimatkailu on yleisempää feminiinisissä kulttuureissa kuin maskuliinisissa. Epävarmuutta välttelevien kulttuurien matkailijat toivovat matkoiltaan lepoa ja hyvinvointia, kun taas epävarmuutta sietävissä kulttuureissa matkailijat etsivät perinteisesti urheiluaiheisia aktiviteetteja. Museovierailut puolestaan ovat mieluisia ihmisille, joiden kulttuureissa nykytilan säilyttäminen on tärkeää, sillä heille perinteet ovat tärkeitä. Se, mitä hotelleilta matkalla vaaditaan, riippuu pitkälti siitä, mihin matkailijat ovat kotonaan tottuneet. Amerikkalaiset ja aasialaiset matkailijat toivovat ilmastoituja hotellihuoneita, kun taas monet eurooppalaiset pitävät ilmastointia epäterveellisenä. (de Mooij 2011, 334–337.)

Tarkasteltaessa Helsingin matkailijoiden yöpymisiä matkan tarkoituksen mukaan voidaan todeta, että vuonna 2013 yli puolet matkoista eli 1,78 miljoonaa olivat vapaa-ajan matkoja. Työmatkoihin liittyviä yöpymisiä kaupungin majoitusliikkeissä kertyi vuonna 2013 puolestaan 1,41 miljoonaa ja muita matkoja noin 66 000. Kahdeksan edellisen vuoden aikana kasvua matkojen määrissä on ollut ennen kaikkea vapaa-ajan matkojen osalta. Esimerkiksi vuonna 2005 tehtiin vain noin 1,04 miljoonaa vapaa-ajan matkaa eli yli 700 000 matkaa vähemmän kuin vuonna 2013. Ammattiin liittyvien matkojen määrä on kahdeksan vuoden tarkkailujakson aikana pysynyt vuosittain suhteellisen samalla tasolla vuoden 2009 ollessa heikoin 1,35 miljoonalla matkalla ja vuoden 2008 ollessa paras 1,56 miljoonalla matkalla. Ajanjaksollisesti eniten yöpymisiä kertyi heinä- ja elokuun aikana, kun taas vuoden hiljaisimmat yöpymiskuukaudet hotelleissa olivat helmikuu ja joulukuu. (Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto, 3–6; Helsingin Markkinointi Oy 2014b.)

### **3.3 Helsinki kaupunkimatkakohteena**

UNWTO (2012, 8) on määritellyt kaupunkimatkailun matkoina, joita matkailijat tekevät kaupunkeihin tai korkean asukastiheyden omaaviin paikkoihin. Kestoltaan nämä matkat ovat yleisesti ottaen suhteellisen lyhyitä, sillä ne kestävät keskimäärin yhdestä kolmeen vuorokauteen. Kaupungit voidaan nähdä kansallisen kulttuurin, taiteen, musiikin, kirjallisuuden, arkkitehtuurin ja urbaanin designin sulatusuuneina. Tällaisina keskittyminä, joilla on paljon tarjottavaa ja jotka on helposti saavutettavissa, kaupungit vetoavatkin laajaan matkailijajoukkoon aina budjetti- ja hostellimatkailijoista viiden tähden hotellien

asiakkaisiin. Kaikilla näillä matkailijoilla on kuitenkin halu löytää uusia matkakohteita ja vierailta erilaisissa kaupungeissa. Vieraillessaan kaupungeissa matkailijat toivovat matkaltaan uusia kokemuksia; he haluavat maistaa uusia makuja ja käyttää rahaa uusiin nähtävyyksiin. Siinä missä toiset matkailijat ovat tyytyväisiä päästessään vierailemaan kaupungin ikonisissa nähtävyyksissä, toiset matkailijat ovat vaativimpia etsiessään autenttimpia, aitoja kokemuksia ja kaupunkiin kuuluvuuden tunnetta. (UNWTO 2012, 39–44.)

Tämän päivän globaaleilla markkinoilla kilpailu vaatii kaupungeilta erottautumista muista matkakohteista matkailijoita houkutellakseen. Mahdollisuuksia erottua ovat muun muassa vetoaminen kaupungin uniikkiin historiaan tai keskittyminen kaupungin uusiin viihde- ja urheilukomplekseihin. Kaupunkimatkailu onkin tärkeä elementti kaupunkikehityksen kannalta. Kaupungit kasvavat ja ovat jatkuvassa muutoksen tilassa kyetäkseen tarjoamaan vierailijoille heidän vaatimiaan kilpailukykyisiä tuotteita, kokemuksia ja palveluita sekä vastataksaan matkailun kasvavaan kysyntään. Jatkuva kasvu ja muutos tarjoavat kuitenkin myös kaupungeille mahdollisuuden itsensä kehittämiseen kaupungin asukkaita silmällä pitäen tarjoamalla kaupunkilaisille enemmän ja parempaa infrastruktuuria ja olosuhteita. Kaupunkimatkailu on pitkälti riippuvaista rakennetusta kaupunkiympäristöstä, kuten arkkitehtuurisesti merkittävistä nähtävyyksistä. Toisesta näkökulmasta tarkkailtuna matkailu puolestaan auttaa historiallisten rakennusten ylläpidossa ja säilyvydessä. (Spirou 2011, 105; UNWTO 2012, 7–14 & 35.)

Spirou on urbaania kaupunkimatkailua käsittelevässä teoksessaan (2011, 109) lajitellut kaupungit kolmeen yleispiirteiseen matkailukaupunkikategoriaan, joita ovat virkistyskaupungit, matkailuhistorialliset kaupungit ja uudelleen brändätyt kaupungit. Virkistyskaupungit, kuten Meksikon Cancun ja Acapulco, palvelevat lomailijoita, joita kiehtoo niiden vetovoimainen sää ja matkailulle otolliset luonnonolosuhteet. Matkailuhistorialliset kaupungit, kuten Ateena ja Rooma, hyödyntävät alueen erityislaatuista historiaa ja käyttävät markkinoinnissaan teemoja, jotka osoittavat kaupungin roolin kansallisessa historiassa. Uudelleen brändätyt kaupungit, kuten Chicago ja Manchester, yrittävät profiloitua ja erottautua uudessa, jälkiteollisten kaupunkiympäristöjen maailmassa. Nämä kaupungit käyttävät matkailua talouskehityksen strategiana ja kehittävät jatkuvasti uutta kaupunki-identiteettiä.

Helsingin matkailustrategian visiona on, että Helsinki on yksi kilpailukykyisimmistä kaupunkikohteista maailman matkailumarkkinoilla. Visiossa kaupunki on ympärivuotinen, vetovoimainen vapaa-ajan matkakohde, Itämeren ohittamaton risteilykaupunki sekä Pohjoismaiden johtava kokouskaupunki. Kaupungin strategisissa päämäärissä Helsinki on Suomen tärkein matkakohde ja matkailulla on vahva painoarvo Helsingin seudun taloudessa ja elinkeinoelämässä, kaupungilla on vahva matkailubrändi ja se on kansainvälisesti tunnettu tapahtumistaan. (VisitHelsinki a.) Helsinki voidaankin Spiroun määritelmien mukaisesti laskea uudelleen brändättyjen kaupunkien joukkoon.

Helsinkiin tehtävät matkat eivät ole yleisesti ottaen kovin pitkäkestoisia. Keskimäärin Helsingissä yöpyneiden matkailijoiden viipymä oli vuonna 2013 kaiken kaikkiaan 1,68 yötä. Kotimaan matkailijat viipyivät Helsingissä keskimäärin 1,49 yötä, kun taas ulkomaalaiset hieman pidempään eli 1,88 yötä. Verrattuna edellisiin vuosiin viipymät ovat hieman lyhentyneet sillä poikkeuksella, että kotimaan matkailijoiden viipymä on pysynyt viimeiset neljä vuotta vuosittain suunnilleen samalla tasolla. Viipymät ovat keskimäärin hieman pidempiä kesäkuukausien aikana kuin talvikuukausina. Vuoden 2012 rajahaastattelututkimuksen mukaan Suomeen tehdyistä matkoista noin 45 prosenttia ei sisältänyt lainkaan yöpymistä eli lähes puolet Suomeen saapuvista vierailijoista on päiväkävijöitä. (Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto, 4; Helsingin Markkinointi Oy 2014c; Tilastokeskus 2013.)

Helsingin matkailun tilastoraportin mukaan Helsingin suosituimpia käyntikohteita vuonna 2012 olivat kävijämäärien mukaan mitattuna Tennispalatsin elokuvateatteri, Linnanmäen huvipuisto, Helsingin messukeskus, Suomenlinnan merilinnoitus sekä Korkeasaaren eläintarha (Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto, 10). Netin ja sosiaalisen median ansiosta matkailijat jakavat yhä enemmän kokemuksiaan toisilleen. Tällä on huomattava merkitys etenkin matkailualalla (UNWTO 2012, 43). Sosiaalisessa mediassa, Tripadvisor-sivustolla parhaat sijoitukset Helsingin 137 nähtävyyden listalla ovatkin saaneet matkailijoiden suosittelat polkupyöränvuokraus Bicycle Helsinki, Suomenlinna, Helsingistä Pietariin kulkeva Allegro-junamatka, Mannerheim-museo sekä arkkitehtuurisesti erikoinen, kallioon rakennettu Tempelisaukion kirkko (TripAdvisor).

### 3.4 Helsingin majoitustarjonta

Vuonna 2013 Helsingin kokonaismajoituskapasiteetti oli 61 majoitusliikettä, jotka tarjosivat matkailijoille yhteensä 8 586 majoitushuonetta sisältäen kaiken kaikkiaan 16 698 vuodepaikkaa. Vuoteen 2012 verrattuna liikkeiden määrä on lisääntynyt kahdella ja vuodepaikkoja on tullut lisää noin 170. Suurin osa Helsingin majoituskapasiteetista se-  
littyy Helsingin lukuisilla hotelleilla. Suurin osa kaupungin hotelleista on keskisuuria ketjuhotelleja. Helsingin alueelta löytyy muun muassa seitsemän Sokos Hotels -ketjuun kuuluvaa hotellia, kolme Cumulus-hotelliketjun hotellia, viisi Scandic-hotellia, kolme Best Western -markkinointiketjuun kuuluvaa hotellia, kolme Radisson Blu -ketjun hotellia, kaksi Hilton-ketjun hotellia, kolme Kämp Groupin hotellia sekä kolme Holiday Inn -hotellia. Perinteisten ketjuhotellien ohella kaupungissa on huomattava joukko pienempiin hotelliketjuihin kuuluvia sekä muita yksittäisiä hotelleja. Kaikkien näiden lisäksi Helsingistä löytyy muun muassa viisi ympärivuotista hostellia, kesähostelli Hostel Academica ja leirintäalue Rastila Camping Helsinki. Myös maailmalla suosittu kotimajoitus on kasvattanut suosiotaan myös Helsingissä. Asunnonvälityssivusto Airbnb tarjoaa laajan valikoiman erilaisia huoneistoja myös Helsingissä matkailijoiden käyttöön. (Helsingin Markkinointi Oy 2014b; Kalmari 2013, 39–40; VisitHelsinki d.)

Lifestyle Media Oy tutki vuonna 2013 kolmen suosituksen hotellivarausjärjestelmän käyttäjäarvosteluja saadakseen tietää Helsingin parhaat hotellit. Tutkittuja varauskanavia olivat Booking.com, Tripadvisor.com ja Hotels.com. Tutkimuksessa olivat mukana vain perinteisellä tavalla toimivat neljän ja viiden tähden hotellit Helsingin alueelta. Tutkimuksen perusteella Helsingin hotellien kolme parasta olivat Hotel Fabian, Hotel Haven ja Scandic Paasi. Hotel Fabian ja Hotel Haven ovat molemmat Royal Ravintolat -konserniin kuuluvan Union Hotelsin liiketoimintayksiköitä, jotka tarjoavat korkeatasoista palvelua asiakkailleen. Vuonna 2012 avattu Scandic Paasi puolestaan on Suomen ensimmäinen tarinahotelli. Kaikkia kärkihotelleja yhdistää se, että ne ovat joko uusia hotelleja tai äskettäin uudistettuja. (Lifestyle Media Oy 2013.)

Helsingin hotellien keskimääräinen huonekäyttöaste vuonna 2013 oli 67,5 prosenttia ja yöpymisen keskihinta oli 69,20 euroa. Keskihinnan maltillisuuteen vaikuttaa etenkin se,

että kaupungissa on vain pari todella kallista hotellia ja toisaalta paljon hyviä ja edullisia hostelleja. Vuoteen 2012 verrattuna sekä hotellien käyttöaste että keskihinta tippuivat hivenen. Kuitenkin vuoden 2013 joulukuussa raportoitiin, että Helsinkiin on vireillä kymmenkunta uutta hotellihanketta. Kaikkien näiden hankkeiden toteutuminen on toki vielä tässä vaiheessa epävarmaa johtuen talouden tämän hetkisestä tilanteesta ja päätöksenteon kankeudesta. Julkisuudessa on käyty yleistä keskustelua, että hotellien käyttöasteen pienoisesta huononemisesta huolimatta majoituskapasiteetin lisääminen on Helsingin matkailun kehityksen kannalta sekä kokouksien ja kongressien houkuttelemista ajatellen kaupungissa tarpeellista. (Helsingin Markkinointi Oy 2014b; Helsingin Uutiset 2013; Kalmari 2013, 39; Rantapallo 2014; Saarinen 2014.)

### **3.5 Majoitusalan tulevaisuuden näkymiä**

Majoitusallalla hotellit on perinteisesti jaettu businesshotelleihin ja vapaa-ajan hotelleihin. Björkqvist (2009, 6–9) kuitenkin ennustaa, että jaottelu sellaisenaan on pikku hiljaa muuttumassa. Monet uudet, majoitusallalle vaihtelua tuovat elämätyyli- ja designhotellit tarjoavat asiakkailleen mahdollisuuden tavata samanhenkisiä ihmisiä. Hotellien asiakkaat tulevat tulevaisuudessa olemaan entistä vaativampia ja kokeneempia matkailijoita, jotka kaipaavat yhä enemmän persoonallisempia ja räätälöityjä kokemuksia sekä elämyksellisempiä hotelleja sen sijaan, että tyytyisivät massoille tuotettuihin palveluihin. Hotellien tulisikin palveluissaan ennemmin keskittyä asiakkaiden tarpeita miettiessään Maslowin tarvehierarkian ylempiin itsensä toteuttamisen tarpeisiin perusfysiologisten suoja- ja ravintotarpeiden sijaan, vaikka perustarpeet tulevat olemaan myös tulevaisuudessa tärkeitä elementtejä hotellivieraille kokonaiselämyksen kannalta. (Kalmari 2013, 39–40.)

Onnistuessaan kohtaamaan asiakkaidensa muuttuvat tarpeet hotelli voi tulevaisuudessa olla jopa itse matkakohde kaupungin sijasta. Björkqvistin (2009, 45) mukaan Heikkinen on todennut monen hotellin jo saavuttaneen tällaisen aseman. Se on mahdollista, mikäli hotelli onnistuu luomaan itsestään kuvan vetovoimaisena kohteena täynnä elämyksiä. UNWTO:n (2012, 15) mukaan tämän päivän uusia trendejä matkakohteiden kehityksessä ovat muun muassa siirtyminen kokemushakuisuudesta edelleen yhteisöllisyyteen ja ihmisten välisten suhteiden korostumiseen, nautinnon korostuminen kustannusajat-

telun jäädessä taka-alalle, kestävä kehitys ja vastuullisuus sekä harmonisten ja huollettujen luonnonpaikkojen arvostuksen kasvu. Matkailijoita kiinnostavat yhä enenevässä määrin hotellit, joilla on jokin erityinen tarina tai historia (Kalmari 2013, 39).

Nykypäivän jatkuvasti muuttuvassa maailmassa onkin tärkeää myös hotellialalla seurata ja huomioida omassa toiminnassa niin laajoja makrotrendejä kuin ympäristön heikkoja signaaleja (Björkqvist 2009, 41). Paitsi että trendejä seuraamalla yritys säilyttää otteensa markkinoista, yrityksille toimintaympäristön virtausten ymmärtäminen on tärkeää, jotta onnistutaan asiakaslähtöisessä palvelu- ja tuotekehityksessä sekä tulevaisuuden strategisten suuntaviivojen hahmottamisessa (Merisalo 2012, 13). Björkqvist on raportissaan (2009, 35) myös nostanut esille hotellialan ammattilaisten näkemyksiä hotellien tulevaisuudesta. Heidän mukaansa tämän hetkessä hotellimaailmassa vaikuttavat kolme megatrendiä: ekologisuus, kustannustehokkuus ja palveluiden räätälöinti. Björkqvistin (2009, 44) mukaan Heikkinen on puolestaan nostanut hotellien tulevaisuutta käsittelevässä esseessään esille ilmastonmuutoksen, ketjumuodostumisen sekä erikoistumisen, kasvavan matkailun ja ikääntyvän väestön matkailun tärkeimpinä alalla vaikuttavina trendeinä.

Heikkisen ennustukset matkailun kasvusta käyvät yhteen UNWTO arvioiden kanssa. UNWTO (2012, 9) on nimittäin arvioinut matkailun tulevaisuuden näkemyksissä ja trendejä käsittelevässä ennustuksissaan, että pitkällä aikajänteellä kansainvälisten matkailijoiden saapumiset maailmalla tulevat kasvamaan keskimäärin 3,3 prosenttia vuosittain vuoteen 2030 asti. Suomessa ja Helsingissä matkailukasvu on ollut huomattavinta aasialaisten matkailijoiden keskuudessa. Kasvua on kertynyt viime vuosina etenkin japanilaisten ja kiinalaisten matkailijoiden osalta ja tämän suuntauksen oletetaan jatkuvan myös lähivuosina. Toki matkailijamäärien kehitystä kovin pitkälle tulevaisuuteen on hyvin hankalaa ennustaa. Tällä hetkellä hotellialan lyhyen aikavälin näkymät ovat Suomessa aasialaisen matkailun kasvusta huolimatta heikot, sillä muun muassa kotimaisten ja liikematkailijoiden hotelliyöpymiset ovat vähentyneet huononneen taloustilanteen seurauksena. (Helsingin Uutiset 2013; Rantapallo 2014; Saarinen 2014.)

Merisalo (2012, 93) on omissa pohdinnoissaan puolestaan nostanut lähitulevaisuuden vahvana kasvutrendinä esille hyvinvointimatkailun, joka ei tulevaisuudessa tarkoita

kaikkialla maailmassa samanlaisia hoitoloiden spa-nautintoja, vaan ainutlaatuisia kokemuksia sekä tunnelmia omaaviin kohteisiin tehtäviä matkoja, joilta haetaan detox-hoitoja, rankkoja kuntopiirejä ja kurinalaista hiljentymistä retriitissä siinä missä hemmotteluakin. Laatutietoiset asiakkaat kaikkialta maailmasta osaavat vaatia kansainvälisen tason puitteet puhdistautumiselleen. Niinpä korkealuokkaisen majoituksen ja palveluiden yhdistäminen erityislaatuiseen suomalaisen luonnon ja vuodenaikojen kanssa tarjoaa Suomen matkailusektorille suuria mahdollisuuksia kansainvälisessä kilpailussa kasvaa jopa Kreikan kaltaiseksi matkailukeitaaksi. Tämä kuitenkin vaatisi Merisalons mukaan alalta rohkeutta astua markkinoinnissaan lähialueita kauemmaksi ja uskoa, että aurinko ja lämpö eivät ole kaikkialla maailmassa merkittävä osa lomahaavetta.



## 4 Tutkimuksen toteutus

Tämän tutkimuksen ensisijaisena tavoitteena on tutkia, olisivatko Helsinkiin saapuvat matkailijat kiinnostuneita majoittumaan matkansa aikana kartano- ja huvilamajoituskohteissa, mikäli kaupungissa olisi tämänytylistä majoitusta tarjolla. Toisekseen tutkimuksen avulla on tavoitteena selvittää, millaisin reunaehdoin matkailijat valitsevat yöpymispaikkansa matkalleen ja olisiko kaupungissa edes mahdollista tarjota kartano- tai huvilamajoitusta matkailijoille näiden asetettujen reunaehtoien puitteissa.

Tutkimuksen aineistonkeruussa käytettiin kvantitatiivista eli määrällistä tutkimusmenetelmää. Kvantitatiivisella lomakekyselyllä kerättiin taustatietoa Helsingin matkailijoista ja heidän tämänkertaisesta matkastaan kaupunkiin sekä kartoitettiin heidän kiinnostustaan kartano- ja huvilamajoitusta kohtaan. Kysely oli suunnattu kaikille Helsingin matkailijoille, jotka viettivät kaupungissa vähintään yhden yön matkansa aikana, joko jossain pääkaupunkiseudun lukuisista majoitusliikkeistä, vuokraamassaan yksityisasunnossa tai tuttavien kotimajoituksessa. Tutkimuksen ulkopuolelle pyrittiin jättämään päiväkävijät, jotka viettävät kaupungissa vain muutaman tunnin sekä henkilöt, jotka ovat saapuneet kaupunkiin työllistymismielessä.

Aineistonkeruu toteutettiin 27.4.–4.5.2014 välisenä aikana Helsingin matkailuneuvonnan toimipisteessä, matkailuneuvonnan läheisillä nähtävyyksillä sekä muutaman Helsingin keskustan hotellin läheisyydessä. Lisäksi muutamiin kotimaan matkailijoihin oltiin yhteydessä sähköisesti ja heitä pyydettiin käymään täyttämässä kyselylomake Internetissä viimeisimmän Helsingin matkansa pohjalta. Yhteensä aineiston keräämiseen käytettiin aikaa noin 20 tuntia. Tavoitteeksi oli asetettu 100 täytettyä kyselylomaketta, joista 53 pyrittiin saamaan ulkomaalaisilta matkailijoilta ja 47 suomalaisilta matkailijoilta. Suhde olisi kuvastanut vuoden 2013 ulkomaalaisten ja kotimaisten matkailijoiden suhdetukua Helsingin kokonaismatkailijoiden määrissä. Loppujen lopuksi täytettyjä kyselylomakkeita saatiin kerättyä 70, joista 53 oli ulkomaalaisten täyttämiä ja 17 suomalaisten matkailijoiden vastauksia.

## 4.1 Kysely aineistonkeruumenetelmänä

Kyselytutkimuksessa tutkija esittää kysymyksiä tutkimuksen osallistujalle kyselylomakkeen välityksellä. Kysely soveltuu aineiston keruumenetelmäksi silloin, kun havaintoyksikkönä on henkilö ja häntä koskevat asiat, kuten hänen mielipiteensä tai käyttäytyminen, sekä silloin, kun tutkittavien joukko on laaja. Suositeltava havaintoyksiköiden vähimmäismäärä kvantitatiivisessa tutkimuksessa on 100 henkeä, mikäli tutkimuksessa käytetään tilastollisia menetelmiä. (Vilka 2007, 17 & 28.)

Aineiston keräämisessä kysely on menetelmä, jossa kysymysten muoto on vakioitu. Tämä tarkoittaa, että kaikilta kyselyyn osallistujilta kysytään samat asiat, samassa järjestyksessä ja samalla tavalla. Näin vältetään esimerkiksi haastattelijan eri sanamuotojen ja mahdollisten lisäselvitysten vaikutukselta osallistujien vastauksiin. Kyselylomaketta suunniteltaessa on kuitenkin oltava huolellinen, sillä kyselyssä vastaaja itse lukee kysymyksen ja vastaa siihen. Näin ollen kyselylomakkeen on toimittava itsenäisesti, ilman tutkijan apua. Huomioitava on myös, että lomakkeeseen ei voi enää korjata mitään, kun se on jo vastaajalla. Näin ollen väärinkäsityksiä on vaikea kontrolloida eikä voida tietää, kuinka vakavasti vastaajat kyselyyn suhtautuvat. (Vilka 2007, 28 & 63.)

Onnistuneen kyselyn tulisi mitata sitä, mitä tutkimussuunnitelmassa sanotaan mitattavan. Määrällisessä tutkimuksessa lomakkeella kerättävä aineisto voidaan kysyä muun muassa monivalintakysymyksillä, avoimilla kysymyksillä sekä sekamuotoisilla kysymyksillä. Monivalintakysymyksissä vastausvaihtoehdot on annettu valmiiksi. Vastausvaihtoehdot perustuvat tutkimuksen teoriaan ja kysymysmuoto on vakioitu. Kysymyksen ohjeistuksesta riippuen vastaaja voi valita vastausvaihtoehdoista joko yhden tai useamman. Monivalintakysymyksillä tavoitellaan tutkimuksessa kysymysten ja vastausten vertailukelpoisuutta. Avointen kysymysten tavoitteena on kerätä vastaajilta spontaaneja mielipiteitä tutkittavasta asiasta. Näin ollen vastaamista pyritään rajaamaan mahdollisimman vähän. Sekamuotoisissa kysymyksissä on annettu osa vastausvaihtoehdoista valmiiksi. Vastausvaihtoehdojen jälkeen annetaan tavallisesti yksi avoin vaihtoehto, johon vastaaja voi muodostaa itselleen sopivan vastausvaihtoehdon. Sekamuotoiset kysymykset ovat hyviä tilanteissa, kun kaikkia mahdollisia vastausvaihtoehtoja ei tunneta. (Vilka 2007, 63–69.)

Kyselyn vastaajat muodostavat otoksen tietystä perusjoukosta. Perusjoukolla tarkoitetaan alkuperäistä kohdejoukkoa, josta tutkimuksessa halutaan tehdä päätelmiä toteutetun kyselytutkimuksen avulla. Otos puolestaan tarkoittaa kyselyn vastaajia, jotka on poimittu kyselyn osanottajiksi jotakin otantamenetelmää käyttäen. Otoksen tulisi olla ominaisuuksiltaan samanlainen kuin perusjoukon, jotta se edustaisi tätä alkuperäistä joukkoa mahdollisimman hyvin. Otantamenetelmät ovat suosittuja suurissa tutkimuksissa, joissa perusjoukon koko on niin suuri, että kokonaisotanta eli koko perusjoukon ottaminen mukaan tutkimukseen ei ole mahdollinen. Tässä tutkimuksessa käytettiin ositetua otantamenetelmää. Se soveltuu käytettäväksi tutkimuksiin, joissa tutkimuksen perusjoukko on jo jakautunut ryhmiin ja otannassa halutaan ottaa huomioon ryhmien suhteellinen koko. Tällöin perusjoukko jaetaan ensin ryhmiin, joissa on edustettuna perusjoukon samanlaiset ominaisuudet. Tämän jälkeen jokaisesta muodostetusta ryhmästä eli ositteesta valitaan havaintoyksiköt esimerkiksi suhteellisella kiintiöinnillä, jolloin jokaisesta ositteesta valitaan prosentuaalisesti sama määrä havaintoyksiköitä. (Vilka 2007, 51-54.)

Tutkimuksen kato tarkoittaa tietojen puuttumista. Tutkijan on varauduttava kyselytutkimusta suunnitellessaan jopa yli 20 prosentin katoon otosta miettiessään. Kyselytutkimuksissa vastaajia saattaa olla joissain tapauksissa jopa vain 25–30 prosenttia otoksesta. Toteutuneen otoksen edustavuutta ei koskaan pystytä tarkistamaan kaikkien muuttujien osalta. Tutkimuksen teossa on myös huomioitava tutkimusaineiston alipeitto. Sillä tarkoitetaan perusjoukkoon kuuluvaa ryhmää, joka periaatteessa pitäisi olla mahdollinen tavoittaa tutkimukseen, mutta jota ei syystä tai toisesta tavoiteta. Tästä tutkimusvirheestä käytetään nimitystä peittovirhe. Peittovirhe on periaatteessa mahdollinen aina, kun perusjoukosta ei ole olemassa ajankohtaista luetteloa tai rekisteriä. (Vilka 2007, 59.)

## **4.2 Toteutettu kyselytutkimus**

Opinnäytetyön tutkimus toteutettiin kyselylomakkeen avulla. Kyselylomake oli jaettu kolmeen osioon. Ensimmäinen osio käsitteli matkailijan tämänkertaista Helsingin matkaa ja yöpymispaikkaa. Toisessa osiossa selvitettiin matkailijoiden mielipiteitä kartano- ja huvilamajoitukseen liittyen sekä sitä, millaisia reunaehtoja matkailijat majoitukseen

liittyen matkoillaan asettavat. Kolmannessa osiossa pyydettiin vastaajilta vielä heidän taustatietojaan tulosten vertailukelpoisuutta ajatellen. Käytetyssä kyselylomakkeessa oli kaiken kaikkiaan 13 kysymystä, joista viisi oli monivalintakysymyksiä, kolme avointa sekä viisi sekamuotoista kysymystä. Monivalintakysymykset oli valittu kysymyksiin, joista haluttiin vastaajilta yksiselitteinen vastaus kysymyksen vertailukelpoisuuden varmistamiseksi. Kysymykset ja vastausvaihtoehdot valittiin tutkimuksen tietoperustan pohjalta. Avoimilla kysymyksillä haluttiin varmistaa, että vastaajille on annettu mahdollisuus ilmaista todellinen mielipiteensä tutkimuksessa käsiteltyjen asioiden tiimoilta. Sekamuotoisia kysymyksiä puolestaan käytettiin kysymyksissä, joissa tutkijalla ei ollut varmuutta, onko kaikki mahdolliset vastausvaihtoehdot huomioitu kysymyksen laatimisvaiheessa. Kyselylomake tehtiin sekä suomen- että englanninkielisenä, koska vastaajiksi pyrittiin saamaan sekä ulkomaalaisia että suomalaisia henkilöitä.

Kyselylomaketta testattiin tutkijan tutkimuksen perusjoukkoon osittain kuuluvien tuttavien avustuksella ennen varsinaisen tutkimuksen toteuttamista, jotta lomakkeista aiheutuvat virheet vältettäisiin varsinaisessa tutkimuksessa. Testaajia pyydettiin kiinnittämään erityistä huomiota kysymysten kieleen ja ymmärrettävyyteen sekä englannin- ja suomenkielisten kyselylomakkeiden yhteneväisyyteen. Testauksen perusteella muutamiin kysymysten sanamuotoja yksinkertaistettiin sekä vastausvaihtoehtoja lisättiin ja selvennettiin koskemaan paremmin myös muun muassa työmatkalla olevia matkailijoita. Lopulliset, tutkimuksessa käytössä olleet kyselylomakkeet löytyvät liitteestä 2. Testauksesta huolimatta lopullisista kyselylomakkeista löytyi pieniä kirjoitusvirheitä ja kohtia, jotka hämmensivät joitakin vastaajia. Kysely toteutettiin perinteisten paperisten kyselyiden sijasta tablet-tietokoneen avustuksella, niin että vastaajien vastaukset rekisteröityivät suoraan Webropol-ohjelmaan, jonka avulla kyselylomake oli suunniteltu ja tutkimuksen tulokset analysoitiin lopulta. Tällä pyrittiin minimoimaan tulosten koneelle syöttämisestä aiheutuvat mahdolliset virhesyötöt. Tabletin käyttö aiheutti kuitenkin pieniä teknisiä ongelmia niille vastaajille, jotka eivät olleet tottuneet laitteen käyttöön. Muutamissa tapauksissa tutkija joutui avustamaan vastaamisessa lukemalla kysymykset vastaajalle ja syöttämään vastaajan vastaukset ohjelmaan samanaikaisesti.

Kyselyn perusjoukon muodostivat kaikki Helsingin matkailijat, jotka yöpyivät kaupungissa vähintään yhden yön jossain kaupungin majoitusliikkeessä tai kotimajoituksessa.

Tutkimuksen perusjoukkoa rajattiin niin, että joukosta karsiutuivat pois kaupungin päiväkävijät, jotka eivät majoitu pääkaupunkiseudulla lainkaan, sekä työllistymismielessä kaupunkiin saapuneet ulkomaalaiset. Myöskään paikallisia asukkaita ei laskettu tutkimuksen perusjoukkoon, vaikka hekin voivat virkistysmielessä olla kaupungin majoitusliikkeiden asiakkaita. Tutkimuksen otokseen sen sijaan hyväksyttiin myös vastaaja, joka majoittui Vantaan puolella, mutta jonka päämatkakohde oli Helsinki. Tutkimuksessa hyödynnettiin ositettua otantamenetelmää. Perusjoukko jaettiin yksinkertaistetusti vain kahteen osajoukkoon: suomalaiset ja ulkomaalaiset. Tämän jälkeen käytettiin vastaajien valinnassa suhteellista kiintiöintiä. Suhteellisen kiintiöinnin perusteena oli vuoden 2013 Helsingin matkailijoiden määrä, ja ulkomaalaisten ja suomalaisten suhteelliset osuudet tästä matkailijoiden kokonaismäärästä. Tämän perusteella otoksen kooksi määriteltiin 53 ulkomaalaista vastaajaa ja 47 suomalaista vastaajaa.

Loppujen lopuksi vastauksia saatiin kerätty 70. Näistä 53 oli ulkomaalaisia ja 17 suomalaisia. Otoksen ulkomaalaisten osajoukossa päästiin siis tutkimukselle etukäteen asetettuun tavoitteeseen. Suomalaisten osajoukossa puolestaan oli havaittavissa katoa eli tietojen puuttumista. Ensinnäkin suomalaisten tavoittaminen osoittautui etukäteen oletettua haasteellisemmaksi ja toisekseen heitä ei saatu samalla tavalla kuin ulkomaalaisia pysäytettyä hetkellisesti vastaamaan kyselyyn. Yli puolet tutkimukseen tavoitelluista henkilöistä kieltäytyi kyselylomakkeen täytöstä joko kiireeseen tai kieliongelmiin vedoten. Näin ollen tutkimuksen toteutunut otos ei vastaa kunnolla tutkimuksen perusjoukkoa, eikä toteutetun tutkimuksen pohjalta kannata tehdä kovin pitkälle vedettyjä johtopäätöksiä koko perusjoukon mielipiteestä.

### **4.3 Työn aihepiiriin liittyviä aiemmin toteutettuja opinnäytetöitä**

Vielä ennen siirtymistä toteutetun tutkimuksen tuloksiin, nostetaan tässä kohtaa esille muutamia muiden opiskelijoiden toteuttamia tutkielmia ja opinnäytetöitä liittyen kartanomatkailuun, Helsingin matkailuun sekä yleisesti hotelleihin. Aiempia tutkielmia on päätetty nostaa työssä esille, jotta voidaan tarjota lukijalle lisätietoa työssä käsiteltyjen aiheiden tiimoilta, mikäli mielenkiinto aiheita kohtaan on herännyt ja mikäli työn tutkimustulokset eivät vastaa kaikkiin lukijalle aiheesta heränneisiin kysymyksiin.

Niin kartano- ja kulttuurimatkailua kuin Helsingin matkailua on tutkittu ennen tämän kartano- ja huvila-aiheisen tutkimuksen valmistumista. Esimerkiksi Simpanen Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulusta on tehnyt opinnäytetyön vuonna 2012 aiheesta kulttuurimatkailun kehittäminen Parikkalan kunnassa. Työssä käsitellään kulttuuri- ja perinnematkailua sekä selvitetään Koitsanlahden hovin kehittämistä kulttuurimatkailukohteeksi. Tutkimuksessa selvitettiin paikallisten yritysten ja yrittäjien ajatuksia ja mielipiteitä hovista sekä sen mahdollisesta tulevaisuudesta. Tutkimuksen vastaajat kokivat hovin historian sellaisena erityispiirteenä, joka tulisi säilyttää hovin tulevaisuuden toiminnassa ja jonka avulla hovi voisi myös erottua muista vastaavista kohteista. Tutkimuksen perusteella hovi koettiin erinomaiseksi kohteeksi muun muassa kahvila- ja myymälätoiminnan ylläpitoon. Osa paikallisista toimijoista kannatti myös majoitustoimintaa tai pitopaikkatoimintaa kartanon tulevaisuuden liiketoimintamuotona. (Simpanen 2012, 45 & 52.)

Kyröläinen Metropolia ammattikorkeakoulusta on myös kirjoittanut kartanoaiheisen opinnäytetyön vuonna 2012. Kyseisessä työssä pohdittiin Espoon Järvenperässä sijaitsevalle Träskändan kartanolle tulevaisuuden käyttötarkoitusta. Selvitystyön ohella työssä on tutkittu benchmarking-mielessä muiden toiminnassa olevien kartanoiden palvelutarjontaa. Työn lopullisena ehdotuksena oli kartanon muuntaminen tulevaisuudessa kartanomuseoksi. (Kyröläinen 2012, 37–40.) Myös HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulusta on valmistunut Dermedesiotisin opinnäytetyö aiheella Kartanoista vetovoimaa Suomen kulttuurimatkailuun. Työssä tutkittiin Suomen matkailullisia kartanoita ja selvitettiin, miten kartanoiden yhteistyötä voitaisiin parantaa markkinoinnillisesti ja myynnillisesti. Tutkimuksen pohjalta kokouspalvelut nousivat matkailullisten kartanoiden yleisimmäksi tuotteeksi sekä kotimaiset asiakkaat ja yritysasiakkaat kartanoiden tärkeimmiksi asiakasryhmiksi. Tulevaisuudessa myös markkinoinnillisen yhteistyön lisääminen kartanoiden kesken koettiin hyväksi vaihtoehdoksi. (Dermedesiotis 2014, 1 & 41–53.)

Helsingin matkailuun liittyen muun muassa Lönnrot Aalto-yliopistosta on tehnyt Progradu -tutkielman Helsingin paikkabrändimielikuvista ulkomaisten matkailijoiden näkökulmista. Työn tarkoituksena oli tutkia mielikuvan vaikutusta kaupunkimatkakohteen valinnassa. Analyysin perusteella tutkielmassa muodostettiin Helsingin matkailijoista kolme toisistaan poikkeavaa matkailijaryhmää. Ensimmäinen ryhmä oli sujuvuutta ar-

vostavat matkailijat, joilla on myönteinen mielikuva Helsingin luonnosta ja sujuvuudesta matkakohteenä. Toisessa ryhmässä Helsinki koettiin jännittävänä ja trendikkäänä ostoskaupunkina. Kolmas matkailijaryhmä koki kaupungin kauniina ja liikkumisen sujuvana, mutta se oli pettynyt kaupungin ei-kaupalliseen tarjontaan. Tutkimuksen tuloksena oli, että ulkomaisilla matkailijoilla ei ole vain yhtä paikkabrandimielikuvaa Helsingistä, vaan se vaihtelee eri ryhmien kesken. (Lönnrot 2013.) Helsingin tulevaisuuden matkailijamääriä puolestaan on pyrkinyt ennakoimaan Pitkänen omassa opinnäytetyössään Laurea-ammattikorkeakoulusta. Tulevaisuudentutkimuksen avulla saatujen tulosten mukaan Helsingin yöpymiset ovat olleet nousussa varsinkin Venäjältä ja Aasiasta, ja kasvun uskotaan jatkuvan myönteisenä myös tulevaisuudessa. (Pitkänen 2014, 36–37.)

Helsingin ja pääkaupunkiseudun hotellitarjontaa on muun muassa tutkittu Paananen Helsingin yliopistossa julkaistussa Pro gradu -työssä. Tutkimuksessa Paananen on keskittynyt hotellien sijoittumiskysymyksiin ja hotellin sijainnin merkitykseen hotelliteollisuudessa. Tutkimuksen tulosten perusteella pääkaupunkiseudun hotellit on jaettu sijaintinsa mukaan yhdeksään eri luokkaan, joita ovat rautatien varrelle sijoittuvat hotellit, kantateiden läheisyydessä sijaitsevat hotellit, keskustan ulkopuolella viihtyisillä alueilla sijaitsevat hotellit, kaukana keskustasta luonnon lähellä sijaitsevat hotellit, keskustan reuna-alueiden trendikkäillä asuinalueilla sijaitsevat hotellit, historiallisen keskustan sekä liikekeskustan välimaaston hotellit, liikekeskustassa sijaitsevat hotellit, matkustajasataman läheisyydessä sijaitsevat hotellit sekä kauppakeskusliikenteen solmukohta hotellit. (Paananen 2013.)

Mainitut tutkimukset eivät toki ole ainoita tämän opinnäytetyön aihepiiristä tehtyjä tutkimuksia. Osiossa on vain nostettu esille muutamia esimerkkejä. Esimerkiksi asiakastyytyväisyys ja asiakkaiden ostoskäyttäytyminen ovat hyvin suosittuja tutkimusaiheita eri hotellien keskuudessa, ja muun muassa tästä syystä aiheeseen liittyviä opinnäytetöitä löytyy suuri määrä Theseus-julkaisuarkistosta. Näistä tutkimalla voidaan selvittää muun muassa hotelliasiakkaiden näkökulmia hotellien peruspalveluvalikoiman suhteen. Myös erilaisilta tutkimuslaitoksilta ja -tahoilta, kuten Tilastokeskukselta tai Matkailu- ja ravintola-alan edunvalvoja ja markkinajärjestö MaRa:lta löytyy paljon ajantasaista lisätietoa muun muassa eri kaupunkien majoitustarjontaan ja matkailuun liittyen.

## 5 Tutkimustulokset

Toteutetun kyselylomaketutkimuksen avulla oli tarkoitus tutkia matkailijoiden kiinnostusta kartano- ja huvilamajoitusta kohtaan sekä sitä, millaisia reunaehdoja matkailijat asettavat yöpymispaikalleen kaupunkimatkansa aikana. Aineistoa tutkimukseen kerättiin yhteensä neljän päivän aikana vuoden 2014 huhtikuun ja toukokuun vaihteessa Helsingin matkailuneuvonnan toimipisteessä, kaupungin keskustan nähtävyyksien sekä muutamien keskustahotellin tuntumassa. Lisäksi muutamia Helsingin matkailijoita pyydettiin osallistumaan kyselyyn Internetin välityksellä, jotta tutkimuksessa saataisiin enemmän suomalaisten matkailijoiden mielipiteitä esille. Aineistonkeruupäivät keskittyivät viikonlopun aamuille, jolloin oletettiin matkailijoilla olevan enemmän aikaa pysähtyä pariiksi minuutiksi vastaamaan tähän mahdollisimman lyhyenä pidettyyn lomakekyselyyn.

Matkailutilastojen valossa huhtikuu on viime vuosina ollut vuoden kolmanneksi hiljaisin matkailukuukausi heti helmikuun ja joulukuun jälkeen. Huhtikuussa talviseisonki on jo ohi ja kesäseisonki on toukokuun alussa vasta aluillaan. Näin ollen toteutetun tutkimuksen ajankohta ei ollut paras mahdollinen. Tutkimuksen tavoitteeksi oli asetettu 100 täytettyä kyselylomaketta, joista 53 pyrittiin saamaan ulkomaalaisilta matkailijoilta ja 47 suomalaisilta matkailijoilta. Tämä suhde olisi kuvastanut vuoden 2013 ulkomaalaisten ja kotimaisten matkailijoiden suhdelukua Helsingin kokonaismatkailijoiden määrissä. Täytettyjä kyselylomakkeita saatiin kerättyä kaiken kaikkiaan kuitenkin vain 70, joista 53 oli ulkomaalaisten täyttämiä ja 17 suomalaisten matkailijoiden vastauksia. Ulkomaalaisten matkailijoiden vastausmäärässä päästiin siis tutkimukselle asetettuihin tavoitteisiin, mutta suomalaisten vastauksia jäi otoksen alkuperäisestä tavoitteesta uupumaan 30 kappaletta.

Tässä luvussa on käsitelty ensinnäkin toteutetun kyselytutkimuksen tuloksia kyselylomakkeen rakennetta mukaillen sekä toisekseen tutkimuksen luotettavuuteen vaikuttaneita tekijöitä. Tuloksia tarkkailtaessa on huomioitava, että mikään kyselylomakkeen kysymyksistä ei ollut pakotettu kysymys. Vastaaaja sai siis vapaasti päättää jokaisen kysymyksen kohdalla, haluaako hän vastata kyseiseen kysymykseen. Tästä johtuen käytäessä läpi kyselylomakkeen kysymyksiä ja vastauksia kysymysten kokonaisvastaajamäärä saattaa hieman vaihdella kysymyskohtaisesti.

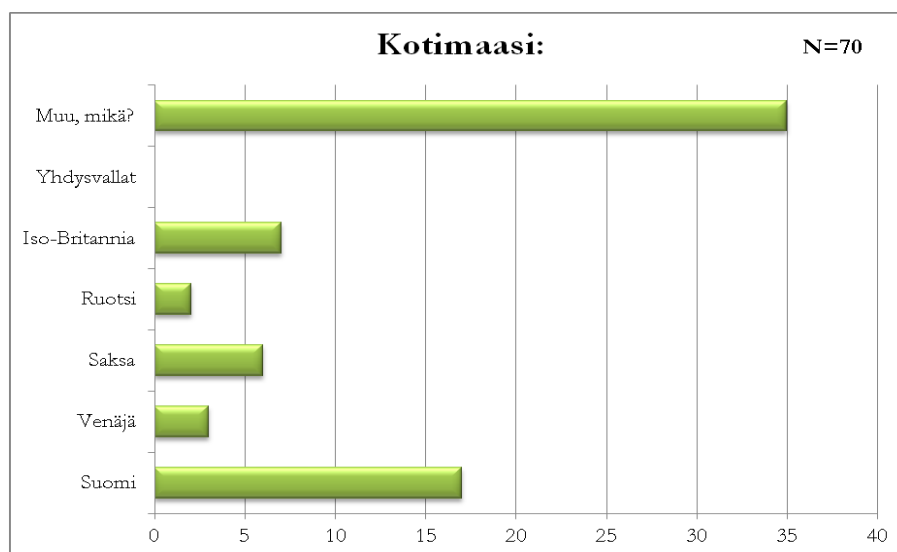


## 5.1 Kyselytutkimus koskien Helsingin majoitusmuotoja

Toteutettu kyselylomake oli rakenteellisesti jaettu kolmeen osioon, joista ensimmäisessä käsiteltiin matkailijan tämänkertaista Helsingin matkaa, toisessa vastaajan mielipiteitä kartano- ja huvilamajoituksesta ja kolmannessa vielä pari demograafista taustatietoa matkailijan alkuperään liittyen. Tutkimuksen tavoitteiden kannalta lomakkeen toinen osio oli tutkimuksen tärkein osio, jossa oli hyödynnetty ennen tutkimuksen toteuttamista tehtyä selvitystyötä kartanoihin ja huviloihin liittyen. Kyselyn Helsingin matka- ja taustatieto-osioilla pyrittiin keräämään matkailijoista tietoja, joiden avulla heitä voitaisiin ryhmitellä pienempiin alaryhmiin heidän antamiensa vastausten perusteella sekä heidän mielipiteitään kartano- ja huvilamajoitukseen liittyen voitaisiin suhteuttaa heidän muuhun asiakaskäyttäytymiseensä. Seuraavissa alaluvuissa käydään läpi näiden kolmen eri osion tärkeimmät tutkimustulokset.

### 5.1.1 Kyselyn vastaajat

Kyselyyn vastasi kaiken kaikkiaan 70 matkailijaa. Vastaajista 25 oli miehiä ja 45 oli naisia. Huomioitavaa vastaajien sukupuolen jakautumisessa on, että mikäli tutkimukseen osallistui pariskunta, useimmiten näistä kahdesta nainen oli kyselyn täyttänyt henkilö. Näin ollen vaikka pariskunta olisi täyttänyt kyselyn yhdessä, näkyy vastaajana pelkästään nainen.

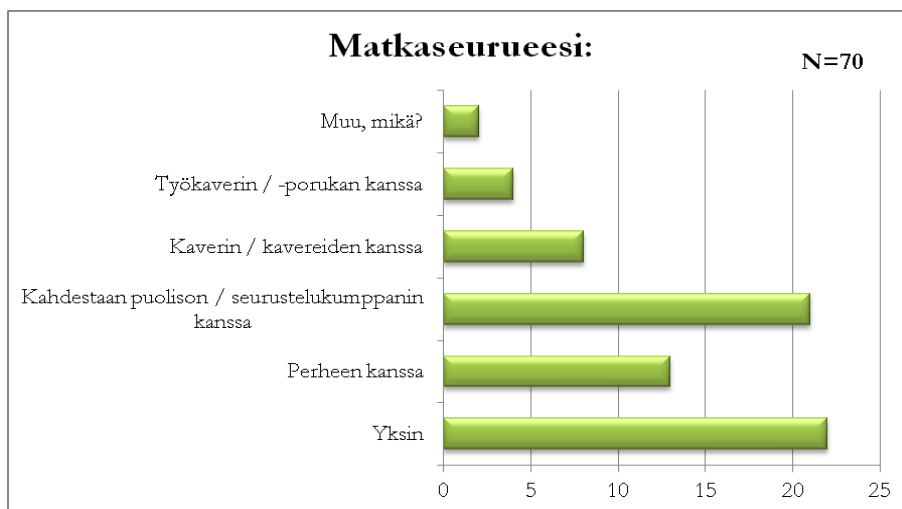


Kuvio 2. Vastaajien kotimaat

Kuviosta 2 nähdään kyselyyn vastanneiden matkailijoiden kotimaat. Vastaajista 17 oli suomalaisia. Helsingin viiden tärkeimmän lähtömaan joukosta Iso-Britannia on tutkimuksessa parhaiten edustettuna seitsemällä vastaajalla. Saksalaisista matkailijoista kyselyyn vastasi kuusi, venäläisistä kolme ja ruotsalaisista kaksi. Muista lähtömaista suosituimmat olivat Japani kuudella vastaajalla, Ranska neljällä vastauksella sekä Espanja, Meksiko, Hong Kong, Belgia, Alankomaat ja Korea kahdella vastauksella. Näiden lisäksi yksittäisiä vastauksia saatiin italialaiselta, argentiinalaiselta, australialaiselta, kroatialaiselta, intialaiselta, puolalaiselta, portugalilaiselta, luxemburgilaiselta, tanskalaiselta, norjalaiselta, sveitsiläiseltä, latvialaiselta sekä itävaltalaiselta matkailijalta.

### 5.1.2 Vastaajien tämänkertainen Helsingin matka

Helsingin matka -osiossa matkan tarkoitusta tiedustelleeseen kysymykseen vastasi yhteensä 69 matkailijaa. Vapaa-ajan matkalla vastaajista oli 48 matkailijaa, työhön liittyvällä matkalla 15 matkailijaa ja muusta syystä matkusti kuusi kyselyn vastaajista. Muita syitä matkalle olivat muun muassa hautajaiset ja lääkärikäynti. Vastaajista kaksi oli matkalla opintoihin liittyen ja kaksi oli yhdistänyt matkassaan vapaa-ajan matkan ja työmatkan.

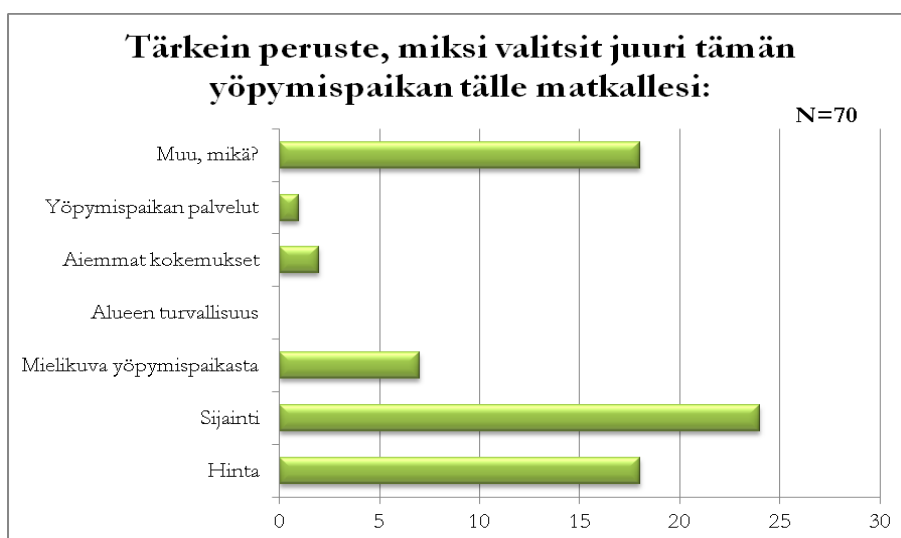


Kuvio 3. Vastaajien matkaseurue

Kuviosta 3 nähdään tutkimukseen osallistuneiden henkilöiden matkaseurueet. Yhteensä 22 kyselyyn vastanneista matkailijoista oli matkalla yksin. 21 vastaajaa oli matkalla

kahdestaan joko puolison tai seurustelukumppanin kanssa. Perheen kanssa puolestaan Helsingissä vieraili 13 matkailijaa. Yhden tai useamman kaverin kanssa matkalla oli vastaajista kahdeksan henkilöä, yhden tai useamman työkaverin kanssa neljä henkilöä ja muussa seurueessa matkalla oli kaksi vastaajaa. Muita matkaseurueita oli yhdellä vastanneista ryhmä oppilaita ja toisella vastaajista opiskelukaveri.

Kysymykseen yöpymispaikasta vastasi kaikki 70 kyselyyn osallistunutta. Vastanneista 38 majoittui perinteisissä ketjuhotelleissa. Ketjuhotelleissa majoittuvista matkailijoista suurin osa eli yhteensä 13 oli valinnut Scandic-ketjun. Ketjun hotelleista suosituin vastaajien keskuudessa oli ketjun uutuushotelli Scandic Paasi Hakaniemessä. Toiseksi suosituin ketjuista oli kotimainen Sokos Hotels, jonka oli valinnut vastaajista 12 matkailijaa. Original Sokos Hotel Presidentti oli suosituin valinta kyseisen ketjun hotelleista. Hostellimajoituksen oli valinnut seitsemän vastaajaa. Ystävän tai sukulaisen luona majoittui viisi vastaajaa. Couchsurfing-periaatteella paikallisen asukkaan kotona majoittui yksi henkilö. Airbnb:n kautta majoituspaikan oli vuokrannut vastaajista kolme henkilöä. Yksi vastaajista etsi vielä itselleen majoituspaikkaa vastaushetkellä ja kaksi ei vastaushetkellä muistanut yöpymispaikkansa nimeä. Yksi vastaajista majoittui Helsingin yliopiston ja Aalto yliopiston yhteistyössä kansainvälisille vierailleen tarjoamassa Unihome-majoituksessa. Yksi vastaajista majoittui Vantaan puolella ja loput yöpyivät Helsingin keskustan yksittäisissä hotelleissa.



Kuvio 4. Vastaajien syyt valitsemansa majoituspaikan valinnalle

Kuviosta 4 nähdään, millaisin perustein matkailijat ovat valinneet juuri edellä luetellut yöpymispaikat Helsingin matkalleen. Vastaajista 24 oli valinnut yöpymispaikan sijainnin perusteella. 18 matkailijalle tärkein syy majoituksen valinnassa oli ollut hinta. Seitsemän oli valinnut yöpymispaikan siitä muodostamansa mielikuvan perusteella, kaksi aiempien kokemusten ja yksi majapaikan palveluiden perusteella. 18 oli käyttänyt valintaperusteenaan jotain muuta syytä, kuten suositukset, kanta-asiakkuus, tapahtuma tai majoituskiintiö hotellilla, yrityksen puolesta työmatkailaiselle varattu majoitus tai halu kokea paikallisuutta matkansa aikana.

Mitä haluat tai halusit ehdottomasti kokea Helsingin matkasi aikana? -kysymyksessä esille nousivat ennen kaikkea kaupunkiin tutustuminen yleisesti ja nähtävyyksien katseilu. Suosituja teemoja olivat myös ostosten tekeminen sekä paikalliseen kulttuuriin ja elämänmenoon tutustuminen. Osa matkailijoista oli saapunut kaupunkiin puhtaasti jonkin tapahtuman takia tai tapaamaan vanhoja ystäviä ja rentoutumaan.

### 5.1.3 Vastaajien mielipide koskien kartano- ja huvilamajoitusta

Tiedusteltaessa matkailijoilta heidän mielipidettään koskien kartano- ja huvilamajoitusta kysyttiin vastaajilta yksiselitteisesti, haluaisivatko he yöpyä kartanohotellissa tai haluaisivatko he vuokrata huvilan käyttöönsä. Valmiina vastausvaihtoehtoina kysymyksissä oli kyllä, en ja en osaa sanoa.



Kuvio 5. Vastaajien kiinnostus kartanohotelleja kohtaan

Kuviosta 5 näkyy tutkimukseen vastanneiden kokonaiskiinnostus kartanohotelleja kohtaan. Kysyttäessä matkailijoilta heidän halustaan yöpyä kartanohotellissa, jos sellainen sijaitsisi Helsingissä, vastaajista 34 oli kiinnostunut kartanomajoituksesta ja 19 ei. 16

vastaajaa ei osannut sanoa mielipidettään asian suhteen. Yksi vastanneista jätti vastamatta kysymykseen. Kun vastaajajoukkoja vertaillaan keskenään, ulkomaalaisista suurin osa eli 22 matkailijaa oli halukkaita yöpymään kartanohotellissa, kun taas 15 ei osannut sanoa, haluaisiko vai ei. Suomalaisista puolestaan 12 oli kiinnostunut kartanomajoituksesta ja viittä ei kiinnostanut ollenkaan kartanomajoitus majoitusvaihtoehtona Helsingissä. 45 naisvastaajasta 25 haluaisi yöpyä kartanohotellissa, mikäli sellainen sijaitsisi Helsingissä, 25 miesvastaajasta puolestaan vain yhdeksän. Sillä ei ollut merkittävää eroa vastausten suhteen, millaisella matkaseurueella henkilö on matkalla. Sillä, onko kyseessä vapaa-ajan matka vai työmatka, oli vastausten kannalta puolestaan hienoinen merkitys. 15 työmatkalaisesta kuusi ei osannut sanoa, haluaisiko hän yöpyä kartanohotellissa Helsingissä ja viisi ei lainkaan ollut kiinnostunut kartanoista. 48 vapaa-ajan matkalaisesta puolestaan yli puolet eli 27 haluaisi yöpyä kartanohotellissa, mikäli sellainen sijaitsisi Helsingissä.



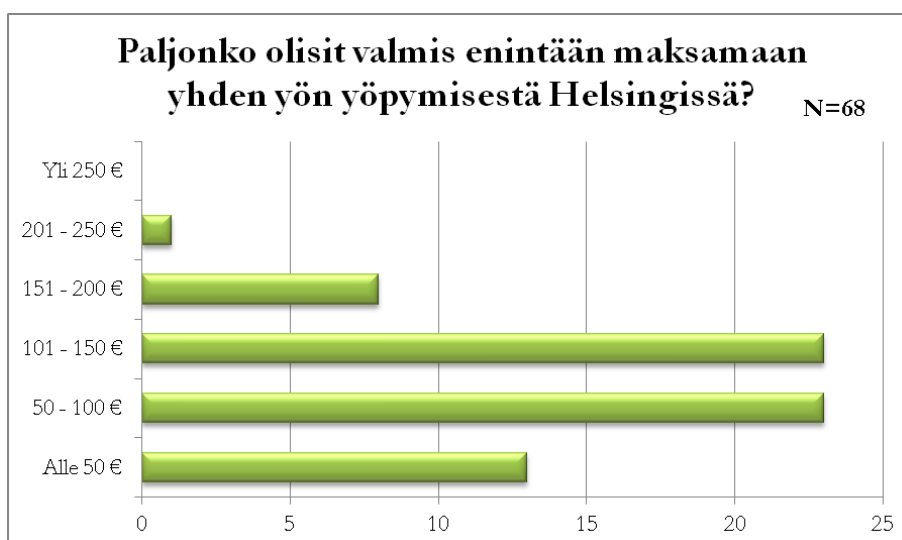
Kuvio 6. Vastaajien kiinnostus huvilan vuokrausta kohtaan

Kuviosta 6 nähdään tutkimukseen osallistuneiden vastaajien halukkuus vuokrata huvila käyttöönsä matkansa ajaksi, mikäli se olisi mahdollista Helsingissä. Vastaukseen saatiin vastaus kaikilta osanottajilta. Vastaajista jopa 37 ei ollut lainkaan kiinnostunut huvilan vuokrausmahdollisuudesta, 16 ei osannut muodostaa kantaansa kysymykseen ja vain 17 ilmaisi halunsa huvilan vuokraukselle. Mielenkiintoista tämän kysymyksen vastauksien osalta oli verrata tällä Helsingin matkallaan Airbnb -loma-asuntovuokrauspalvelun kautta majoituspaikan itselleen järjestäneiden vastauksia keskenään. Kolmesta vastaajasta yksi oli halukas vuokraamaan huvilan käyttöönsä matkansa ajaksi, toinen ei ollut lainkaan kiinnostunut asiasta ja kolmas ei osannut sanoa mielipidettään asian suhteen.



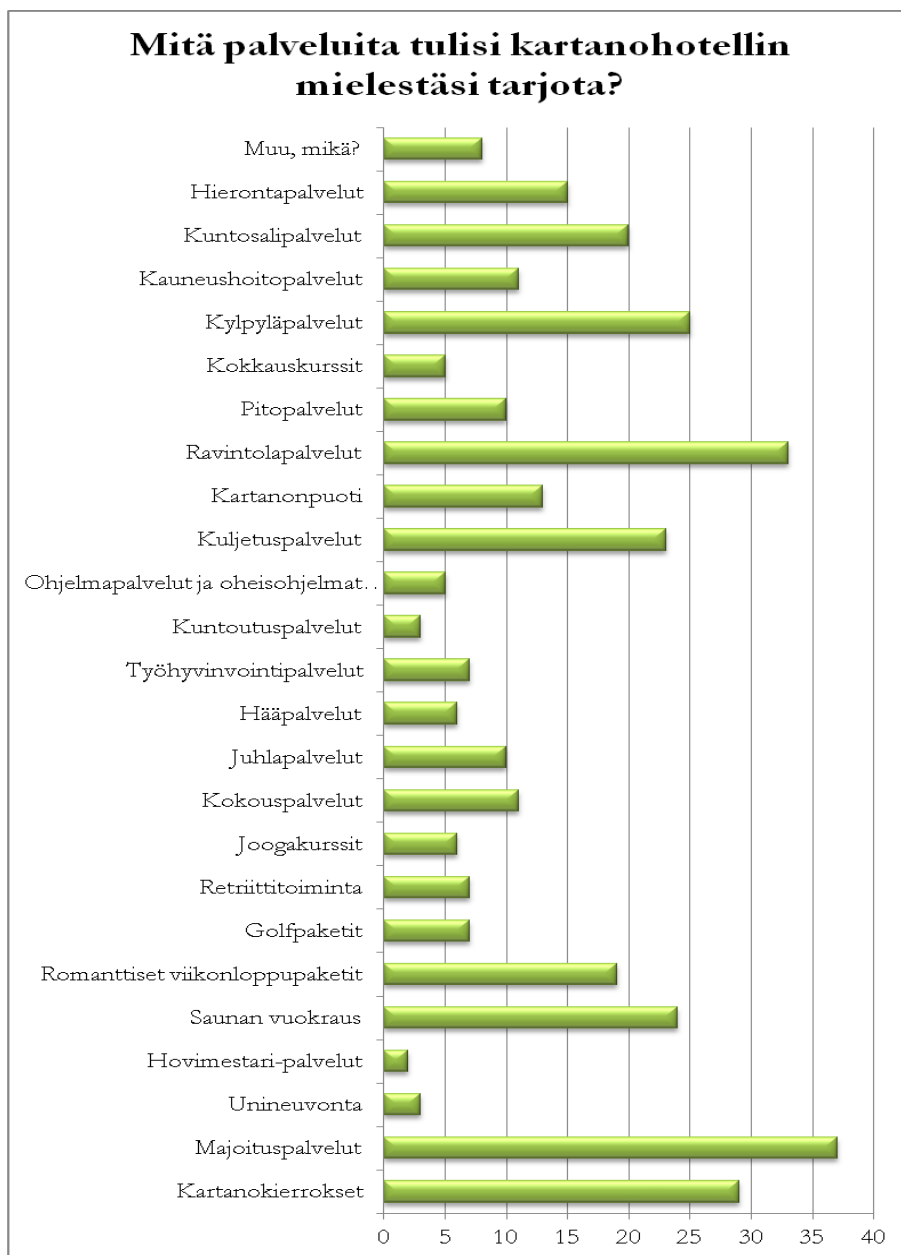
Kuvio 7. Vastaajien matkustusvalmius Helsingin matkansa aikana

Kuviosta 7 nähdään 68 kyselyyn vastanneen matkailijan näkemys siitä, kuinka pitkän ajan he olisivat valmiita matkustamaan yöpymispaikastaan Helsingin keskustaan. Kysymykseen annetuista vastausvaihtoehdoista eniten kannatusta sai 10–20 minuuttia, minkä ajan 26 matkailijaa olisi valmis matkustamaan yöpymispaikastaan Helsingin keskustaan. 17 vastaajaa olisi valmis matkustamaan alle 10 minuuttia Helsingin keskustaan ja 12 haluaisi yöpyä matkansa aikana vain Helsingin keskustan alueella. Yli 30 minuuttia oli valmiita matkustamaan vain kahdeksan vastaajista. 34 vastaajasta, jotka sanoivat haluavansa yöpyä kartanohotellissa Helsingissä, 15 oli valinnut tämän matkan yöpymispaikan sijainnin perusteella ja 17 olisi valmis matkustamaan Helsingin keskustaan yöpymispaikastaan 10–20 minuuttia. Tästä ryhmästä yli 20 minuuttia oli valmiita matkustamaan vain 10 henkilöä vastanneista.



Kuvio 8. Vastaajien maksimi maksuhalu yöpymisestään Helsingissä

Kuviosta 8 näkyy tutkimukseen osallistuneiden matkailijoiden maksuhalukkuus yhden yön yöpymisestä Helsingissä. Vastaajista 23 oli valmiita maksamaan yöpymisestään 101–150 euroa. Toinen samankokoinen ryhmä matkailijoita eli 23 henkilöä oli valmis maksamaan yöpymisestään 50–100 euroa per yö Helsingissä. 13 vastaajaa ei ollut valmis maksamaan yöpymisestään 50 euroa enempää. Vastaajista kahdeksan asetti maksun ylärajaksi 200 euroa ja vain yksi matkailija oli valmis maksamaan yli 200 euroa yhden yön yöpymisestä kaupungissa. Yksikään tutkimukseen osallistuneista ei ollut valmis maksamaan yli 250 euroa yöpymisestään kaupungissa.



Kuvio 9. Vastaajien mielipide kartanohotellin palveluiden suhteen

Kysyttäessä tutkimukseen osallistuneilta, mitä palveluita kartanohotellin tulisi heidän mielestään tarjota, vastaajille annettiin mahdollisuus valita annetuista valmiista vaihtoehtoista useampi kuin yksi sekä myös mahdollisuus keksiä oma vaihtoehto avoimeen muu, mikä? -kohtaan. Kuviosta 9 nähdään, että annetuista valmiista vaihtoehtoista eniten kannatusta saivat hotellien perinteiseen palvelutarjontaan kuuluvat majoituspalvelut (37 ääntä) ja ravintolapalvelut (33 ääntä). Matkailijat osoittivat kiinnostuksensa myös kartanokierroksia (29 ääntä), kylpyläpalveluita (25 ääntä), saunan vuokrausta (24 ääntä) ja kuljetuspalveluita (23 ääntä) kohtaan. Muina palveluina tutkimuksessa nostettiin esille aamiainen, joka perushotelleissa kuuluu useimmiten itse yöpymisen hintaan, mahdollisuus järjestää kohteessa erilaisia konsertteja sekä hotellihuoneiden persoonallisuus ja pienet lisäpalvelut tai -varustelut. Myös puutarha ja kaunis miljöö koettiin olennaiseksi osaksi kartanohotellin vetovoimaa. Vähiten kannatusta valmiiksi annetuista palveluvaihtoehtoista sai hovimestari-palvelut kahdella äänellä.

Tutkimukseen osallistuneille annettiin kyselylomakkeen täytön yhteydessä myös mahdollisuus ilmaista mielipiteensä vapaasti avoimen Mahdolliset lisäkommentit aiheen tiimoilta -kysymyksen avulla. Esille nousi muun muassa australialaisten matkailijoiden tekemät Ranskan matkat, joilla heillä on tapana vuokrata villa käyttöönsä matkansa ajaksi. Toinen vastaajista nosti esille toiveen kodinomaisesta kartanomajoituksesta ja muutama muistutti, että hinnoittelun tulisi olla kohtuullista ja hinta-laatu -suhteen puolestaan hyvä. Eräs työmatkalainen huomautti, että mikäli kyseessä on työmatka, ihmiset yleensä haluavat pysyä kaupungin keskustan tuntumassa. Mikäli kyseessä puolestaan on lomamatka, monella on tuttavita, joiden luona yöpyä, mutta toisaalta huvilan vuokraukset saattaisivat toimia, jos niitä markkinoidaan tehokkaasti ja oikein.

## **5.2 Tutkimuksen luotettavuus**

Tutkimuksen reliabiliteetin avulla arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta, tarkkuutta sekä tutkimuksen kykyä tuottaa pysyväisluonteisia tuloksia. Tulokset eivät näin ollen ole sattumanvaraisia, vaan ne pysyvät samanlaisina mittauksesta toiseen. Tutkimuksen reliabiliteetti on hyvä, kun toistetussa mittauksessa saadaan täsmälleen sama tulos ensimmäisen mittauksen kanssa riippumatta siitä, kuka mittauksen on alun perin suoritta-



nut. Reliabiliteetilla tarkastellaan etenkin mittausvaiheeseen liittyviä asioita ja tarkkuutta tutkimuksen toteutuksessa niin, että toteutettuun tutkimukseen ei sisälly satunnaisvirheitä. Tutkimuksen luotettavuutta arvioitaessa reliabiliteetin avulla tulee miettiä muun muassa, kuinka onnistuneesti otos edustaa perusjoukkoa, mikä on vastausprosentti, miten huolellisesti tulokset on syötetty ja millaisia mittausvirheitä tutkimukseen sisältyy. (Vilkka 2007, 149–150.)

Toteutetun kyselytutkimuksen toteutunut otos ei edusta onnistuneesti tutkimuksen perusjoukkoa. Tutkimuksen otoksen koolle asetettiin tutkimussuunnitelmassa tavoitteeksi 100 havaintoyksikköä eli vastaajaa. Suhde 47 suomalaista vastaajaa ja 53 ulkomaalaista vastaajaa olisi vastannut vuoden 2013 Helsingin matkailijoiden samojen ryhmien edustamia matkailijamääriä. Tavoitteeseen päästiin ulkomaalaisten osalta, mutta ei suomalaisten osalta. Näin ollen saadut tutkimustulokset edustavat painotetusti ulkomaalaisten matkailijoiden mielipiteitä mitatuista asioista. Vastausprosentti jäi tutkimuksessa melko alhaiseksi. Kaikilla Helsingissä yöpyvillä matkailijoilla oli yhtäläinen mahdollisuus osallistua tutkimukseen. Tavoitetuista matkailijoista yli puolet kieltäytyi tutkimukseen osallistumisesta vedoten muun muassa kiireeseen tai kieliongelmiin. Huomioitavaa on myös tutkimuksen reliabiliteettia arvioitaessa, että jälkikäteen huomattiin, että tutkimusta oli toteutettu lähinnä paikoissa, joissa liikkui enemmän ulkomaalaisia matkailijoita, mikä vaikutti osaltaan suomalaisten matkailijoiden tavoittamattomuuteen.

Tietojen syötössä tapahtuvat mittausvirheet oli tutkimuksen teossa minimoitu hyödyntämällä teknologiaa ja tablet-tietokonetta. Vastaajat saattoivat syöttää vastauksensa suoraan julkisen linkin kautta Webropol-ohjelmaan, jonka avulla kysely oli rakennettu. Sitä vältettiin virhesyötöt sekä osaltaan myös turha paperinkäyttö. Noin viidellä vastaajalla tosin oli ongelmia tabletin käytön kanssa, jolloin tutkija avusti heitä tutkimuksen täytössä lukemalla kysymykset heille ja täyttämällä vastaukset kyselyyn vastaajien antamien tietojen perusteella. Näissä tilanteissa vastaajilla oli kuitenkin tapana antaa laiveammat vastaukset, kuin mihin vastausvaihtoehdot antoivat mahdollisuuden, jolloin tutkimukseen saattaa sisältyä mittausvirheitä.

Tutkimuksen validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen todellista kykyä mitata sitä, mitä tutkimuksella on alun perin tarkoituskin mitata. Toisin sanoen arvioidaan sitä, kuinka

onnistuneesti tutkija on onnistunut siirtämään tutkimuksen teoriaosuudessa käytetyt teorit ja käsitteet toteutettuun tutkimuslomakkeeseen eli mittariin. Tutkimuksen validiteetti on hyvä, mikäli tutkija on onnistunut välttämään systemaattiset virheet ja käsitteiden tasolla väärinymmärrykset. Arvioitaessa tutkimuksen validiteettia tarkastellaan muun muassa, miten mittarin kysymysten ja vastausvaihtoehtojen sisältö ja muotoilu on onnistunut, kuinka toimiva valittu asteikko on sekä millaisia epätarkkuuksia mittariin sisältyy. (Vilkkä 2007, 150.)

Kyselytutkimuksen kysymysten laatimisessa onnistuttiin käyttämään opinnäytetyön teoriaosuutta hyödyntämällä kysymysten annetuissa vastausvaihtoehdoissa muun muassa olemassa olevia kartano- ja huvilamajoituskohteiden majoituspalvelukonsepteja. Kysymysten muotoilu puolestaan ei ollut kaikilta osin onnistunut. Esimerkiksi vastaajat, jotka majoittuivat yksityisessä kotimajoituksessa Helsingissä, eivät oikein tienneet, mitä vastata kyselyn 3. kysymykseen, jossa tiedusteltiin yöpymispaikan nimeä. Ennen kyselyn toteuttamista tutkija ei ollut huomioinut, että tämäkin matkailijaryhmä kuuluu tutkimuksen perusjoukkoon. Myös kysymys 5 koskien matkailijan Helsingin matkan kokemuksia aiheutti hämmennystä useassa vastaajassa, ja jälkikäteen arvioiden kysymys osoittautui muutenkin tutkimustavoitteiden kannalta melko epäolennaiseksi ainakin avoimen kysymyksen muodossa. Tutkimuksen toteuttaminen kaksikielisenä myös lisäsi mittausvirheiden todennäköisyyttä. Jotta erikielisten lomakkeiden vastauksia voidaan luotettavasti verrata keskenään, esitettyjen kysymysten tulee todella kysyä täysin samaa asiaa ja olla verrannollisia. Englanninkielisestä lomakkeesta löytyi myös tutkimuksen toteutusvaiheessa muutama kirjoitusvirhe, mikä sai virheen huomanneen vastaajan kysymään tutkijalta, tarkoitetaanko tällä sitä, mitä hän luulee.

Tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti yhdessä muodostavat tutkimuksen kokonaisluotettavuuden. Toteutetun tutkimuksen kokonaisluotettavuus on hyvä, mikäli otos edustaa perusjoukkoa ja mittaamisen satunnaisvirheet on onnistuttu minimoimaan. Kokonaisluotettavuutta voidaan arvioida esimerkiksi uusintamittauksella. Tutkimuksen tuloksia johtavat harhaan systemaattiset virheet, jotka sellaisenaan myös heikentävät tutkimuksen kokonaisluotettavuutta. Systemaattiset virheet voivat johtua esimerkiksi vastauskadosta tai että vastaajat valehtelevat ja kaunistelevat mielipiteitään tai eivät vain muista asioiden tilaa. Määrällinen tutkimus tulisi myös aina tehdä tieteelliselle tutkimuk-

selle asetettujen vaatimusten mukaisesti. Näiden vaatimusten mukaisesti tutkimuksen tulisi muun muassa tuottaa jotain uutta tietoa, olla avoin kuitenkin säilyttäen vastaajien yksityisyyden ja ammatti- sekä liikesalaisuudet, mitata sitä, mitä on tarkoituskin mitata sekä tuottaa ajankohtaisia tuloksia eli pysyä aikataulussa. (Vilka 2007, 152–154.)

Kyselytutkimus toteutettiin niin, että vastaajat saivat rauhassa itsenäisesti vastata kyselyyn tutkijan odotellessa tabletin palautusta hieman syrjemmällä. Näin mahdollistettiin kyselyyn osallistujille rauha vastata kaikkiin kysymyksiin rehellisin mielipitein ilman, että he kokisivat tarvetta vastata tietyllä tavalla tutkijasta johtuvista tai muista syistä. Tutkimus myös toteutettiin anonyyminä, jotta vastaajat kokisivat voivansa antaa tutkimuksen yhteydessä avoimen mielipiteensä. Siitä huolimatta voidaan olettaa joidenkin vastanneiden kaunistelleen mielipiteitään, johtuen suuresta määrästä en osaa sanoa -vastauksia. Myös joidenkin vastaajien kiire ja haluttomuus paneutua tutkimukseen pintaa syvemmin vaikuttaa tutkimustulosten kokonaisluotettavuuteen. Havaittavissa oli myös vastaajien muistamattomuutta etenkin sen suhteen, missä he matkansa aikana yöpyivät, joten tätä kysymystä ei voi luotettavasti käyttää tutkimustulosten vertailussa hyväksi.

Tutkimus täyttää määrälliselle tutkimukselle asetetut vaatimukset siinä mielessä, että se tarjoaa tietoa matkailijoiden yksittäisistä mielipiteistä kartano- ja huvilamajoitusta kohtaan. Mielipiteet eivät kuitenkaan ole suoraviivaisesti yleistettävissä koskemaan kaikkia Helsingin matkailijoita, koska otos on puutteellinen suhteessa tutkimuksen perusjoukkoon. Tutkimus tuotti ajankohtaisia tuloksia, joita voidaan edelleen käyttää hyödyksi pohdittaessa Helsingin kartanoiden ja huviloiden tulevaisuutta. Tutkimuksen aikataulu venyi suunnitelmista noin puolella vuodella, mikä vaikuttaa tutkimuksen ajankohtaisuuteen, kun huomioidaan, että alun perin kysely oli tarkoitus toteuttaa loppukesästä 2013 hyödyntäen kesäsesongin matkailijamääriä. Vastaukset voivat olla erilaisia eri sesonkien matkailijoilla, joiden motivaatiot saapua vierailulle Helsinkiin voivat poiketa toisistaan.

## 6 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön ensisijaisena tavoitteena oli tutkia, olisivatko Helsinkiin saapuvat matkailijat kiinnostuneita majoittumaan matkansa aikana kartano- ja huvilamajoituskohteissa, mikäli kaupungissa olisi sellaista majoitusta tarjolla matkailijoille. Tutkimuksen avulla oli tavoitteena myös selvittää, millaisin reunaehdoin matkailijat valitsevat yöpymispaikkansa matkalleen ja olisiko kaupungissa edes mahdollista tarjota kartano- tai huvilamajoitusta matkailijoille näiden asetettujen reunaehto- jen puitteissa.

Toteutetun tutkimuksen pohjalta voidaan todeta, että matkailijat ovat pienessä määrin kiinnostuneita kartanoista ja huviloista. Kyselyyn vastaajista noin puolet oli halukkaita yöpymään kartanohotellissa, jos sellainen sijaitsisi kaupungissa. Kaupunkilomakohteissa, kuten Helsingissä, matkailijat kuitenkin tuntuvat mieluummin yöpyvän hotelleissa tai yksittäisten henkilöiden kotona lyhyen lomansa aikana kuin että vuokraisivat huvilan mökin tapaan omaan käyttöönsä lomansa ajaksi. Tämä asunnon ja huvilan vuokrausperiaate soveltuukin paremmin maaseutulomailuun ja järven rannalla tapahtuvaan mökkeilyyn. Yllättävän moni vastaajista ei osannut sanoa mielipidettään kysyttäessä heiltä kartanohotelleista ja huvilan vuokraamisesta. Se selittynee hieman sillä, että moni vastaajista mainitsi tutkijalle ohimennen, että heidän kiinnostus kohteita kohtaan riippuu siitä, millainen kartano tai huvila on kyseessä ja minkä hintaista majoitusta kohde tarjoaa.

Kartanohotellit mielletään helposti kalliina majapaikkana ja täyden palvelun pensionaattina. Osittain tähän vaikuttanee kartanoiden historia yläluokan asumuksena, osittain olemassa olevat kartanohotellit, jotka ovat nostaneet palvelun kilpailuvaltiukseen majoitusmarkkinoilla ja näin ollen tällaiset kohteet toisinaan ovat hieman kaupunkien perushotelleja arvokkaampia majoituskohteita. Eräskin vastaaja totesi tutkijalle olevansa kiinnostunut kartanomajoituksesta, mutta että ei hänellä olisi varaa yöpyä kartanossa. Tästä pääsemmekin käsittelemään matkailijoiden yöpymiselleen asettamia reunaehtoja.

Tutkimuksen mukaan ensinnäkin majapaikan sijainti ja toisekseen majoituksen hinta ovat tärkeimmät perusteet matkailijoille yöpymispaikan valinnassa. Vieraillessaan Helsingissä matkailijat haluavat pysytellä suhteellisen lähellä kaupungin keskustaa. Suurin

osa matkailijoista oli valmiita matkustamaan yöpymispaikastaan Helsingin keskusta maksimissaan 20 minuuttia, mutta ei sen enempää. Jos mietitään kaupungin olemassa olevia kartanoita, ne ovat useimmiten sijoittuneet enemmän kaupunkien esikaupunkialueille kuin keskustavyöhykkeelle. Hinnan puolesta suurin osa tutkimukseen osallistuneista matkailijoista ei olisi valmis maksamaan enempää kuin 150 euroa yhden yön majoittumisesta kaupungissa. Jos maksuhalukkuutta verrataan esimerkiksi Helsingin kilpailijan Tukholman kartanoiden hintatasoon, tuolla rahalla olisi pystynyt majoittumaan maaliskuussa 2014 ainoastaan tutkituista kohteista kauimmaisessa, 45 minuutin ajomatkan päässä kaupungin keskustasta sijaitsevassa Smådalarö Gårdissa. Tämän perusteella voidaan pohtia, kuinka tasokasta majoitusta matkailijoille pitäisi kartanoissa mahdollisesti tarjota 150 eurolla per yö, jotta heidät saataisiin matkustamaan kaupunkilomansa aikana yöpymispaikastaan kaupunkiin yli 20 minuutin ajomatkan suuntaansa. Esimerkiksi Itä-Helsingin kulttuuripuiston kaupungin omistamista kartanoista jokainen sijaitsee yli 25 minuutin matkan päässä Helsingin päärautatieasemalta. Kohteista Rastilan kartano on helppoiten saavutettavissa, mutta sinnekin on 26 minuutin metro- ja kävely matka Helsingin keskustasta.

Palveluvalikoimaansa kartanohotellien tulisi kyetä sisällyttämään ennen kaikkea ne palvelut, joita perinteiset hotellitkin tarjoavat. Majoitus- ja ravintolapalvelut tuntuvat kuuluvan erottamattomasti yhteen matkailijoiden mielikuvissa hyvän hotellin kanssa. Myös hotellin suomalainen sauna ja kylpyläpalvelut mahdollistamaan matkailijoiden rentoutuminen matkansa aikana koettiin kuuluvan osaksi kartanohotellia. Kyetäkseen kilpailemaan keskustan hotellien kanssa kartanohotellien tulisikin tarjota persoonallista palvelua ja kokemuksellista majoittumista esimerkiksi kartanotunnelmallisilla huoneilla. Kartanoteemaisesti myös mahdollisesti tilan historiasta kertovat kartanokierrokset ja esittelyt tuntuivat kiinnostavan matkailijoita.

## 7 Kehitys- ja jatkotutkimusehdotukset

Kyetäkseen tarjoamaan matkailijoille heidän kartanohotellilta kaipaamiaan palveluita ja tasokkuutta, joita on esitelty edellisissä luvuissa, helsinkiläisten kartanoiden tulisi käydä läpi melkoisia muodonmuutoksia. Ennen muutosten toteuttamista kannattanee aihetta kuitenkin tutkia perusteellisemmin ja eri näkökulmista kuin mitä tässä tutkimuksessa. Tämän tutkimuksen aihepiiri pidettiin tarkoituksellisesti niin suppeana kuin mahdollista, jotta kyettiin houkuttelemaan matkailijoita kadulla vastaamaan kyselylomakkeeseen, vedoten sen lyhyteen ja vain pienen hetken häirintään päiväohjelman välissä. Suppeus kuitenkin aiheutti tutkimukselle jatkotutkimustarpeita. Erästä kyselylomakkeen testaajaa lainaten tutkimus ei antanut muun muassa ilman vastaajan omaa aktiivisuutta mahdollisuutta tuoda ilmi henkilön todellista mielipidettä, jos esimerkkivastaus olisi:

voi olla syrjässä, kunhan on HELPOSTI, VAIHDOITTA julkisilla saavutettavissa ja tarvittaessa myös yöllä. Hinta sama, tai sijainnin vuoksi hieman halvempi kuin keskustahotsku. Ja lähellä on oltava normikauppa, alkoliike, pankkiautomaatti ja (hotskun monopolille) vaihtoehtoisia ravintoloita/kahviloita.

Toteutettu tutkimus jättikin täysin huomioimatta muun muassa lähialueen palvelut, joita majoituspaikalta mahdollisesti vaaditaan. Näin ollen voidaan todeta, että laajempi tutkimus aiheesta olisi tarpeellinen ennen lopullisia päätöksiä kartanohotellien perustamisesta.

Kuten edellisissä luvuissa on todettu, suomalaisten matkailijoiden mielipide jäi tässä tutkimuksessa harmillisen vähäiseksi. Niinpä jatkotutkimuksissa olisi hyvä selvittää etenkin suomalaisten matkailijoiden kiinnostusta kartano- ja huvilamajoitusta kohtaan. Suositeltavaa olisi myös selvittää, millainen olisi paikallisten asukkaiden potentiaali asiakkaina tällaisissa kartano- ja huvilamajoituskohteissa. Siinä, missä kaukaa saapuneet matkailijat haluavat majoittua mahdollisimman lähellä kaupungin keskustan matkailunähtävyyksiä ja palveluita, voisivat paikalliset ihmiset olla kiinnostuneita pääsemään hetkellisesti pois kaupungin hälinästä esimerkiksi miniviikonloppulomalle. Väitettä tukee niin tallinnalaisten kiinnostus kaupungin lähialueiden kartanoita kohtaan (Lotila 2007) kuin Tuusulassa sijaitsevan Krapinhovin yrittäjän Pekka Holman kertoma, jonka mukaan tilan tärkeimmät asiakkaat tulevat yrityksen lähialueilta (ElisaAu 2013).

Jatkotutkimuksia kartano- ja huvilateemalla voisi tehdä myös yritysten mielenkiinnosta järjestää kokouksiaan ja virkistyspäiviään kartanoympäristössä keskustan hotellien perinteisten kokoustilojen sijasta. Talouselämä-lehden artikkelin mukaan työmatkailijat täyttävät hotelleja lomamatkalaisia enemmän (Saarinen 2014). Myös kaikki tutkitut Ruotsin kartanomajoituskohteet panostavat kokouspuoleen enemmän kuin yksittäisiin matkailijoihin, joten voidaan olettaa sen olevan toimiva malli ja Suomessakin tutkimuksen arvoinen kehityskohde. Kartanot olisivat erinomaisia miljöitä ja varmasti haluttuja kohteita juhla- ja hääpaikkana. Näin ollen, mikäli kiinnostusta yritysten puolelta ei löydy kartanoyhteistyötä kohtaan, voisi seuraavaksi miettiä yksityishenkilöiden ryhmäpuolta ja juhlapaikkatarvetta kartano- ja huvilakohteiden tulevaisuutta suunniteltaessa.

Helsingin kaupunkisuunnitteluviraston laatimassa Itä-Helsingin kulttuuripuiston kehittämissuunnitelmassa oli nostettu esille alueen mahdollisuudet matkailun kehittämiseksi. Suunnitelmassa puhuttiin mahdollisuudesta saada puiston alueella sijaitsevat kartano- ja huvilamiljööt sellaiseen käyttöön, joka mahdollistaisi niiden kokemisen nykyistä laajemmalle ihmisjoukolle. Tulevaisuuden käyttötarkoituksina oli mainittu opastetut kierrokset, tapahtumat sekä majoitus- ja ravintolapalvelut. Alueen jatkosuunnitelmissa voisi ottaa huomioon matkailijoiden kiinnostuksen kartanohotelleja kohtaan. Suunnitelmissa voisi myös huomioida paikalliset asukkaat esimerkiksi selvittämällä mahdollisuutta kehittää alueella muuta matkailullista toimintaa, kuten opastettuja kierroksia, sellaisiin kartano- ja huvilakohteisiin, joiden puitteet eivät yksinkertaisesti sovellu majoituskäyttöön.

Yhteenvedona voidaan todeta, että tutkimusaiheet kartano- ja huvila-aiheen tiimoilta ovat moninaiset. Tällä tutkimuksella on tehty aiheesta pienimuotoista perusselvitystä, jonka jälkeen voidaan todeta, että hotellimuotoiselle majoitukselle kartanossa, ja miksei jopa suuremmissa huviloissakin, olisi kysyntää. Mutta ennen kuin tällaista lähdetään järjestämään, kannattanee selvittää tarkemmin, minkä majoituspalvelumallin avulla olisi järkevintä lähteä toimintaa jatkossa suunnittelemaan.

## Lähteet

Aalto, A.-K. 2012. Itä-Helsingin kulttuuripuiston kehittämissuunnitelma. Helsingin kaupunkisuunnitteluviraston asemakaavaosaston selvityksiä 2012:1. Edita Prima Oy. Helsinki. Luettavissa: [http://www.hel.fi/hel2/ksv/julkaisut/aos\\_2012-1.pdf](http://www.hel.fi/hel2/ksv/julkaisut/aos_2012-1.pdf). Luettu: 20.11.2013.

Ahlman Säätiö 2014. Ahlmanin kartano. Luettavissa: <http://ahlman.fi/kartano>. Luettu: 7.5.2014.

Björkqvist, A. 2009. Concepting the hotel for tomorrow. Haaga-Helia R&D-reports 2/2009. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Helsinki.

de Mooij, M. 2011. Consumer Behavior and Culture. Consequences for Global Marketing and Advertising. 2. painos. SAGE Publications, Inc. US.

Dermedesiotis, A. 2014. Kartanoista vetovoimaa Suomen kulttuurimatkailuun. Amk-opinnäytetyö. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Helsinki. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2014052710440>. Luettu: 5.6.2014.

Ekström Söderlund, B. Hangon kylpylä ja kylpyläpuiston huvilat. Luettavissa: <http://www.hanko.fi/files/75/kylpyla.pdf>. Luettu: 1.5.2014.

ElisaAu 2013. Palvelua ja hyvää ruokaa sydäimestä Krapilla. Ruoka ja matkailu –blogi. HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulu. Luettavissa: <http://ruokajamatkailu.wordpress.com/2013/04/25/palvelua-ja-hyvaa-ruokaa-sydamesta/>. Luettu: 14.5.2014.

Grand Trip Sweden 2013. Rent exclusive villas and manor houses in Sweden. Luettavissa: <http://www.grandtripsweden.com/>. Luettu: 1.5.2014.

Hanko Tourist Office. Pensionaatti Tellina. Luettavissa: <http://tourism.hanko.fi/?portfolio=pensionaatti-tellina>. Luettu: 1.5.2014.



Heeley, J. 2011. Inside City Tourism. A European Perspective. Channel View Publications. UK.

Helsingin kaupungin elinkeinopalvelu 2013. Tämä on elinkeinopalvelu. Luettavissa: [http://www.hel.fi/hki/Elinkeinopalvelu/fi/T\\_m\\_on+elinkeinopalvelu](http://www.hel.fi/hki/Elinkeinopalvelu/fi/T_m_on+elinkeinopalvelu). Luettu: 13.1.2014.

Helsingin kaupunginkanslia 2014a. Tämä on kaupunginkanslia. Luettavissa: <http://www.hel.fi/www/kanslia/fi/tama-on-kanslia/>. Luettu: 13.1.2014.

Helsingin kaupunginkanslia 2014b. Elinkeino-osasto. Luettavissa: <http://www.hel.fi/www/kanslia/fi/osastot-ja-yksikot/elinkeino/>. Luettu: 13.1.2014.

Helsingin kaupungin kiinteistövirasto 2013. Puotilan kartanon myynnistä sopu - Krishnoille tilat Malmilta. Luettavissa: <http://www.hel.fi/hki/kv/fi/uutiset/puotilan+kartanon+myynnista+sopu+krishnoille+tilat+malmilta>. Luettu 20.11.2013.

Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto. Helsingin matkailu vuonna 2012. Luettavissa: <http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Tilastot/FI/helsinginmatkailutilastoraportti2012.pdf>. Luettu: 24.2.2014.

Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto 2013. Helsinki, Finland. Agent's manual 2013. Helsingin kaupungin markkinointiesite ammattilaisille. Luettavissa: [http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Esitteet/EN/agents\\_manual\\_2013\\_web.pdf](http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Esitteet/EN/agents_manual_2013_web.pdf). Luettu: 22.1.2014.

Helsingin kaupungin rakennusvirasto 2012. Tullisaari. Luettavissa: <http://www.hel.fi/hki/hkr/fi/viheralueet/puistot/kartanopuistot/tullisaari>. Luettu: 21.11.2013.

Helsingin kaupungin tietokeskus 2013. Tilastotietoja Helsingistä 2013. Luettavissa:  
[http://www.hel.fi/hel2/tietokeskus/julkaisut/pdf/13\\_06\\_18\\_taskutilasto\\_13\\_su.pdf](http://www.hel.fi/hel2/tietokeskus/julkaisut/pdf/13_06_18_taskutilasto_13_su.pdf).  
Luettu: 22.1.2014.

Helsingin kaupunki 2013. Helsingin historiaa. Luettavissa:  
[http://www.hel.fi/hki/helsinki/fi/Helsinki-tietoa+ja+linkkej\\_/Helsingin+historia](http://www.hel.fi/hki/helsinki/fi/Helsinki-tietoa+ja+linkkej_/Helsingin+historia).  
Luettu: 22.1.2014.

Helsingin kaupunki 2014. Kaupunginkanslia aloitti vuoden alussa. Luettavissa:  
<http://www.hel.fi/hki/helsinki/fi/uutiset/helsingin+keskushallinto+yhdistyy+vuoden+vaihteessa>. Luettu: 13.1.2014.

Helsingin kaupunkisuunnitteluvirasto 2002. Helsingin yleiskaava 2002, ehdotus. Selostus. Helsingin kaupunkisuunnitteluviraston julkaisuja 2002:17. Luettavissa:  
[http://www.hel.fi/hki/ksv/fi/Yleissuunnittelu/Yleiskaava\\_2002](http://www.hel.fi/hki/ksv/fi/Yleissuunnittelu/Yleiskaava_2002). Luettu: 20.11.2013.

Helsingin Markkinointi Oy. Helsingin Markkinointi Oy. Luettavissa:  
<http://www.visithelsinki.fi/ammattilainen/media/ota-yhteytta/helsingin-markkinointi-oy>. Luettu: 24.2.2014.

Helsingin Markkinointi Oy 2014a. Helsingissä yöpyvien matkailijoiden markkina-  
aluetilasto. Excel-tiedosto. Luettavissa: <http://www.hri.fi/fi/data/helsingissa-yopyvien-matkailijoiden-markkina-aluetilasto/>. Luettu: 18.3.2014.

Helsingin Markkinointi Oy 2014b. Helsingin majoitustilasto – tarkoitus, hinta ja kapasiteetti. Excel-tiedosto. Luettavissa: <http://www.hri.fi/fi/data/helsingin-majoitustilasto-tarkoitus-hinta-ja-kapasiteetti/>. Luettu: 18.3.2014.

Helsingin Markkinointi Oy 2014c. Helsingissä yöpyvien matkailijoiden viipymätilasto. Excel-tiedosto. Luettavissa: <http://www.hri.fi/fi/data/helsingissa-yopyvien-matkailijoiden-viipymatilasto/>. Luettu: 18.3.2014.

Helsingin Matkailu Oy 2013. Helsinki – Matkailijan opas 2013. Helsingin kaupungin matkailuwebsite. Luettavissa: [http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Esitteet/EN/hmo\\_fin.pdf](http://www.visithelsinki.fi/sites/visithelsinki.fi/files/files/Esitteet/EN/hmo_fin.pdf). Luettu: 22.1.2014.

Helsingin Uutiset 2013. Kymmenen uutta hotellia vireillä Helsinkiin. Luettavissa: <http://www.helsinginuutiset.fi/artikkeli/270856-kymmenen-uutta-hotellia-vireilla-helsinkiin>. Luettu: 10.5.2014.

Hima & Huvila 2013. Vuokrattavat loma-asunnot. Luettavissa: <http://www.himajahuvila.fi/kohteet2>. Luettu: 4.5.2014.

Hotelli Haikon Kartano a. Kylpylä ja hoidot, Luettavissa: <http://www.haikko.fi/fi/kylpylae-ja-hoidot.php>. Luettu: 7.5.2014.

Hotelli Haikon Kartano b. Yhteistyökumppanit. Luettavissa: <http://www.haikko.fi/fi/tietoa-haikosta/yhteistyokumppanit.php>. Luettu: 7.5.2014.

Hotelli Haikon Kartano 2013. Hotelli Haikon Kartanon huoneet ja palvelukonsepti uudistuivat. Tiedotteet. Luettavissa: <http://www.haikko.fi/posts/hotelli-haikon-kartanon-huoneet-ja-palvelukonsepti-uudistuivat-921.php>. Luettu: 7.5.2014.

Hotelli Villa Maija 2014. Tervetuloa elämysten Villa Maijaan! Luettavissa: <http://www.villamaija.fi/fi/hotelli-villa-maija>. Luettu: 1.5.2014.

Hämeenkylässä Kartano. Lisätietoa majoittujille. Luettavissa: <http://www.hameenkyllankartano.fi/hotelli/lisatietoa-majoittujille>. Luettu: 4.5.2014.

Iltanen, J. 2011. Kartanot. 3. painos. Suomen 100. Karttakeskus. Helsinki.

Kalmari, H. 2013. Helsinki. Mondo matkaopas. A-kustannus Oy. Helsinki.

Kartanokylpylä Kaisankoti. Historia. Luettavissa: <http://kaisankoti.fi/www/fi/historia/index.php>. Luettu: 4.5.2014.

Kotler, P. 1982. Markkinoinnin käsikirja: analyysi – suunnittelu - valvonta. Rastor-julkaisut. Käsikirja -sarja 4. Oy Rastor Ab. Helsinki.

Kyröläinen, A. 2012. 1800-luvun elämys osana kartanon kulttuuri- ja palvelutarjontaa. Träskändan kartanon tapaus. Amk-opinnäytetyö. Metropolia ammattikorkeakoulu. Helsinki. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201205025941>. Luettu: 11.5.2014.

Lifestyle Media Oy 2013. Helsingin paras hotelli: Hotellivieraiden valinnat Helsingissä. Luettavissa: <http://helsinki.kohokohdat.fi/helsingin-paras-hotelli-hotellivieraiden-valinnat-helsingissa/>. Luettu: 10.5.2014.

Lomahanko. Tietoa palvelusta. Luettavissa: <http://lomahanko.fi/about>. Luettu: 4.5.2014.

Lotila, S. 2007. Viro on tuhannen kartanon valtakunta. Talouselämä. Luettavissa: <http://www.talouselama.fi/uutiset/viro+on+tuhannen+kartanon+valtakunta/a2043803>. Luettu: 7.5.2014.

Lönnrot, S. 2013. Helsingin paikkabrandimielikuva ulkomaisen matkailijan näkökulmasta. Pro gradu -tutkielma. Aalto-yliopisto. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:aalto-201305226414>. Luettu: 11.5.2014.

Merisalo, R. 2012. Sokaisevat trendit. Kauppakamari. Helsinki.

Middleton, V., Fyall, A., Morgan, M. & Ranchhod, A. 2009. Marketing in Travel and Tourism. 4.painos. Butterworth-Heinemann, Elsevier Ltd. Oxford.

NEXT Hotels Finland Oy. Hotellimme ja kartanomme. Luettavissa: <http://www.nexthotels.fi/>. Luettu: 7.5.2014.

Paananen, K. 2013. Hotellien sijoittuminen pääkaupunkiseudulla. Pro gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Helsinki. Luettavissa: <http://hdl.handle.net/10138/39030>. Luettu: 11.5.2014.

Pitkänen, N. 2014. Helsingin matkailijamäärien ennakoiminen tulevaisuudentutkimuksen avulla. Amk-opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu. Kerava. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-201401161414>. Luettu: 11.5.2014.

Private Hotels. Parasta palvelua yksityisissä hotelleissa. Luettavissa: <http://www.privatehotels.fi/>. Luettu: 7.5.2014.

Rantapallo 2014. Helsingin matkailulle vahvaa kasvua Aasiasta. Luettavissa: <http://www.rantapallo.fi/matkailu/nama-kansat-hurahtivat-helsinkiin-vahvaa-kasvuayopymisluvuissa/>. Luettu: 11.5.2014.

Runni. Runnin historia. Luettavissa: <http://www.runni.fi/tietoa-runnista/runnin-historia/>. Luettu: 4.5.2014.

Saarinen, M. 2014. Helsingissä hotellibuumi – muualla hiljaista. Talouselämä. Luettavissa: <http://www.talouselama.fi/uutiset/helsingissa+hotellibuumi++muualla+hiljaista/a2228066>. Luettu: 11.5.2014.

Simpanen, J. 2012. Kulttuurimatkailun kehittäminen Parikkalan kunnassa. Case: Koitsanlahden hovi. Amk-opinnäytetyö. Pohjois-Karjalan ammattikorkeakoulu. Joensuu. Luettavissa: <http://urn.fi/URN:NBN:fi:amk-2012102614675>. Luettu: 11.5.2014.

Smådalarö Gård. Hotellet. Luettavissa: <http://www.smadalarogard.se/hotellet/>. Luettu: 2.5.2014.

Snellman, A. 2012. Suurtilat ja Suomen aateli 1800–1900-luvuilla. Ennen ja nyt, Historian tietosanomat. Luettavissa: <http://www.ennenjanyt.net/?p=605>. Luettu: 1.5. 2014.

Spirou, C. 2011. Urban Tourism and Urban Change. Cities in a Global Economy. Routledge, Taylor & Francis Group. New York.

Stockholm Skärgårdsstugor. Våra stugor och hus. Luettavissa:  
<http://www.skargardsstugor.se/sv/hyra-hus-i-stockholms-skargard>. Luettu: 1.5.2014.

Suomen kuntaliitto 2014. Väestötietoja. Luettavissa:  
<http://www.kunnat.net/fi/tietopankit/tilastot/vaestotietoja/Sivut/default.aspx>. Luettu: 3.4.2014.

Svenska Möten 2014. Boka konferens och möten. Luettavissa:  
<http://www.svenskamoten.se/>. Luettu: 2.5.2014.

Tammsvik Herrgård. Hitta hit. Luettavissa: <http://tammsvik.se/om-oss/hitta-hit>. Luettu: 7.5.2014.

Tammsvik Konferens & Herrgård. Om oss. Luettavissa: <http://tammsvik.se/om-oss>. Luettu: 4.5.2014.

Tilastokeskus. Matkailija. Luettavissa: <http://www.tilastokeskus.fi/meta/kas/matkailija.html>. Luettu: 24.2.2014.

Tilastokeskus 2013. Matkailu ulkomailta Suomeen kasvoi vuonna 2012. Luettavissa:  
[http://www.stat.fi/til/rajat/2012/rajat\\_2012\\_2013-05-30\\_tie\\_001\\_fi.html](http://www.stat.fi/til/rajat/2012/rajat_2012_2013-05-30_tie_001_fi.html). Luettu: 18.3.2014.

Timetric 2013. Travel and Tourism in Finland to 2017. Timetric Travel & Tourism Reports. Luettavissa: <https://timetric.com/research/report/TT0084MR/>. Luettu: 7.5.2014.

TripAdvisor. Things to do in Helsinki. Luettavissa:  
[http://www.tripadvisor.com/Attractions-g189934-Activities-Helsinki\\_Southern\\_Finland.html](http://www.tripadvisor.com/Attractions-g189934-Activities-Helsinki_Southern_Finland.html). Luettu: 31.3.2014.

Turun yliopisto ja Turun kaupunki. Elämää Ruissalon huviloissa. Luettavissa:  
<http://www05.turku.fi/ruissalo/huvilaelamaa.shtml>. Luettu: 1.5.2014.

UNWTO. Understanding Tourism: Basic Glossary. Luettavissa:  
<http://media.unwto.org/content/understanding-tourism-basic-glossary>. Luettu:  
24.2.2014.

UNWTO 2012. Global Report on City Tourism. AM Reports: Volume six. World  
Tourism Organization (UNWTO). Madrid. Luettavissa: [http://dtxqt4w60xqpw.  
cloudfront.net/sites/all/files/pdf/am6\\_city\\_platma.pdf](http://dtxqt4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/am6_city_platma.pdf). Luettu: 19.3.2014.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa. Määrällisen tutkimuksen perusteet. Kustannusosake-  
yhtiö Tammi. Helsinki.

Villa Lundmark 2011. Majoitu tyylikkäästi Hangossa. Luettavissa:  
<http://www.villalundmark.fi/>. Luettu: 4.5.2014.

VisitHelsinki a. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto. Helsingin matkai-  
lustrategia. Luettavissa: [http://www.visithelsinki.fi/ammattilainen/miksi-  
helsinki/faktoja-ja-tilastoja/helsingin-matkailustrategia](http://www.visithelsinki.fi/ammattilainen/miksi-helsinki/faktoja-ja-tilastoja/helsingin-matkailustrategia). Luettu: 13.1.2014.

VisitHelsinki b. Helsingin kaupungin matkailu- ja kongressitoimisto. Henkilökunta.  
Luettavissa: [http://www.visithelsinki.fi/ammattilainen/media/ota-  
yhteytta/henkilokunta](http://www.visithelsinki.fi/ammattilainen/media/ota-yhteytta/henkilokunta). Luettu: 13.1.2014.

VisitHelsinki c. Historia. Luettavissa: [http://www.visithelsinki.fi/tule/tervetuloa-  
helsinkiin/historia](http://www.visithelsinki.fi/tule/tervetuloa-helsinkiin/historia). Luettu: 22.1.2014.

VisitHelsinki d. Hostellit ja leirintäalue Helsingissä. Luettavissa:  
[http://www.visithelsinki.fi/majoitu-ja-nauti/majoitus/hostellit-ja-leirintaalue-  
helsingissa](http://www.visithelsinki.fi/majoitu-ja-nauti/majoitus/hostellit-ja-leirintaalue-helsingissa). Luettu: 31.3.2014.

# Liitteet

Liite 1. Taulukoituna työssä tutkitut 20 kartanoa palveluineen

<b>TILAT</b>	<b>1. HOTELLI HAIKON KARTANO</b> (Porvoo)	<b>2. KARTANO KYLPIYLÄ KAISANKOTI</b> (Espoo)	<b>3. AHLMANIN KARTANO</b> (Tampere)	<b>4. HÄMEENKYLÄN KARTANO</b> (Vantaa)	<b>5. KARTANOHOTELLI KAROLINEBURG</b> (Kajaani)
	Kylpylähotellissa 199 huonetta, kartanohotellissa 24 huonetta. Kaksi ravintolasalaa, useita kabineetteja, 250-paikkainen Villa Haikko, Kartanon Klubi, Spa Bisno & Café. Tilaisuuksien lisäksi myös päiväkävijöiden käytössä, Haikko Areena.	Kartanossa 50 hotellihuonetta, 150-paikkaiset ravintolatilat, kokoustilat 100 henkilöille. Majoitusvieraiden käytössä kylpylärakennus ja kuntosal, tilaisuuksia. Nuvetassa Espoon Autotomuseo.	32 hotellihuonetta kahdessa rakennuksessa, 120-paikkainen opistokahjaravintola ja 40+20-paikkainen opetusravintola. Kokoustiloja 130 henkilöille. Saunatilat, saunasauna ja grillikoti.	52 hotellihuonetta kolmessa rakennuksessa. Sauna osasto ja takkahuone. 130-paikkainen a carte - ravintola, 80-paikkainen kabineetti, 120-paikkainen juhlasali ja muita kokoustiloja yhteensä 12 eri rakennuksessa.	20 hotellihuonetta ja 100 hengen ravintolatilat kolmessa hotellinrakennuksessa. 4 sala kokoustiloina, takkahuone ja saunatilat, viinikellari.
<b>TUOTTEET JA PALVELUT</b>	Majoituspalvelut, kokous- ja juhlapalvelut, ravintolapalvelut. Kylpylässä hoidot, kampaamo, kunnan testaukset, ohjatut liikuntatunnit, työhyvinvointipalvelut, kuntoutuksen toiminta veteraaneille. Uuni-konsultit, catering-palvelut, bunder-palvelut.	Kuntoutus-, työhyvinvointi-, hennottelu-, kokous-, ravintola-, juhla- ja majoituspalvelut, juhla- ja kokouspalveluiden noutomyynti, kahvilo, tuliaismyymälä.	Kokous-, juhla- ja majoituspalvelut, tilapuoti kartanossa. Saatavilla myös muita palveluita muissa samman alueen tiloissa.	Kokous-, hotelli- ja ravintolapalvelut. Yksittäiset tilaukset. Kartanopuoti.	Majoituspalvelut ja tilauspalveluperiaatteella toimivat ravintolapalvelut, kokouspalvelut.
<b>MUUTA HUOMIOITAVAA</b>	Välillä 10 karttaa Suomen parhaaksi konferenssihotelliksi. Vuonna 2013 käyttöön otettu bunder-palvelun tarkoituksena nostaa entisestään palvelun tasoa ja laadua.	Erikoistunut työikäisten ennaltaehkäisyyn ja terveyden- ja vähentävien kuntoutuspalveluihin.	Ahlmannin koulun Säätöliiketoimintayksikkö. Kartanon ravintoloissa tarjoilla lähiruokaa ostettavina määrinä omista aineista.	Mahdollista myös majoittua omassa makuuhuoneessa/-vuonossa alueella. Ravintolassa tarjolla muun muassa sunnuntai- ja vapppönnisseja sekä äitienpäivälounasta.	Perhehotelli.
<b>ASIAKKAAT</b>	Yksittäis- ja yritysasukkaat	Yksittäisiä asiakkaita ja yritykset	Yksittäisiä asiakkaita ja yritykset	Yksittäis- ja yritysasukkaat	Yksittäis- ja yritysasukkaat
<b>HINTATASO MAJOITUS</b> (maaliskuu 2014)	Kylpylähotelli 198€/virk/2hh, Kartanohotelli 258€/virk/2hh	Arkin 152€/virk/2hh, viikonloppuisin 121€/virk/2hh	90€/virk/2hh	15-4€/virk/2hh	100-120€/virk/2hh
<b>SIJAINNIN JA SAAVUETTAVUUS</b>	Meren rannalla Porvoossa, noin 30 min ajomatkan päässä Helsingistä ja 6 km Porvoon vanhasta kaupungista.	Pohjois-Espoon Pakankylässä, 25 km Helsingin keskustasta ja 20 km lentoterminalista ja 12 km Espoon keskustasta.	Tampereen Koivistoinkylässä, 5 km Tampereen keskustasta.	Länsi-Vantaan Hämeenkylässä, 15 min ajomatka lentokentälle, 30 min Helsingin keskustaan.	Kajaanin Teppanassa, 600 metriä Kajaanin keskustasta.
<b>KOTISIVUT</b>	www.haikko.fi	www.kaisankoti.fi	www.ahlman.fi/kartano	www.hameenkylankartano.fi	www.karolineburg.fi



	<b>6. HARJATTULAN KARTANO</b> (Turku)	<b>7. HUIKON KARTANO</b> (Töivakka)	<b>8. RUNNIN KYLPYLÄN KARTANOHOTELLI</b> (Runni)	<b>9. TÖYRYLÄN KARTANO</b> (Artjärvi)	<b>10. KIRJOKIVEN KARTANO</b> (Vuohijärvi)
<b>TILAT</b>	Yhteensä 98 huonetta, joista 11 kartanossa, 40 hotellisäilytyskaikeissa ja loput mökkeissä, piharakenne sekä alueen taloissa, 4 tilausaunaa, 23 kokous- ja koulutusilaa. Rantatila Wamba Talli 90 hengelle.	Kartanossa 14 majoitushuonetta. Lisäksi keittiö, sauna, 30 hengen ruokasali, 40 hengen seminaarisali ja nousta tilaa. Sivurakennus Shurillaassa kuusi majoitushuonetta, keittiö, terassi, sauna ja nousta tilaa. Rantasauna ja liitenti.	Kartanohotelli, jonka yhteydessä 150-paikkainen tilausvintola Westeetoon ja ka-binetilla. Määräsalonki. Kympylähotelli ja 265-paikkainen ravintola Mamselli ja aulakahvio Pumpputyttö, 40-paikkaiset Runni- ja Pih-pa-kabinetti, kylpylähoitola Wedsunsaato, parun-kamparno Prima donna.	6 vierashuonetta. Kesäisin aittavierashuoneita piharakenne. Kokousiloja 10-24 hengelle, useita saaleja ja karjasto käytettävissä isommissa leikin ryhmille.	Päärakennuksessa tilat 60 hengen juhille. Pieni kappeli Rantasauna, jossa majoitusmahdollisuus 10 hengelle ja 2 majoitusaitta. Pihapinnassa lentopallo- ja pallokenttä.
<b>TUOTTEET JA PALVELUT</b>	Majoituspalvelut, kokous- ja juhlapalvelut, tyy- ja ohjelmapalvelut, ravintolapalvelut. Ravintolasta tilattavissa pitopalvelut kotiin toimitettuna. Alueella palveluita viikonloppuisin ainoastaan tilauksesta.	Tilavuokraus, johon yhdistettävissä ruokapalvelut, ohjelmapalvelut ja kauljukset.	Majoituspalvelut, kylpylä- ja kaunushoitopalvelut, hieronta, kampaamopalvelut, fysioterapeuttin hoidot, lomapaikent, ravintolapalvelut, juhla- ja kokouspalvelut, saunan vuokraus.	Kokous- ja majoituspalvelut, juhlapalvelut, retinointomina.	Juhlat, virkistyspäivät ja yhteisillaisuudet, joihin liitetävissä ruokailu- ja majoituspalvelut. Saunan vuokratukset.
<b>MUUTA HUOMIOITAVAA</b>	20 vieraspaikkainen satama, mahdollisuus saapua myös omalla veneellä. Tarjolla majoituspaikkoja täysihoidolla sekä golfpaikkoja.	Kartano vuokrattavissa viikonlopuksi, viikoksi tai pidemmäksi aikaa ilman henkilönumera tai henkilökuntaa.	Majoitus hinnat sisältävät vapaan kylpylän käytön ja sisäpääsyn orkesterin soitin tanssi-iltoihin. Majoituminen mahdollista myös maatakurvaunissa ja -autoissa alueella.	House- guestliiketoimintatila eli kaikki Töyrylä kartanon tilat vieraiden käytössä kuin olisit hyvän ystävä maasaatun kartanossa vierailulla kuitenkin majoituaen yksityisomisteisessa kodissa.	Vieressä sijaitseva Reporeden kansallispuisto tarjoaa mahdollisuuden luontokäytöille.
<b>ASIAKKAAT</b>	Yksittäisiä asiakkaat ja yritykset	Ryhmät	Yksittäisiä asiakkaat ja yritykset	Yksittäisiä asiakkaat ja ryhmät	Ryhmät
<b>HINTATASO MAJOITUS (maaliskuu 2014)</b>	Kartanossa 80€/vrk/2hh, kesäkaudella (touko- lokakuu) 120€	Hinnottelu järjestettävän tilaisuuden ja siihen yhdistettävien palveluiden mukaan sopimuksesta.	110€/vrk/2hh	148€/vrk/2hh	Hinnottelu sopimuksen mukaan
<b>SIJAINNIN JA SAAVUTETTAVUUS</b>	Turun Kaksikerrosta, 20 min ajomatka Turun keskustasta.	Töivakka, Huikon kylässä, Töivakan keskustaan 7 km, Jyväskylän keskustaan 30 km.	Iisalmessa Runnin kylässä, Iisalmen keskustaan 23 km, Kuopion lentokentältä 90 km.	Artjärvellä, nunnin ajomatkan päässä Helsingistä ja 30 min Lahdesta.	Kourvolan Pohjois-Valkealassa, Kourvolan keskustasta 40 km.
<b>KOTISIVUT</b>	www.harjattula.fi	www.huikonkartano.fi	www.runni.fi	www.toyrylankartano.fi	www.kirjokivenkartano.fi

	<b>11. TAMMSVIK KONFERENS &amp; HERRGÅRD</b> (Bro)	<b>12. SÄSTAHOLM HOTELL &amp; KONFERENS</b> (Täby)	<b>13. SMÅDALARÖ GÅRD</b> (Dalarö)	<b>14. THORESTA HERRGÅRD</b> (Bro)	<b>15. HÖGBERGA GÅRD</b> (Lidingö)
<b>TILAT</b>	Yhteensä 121 hotellihuonetta 7 eri rakennuksessa. 20 konferenssihuonetta, 22 ryhmätyötilaa jopa 200 hengen ryhmille. Kartanoissa 265 istumapaikkaa 5 ruokasalisia, kellaripubi. Erihminen Villa Mälargården kokoustiloihin, uima-altaaseen ja saunoineen.	93 hotellihuonetta. 23 kokous tilaa jopa 150 hengen ryhmille, 5 ruokasalia, viinikellari, Cabaretillaklubi. Kosymattajee mahdollisuuksin sovitta asuja ja asusteita. Sjånlöge tähden pukuhuone.	56-huoneinen kartano. Ruokasalit ja salongit, joissa tilaa 140 hengelle. 2 saunatiloa veden äärellä Golf-rata, 2 tenniskenttää, viitea svensstamma. Pieni erillinen hotelli Gits Hus, jossa 6 makuuhuonetta.	7 kokousta 100 hengen ryhmille, 5 ryhmähuonetta, 40 hotellihuonetta hotellierivessä. Myös veneitä ja Villa Oben tarjoavat nukkumismahdollisuuksia. Ruokasalisissa 80 istumapaikkaa.	14 kokous- ja ryhmätilahuonetta 120 hengen ryhmille. Kartanoilla. Kinnarummet-baan Yhteensä 67 vierashuonetta pöytäkannuksissa, suuresa ja pienessä lisärakennuksessa. 5 ruokasalia, joista suurimmassa tilaa jopa 140 hengelle, viininvaihtamo.
<b>TUOTTEET JA PALVELUT</b>	Konferenssipaketti, oheispalvelut, juhlat, juhla-, ravintola- ja majoituspalvelut. Villan ruokaus. Helikopterintouropalvelu.	Majoituspalvelut, kokous- ja juhlapalvelut oheispalvelut, teineen. Ravintolapalvelut, viiniklubiäinhuoneinhuoneille. Hässummitelijan palvelut.	Majoitus- ja ravintolapalvelut. Juhla- ja kokouspalvelut. Häspaketti ja golfpaketti. Oheispalvelut.	Kokous- ja oheispalvelut. Golfpaketti. Majoitus- ja ravintolapalvelut. Häspaketti, viikonloppupaketti. Viinimainnajat.	Kokous- ja oheispalvelut. Majoituspalvelut. Ravintolapalvelut. Häspaketti, viikonloppupaketti ruokamöten alkaen 1495 SEK/henkilö (noin 167€/henkilö)
<b>MUTA HUOMIOITAVAA</b>	Joutsen-ympäristömerkitty konferenssihotelli. Löytty Svenska Möten varauskanavasta.	Urnikki teatterinistoria, mikä näkyy muun muassa hotellihuoneissa, jotka on nimetty missä asuneiden tähden mukaan. 4-tähden hotelli. Löytty Svenska Möten varauskanavasta.	Paiikka suunnattu etenkin häille, juhille ja muulle juhla-tilaisuuksille. 4-tähden hotelli. Yksi kumusta Sa bis Hotell & Möten – yrityksen tarjoamista kokouspaikoista. Löytty Svenska Möten varauskanavasta.	Hotelli on Joutsen-merkitty. Löytty Svenska Möten varauskanavasta.	Ensimmäinen viininvaihtamo Ruotsissa, joka valmistaa viinin toscanalaisista rypäleistä. Löytty Svenska Möten varauskanavasta.
<b>ASIAKKAAT</b>	Yritykset ja ryhmät	Yksittäisiä asiakkaita ja ryhmät	Yksittäisiä asiakkaita ja ryhmät	Ryhmät ja yksittäisiä asiakkaat	Kokous- ja yksittäisiä asiakkaat
<b>HINTATASO MAJOITUS (maaliskuun 2014)</b>	Hinnottelu sopimuksen mukaan	1395 SEK/vrk/2hh (noin 156€)	1190 SEK/vrk/2hh (noin 139€)	2400 SEK/vrk/2hh (noin 270€)	Romanttinen yöden yön viikonloppupaketti ruokamöten alkaen 1495 SEK/henkilö (noin 167€/henkilö)
<b>SIJAINTI JA SAAVUTETTAVUUS</b>	Upplands-Bron kunnassa, 40 min ajomatkan päässä Tukholman ja Arlandan lentokentältä.	Täbyn kirkonkylässä, 21 km pohjoiseen Tukholman Arlandan lentokentältä.	Hennvikensissä Tukholman eteläosan osassa, 45 min ajomatkan päässä Tukholman Arlandan lentokentältä.	Brossa, 35 min ajomatkan päässä Tukholman Arlandan lentokentältä.	Lidingössä, 15 min ajomatka Tukholman keskustasta.
<b>KOTISIVUT</b>	www.tammsvik.se	www.sastaholm.se	www.smadalarogard.se	www.thoresta.se	hogberga.se

	16. PADISE MOÏS (Padise külla)	17. SAUE MOÏS (Saue)	18. VIHTERPALU MOÏS (Vihterpalu külla)	19. KÕUE MOÏS (Triigi külla)	20. LAITSE LOSS RES- TORAN&HOTELL (Laitse)
<b>TILAT</b>	13 hotellihuonetta. Ravintola ja terrassi, 3 tilaa kokkeiksille ja juhulle, jopa 100 hengen seurueille. Sauna.	Päärakennus ja 2 ulkorakennusta. Kylmäkellari ja kattamon puistoalue. 9 majoitus huonetta. Kaksi saunaa ja porsaalas.	Päärakennuksessa 18 vierashuonetta ja sivurakennuksessa 12 vierashuonetta. 2 ravintolaa jopa 200 hengen kokkeiksihuoneille. 2 kokkeistilaa. Sauna.	10 vierashuonetta päärakennuksessa ja 9 sivurakennuksessa. 50-paikkainen Kahveksa Jalga ravintola. Uima-allas ja sauna.	20-hengen majatalo. Juhlalähtepubi, saunasalisto, siirtomaa-tyylinen kauppa. Fenssala by-rintti pihamaalla. Arvoin keit-töö linnan tornissa. Ravintola. Kappeli. 5 kokkeistilaa 50 hengen ryhmille.
<b>TUOTTEITA PALVELUT</b>	Majoitus- ja ravintolapalvelut sekä -paketit. Kokouspalvelut. Hervevakuutusarrokset kartanon ympäristöissä ja muut oheispalvelut.	Tilanvuokraus juhla ja seminaareja varten. Oheispalvelut. Majoituspalvelut. Kartanokierrokset.	Majoituspalvelut. Kokouspalvelut. Jooga- ja taideterapiat. Loppuja. Jäähäetä. Golf-pal-letta. Viini- ja konjakkikou-luruksia.	Majoitus- ja ravintolapalvelut. Juhla- ja kokouspalvelut. Konsertteja ja muita tapahtumia. Kaun taideakatemia. Auton vuokraus. Saunan vuokraus. Romantitiset majoituspaketti.	Majoituspalvelut. Ravintola-palvelut ja kokkeistuntteja. Kokouspalvelut. Jääpalvelut. Auton vuokraus. Saunan vuokraus. Romantitiset majoituspaketti.
<b>MUUTA HUOMIOITTA- VAA</b>	Huoneet nimetty kartanon omistajan von Ramn perheen historiallisten jäsenten tai muiden kartanon elämään olennaisesti liittyneiden henkilöiden mukaan.	Nimetty Baltn kaunammaksi ja arvokkammaksi kiinteistöksi.	Kartano on valtion suojeluk-sessa kansallisena abkitektuurnaisena muistomerkkinä. Auki vain tilauksesta kokous- ja juhla viestotapakkan.	Yhdistelmä: taidekeskus ja boutique-hotelli. Huoneiden nimissä inspiraation lähteenä Otto von Kotzebuen elämä ja tutkimusmatkat.	Kartano remontoissa, vuonna 2014 tarkoituksella muuttaa linna kartanokotoksi, jossa 17 hotellihuonetta ja kylpylä-kompleksi pihamaalla.
<b>ASIAKKAAT</b>	Yksittäisiä siakkaita ja ryhmät	Yksittäisiä siakkaita ja ryhmät	Ryhmät	Yksittäisiä siakkaita ja ryhmät	Yksittäisiä siakkaita ja ryhmät
<b>HINTATASO MAJOITUS (maaliskuu 2014)</b>	79€/virk/2hh	129€/virk/2hh	Hinnat sopimuksen mukaan	160€/virk/2hh	120€/virk/2hh
<b>SIJAINNIN JA SAAVUTET- TAVUUS</b>	Padisen kylässä Harjun maakunnassa, 50 km Tallinnasta.	Saussa Harjun maakunnassa, 20 km Tallinnan keskustasta Färman suuntaan.	Vihterpalun kylässä Harjun maakunnassa, 65 km Tallinnan satamasta.	Triigin kylässä Harjun maakunnassa, 55 km päässä Tallinnasta.	Laitse Harjun maakunnassa, 35 km Tallinnan keskustasta.
<b>KOTISIVUT</b>	www.padisemois.ee	www.sauemois.ee	www.vihterpalusee	www.kau.ee	www.laitseloss.ee

## Liite 2. Kyselylomakkeet suomeksi ja englanniksi



### KYSELYTUTKIMUS

Opiskelen matkailun liikkeenjohtoa HAAGA-HELIA ammattikorkeakoulussa. Opiskeluihini liittyen teen opinnäytetyötä Helsingin matkailu- ja kongressitoimistolle kartano- ja huvilamajoituksesta vaihtoehtona Helsingin keskustan hotelleille. Matkailijalle ei ole tällä hetkellä Helsingissä tarjolla tällaista majoitusmuotoa. Niinpä tämän kyselyn avulla on tarkoitus selvittää matkailijoiden mielipide siitä, kaipaisivatko he Helsingin keskustan hotellien rinnalle vaihtoehtoisia majoitusmuotoja. Tutkimuksessa saatuja vastauksia hyödynnetään opinnäytetyön tutkimusosuudessa sekä mahdollisesti Helsingin kartanorakennusten tulevaisuuden kehittämisuunnitelmissa.

Täytettäessä kyselyä vastaa kysymyksiin valitsemalla kunkin kysymyksen kohdalla vastausvaihtoehdoista yksi (1) itsellesi parhaiten sopiva tai kirjoittamalla vastaus sille varattuun tilaan, mikäli kysymyksen yhteydessä ei muuten ohjeisteta.

#### HELSINGIN MATKASI

##### 1. Matkasi tarkoitus:

- Työmatka
- Vapaa-ajan matka
- Muu, mikä?

##### 2. Matkaseurueesi:

- Yksin
- Perheen kanssa
- Kahdestaan puolison / seurustelukumppanin kanssa
- Kaverin / kavereiden kanssa
- Työkaverin / -porukan kanssa
- Muu, mikä?

##### 3. Yöpymispaikkasi (hotelli/hostelli/muu) nimi:

##### 4. Tärkein peruste, miksi valitsit juuri tämän yöpymispaikan tälle matkallesi:

- Hinta
- Sijainti
- Mielikuva yöpymispaikasta
- Alueen turvallisuus
- Aiemmat kokemukset
- Yöpymispaikan palvelut
- Muu, mikä?

##### 5. Mitä haluat / halusit ehdottomasti kokea Helsingin matkasi aikana?

## KARTANO- JA HUUVILAMAJOITUS

Suomessa puhuttaessa kartanoista tarkoitetaan yleensä suurtilaa komeine rakennuksineen tai sen isoa päärakennusta. Kartanot ovat historiallisesti olleet aatelissukujen tai muiden säätyläisten omistuksessa.

Huviloilla tarkoitetaan tavallisesti yhdelle perheelle kesän ajaksi asuttavaksi tarkoitettua loma-asuntoa tai suurehkoa kesämökkkiä asutuskeskuksen laidalla, jonne kaupunkien väestö on perinteisesti siirtynyt viettämään vapaa-aikaansa.



(Jollaksen kartano)

(Furuvikin huvila)

6. Haluaisitko yöpyä kartanohotellissa, mikäli sellainen sijaitisi Helsingissä?

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

7. Haluaisitko vuokrata huvilan omaan käyttöösi matkasi ajaksi, mikäli se olisi mahdollista Helsingissä?

- Kyllä
- En
- En osaa sanoa

8. Kuinka kauan olisit valmis matkustamaan yöpymispaikastasi Helsingin keskustaan?

- Haluan yöpyä vain Helsingin keskustassa
- Alle 10 minuuttia
- 10 - 20 minuuttia
- 21 - 30 minuuttia
- Yli 30 minuuttia

9. Paljonko olisit valmis enintään maksamaan yhden yön yöpymisestä Helsingissä?

- Alle 50 €
- 50 - 100 €
- 101 - 150 €
- 151 - 200 €
- 201 - 250 €
- Yli 250 €

10. Mitä palveluita tulisi kartanohotellin mielestäsi tarjota?

(Voit valita alla olevasta listasta useamman vaihtoehdon.)

- Kartanokierrokset
- Majoituspalvelut
- Unineuvonta
- Hovimestari-palvelut
- Saunan vuokraus
- Romanttiset viikonloppupaketit
- Golfpaketit
- Retiittitoiminta
- Joogakurssit
- Kokouspalvelut
- Juhlapalvelut
- Hääpalvelut
- Työhyvinvointipalvelut
- Kuntoutuspalvelut
- Ohjelmapalvelut ja ohjelmat ryhmille ja kokouksille
- Kuljetuspalvelut
- Kartanonpuoti
- Ravintolapalvelut
- Pitopalvelut
- Kokkouskurssit
- Kylpyläpalvelut
- Kauneushoitopalvelut
- Kuntosalipalvelut
- Hierontapalvelut
- Muu, mikä?

11. Mahdolliset lisäkommentit aiheen tiimoilta:

#### TAUSTATIEDOT

12. Sukupuolesi:

- Mies  
 Nainen

13. Kotimaasi:

- Suomi  
 Venäjä  
 Saksa  
 Ruotsi  
 Iso-Britannia  
 Yhdysvallat  
 Muu, mikä?

#### KIITOKSIA AJASTASI!

Mikäli sinulle nousi kysymyksiä tutkimukseen liittyen, lisätietoja aiheesta antaa:  
Jaana Hakkarainen, jaana.hakkarainen@myy.haaga-heia.fi

## SURVEY

I study Tourism Management at HAAGA-HELIA University of Applied Sciences. As part of my studies I'm doing my thesis for the Helsinki City Tourist & Convention Bureau about manor and villa accommodation as an alternative to the hotels in Helsinki city centre. At the moment there isn't this type of accommodation available for a tourist in Helsinki. Therefore this survey is conducted to find out what the tourists think and whether they are looking for alternatives to the hotels in Helsinki city centre. The answers gathered from this survey will be used in the research part of the thesis and possibly in the future development plans for the manors in Helsinki.

When you fill in this survey, please answer each question by choosing one (1) of the given alternatives that suits you the best or by writing your answer to the space given for it, if not stated otherwise by the question.

### YOUR TRIP TO HELSINKI

#### 1. The reason for your trip:

Business

Leisure

Other, what?

#### 2. Your travel party:

Alone

With family

With spouse / dating partner, just the two of you

With friend(s)

With colleague(s)

Other, what?

#### 3. The name for your accommodation site (hotel/hostel/other):

#### 4. The main reason for choosing this place of accommodation for your trip:

Price

Location

Image of the place

Security of the area

Previous experiences

Services of the place

Other, what?

#### 5. What do / did you want to absolutely experience on your visit in Helsinki?



## MANOR AND VILLA ACCOMMODATION

In Finland when we talk about manors, we usually mean a large estate with grand buildings or its big main building. The manors used to be owned by the noble families or others with a social class status.

Villa is a holiday house or a big summer cottage situated on the outskirts of a town meant for one family to live a summer in there. The wealthy population of the towns used to move to the villas to spend there their leisure time.



(The manor of Jollas)



(The villa of Furuvik)

6. Would you be interested in staying in a manor hotel, if there would be one in Helsinki?

- Yes
- No
- I don't know

7. Would you be interested in renting a villa for your personal use during your trip, if it would be possible in Helsinki?

- Yes
- No
- I don't know

8. How long would you be willing to travel from your place of accommodation to the city centre of Helsinki?

- I only want to stay in the Helsinki city centre
- Less than 10 minutes
- 10 - 20 minutes
- 21 - 30 minutes
- Over 30 minutes

9. How much money would you be willing to pay for one night's accommodation in Helsinki?

- Less than 50 €
- 50 - 100 €
- 101 - 150 €
- 151 - 200 €
- 201 - 250 €
- Over 250 €

10. Which services should a manor hotel offer in your opinion?

(You can choose several alternatives from the list below.)

- Tours around the estate
- Accommodation services
- Sleep counseling
- Butler services
- Sauna rentals
- Romantic weekendpackages
- Golfpackages
- Retreat activities
- Jooga courses
- Meeting facilities
- Party services
- Wedding facilities
- Activities to contribute to the well-being of the employees
- Rehabilitation services
- Activities and programmes for meetings and groups
- Transport services
- A manor boutique
- Restaurant services
- Catering services
- Cooking courses
- Spa facilities
- Beauty services
- Gym
- Massage services
- Other, what?



11. If you have any additional comments on the subject, please write those here:

BACKGROUND INFORMATION

12. Your gender:

- Male
- Female

13. Your home country:

- Finland
- Russian Federation
- Germany
- Sweden
- Great Britain
- United States
- Other, what?

THANK YOU FOR YOUR TIME!

If you have any questions concerning this survey, please contact:  
Jaana Hakkarainen, jaana.hakkarainen@myy.haaga-helia.fi