

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

Timo Saarinen

Aloittavan homestay-yrittäjän kokemuksia

Opinnäytetyö 2016

Tiivistelmä

Timo Saarinen

Aloittavan homestay-yrittäjän kokemuksia, 46 sivua, 5 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu

Hotelli- ja ravintola-ala Imatra

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Opinnäytetyö 2016

Ohjaaja: lehtori Jukka Aineslahti, Saimaan ammattikorkeakoulu

Opinnäytetyön tavoitteena oli perustaa Homestay-yritys Turkuun kesällä 2015 ja majoittaa vieraita niin Suomesta kuin ulkomailtakin. Työn tarkoituksena oli kartoittaa aloittavan kotimajoitusyrittäjän kokemuksia. Opinnäytetyö koostuu teoriaosuudesta sekä empiirisestä osuudesta.

Opinnäytetyön teoriaosa käsittelee Homestay-majoitusta yleisesti, Homestayn historiaa sekä kotimajoituksen eri muotoja. Teoriaosassa pohditaan myös Homestaytä sekä kuluttajan että majoittajan näkökulmasta huomioiden kuluttajan asiakaskokemus, jakamistalouden näkökulma, homestayn markkinointi sekä digimarkkinointi. Edellä mainittujen termien käsitteitä esitellään ja määritellään.

Opinnäytetyön empiirisessä osassa tutkimusmenetelmänä käytettiin määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Paperinen asiakastytyväisyyskyselylomake oli sekä suomen- että englanninkielinen. Kyselyn tavoitteena oli selvittää majoittujien taustatietoja, kuinka monta yötä he majoittuivat, mistä he kuuluivat majoituksesta sekä miksi he valitsivat kyseisen majoituksen. Lisäksi majoittajat saivat arvostella majoituksen eri osa-alueita antaen niille arvosanan yhdestä viiteen. Jokaiselle majoittujalle annettiin asiakastytyväisyyskysely täytettäväksi ennen heidän lähtöään. Asiakastytyväisyyskyselyitä täytettiin yhteensä 47 kappaletta. Saadut tulokset analysoitiin Microsoft Office Excelin avulla.

Kesän 2015 majoitustoiminta sujui erittäin hyvin. 47 vierasta 12:sta eri maasta majoittui Turkuun perustettuun Homestay-yritykseen. Asiakastytyväisyyskyselyn tulosten keskiarvoksi tuli 4,9 asteikolla 1 - 5, jossa 5 oli paras arvosana. Koko kesältä kertyi paljon kontakteja vieraisiin ja osasta heistä tuli hyviä ystäviä.

Asiasanat: Homestay, Airbnb, asiakaskokemus, majoituskohde

Abstract

Timo Saarinen

The Experiences of Starting a Homestay Business, 46 pages, 5 appendices

Saimaa University of Applied Sciences

Faculty of Tourism and Hospitality, Imatra

Degree Programme of Tourism and Hospitality Management

Bachelor's Thesis 2016

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

The purpose of the study was to start a Homestay business and accommodate guests from Finland and abroad in Turku during the summer of 2015. In addition the purpose was to gather experiences on starting a Homestay business. The thesis consists of a theoretical and an empirical part.

The theoretical part of the research handles Homestay accommodation in general, the history of Homestay and the different types of Homestay accommodation available. In addition the theory covers aspects of Homestay from the customer's and host's point of view. Theory on customer experience, sharing economy, Homestay marketing as well as digital marketing are also taken into account. The above-mentioned terms and concepts are introduced and defined.

Quantitative research was used in the empirical part of the thesis. A customer satisfaction survey was written in Finnish and English. The purpose of the survey was to find out the background of the guests, how many nights they stayed, where they had heard about the accommodation and why they chose it. In addition, the guests were able to evaluate different aspects of their accommodation experience rating them from one to five. Each customer was given a customer satisfaction survey to fill in before they checked out. A total of 47 copies of customer satisfaction surveys were filled out during the summer. The results of the survey were analyzed with Microsoft Office Excel.

In short the accommodation during the summer of 2015 went very well. 47 guests from 12 different countries stayed at the Homestay business in Turku. The average value of the customer satisfaction survey was 4,9 on a scale from 1 – 5, where 5 was the best score. As a result of this project many contacts with the guests were established and some of the guests became good friends.

Keywords: Homestay, Airbnb, customer experience, accommodation destination

Sisällys

1	Johdanto	5
2	Yleistä majoituksesta	7
2.1	Homestayn historia	9
2.2	Homestay kuluttajan näkökulmasta	10
2.2.1	Kotimajoituksen eri muodot	11
2.2.2	Asiakaskokemus.....	13
2.3	Homestay majoittajan näkökulmasta	16
2.3.1	Jakamistalous.....	17
2.3.2	Homestay-markkinointi	19
2.3.3	Digimarkkinointi	21
3	Homestay-kokemuksia kesältä 2015	22
3.1	Majoitustoiminnan suunnittelu	23
3.1.1	Kustannusarvio ja rahoitussuunnitelma	25
3.1.2	Riskit ja niihin varautuminen	26
3.2	Majoitustoiminta.....	27
3.2.1	Majoituskohteen esittely	27
3.2.2	Majoittajan toimet	32
3.2.3	Vieraiden vastaanottaminen	33
3.2.4	Aamupala	33
3.2.5	Kontaktit vieraisiin.....	33
3.3	Asiakastyytyväisyyskysely ja sen tulokset	34
3.4	Airbnb:n arvostelut.....	39
4	Pohdinta.....	41
	Kuvat.....	44
	Kuviot.....	44
	Lähteet.....	45

Liitteet

- Liite 1 Homestay-opas
- Liite 2 Homestay-guide
- Liite 3 Kotimajoitus-asiakastyytyväisyyskysely
- Liite 4 Homestay customer satisfaction survey
- Liite 5 Оценка условий проживания

1 Johdanto

Pohtiessani opinnäytetyön aihevalintaa halusin tutkia markkinoille tulleita uusia majoitusvaihtoehtoja, esimerkiksi Homestayta ja sohasurffailua, muun muassa vertailemalla niitä keskenään. Yhteisessä tapaamisessa opettajani kanssa idea toiminnalliseen opinnäytetyöhän sai alkunsa siten, että sain opettajaltani Maa- ja Metsätalousministeriön teettämän Homestay-oppaan, joka oli tehty maaseudun Homestay-yrityksille. Tästä oppaasta sain ajatuksen, että voisin itse perustaa Homestay-yrityksen kesäksi Turkuun. Turku on mielestäni oivallinen turistikohde, koska sieltä löytyy paljon historiallisia kohteita. Esimerkiksi Naantalin kesäkaupunki on vain noin 15 minuutin ajomatkan päässä. Turusta on myös erittäin hyvät yhteydet laivalla Ahvenanmaalle ja Tukholmaan.

Homestay on kotimajoitusta, jota yksityishenkilö tarjoaa vieraille omassa kodissaan. Homestay on toimintaa, jossa ei tavoitella suurta taloudellista voittoa, vaan pyydetään pientä maksua majoituspalvelusta. Ulkomaalaisilla kotimajoituksen asiakkaila on mahdollisuus saada realistinen kuva suomalaisesta arjesta ja elämäntavasta. Suomalaisilla asiakkaila on mahdollisuus saada huomattavasti edullisempi majoitus kuin esimerkiksi hotellissa. Kaikkia asiakkaita yhdistää kuitenkin keskenään tilaisuus tutustua uusiin ihmisiin ja saada kontakteja eri puolilta Suomea.

Halusin valita opinnäytetyökseni ajankohtaisen aiheen. Homestay on hyvin suosittu ja kasvava ilmiö, ja siihen liittyy myös hyvin vahvasti jakamistalous. Jakamistalous on tänä päivänä uusi ilmiö, josta käytetään myös termiä *yhteisöllinen kulutus*. Jakamistalous mahdollistaa erilaisten omistusten, voimavarojen ja kykyjen jakamisen sekä vaihdon uudella mittakaavalla, minkä on mahdollistanut verkkoteknologian kehittyminen. Näin ollen jakamistalous on luonut uusia markkinoita, kuten esimerkiksi Airbnb:n ja Homestayn kaltaiset nettisivut, joilla yksityiset ihmiset vuokraavat omaa taloaan tai ylimääräistä huonetta talossaan.

Nyky maailmassa jakaminen on nostanut suosiotaan, ja ihmiset pyrkivät kierrättämään, lainaamaan sekä jakamaan yhä useammin. Jakamistaloutta

suosivat ihmiset vuokraavat omaisuuttaan mielummin, kuin hankkivat sitä itselleen. Homestay-yrityksen perustaminen on hyvä esimerkki omaisuuden vuokraamisesta, josta molemmat osapuolet hyötyvät. Jakamistalouden yhteisöllinen puoli tulee myös hyvin esille kotimajoitustoiminnassa. Etenkin Homestay-tyyppinen kotimajoitus pohjautuu juuri yhteisöllisyydelle, jossa majoittajan ja majoittujan on tarkoitus tutustua toisiinsa, luoda mahdollinen ystävyysyhteys sekä oppia toisiltaan eri kulttuureista ja tavoista.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, miten Homestay-yritys perustetaan, miten sitä markkinoidaan, miten kaikki majoittamiseen liittyvät käytännön asiat hoidetaan ja miten Homestay-yritystä voidaan kehittää asiakastytyväisyyskyselyn pohjalta.

Opinnäytetyöni tavoitteena on perustaa Homestay-yritys Turkuun, vanhempieni omakotitaloon kesäksi 2015. Talossa on vierashuone, jota on tarkoitus hyödyntää Homestay-vieraiden majoittamiseen. Tämä on minulle ainutlaatuinen tapa saada kokemuksia majoitusyrittäjänä toimimisesta.

Hyödynnän perustaessani Homestay-yrityksen Maa- ja Metsätalousministeriön Homestay-opasta, joka on hanke kotimajoituskonseptin kehittämisestä maaseudulle. Homestay-oppaasta löytyy kaikki perustiedot Homestay-yrityksen perustamista varten. Opas sisältää muun muassa taustatietoja, informaatiota arvoista ja periaatteista, kotimajoituksen sisällöstä, hinnoittelusta sekä kotimajoitukseen liittyvästä lainsäädännöstä. Päivitän maaseutumatkoja koskevat sopimusehdot kaupunkiin soveltuviksi. (Liite 1) (Kotimajoittajan opas.)

Homestay-periaatteiden mukaisesti tavoitteenani on tarjota vierailleni paikallinen kokemus alkaen perinteisestä suomalaisesta aamupalasta. Aamupalan lisäksi haluan, että vierailloilla olisi mahdollisuus tutustua paikallisiin nähtävyyksiin ja kulttuuriin, joten kerron vieraille esimerkiksi museokierroksista Turun linnaan, käsityöläismuseoon ja ehdotan muun muassa illanviettoa jokirannassa jokilaivoilla.

Teen Homestay-oppaan tuleville vieraille suomeksi (Liite 1) sekä englanniksi (Liite 2). Mietin myös venäjänkielistä opasta, mutta päädyin siihen, että

englanninkielinen ja suomenkielinen opas riittävät. Teen myös asiakastytyväisyyskyselyt vierailleni suomeksi (Liite 3), englanniksi (Liite 4) ja venäjäksi (Liite 5). Minulla on vahvuutena laaja kieliosaaminen ja olen hyvin varma, että se on yksi avaintekijä kesän menestykseen.

2 Yleistä majoituksesta

Lanier ja Bergman määrittävät Homestayn artikkelissaan *Bed-and-breakfast inns come of age* siten, että Homestayssa ihmiset vuokraavat käyttämättömiä yksityisiä huoneitaan saadakseen pientä lisätuloa sekä tavataksaan uusia ihmisiä. (Lanier & Berman 1993, 15.) Homestayn sivuilla määritellään homestay majoitus hyvin samalla tavalla siten, että se on kotimajoitusta pientä maksua vastaan. Majoitus tapahtuu yleensä jonkun kotona, vierashuoneessa ja majoitukseen kuuluu aamupala. Bed and Breakfast World nettisivuston mukaan, aamupala on ihan tavallista kotona yleensä nautittua aamupalaa, joka tarjoillaan ruokasalissa, makuuhuoneessa tai talon pihalla olevalla patiolla. Vieraille kuuluu myös suihkun käyttö, pyyhe ja petivaatteet. Bed and breakfastit (B&B) tarjoavat yleensä yksityisen kylpyhuoneen tai huoneen yhteydessä olevan kylpyhuoneen. (Bed & Breakfast World.) Jos hinnasta sovitaan vielä erikseen, niin vieraille voidaan tarjota pienestä lisämaksusta muita ideoita sekä esimerkiksi mahdollisuus pestä pyykkiä pesukoneessa. (Lanier & Berman 1993, 15.)

Kotimajoitusta voi olla kaupunkitaloissa, maalaistaloissa, maatiloilla, mökeillä, huviloilla, maaseudun majataloissa, historiallisissa kodeissa, linnoissa, hyteissä, veneissä, kartanoissa, asunnoissa sekä jokapäiväisissä kodeissa. Lista voi jatkua loputtomiin. Kyseinen lista osoittaa, miten erilaista B&B voi olla, mikä voi tehdä kokemukset jännittäviksi, romanttisiksi ja henkeäsalpaaviksi. B&B kotimajoitus konseptiin kuuluu yleiset majoitusaloihin kuuluvat mukavuus- ja puhtausstandardit. (Bed & Breakfast World.)

Homestay kokemukseen voi kuulua myös ajanvietto ja arkiset puuhat majoittajaperheen parissa luoden näin hyvin ainutlaatuisen Homestay elämyksen. Tästä kirjoittavat myös Jamaludin, Othman & Awang artikkelissaan *Community Based Homestay Programme: A Personal Experience*. He kertovat,

että Homestay majoituksen yksi tärkeimmistä tavoitteista on vieraiden ja majoittajan kanssakäyminen sekä se, että vieraat pääsevät tutustumaan maan arkielämään ja kulttuuriin. (Jamaludin ym. 2012, 452.) Kotimajoituksen ohella vieraat pääsevät kokemaan isäntäväen seurassa kodin tuomaa tunnelmaa, ja tämän lisäksi isäntäväki voi jakaa paljon hyödyllistä informaatiota lähialueesta sekä aktiviteeteista, joita siellä voi tehdä. Isäntäväen kanssa voi myös kätevästi sopia suoraan erilaisista toiveista sekä asioista, joita tulisi ottaa huomioon, kuten esimerkiksi erikoisruokavaliot, aamupalan ajankohdat tai muuta sellaista. (Bed & Breakfast World.) Bed and Breakfast Worldin sivuston mukaan vieraan yksityisyys pitää kuitenkin ottaa huomioon ja muistaa, että vieraat valitsevat itse omien mieltymysten mukaisesti, kuinka seurallisia haluavat olla. (Bed & Breakfast World.)

Imatralainen-paikkalislehden artikkelissa *Kotimajoitusta tarjottaneen Imatralla jo tulevana kesänä* on Tero Taatisen mukaan tarkoitus järjestää Homestayta sellaisella paikkakunnalla, eli Imatralla, jossa sitä ei vielä aiemmin ole ollut. Mökkejä vuokrataan perinteisesti yleensä vähintään muutamista päivistä viikkoon tai jopa pidemmiksi ajoiksi. Homestayssa on taas mahdollista majoittua pelkästään yhdeksi yöksi, jos vieras niin haluaa ja sen lyhytaikaisuutta korostetaan. Jamaludin ym. tavoin myös Taatinen korostaa, että yksi parhaimpia Homestayn etuja on ystävien hankkiminen ja eri kontaktien saaminen eri puolilta maailmaa. Taatisen mukaan ei ole välttämätöntä lähteä ulkomaille hakemaan uusia kulttuurisia kokemuksia, koska Homestayn vieraiden kanssa on mahdollista jutella heidän kulttuuristaan paikanpäällä. Uusia kulttuurikokemuksia voi siis saada Homestaymajoittajana kotisuomessa, ilman että tarvitsee itse välttämättä lähteä ulkomaille näitä kokemuksia hankkimaan. (Kotimajoitusta tarjottaneen Imatralla jo tulevana kesänä 2013.)

On hyvin hankalaa määrittää tarkkaa etikettiä B&B kotimajoitukselle, koska peruspalveluiden ohella ne eroavat toisistaan melko laajasti. Muun muassa sijainti, arkkitehtuuri, sisustus, tilat ja palvelut saattavat vaihdella ja vaihtelevatkin paljon riippuen kotimajoituspaikan sijainnista, standardeista ja henkilöistä jotka isännöivät toimintaa. Nykyään B&B:t tarjoavat lämpimän ja kodikkaan majoitusvaihtoehdon perinteisille hotelli- tai motelliyrityksille. Suurin

osa näistä edellämainituista kotimajoituksista ylpeilee yksityisomistajuudella sekä operoinnilla. (Bed & Breakfast World; Talamini.)

2.1 Homestayn historia

Bed&Breakfast World kertoo B&B:n juurien ulottuvan toisen maailmansodan ajoille, jolloin siitä tuli hyvin yleinen ja suosittu majoitustapa Isossa-Britanniassa. Tuolloin hyvin monet ulkomaalaiset tarvitsivat majapaikkaa ja paikalliset avasivat heille kotiovensa tarjoten kotimajoitusta sekä siihen kuuluvaa aamupalaa. *The History of Bed & Breakfasts from the 1800's till now* mukaan B&B:t olivat suuressa suosiossa Amerikassa jo 1800-luvun alussa ja majoituskonseptia suosivat monet matkajat, jotka olivat ohikulkijoita. Amerikan ja Euroopan mantereella B&B:n synty on jakautunut ilmiselvästi hieman eri vuosisadalle. Britanniassa majoitusta suosivat monet ulkomaalaiset, kun taas Amerikassa palveluita käyttivät pääsääntöisesti pioneerit, kaivostyöntekijät, kullanetsijät ja muut ammattilaiset. Isossa-Britanniassa B&B konsepti rantautui tasaisesti ympäri maata, kun taas Amerikassa se sai suosiota ensin luoteessa sijaitsevalla Californian ja Coloradon vuoristoalueella sekä erityisesti New Englandin osavaltion alueella. (Bed & Breakfast World; Talamini.)

Amerikassa ennen 1900-lukua monet B&B:t olivat yksityisasuntoja, jotka yleensä erikoistuivat tietynlaisiin ihmisryhmiin. Esimerkiksi lääkärit tarjosivat majoitusta toisille lääkäreille ja lakimiehet toisille lakimiehille. Keskiluokan yksityisasunnon omistaja tarjosi majoitusta karjapaimenille, kaivostyöläisille, pioneereille ynnä muille. Tällä tavoin B&B:sta syntyi majoituspalvelu yksityisasunnossa siihen varatussa huoneessa. (Bed & Breakfast World; Talamini.)

1900-luvulla hotellien ja majatalojen määrä lisääntyi huomattavasti ja mökkien vuokraaminen yleistyi. Samanaikaisesti B&B:t olivat edullinen tapa yöpyä niille matkailijoille, jotka matkustivat pienien kylien tai kehittymättömien paikkakuntien läpi. (Talamini.)

1900-luvun puolivälin jälkeen B&B-majoituksen suosio moninkertaistui, kun monet korkeakouluopiskelijat ja nuoret aikuiset kävivät Euroopan matkoilla.

Suurin osa näistä matkaajista vietti aikansa B&B-tyyppisissä *pension* tai yksityisasunnoissa. Tultuaan takaisin Amerikkaan moni halusi edelleen löytää itselleen kohtuuhintaista majoitusta. Osa palaajista jopa päätyi avaamaan oman B&B:n. (Talamini.)

Nykyään B&B:t tarjoavat lämpimän ja kodikkaan vaihtoehdon hotelli- tai motellimajoitukselle. Suurin osa B&B:sta tarjoaa ylpeinä yksityisiä palveluja, yhtä hyvin kuin majoitusta viehättävissä sekä viihtyisissä kodeissa paikkakunnilla, jotka tarjoavat historiallisia nähtävyyksiä ja vapaa-ajan toimintaa. (Talamini.)

2.2 Homestay kuluttajan näkökulmasta

Homestay-majoitusta käyttävät hyvin erilaiset asiakkastyypit. Jotkut asiakkaat kaipaavat pelkästään majoitusta, kun taas joukossa on asiakkaita, jotka haluavat majoituksen lisäksi jotain muuta. Artikkelissa *Homestay Lodging: The Next Disruption in Travel* Homestayn vieraat jaotellaan erilaisiin, toisistaan poikkeaviin ryhmiin. (Homestay Lodging: The Next Disruption in Travel.)

Homestayn vieraat voidaan *Homestay Lodging: The Next Disruption in Travel* artikkelin mukaan jakaa karkeasti viiteen ryhmään. Ensimmäisenä artikkeli mainitsee kaupunkimatkajat. He käyttävät Homestaytä etsiäkseen matkakohteesta niin sanottua piilotettua aarretta, jota ei perinteisissä majoitusmuodoissa voi löytää. Toisena ryhmänä mainitaan kielten opiskelijat, jotka pyrkivät kehittämään kielitaitoaan matkakohteessa. Heille on tärkeää paikallinen kulttuuri ja äidinkielenään maan kieltä puhuvien kohtaaminen. Tämä on mahdollista kotimajoituksessa. Kolmas ryhmä on vaihto-opiskelijat, jotka myös suosivat Homestayta. Artikkelissa mainitaan, että vaihto-opiskelijat varaavat majoituksen usein Homestayn kautta silloin, kun he menevät opiskelemaan ulkomaille lukukaudeksi tai jopa kokonaiseksi vuodeksi. Opiskelijat valitsevat Homestay majoituksen usein sen edullisuuden vuoksi. Pitkäaikaiset matkaajat muodostavat neljännen ryhmän. He valitsevat Homestaymajoituksen, koska he kokevat majoittajaperheiden olevan tärkeä osa heidän matkaansa ja ajanviettoaan kyseisessä kohteessa. Viimeisenä eli viidentenä ryhmänä artikkeli nimeää yksin matkaajat. He kaipaavat matkallaan

esim. tuttuja kasvoja, päivällisseuraa tai juttukaveria. Kotimajoitus tekee tämän mahdolliseksi. (Homestay Lodging: The Next Disruption in Travel.)

2.2.1 Kotimajoituksen eri muodot

Homestay on netissä toimiva majoituspalvelu, jossa on mahdollista tehdä varauksia. Homestay on yritys, joka on perustettu Dublinissa vuonna 2013. Homestay on kotimajoitusta, jossa isäntä tai emäntä asuvat itse kotona ja vieras voi halutessaan olla heidän kanssaan tekemisissä.

Homestayn sivuille on ilmaista rekisteröityä. Siellä on hyvät ohjeet kuinka toimia ja kuinka päästä alkuun majoittujana. Ennen kuin majoittuja varaa majoituksen, tulee hänen ottaa yhteyttä majoittajaan Homestayn sivuilla viestitse ja selvittää onko huone vapaana valituille päiville. Kun selviää, että huone on vapaana kyseiselle ajankohdalle, tulee siitä maksaa 15% ennakkomaksu. Huoneen loppusumma maksetaan majoituksen yhteydessä paikan päällä. Varauksen lopussa majoittuja saa vahvistuskirjeen sähköpostitse, josta selviää majoittajan osoite ja yhteystiedot. Vieraan tulee olla täysi-ikäinen, jotta varauksia voi tehdä Homestayn sivuilla. (Homestay.)

Airbnb on hieman erilainen vaihtoehto Homestaylle, mutta muuten hyvin saman tyyppinen markkinapaikka netissä. Airbnb on Kalifornian San Franciscossa elokuussa vuonna 2008 perustettu yritys. Airbnb:n kautta voi varata kahta eri tyyppistä majoitusta. Sivuilta on mahdollista vuokrata huone Homestay majoituksen tapaan, jolloin majoittaja asuu samassa asunnossa ja tarjoaa mm. aamupalaa majoittujalle. Airbnb:n sivuilta voi myös vuokrata kokonaisen asunnon. Tällöin majoitus eroaa Homestaysta siten, että isäntä tai emäntä eivät asu samassa talossa eivätkä ole vieraiden kanssa päivittäin tekemisissä. Airbnb:n sivuilla on hyvin selkeästi opastettu, kuinka ryhtyä majoittajaksi. Sivuille ilmoituksen tekeminen on täysin ilmaista. Airbnb veloittaa majoittajalta 3% palvelumaksun, kun majoittaja vahvistaa majoittujan varauksen. Palvelun kautta ihmiset voivat helposti löytää itselleen sopivan majoituksen sekä varata sellaisen maailman laajuisesti niin netin kautta kuin matkapuhelimellakin. Airbnb tarjoaa laajasta valikoimastaan asiakkailleen mitä monimuotoisempia majoituskokemuksia yli 34 000 kaupungissa ja 190 maassa. (Airbnb a.)

Airbnb:n sivuilla kuten Homestaynkin sivuilla tulee vieraan ensin ottaa yhteyttä majoittajaan. Tämän jälkeen majoittaja profiloii vieraan ja hyväksyytään hänet lähettää tälle vahvistuskirjeen sähköisesti. Tämän jälkeen majoittaja saa vieraan osoite- sekä yhteystiedot. Vieraan tulee olla täysi-ikäinen voidakseen käyttää Airbnb:n palveluja. Airbnb:n sivuilla tulee maksaa heti ja maksu lähetetään majoittajan tilille noin vuorokauden kuluttua vieraan saapumisesta. (Airbnb a.)

Helsingin Sanomien artikkelissa kerrotaan, että Airbnb on nostanut huimasti suosiotaan Suomessa. Vuoden 2014-2015 aikana Suomessa Airbnb:n majoituspalveluja käyttävien ulkomaalaisten määrä kasvoi 145 prosentilla. Airbnb tarjoaa halvemman lomavaihtoehdon Suomeen tuleville matkailijoille hotelliin verrattuna. Artikkelissa mainittiin myös, että kotimajoituksen tarjonta on viime aikoina lisääntynyt Turussa ja Tampereella. Artikkelista selviää myös, että ihan kaikkia ilmiö ei miellytä, sillä Airbnb on vähentänyt hotellien kysyntää. Hotelli- ja ravintola-alan Mara ry:ssä on pohdittu, kuinka *Airbnb:n kaltaiset palvelut heikentävät raskaasti säännellyn majoitusalan kilpailukykyä entisestään.* (Helsingin Sanomat 2015.)

Homestayn ja Airbnb:n asiakaskunta voi koostua henkilöistä, joilla on samankaltaiset motiivit, arvot ja asenteet majoituksia kohtaan. Osalla vieraista voi olla tarkoituksena luoda uusia kontakteja ja ystävyys-suhteita ympäri maailmaa, mutta monelle on tärkeää majoituksen edullisuus. Vieraat ovat siis mahdollisesti jakautuneet omaan tietynlaiseen asiakas-segmenttiin. Itä-Suomen yliopiston Kauppatieteiden laitos on tehnyt tutkimuksen kuluttajakäyttäytymisestä. Kuluttajan käyttäytymiseen liittyy paljon erilaisia tekijöitä. Näitä ovat muun muassa sosiodemografiset tekijät, psykologiset tekijät, kulttuuritekijät sekä viiteryhmä, johon kuluttaja kuuluu. Sosiodemografisiin tekijöihin kuuluu henkilön ikä, sukupuoli, koulutus, ammatti, kotitaloudessa kuuluvien lukumäärä sekä kotitalouden yhteen lasketut tulot. Psykologisiin tekijöihin kuuluu esimerkiksi motivaatio, arvot, oppiminen sekä asenteet. Kulttuuritekijöihin kuuluu ympäröivän yhteiskunnan perusarvot ja käyttäytymis-mallit. Kuluttaja kokee elävänsä siis osana tietynlaista yhteisöä tai yhteisöjä. (Itä-Suomen Yliopisto, Kauppatieteiden laitos 2015.)

2.2.2 Asiakaskokemus

Löytänä & Kortesuso määrittävät asiakaskokemusken seuraavasti, *Asiakaskokemus on niiden kohtaamisten, mielikuvien ja tunteiden summa, jonka asiakas yrityksen toiminnasta muodostaa* (Löytänä & Kortesuso 2011, 11). Määritelmästä on olennaista havaita, että asiakaskokemus on pitkälti ihmisen kertaluontoisten tulkintojen ja kokemusten summa. Asiakaskokemus ei ole siis vain pelkkä rationaalinen ratkaisu, vaan sellainen kokemus, jossa tunteiden vaikutus sekä alitajuisesti laaditut tulkinnat ovat hyvin vahvassa roolissa. Tästä johtuen ei ole mahdollista vaikuttaa siihen, millainen asiakaskokemus syntyy asiakkaan toimesta. Yritysten on kuitenkin mahdollista erotella ne kokemukset, joita pyritään tuottamaan. (Löytänä & Kortesuso 2011, 11.)

Kari Pennasen, Alko Oy:n palvelujohtajan mukaan, asiakaskokemus on suurempi käsite kuin pelkästään myymälässä tapahtuva palvelutapahtuma. Asiakaskokemus kaupassa lähtee liikkeelle jo sellaisista tiedoista, joita yritys jakaa itsestään esimerkiksi netissä; millä paikalla myymälä sijaitsee, minkälaiset opasteet siellä helpottavat kulkua, kuinka helppoa on paikkaan saapua ja onko myymälä sijainnillisesti sopivassa paikassa asiakkaille. (Löytänä & Kortesuso 2011, 12.)

Näitä kaikkia asioita voi miettiä asiakkaan omasta näkökulmasta: onko vapaita parkkipaikkoja riittävästi, pääseekö ostoksille kuivin jaloin ja onko pullonpalautuspiste kätevässä paikassa ostoksien kannalta niin, että sieltä on helppoa kulkea suoraan myymälään. Myös muut palvelut ovat hyvin tärkeässä roolissa. Kaupassa käyvät asiakkaat käyttävät päivittäin myös muita päivittäistavarapalveluita samalla käyntikerralla, kuten esimerkiksi apteekkia ja kukkakauppaa. Asiakaskokemus syntyy hyvin vahvasti näiden kaikkien eri palveluiden ympärille. (Löytänä & Kortesuso 2011, 12.)

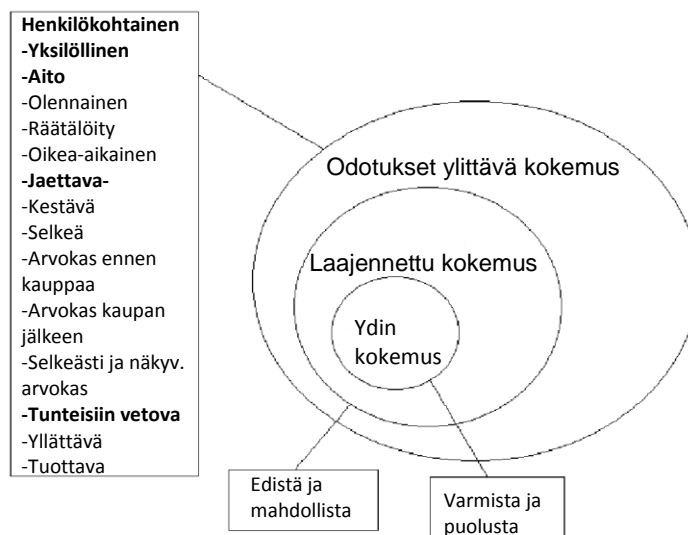
Löytänä ja Kortesuso kuvaavat asiakaskokemusta kuviossa 1. He jaottelevat asiakaskokemuksen kolmeen osaan, ydinkokemukseen, laajennettuun kokemukseen sekä odotukset ylittävään kokemukseen.

Majoitus ja aamupala ovat kotimajoituksen ydinkokemuksia. Nämä kaksi asiaa luovat koko perustan asiakkaan ostopäätökselle. Asiakaskokemuksen

johtaminen juontaa juurensa aina ydinkokemuksesta. Toisin sanoen ydinkokemuksen voisi käsittää myös yrityksen perusvelvollisuuden suorittamisena. (Löytänä & Kortesus 2011, 61.)

Laajennettu kokemus on ydinkokemuksen seuraava vaihe. Kyseessä on siis jokin ylimääräinen palvelu tai tuote, joka antaa lisäarvoa kuluttajalle. Kotimajoituksen yhteydessä tuollainen palvelu voi olla esimerkiksi kyydin tarjoaminen, ilmainen pyykinpesumahdollisuus tai saunan käyttäminen. (Löytänä & Kortesus 2011, 62.)

Laajennettun kokemuksen jälkeen viimeisenä vaiheena tulee odotukset ylittävä kokemus. Kotimajoituksen kannalta tärkeitä elementtejä odotukset ylittävän kokemuksen kannalta ovat palvelun henkilökohtaisuus, yksilöllisyys, aitous, jaettavuus sekä tunteisiin vetoaminen. Asiakasta kannattaa kohdella yksilönä eikä suurena asiakasmassana. Henkilökohtaisella palvelulla ja huomiolla on mahdollista luoda asiakkaalle uniikki kokemus, jolla voi ylittää hänen odotuksensa. Homestay majoituksessa asiakkaalle kannattaa etsiä vaikka turistiopas hänen omalla kielellään tai asettaa tyynyn päälle muutama suklaakonvehti ystävälliseksi eleeksi. (Löytänä & Kortesus 2011, 64-65.)



Kuvio 1. Odotukset ylittävän asiakaskokemuksen elementit (Löytänä & Kortesus 2011, 60.)

Jos yrityksen ja asiakkaan välille syntyy kestävämpi side, joka mahdollistaa asiakkaalle persoonallisen asiakaskokemuksen, kyseessä on odotukset ylittävä kokemus. Esimerkiksi iPodin tai iPhoneen omistajalle ei itse tekninen laite ole ostopäätöksen vetovoimatekijä, vaan sen design, laatu, ohjelmat, musiikki ja sisältö. Kaikki edellä mainitut asiat tekevät tuotteesta yksilöllisen ja persoonallisen. Voidaan sanoa, että kotimajoitus, jonka nettisivut ovat omanlaiset ja kokemus taatusti erilainen mitä tavallisessa hotellissa, voi olla hyvinkin persoonallinen kokemus asiakkaalle. (Löytänä & Korteso 2011, 65.)

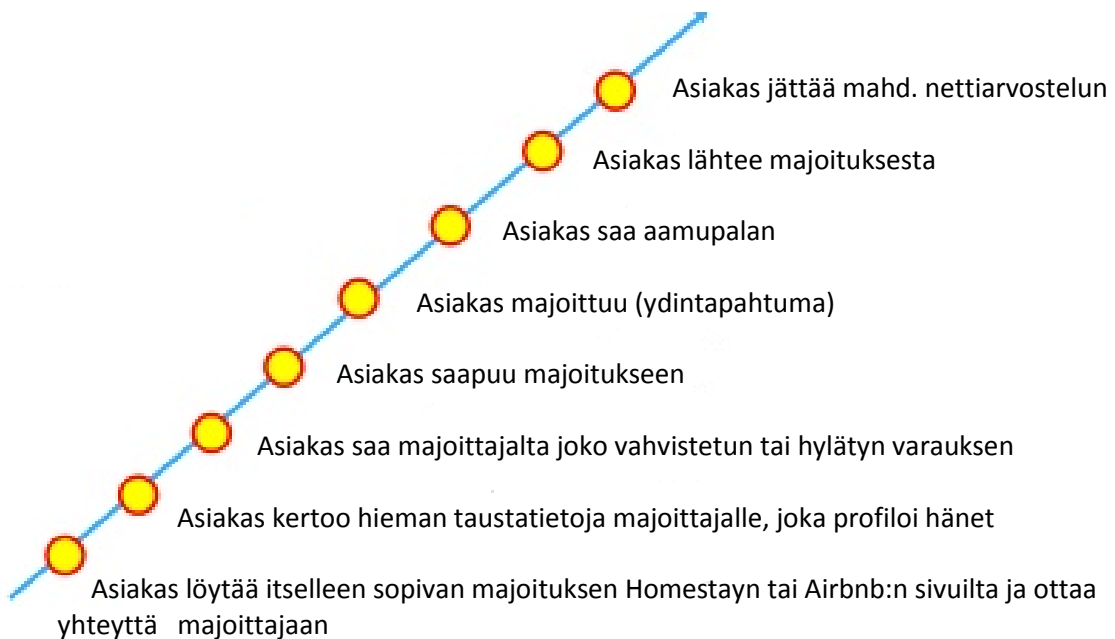
Isoissa yrityksissä on paljon asiakkaita ja mitä enemmän heitä on sen pienemmäksi he itsensä tuntevat. Tässä tapauksessa yrityksen on merkityksellistä huomioida jokaista asiakastaan niin, että he tuntevat itsensä tärkeiksi. Henkilökunnan aito olemus on lähtöisin yrityksen johtoportaasta. Kotimajoitusyritystoiminta on isoon yritykseen verrattuna niin pientä, että huomion ja aitouden jaosta on vastuussa vain yksi henkilö, itse kotimajoittaja. Hän toimii yrityksen johtajana, organisoijana, siivouspalveluna, kokkina ja niin edelleen. Kotimajoituksessa asiakkaita on myös yleensä vähän kerrallaan, joten majoittajan on helpompi huomioida heitä sekä saada heidät tuntemaan itsensä tärkeiksi. (Löytänä & Korteso 2011, 66.)

Nykymaailmassa eri yritysten asiakkaat jakavat paljon kokemiaan asioitaan sosiaalisessa mediassa. Ne leviävät laajemmalle, kuin voidaan kuvitella. Asiakkaita tulisi kannustaa kokemusten jakamiseen, sillä ne vaikuttavat yrityksen menestykseen. Jotkut asiakkaat saattavat joskus jakaa reklamaatioita, mutta nekin ovat mahdollisuuksia. Yrityksen kannalta kaikkein pahimmat tapaukset ovat tyytymättömät asiakkaat, joista yrityksellä ei ole tietoa. Kotimajoitusta ajatellen on hyvä käyttää sosiaalista mediaa asiakkaiden kokemusten jakamisen apuna, sillä siellä sana leviää nopeasti. (Löytänä & Korteso 2011, 69.)

Kuten vanha sanonta kertoo: *Ihmiset eivät välttämättä muista, mitä teit tai mitä sanoit, mutta he muistavat aina, mitä sait heidät tuntemaan.* Asiakkaille suunnattu kokemus tulisi aina miettiä hyvin loppuun asti. Jos kokemusta ei suunnittele hyvin, niin asiakas ei sitä silloin huomaa erityisemmin, mutta jos kokemuksen luo onnistuneesti, niin sillä voidaan parhaassa tapauksessa vedota

asiakkaan tunteisiin. Kotimajoituksen majoituskokemusta luodessa kannattaa siis keskittyä pieniin ylimääräisiin asioihin, kuten esimerkiksi henkilökohtaisiin tai yksilöllisiin asioihin. Asiakas varmasti ilahtuu, kun hän saa saapuessaan lämpimän kädenpuristuksen ja katsekontaktin. Asiakas tulee varmasti muistamaan jonkun spontaanisti tehdyn teon, kuten esimerkiksi elämysruokailuretken kesäisessä saaristossa avotulen ääressä itse ongituista kaloista tai vaikka opastetun kaupunkikierroksen paikallisen seurassa. (Löytänä & Kortesus 2011, 72.)

Asiakaskokemus koostuu erilaisten tapaamisten ja niiden kautta luotujen mielikuvien sekä tunteiden tuloksena. Tapaamiset käydään kosketuspisteissä, joissa asiakas kohtaa yrityksen toimintoja. Edellä mainittu voidaan mallintaa perustamalla peräkkäisistä kohtaamisista kosketuspistepolkuja. Kuviossa 2 on demonstroitu kotimajoittujan kosketuspistepolku alusta loppuun. (Löytänä & Kortesus 2011, 113.)



Kuvio 2. Kotimajoittujan kosketuspistepolku

2.3 Homestay majoittajan näkökulmasta

Majoittajan tulee olla kotona koko vieraan majoituksen ajan sekä viettää hieman aikaa heidän kanssaan. Tämä tekee majoituskokemuksesta aidon ja uniikin

paikallisten parissa. (Homestay.) Seuraavaksi on esitelty muutama sääntö, joita majoittajan tulisi isäntänä/emäntänä noudattaa.

Vieraiden kanssa tulee olla yhteydessä ennen heidän saapumistaan, jotta on mahdollista selvittää, millaiseen aikaan he ovat saapumassa. Vieraille on hyvä myös tarjota kyytiä lentokentältä tai juna-asemalta. Kun vieraat saapuvat, pitää heitä olla silloin vastassa. Majoittajan kannattaa varata hieman aikaa talon sekä sääntöjen esittelyyn. Talon säännöt on syytä kerrata hyvin, että vieraat välttyisivät mahdollisilta väärinkäsityksiltä. (Homestay.)

Huonehintaan sisältyvä kevyt aamupala tulee tarjoilla vieraille. Vieraille tulee kertoa, millaista aamupalaa on tarjolla millaiseen kellonaikaan. Isäntiä/emäntiä rohkaistaan tarjoamaan vieraille kuppi kahvia tai teetä sekä lisäksi mukavaa juttuseuraa. (Homestay.)

Vieraille olisi myös hyvä kertoa jotain julkisesta liikenteestä, paikallisista nähtävyyksistä, mielenkiintoisista paikoista, joissa kannattaisi käydä. Vieraat arvostaisivat varmasti, jos heille suositeltaisiin joitain hyviä ravintoloita tai kahviloita sekä ohjelmaa, jota isäntä/emäntä itse kokisi mielenkiintoisena. Kannattaa itse kuvitella olevansa vieraiden asemassa ja miettiä, minkälainen kokemus voisi heitä inspiroida. (Homestay.)

2.3.1 Jakamistalous

Jakamistalous tulee englanninkielisistä sanoista *sharing economy*, joka liittyy yhteisöllisyyteen taloudessa, kuluttamisessa, käytössä sekä tuotannossa. Jakamistalous on tänä päivänä uusi ilmiö, jossa yhdistyvät ikivanhat yhteisöjen väliset toimintatavat sekä nykyajan teknologia.

Jakamistaloudesta käytetään myös termiä *yhteisöllinen kulutus*. Molemmissa tapauksissa kuvataan verkkoteknologian kehittymistä ja sen aikaansaamia sosiaalisia sekä taloudellisia järjestelmiä. Kyseiset järjestelmät mahdollistavat erilaisten omistusten, voimavarojen ja kykyjen jakamisen sekä vaihdon sellaisilla menetelmillä ja mittakaavoilla, joita ei ennen kyetty käyttämään. (Jakamistalous – Omistaminen on yliarvostettua 2013.)

Ihmiset, jotka käyttävät jakamistaloutta vuokraavat mieluummin hyödykkeitä, kuin haluavat omistaa kaikkea itse. He saattavat käyttää uusia kommunikaatiovälineitä tai omaisuutta, kuten omaa autoa tai asuntoa, apunaan hankkiakseen rahaa. Jakamistalous on luonut uusia markkinoita. Joskus aikoinaan ei edes voitu kuvitella, että oman pihan tai parkkipaikan voisi laittaa vuokralle, jos se ei ollut omassa käytössä. (Jakamistalous – Omistaminen on yliarvostettua 2013.)

Monien ihmisten halu vähentää riippuvuuttaan maailmanlaajuisista yrityksistä on lisännyt jakamistalouden suosiota. He kokevat jakamistalouden erittäin miellyttävänä, koska se perustuu ihmisten väliseen kanssakäymiseen sekä pohjautuu yhteisöllisyyteen. Jakamistalous onkin yhteisöllisten arvojen, toimintatapojen ja uuden teknologian yhteen pantu kokonaisuus. Tämä tekee siitä taloudellisesti lupaavan ja sosiaalisen kokonaisuuden, joka tasapainottaa ihmisten individuaaliset tarpeet eri yhteisöjen sekä planeettamme tarpeisiin. (Jakamistalous – Omistaminen on yliarvostettua 2013.)

Jakamistaloudessa on eräällä lailla kyse siirtymisprosessista passiivisesta asiakkaasta aktiiviseksi kansalaiseksi, joka pystyy tuottamaan ja käyttämään tuotteita sekä palveluita. Ihmisellä on paljon eri vaihtoehtoja ja rooleja jakamistaloudessa. Hän pystyy tarvittaessa olemaan vertaistalouden pienyrittäjä, joka lainaa, vuokraa, myy sekä lahjoittaa toisille jotain heille merkittävää. Yhteisöissä itsessään voidaan myös tuottaa palveluita sekä tuotteita yhdessä. Yhteisöt saattavat olla niin paikallisia, teemallisia kuin globaalejakin. Ihmisillä on mahdollisuus tavata toinen toisiaan verkossa tai paikan päällä. He voivat tuottaa ja kuluttaa palveluja yhdessä yhdenvertaisina esimerkiksi myyden yhdessä tuotettuja hyödykkeitä toisilleen sekä vuokraten niitä tai opettaen ja oppien toinen toisiltaan. Valtioiden väliset rajat eivät toimintaa estä. (Jakamistalous – Omistaminen on yliarvostettua 2013.)

Kotimajoitustoiminta on hyvä esimerkki jakamistaloudesta. Siinä vuokrataan omassa kodissa olevaa huonetta tai jopa koko asuntoa, jota ei juuri sillä hetkellä itse tarvitse. Kotimajoitustoiminnan suosion edellytyksenä on ollut verkko-tekniikan kehittyminen, joka on myös tärkeässä roolissa jakamistalouden kehityksen perustana. Uuden teknologian myötä yksittäisetkin ihmiset ovat

löytäneet väylän markkinoida omia palveluitaan, kuten juuri oman asunnon vuokraamista pientä maksua vastaan. (Jakamistalous – Omistaminen on yliarvostettua 2013.

Toinenkin jakamistalouden puoli tulee hyvin esille kotimajoitustoiminnassa – yhteisöllisyys. Etenkin Homestay-tyyppinen kotimajoitus pohjautuu juuri yhteisöllisyydelle. Majoittaja ja majoittuvat ovat yhdenvertaisia keskenään. Tarkoituksena on, että he voivat oppia toisiltaan eri kulttuureista ja tavoista, luoda kontakteja sekä jopa ystäväyhteyksiä keskenään.

Jakamistalouden suosion nousun näkee hyvin kotimajoitustoiminnassa. Joka yö 425 000 ihmistä yöpyy Airbnb majoituksessa, mikä on n. 22 % enemmän kuin yöpymisten lukumäärä Hilton-ketjun hotelleissa ympäri maailman. Myös Suomessa kotimajoitustoiminta on laajentunut viimeaikoina, sillä Helsingissä on vuokralla 1400 yöpymispaikkaa Airbnb:n kautta. Tämä määrä vastaa noin neljän suuren hotellin kapasiteettia. (Minun kotini on sinun hotellisi.)

2.3.2 Homestay-markkinointi

Markkinointi on sekä strategia että taktiikka eli tapa ajatella ja tapa toimia. (Bergström & Leppänen 2011, 20). Markkinointiajattelun olennaisin perusta on asiakkaiden tarpeet, joihin pyritään löytämään ratkaisuja kehittämällä asiakkaiden toiveiden mukaisia tavaroita sekä palveluja. Asiakaslähtöisyyden nojalla markkinoinnissa on myös keskityttävä toiminnan kannattavuuteen tulevaisuudessa. Jotta kannattavuudessa voidaan onnistua myös tulevaisuudessa, tarvitaan hyviä asiakaskokemuksia. (Bergström & Leppänen 2011, 20.)

Albanese ja Boedeker kertovat kirjassaan *Matkailumarkkinointi*, että tuloksetlinen markkinointi vaatii hyviä suunnitelmia, jotta voidaan saavuttaa positiivisia tuloksia. He kirjoittavat, että markkinoinnissa on oltava selkeä linja jota pitkin edetään vaihe vaiheelta. Selkeät päämäärät ovat heidän mukaansa myös tärkeitä sekä jo saavutettujen tulosten vertaileminen tavoitteisiin. (Albanese & Boedeker 2003,11.)

Tonder määrittää kirjassaan *Ideasta kaupalliseksi palveluksi* markkinoinnin suunnittelun neljään tärkeään pääkohtaan. Tärkeintä markkinoinnissa on tuntea

asiakkaansa. Profiloimalla saadaan selville minkälaisista asiakkaista on kysymys ja mitä asiakkaat haluavat. Tämän lisäksi tärkeää on myös tietää minkälaisia syitä asiakkailla on ostaa juuri kyseisiä tuotteita tai palveluja. Minkälaiset tarpeet, kiinnostukset ja motivaatiotekijät ohjaavat heidän ostokäyttäytymistään tehden heistä asiakkaan yritykselle. Toiseksi täytyy tunnistaa asiakkaiden markkinointikanavat, joita he mieluiten käyttävät. Esimerkiksi, yrityksen ei kannata panostaa liikaa uusiin markkinointimethodeihin, jos asiakkaat löytyvät vanhempien markkinointitapojen piiristä, kuten esimerkiksi aikakauslehtien parista. Tonderin kolmas markkinoinnin suunnittelun pääkohta on luoda asiakkaille juuri heille kiinnostavaa ja sopivaa sisältöä, joka tuo lisäarvoa markkinoinnin suunnitteluun. Aina ei voi luottaa siihen, että asiakas on kiinnostunut juuri hänelle kohdistetusta markkinoinnista. Joskus voi olla tilanteita, että markkinointi, jonka ei ole ehkä ajateltu menestyvän tietyillä markkinoilla, saattaakin olla jonkin asiakasryhmän suuressa suosiossa. Neljänneksi Tonder kertoo, että markkinoinnin suunnittelussa pitää pyrkiä luomaan edellytyksiä ihmisen sosiaalisuudelle. Jos palvelu on ollut riittävän hyvää, siitä kertyy positiivista sanomaa, joka liikkuu eteenpäin ja tuo tällä tavoin mainetta sekä hyötyä tulevaisuudessa. (Tonder 2013, 50.)

Markkinoinnin suunnittelu jaetaan kahteen eri tapaan eli *strategisen tason suunnitteluun* ja *taktisen tason suunnitteluun*. Strategisen tason suunnittelun aikaväli on yleensä vähintään kolme vuotta. Tärkeimpinä tavoitteina on pyrkiä tutkimaan yrityksen tulevaisuutta sekä ulkoista ympäristöä. Pyrkimyksenä on tarkastella siis yrityksen ulkoisen ympäristön muutostekijöitä, kuluttajakäyttäytymisen lähestyviä trendejä sekä tulevaa tilannetta kilpailun kanssa. Tavoitteena on pyrkiä sovittamaan yritys tuleviin uudistuksiin. (Albanese & Boedeker 2003,12.)

Strategisen markkinoinnin suunnittelun tyypillisimpiä tavoitteita ovat myyntitavoitteet, mielikuvatavoitteet sekä kannattavuustavoitteet. Myyntitavoitteet pitävät sisällään markkinaosuudet, myynnin rakenteen sekä markkinasegmentit. Mielikuvatavoitteisiin kiteytyvät asemointiin, yritys- ja tuotekuviin kuin myös asiakastyytyväisyyteen liittyvät tavoitteet kun taas kannattavuustavoitteet

pitävät sisällään liikevoiton, yksittäisten matkailupalvelujen sekä koko yrityksen kannattavuus. (Albanese & Boedeker 2003,12.)

Taktisten tason suunnittelu toteutetaan lyhyen ajan, eli yleensä vain vuoden aikajänteellä. Etenkin matkailussa tehdään taktisia päätöksiä päivittäin silloin kun yritys päättää vastata hinnoittelulla kilpailijoidensa toimiin. Taktisessa suunnittelussa tehdään suunnitelmia, määrätään taktiset päämäärät sekä päätetään tavoitteiden saavuttamiseksi tarpeelliset keinot. Taktisen tason tavoitteet ja päämäärät ovat kestoaltaan lyhyempiä sekä yksityiskohtaisempia. Edellämainitut liitetään esimerkiksi tietyn myyntivolyymien saavuttamiseen tai tiettyjen myyntikampanjoiden pyrkimykseen. Taktisten tavoitteiden saavutus helpottaa yritystä myös saavuttamaan strategisten tasojen tavoitteet. Näin ollen taktista ja strategista suunnittelua yhdistää hierarkkinen suhde. (Albanese & Boedeker 2003, 12.) Tässä opinnäytetyössä käytetään taktisen tason suunnittelua, koska opinnäytetyöprojekti oli luonteeltaan lyhytkestoinen.

Airbnb on saanut paljon mainetta kehitettyään vuokramarkkinoille erilaisia majoitusvaihtoehtoja, kuten esimerkiksi eri asunnoista linnoihin ja puumajoista igluihin. Kuluttajan mieleen on luotu laaja valikoima erilaisia majoitusvaihtoehtoja, joista hän voi valita itselleen mieluisimman vaihtoehdon. (Homestay Lodging: The Next Disruption in Travel.)

Homestay Lodging: The Next Disruption In Travel nimisessä artikkelissa kerrotaan, että tapa jolla matkoja löydetään ja varataan on muuttunut dramaattisesti viimeisen kymmenen vuoden aikana. Alan innovaattorit kehittävät uusia majoitusvaihtoehtoja sekä kokemuksia. Uudet alan johtajat eivät pelkästään muuta tapoja, joilla majoitusvaihtoehdot suuntautuvat matkailijoille vaan he kehittävät kokonaan uusia ideoita. (Homestay Lodging: The Next Disruption in Travel.)

2.3.3 Digimarkkinointi

Anna Tapio kertoo artikkelissa *Digimarkkinointi – pienyrittäjän paras kaveri*, kuinka pienyrittäjä saa tuotettua hyvää tulosta digimarkkinointia apua käyttäen. Hän painottaa sitä, että pienellä markkinointibudjetilla tulee mieluummin

panostaa laadukkaaseen digimarkkinointiin vanhanaikaisen printtimainonnan sijasta. Digimarkkinointi mahdollistaa laajojen ihmismassojen tavoittamisen tehden siitä interaktiivisen helpolla ja nopealla tavalla. (Tapio 2015.)

Artikkelissaan hän tuo esille muutamia kyseiselle markkinointimuodolle olennaisia perusideoita, joilla pääsee hyvin alkuun aloittaessa digimarkkinointia. Sosiaalisen median kanavat kuten Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn ja YouTube ovat hyviä esimerkkejä kanavista, joiden kautta on mahdollista tavoittaa massoittain asiakkaita hyvin nopeasti ja tehokkaasti. Tapio kertoo, että täytyy löytää keinoja, joilla mahdolliset asiakkaat voivat löytää kyseisen yrityksen sekä pyrkiä markkinoimaan kevyellä budjetilla esimerkiksi Facebookissa ilman printtimainontaa. Tätä Facebook markkinointia voidaan suunnata juuri omalle asiakassegmentille. (Tapio 2015.) Blogien pitäminen on Tapion mielestä myös hyvä tapa viestiä omasta ammattitaidosta yrityksille oikealla tavalla. Kotisivujen tai blogien tekovaiheessa kannattaa keskittyä niiden ajanmukaisuuteen sekä sellaiseen sisältöön, joka miellyttäisi juuri kohde-ryhmää. (Tapio 2015.)

Sosiaalisen media lisäksi Tapio suosittelee verkostoitumista, erilaisiin tapahtumiin sekä yhteisöihin osallistumista ja myös sitä, että pysyy ajantasalla oman yrityksensä toimialasta. Yhteistyökumppaneiden sekä asiakkaiden ohella myös kilpailijat saattavat kuulua osaksi verkostoa. Tapion mukaan digimarkkinoinnissa pitää keskittyä sekä panostaa aktiivisuuteen ja siihen että tieto verkossa on ajantasaista, koska passiivisuus heikentää bisneksen lisäarvoa. (Tapio 2015.)

3 Homestay-kokemuksia kesältä 2015

Opinnäytetyöni empiirinen osuus keskittyy kuvailemaan Homestay-projektini kokemuksia Turussa kesällä 2015. Kuvailen kokemuksiani Homestay-yrityksen suunnittelusta sen perustamiseen, markkinointiin, vieraiden majoittamiseen ja heidän tyytyväisyytensä mittaamiseen asiakastyytyväisyyskyselyn avulla.

Opinnäytetyöni on toiminnallinen ja siitä johtuen empiirinen osuus on laaja ja kattava osa tätä työtä. Kesän kokemukset ajoittuivat ajanjaksolle 1.6.-29.8.2015.

3.1 Majoitustoiminnan suunnittelu

Aivan alussa mietin, mikä olisi hyvä projekti opinnäytetyölleni ja päädyin toteuttamaan toiminnallista projektia kotimajoituksen parissa. Ajattelin, että toiminnallinen opinnäytetyö voisi olla minulle sopiva työ, koska siinä ei tarvitse perehtyä pelkästään teoriaan vaan saa tehdä myös paljon konkreettisia käytännön asioita.

Kotimajoitusta ajatellen tarvitsin toimintaa varten sopivat tilat. Mietin hetken aikaa, mistä sellaiset saisin, mutta sitten minulle tuli mieleen, että vanhemmillani on Turussa omakotitalo ja he ovat kesäisin melko paljon poissa kotoa. Joten sovin heidän kanssaan, että saisin käyttää heidän talonsa yläkerran vierashuonetta kyseistä toimintaani varten kesälle, ja he suostuivat tähän.

Majoitus tapahtui Turun Kähärissä rintamamiestalossa. Omakotitalo (110 neliömetriä) on rakennettu vuonna 1949 ja siinä on kolme kerrosta. Talo remontoitiin lähes kokonaan 2000-luvun alussa. Talossa on viisi huonetta, keittiö ja sauna.

Vierashuone sijaitsee talon yläkerrassa. Ensin mietin, mitä kaikkea huoneesta pitäisi viedä pois, hankkia lisää tai järjestää uudelleen. Päädyin sisustamaan huoneen uuteen uskoon pienillä, edullisilla muutoksilla. Huoneessa oli ennestään vuodesohva. Hankin lisäksi kaksi runkopatjasänkyä niin, että sain huoneeseen makuutilat neljälle hengelle. Alakerran vessan varustin palvelemaan vieraita heidän yksityisenä vessanaan. Myös kellarin suihku ja sauna olivat vieraiden käytettävissä. Vierailiani oli mahdollisuus myös pestä pyykkiä ilmaiseksi.

Maaliskuussa loin profiilin Homestayn sivuille, markkinoin ja yritin hankkia asiakaskontakteja. Perehdyin muiden ihmisten kotimajoitusprofiileihin kattavasti, ennen kuin lähdin luomaan omaa profiiliani. Tällä tavoin sain hyviä ideoita ja

vinkkejä omaa profiiliani varten ja muokkasin sitä uusilla ideoilla vielä houkuttelevammaksi ja paremmaksi. Sivuille tuli myös yleiskatsaus majoituksesta, sijainnista, yleinen kuvaus, kuvia huoneista, kalenteri sekä tietoa aterioista ja talon säännöistä. Majoittumaan olivat tervetulleita miehet, naiset, parit sekä opiskelijat Suomesta että ulkomailta.

Huhtikuussa tein profiilista houkuttelevamman näköisen. Homestayssa oli Suomessa jo muutamia profiileja, muun muassa Helsingissä, Espoossa, Järvenpäässä, Paraisilla sekä Loviisassa. Airbnb:n sivuilta löytyi useampi profiili Suomesta, koska palvelu oli ollut huomattavasti kauemmin käytössä. Aioin erottua massasta, koska minulla oli Turussa ensimmäinen Homestay-profiili. Ajattelin, että profiilini saa varmasti huomiota eri tavoin, kun ei ollut muuta tarjontaa kyseisen palvelun sivuilla. Minulla on myös kattava kielitaito, esimerkiksi suomen lisäksi osaan englantia ja venäjää sujuvasti sekä hieman ruotsia, saksaa ja espanjaa.

Toukokuussa valmistelin vierashuoneen, otin huoneesta ja talosta paljon kuvia järjestelmäkamerallani sekä suunnittelin aamiasmenun. Laitoin turisti-infon ja esitteet valmiiksi. Sänkyihin laitoin peitot, tyynyt ja lakanat sekä päiväpeiton. Sängyn päälle jätin pyyhkeet. Tein vieraille erillisen kaupunkiin suunnatun Homestay oppaan (Liite 1), josta löytyy ohjeita talon tavoille. Vieraat saavat tämän kyseisen monisteen saapuessaan majoittumaan. Osana Homestay-opinnäytetyöprojektia tein tervetulo-ohjeet suomeksi sekä englanniksi.

Toukokuun puoleen väliin mennessä en ollut vielä saanut varauksia Homestay-sivujen kautta lainkaan. Helsingin Sanomista luin artikkelin 9.5.2015 *Airbnb hamuaa nyt tarjolle mökkejä*. Airbnb:llä oli artikkelin mukaan huhtikuussa 2166 kohdetta Suomessa eli noin tuplasti vuoteen 2014 verrattuna. Luin artikkelista myös, kuinka Suomeen saapuvien ja maasta lähtevien Airbnb matkailijoiden määrä oli 2,5-kertaistunut viime vuoden lukemista. Tässä vaiheessa päätin tarjota Homestay-majoitusta myös tunnetumman Airbnb-sivuston kautta. Loin sinne profiilin 16.5.2015, josta selvisi, että kyseessä oli Homestay-tyylinen majoitus. Tämän tunnetun varaussivuston kautta sain jo ensimmäisen viikon aikana varauksia. Mielestäni oli hyvin kannattavaa laittaa ilmoitus Homestay-

yrittämisestä myös Airbnb:n sivuille. Airbnb:n nettipalvelut olivat paljon tunnetummat kuin Homestayn palvelut.

3.1.1 Kustannusarvio ja rahoitussuunnitelma

Homestay-toiminnan aiheuttamia kustannuksia kertyi pääsääntöisesti ruokaostoksista sekä sähkön ja veden kulutuksesta. Sähkön osuus ei ollut kovinkaan merkittävä, mutta vettä kului suihkun ja vessakäytien yhteydessä paljon. Kustannuksia kertyi myös siivoamisesta (imurointi, pyykinpesu jne.) sekä huoneen uudelleen sisustamisesta.

Huonekaluliikkeessä käytin rahaa yhteensä 97,35 € vierashuoneen sisustamiseen. Kesän aikana kotimajoituksessani yöpyi 47 henkeä. Osa vieraista yöpyi useamman kuin yhden yön, joten yöpymisiä tuli yhteensä 84. Vieraiden aamupalatarvikkeisiin kului 105,8 €. Arvioitu vesilasku suihkunkäytöstä oli noin 84 €, joka sisälsi veden lämmityksen sähköllä. Tämän lisäksi kustannuksia tuli vielä vierashuoneen sähkön kulutuksesta, kylpyhuoneen vesihanauksen käytöstä sekä vessan vetämisestä. On hyvin vaikeaa arvioida aivan tarkkaa lukemaa näille viimeksi mainituille kuluille, mutta jos 84 yöpymistä kerrotaan kolmella vessan vedolla tulee siitä tällöin noin 252 vessan vetoa ja yksi veto kuluttaa noin 6 litraa vettä eli $252 \times 6 \text{ l} = 1512 \text{ l}$ vettä. Yksi kuutio vettä maksaa noin 1,34 € ja 1512 l noin 2 €. Arviolta suihkukäynnit, vesihanauksen käyttö, vessan vetäminen ja vierashuoneen sähkön hinta maksoivat noin 90 €. Koko majoituksen kustannusarvioksi tuli tällöin noin 300 €.

Yhden yön majoittuminen kotimajoituksessani maksoi yhdelle hengelle 35 € / yö. Lisähenkilöltä veloitin 10 € lisämaksun, eli neljän hengen porukka maksoi tällöin 65 € / yö. Airbnb:llä ja Homestay:llä on erilainen maksupolitiikka. Homestayn palvelussa varausmaksu suoritetaan, kun majoittaja on hyväksynyt asiakkaan varauksen. Kun varaus on hyväksytty, asiakas maksaa ensin 15 % välityspalkkion, eli varausmaksun Homestayn sivuilla. Tämän jälkeen asiakas maksaa majoittajalle 85 % majoituksen hinnasta, kun hän saapuu paikan päälle. Airbnb:n sivuilla asiakas suorittaa ensin maksun kokonaisuudessaan Airbnb:lle, ja tämän jälkeen Airbnb maksaa sen majoittajalle 24 tunnin kuluttua vieraan saapumisen jälkeen. Maksu suoritetaan verkossa normaalina pankkitilisiirtona.

Pankkisiirto tai kansainvälinen siirto kestää noin 3 - 7 arkipäivää. Airbnb veloittaa varauksesta 3 %. Eli jos asiakas maksaa 65 € Airbnb varauksesta, niin Airbnb perii tästä 1,95 € ja loput siirtyvät majoittajan tilille.

29.8., jolloin olin lopettamassa toimintaani, olin ansainnut yhteensä 1500 € bruttona. Majoitustoiminnasta tulee maksaa veroa pääomatulon mukaan 30 % aina 30 000 euroon asti. Jos liikevaihto ylittää 10 000 € vuodessa, täytyy siitä maksaa myös arvonlisävero (vuonna 2015 summa oli 8500 € vuodessa). (Vero 2015.) Ansaitsemastani 1500 eurosta voidaan ensin vähentää tulonhankkimiskustannukset 300 € sekä 40 € / kk vähennys kalustetun huoneen vuokraamisesta. Tämän jälkeen voidaan laskea verojen osuus. Verojen osuudeksi jää näin 324 €. Majoitustoiminta tuotti 756 €.

3.1.2 Riskit ja niihin varautuminen

Varauduin riskeihin siten, että profiloin kaikki tulevat vieraat etukäteen huolellisesti, jonka jälkeen otin heihin yhteyttä harkiten. Oma koti tuli turvata ja kaikki uhkatekijät oli ennalta ehkäistävä. Vaikka profiloin kaikki tulevat vieraat, niin en voinut silti luottaa kaikkiin profiileihin täysin. Minun piti esittää lisäkysymyksiä profiloinnin yhteydessä. Pyysin vieraitani esittämään henkilöllisyystodistukset heidän saapuessaan varmistaakseni oikeat henkilöllisyydet.

Vieraat olisivat voineet sotkea tai rikkoa paikkoja vahingossa aiheuttaen ylimääräisiä kuluja, jotka vieraiden olisi täytynyt maksaa. Olin lukenut Petteri Ohtosen (2014) kotimajoitustutkimuksesta perusteluja sille, miksi kotimajoittaminen ei kiinnostanut kaikki ihmisiä. 2014 tehtyyn kyselyyn vastanneista yli puolet (54 %) ilmoitti syyksi erilaiset pelot ja mahdolliset riskitekijät.

Minua pelottaisi päästää ventovieraita ihmisiä kotiini., Koti on intiimialuetta jota ei jaeta muille. Korvaus ei vastaa aiheutuvia riskejä., Etten tulisi ryöstetyksi yms., Ei voi koskaan tietää millainen vieras on., Voisi tulla joku hullu ja pidän yksityisyydestä., Ei nykyisin ihmisiin voi luottaa. Ei tiedä minkälaista jälkeä on tai onko kaikki tavara tallella, kun tulee takaisin kotiin. (Ohtonen 2014.)

Onnistuin itse välttämään kaikki ongelmat, koska asuin itse talossa, profiloin kaikki vieraat hyvin tarkasti. Tosin minulla saattoi olla myös hyvää tuuriakin.

Yläkerran jyrkät portaat olisivat voineet aiheuttaa vaaratilanteita, mutta onneksi niiltä vältyttiin. Olin ottanut etukäteen selvää, että vieraillla on matkavakuutus, joka olisi korvannut mahdolliset tapaturmista aiheutuneet kulut. Oli varauduttava etukäteen myös mahdollisiin varkauksiin. Esimerkiksi kallisarvoiset esineet ja korut yms. vietiin joko muualle tai pantiin lukkojen taakse huoneisiin, joihin vieraiden ei tarvinnut päästä. Tervetulo-ohjeisiin kirjoitin näihin asioihin liittyen tietoa majoittuville. Tämä auttoi ennalta ehkäisemään uhat ja riskitekijät.

3.2 Majoitustoiminta

Seuraavaksi käsittelen itse Homestay-kotimajoitusprojektin kesän toiminnallista osuutta, josta selviää, mistä koko projektissa oli kysymys. Majoitin vieraita Turussa ajalla 1.6. – 29.8.2015.

Kesäkuussa majoitin vieraita ja otin kaiken vastuun toiminnasta. Tein majoituksesta asiakastytyväisyyskyselyn suomeksi (Liite 3), englanniksi (Liite 4) sekä venäjäksi (Liite 5). Kirjoitin myös vieraiden majoituksista päiväkirjaa. Viimeistään vieraiden saapuessa tai mahdollisesti jo etukäteen tiedustelin heidän matkasuunnitelmiaan. Jos heillä ei ollut suunnitelmia tai matkassa oli joustavuutta, tarjouduin itse turistioppaaksi. Tunnen kaupungin melko hyvin, joten minulla oli paljon hyviä neuvoja ja vinkkejä.

Heinäkuu ja elokuu olivat hyvin pitkälti samanlaisia kuin kesäkuu. Tällöin majoitin useita vieraita sekä kirjoitin kokemuksiani ylös päiväkirjaani. Joidenkin vieraiden kanssa tein turistikierroksia ja olin heidän oppaanaan. Elokuun lopussa lopetin kotimajoitustoiminnan ja aloin kirjoittamaan opinnäytetyötä.

Seuraavaksi perehdytään siihen, millainen talo vieraillla oli käytössä, millaiset toimet majoittajalla oli yleisesti vieraiden vastaanottamisessa, aamupalan valmistamisessa, kontaktien luomisessa. Lopuksi perehdytään asiakastytyväisyyskyselyyn ja sen vastauksiin.

3.2.1 Majoituskohteen esittely

Sotien jälkeen suunniteltiin puolitoistakerroksisia puisia omakotitaloja, joita kutsutaan edelleen *rintamamiestaloiksi*. Vanhempieni talo on juuri tällainen.

Rakennuksen keskellä kulkee savupiippu, jonka ympärille on sijoitettu asuintilat. Alakerrassa on eteinen, kaksi huonetta sekä erillinen keittiö. Yläkerrassa on kaksi päätyhuonetta, jotka on remontoitu asuinkäyttöön. Rintamamiestalossa on usein myös kellarikerros. (Tyyppitalo.)

Majoitushuone on talon yläkerrassa. Huoneesta löytyy vuodesohva, kaksi runkopatjasänkyä, kaksi yöpöytää sekä pöytälamput, jalkalamppu, vaatekaappi, lasipöytä, sälekaihtimet, rullaverhot, matto, koristeita, taulu ja roskakori. Huoneen ikkunat saa avattua, joten huonetta on mahdollista tuulettaa. Ikkunoihin on asennettu hyttysverkot.



Kuva 1. Homestay-talo

Kuvassa 1 näkyy hyvin tyypillinen rintamamiestalo edestä päin. Talo sijaitsee Turun Kähärissä Karjalaiskylässä. Talo on rakennettu vuonna 1949, ja sen jälkeen se on remontoitu lähes kokonaan uuteen ulkoasuun 2000-luvun alussa. Talossa on myös puilla lämmitettävä takka.



Kuva 2. Homestay-talo

Kuvassa 2 rintamamiestalo viistosti kuvattuna. Talo on sijainnin kannalta hyvin vehreässä ja suojaisessa paikassa aivan kaupungin helmassa. Talo on kävelymatkan päässä keskustasta. Rauatiesillalle kävelee noin 15 minuutissa, ja sen ylitettyä on jo kaupungin keskustan laitamilla.



Kuva 3. Homestay-vierashuone

Kuvassa 3 Homestay-huoneen runkopatjasängyt ovat valmiiksi pedattuina. Huoneen sisustuksessa on käytetty paljon oranssia väriä, kuten päiväpeitoista

ja koristetyynyistä näkee. Kuvassa näkyy myös kiinalaiselle vieraalle laitettu pyyhe, kaupunkikartta sekä kiinankielinen kaupunkituristiopas.



Kuva 4. Homestay-vierashuone

Kuvassa 4 on oikeanpuoleisen sängyn yöpöytä. Jokaiselle vieraalle on pöydällä tervetuliaiskonvehdit. Lisäksi on tarjolla myös pieni pesusetti siltä varalta, että saippuat ja shampoot ovat unohtuneet kotiin.



Kuva 5. Homestay-vierashuone

Kuvassa 5 on lasipöytä ja sen päälle jätetyt kaupunkioppaat ja esitteet. Oppaat ja esitteet ovat pääsääntöisesti suomeksi ja englanniksi. Niistä saattaa olla apua vieraiden suunnitellessaan päiväohjelmiaan. Valikoimasta löytyy muun muassa kulttuuriin, museoihin, taiteeseen, retkiin ja ravintoloihin liittyvää materiaalia.



Kuvat 6 & 7. Homestay-vierashuone

Kuvissa 6 ja 7 on sohasänky avattuna ja koottuna. Kun vieraita on talossa yksi tai kaksi, niin heille on huoneessa myös sohva, nojatuoli sekä lasipöytä. Kun sohasänky on avattuna, niin tuolloin nojatuoli ei mahdu enää huoneeseen ja majoituskapasiteetti nousee kahdesta neljään henkeen.



Kuvat 8, 9, 10 & 11. Homestay-sauna ja suihkutilat

Kuvassa 8, 9, 10 ja 11 on kellarikerroksen pesutilat. Suihku ja sauna pidetään vieraita varten siistinä. Saunaa on mahdollista käyttää pienestä lisämaksusta (10 €). Saunassa on Helon sähkökäyttöinen kiuas, joka lämpeää noin 80 celciusasteeseen 45 minuutissa.

3.2.2 Majoittajan toimet

Homestay-majoittajana ensimmäisenä tehtävänäni oli saada huonevarauksia ja ottaa kontakti vieraisiin. Tämän jälkeen jokaiselle vieralle täytyi laittaa huone kuntoon. Tarkistin aina huolellisesti, että vierashuoneen sängyissä oli kaikkissa puhtaat lakanat, puhdas päiväpeitto sekä koristetyynyt päiväpeiton päällä. Varmistin myös joka päivä, että huoneessa oli tarvittavat määrät pyyhkeitä sekä tervetulokarkit yöpöydällä. Tarjosin jokaiselle vieraalle Turun turisti-infosta haetut esitteet kaupungista sekä kaupungin kartan. Tarkistin myös, että roskakori oli tyhjä, ja siihen oli vaihdettu uusi roskapussi sekä lattia oli hyvin imuroitu sekä pöytien pinnat pyyhitty märällä. Kun huone oli viimeisen päälle siistinä tarkistin, että vessa oli siisti ja pönttö oli siivottu sekä lattia imuroitu ja pinnat pyyhitty peili mukaan lukien. Tämän jälkeen tarkistin, että suihku- ja saunatilat olivat myös puhtaina. Pidin hyvää huolta tilojen siisteydestä, sillä siisteys oli mielestäni yksi tärkeimmistä tekijöistä liittyen vieraiden viihtyvyyteen. Kun siivosin vierashuoneen jokaisen vierailun jälkeen huolella ja imuroin kaikki pölyt joka nurkasta, niin vieraille tuli aina mukava olo. Jokaisen vieraan kohdalla pyrin aina laittamaan sängyn lakanat mahdollisimman huolellisen näköisesti niin kuin viiden tähden hotellienkin lakanat laitetaan ilman mitään ryppyisiä tai epäsymmetrisiä kohtia.

Kuten Löytänä ja Kortesuso sanovat, tyytyväisiä asiakkaita saadaan kun heidät yllätetään positiivisesti (Löytänä & Kortesuso 2011, 73). Itse yritin tämän periaatteen mukaisesti luoda vierailleni ylimääräistä iloa pienillä lisämukavuuksilla. Laitoin jokaiselle vuoteen päälle suihkupyhkeet, pienet pyhkeet kasvojen pesua varten ja muutaman suklaakonvehdin. Yöpöydiltä löytyivät pienet suihkusaippua- ja shampoopullosetit. Vieraani saivat myös käyttöönsä ilmaisen langattoman netin, jonka koodin kirjoitin heille pienelle lapulle ja jätin sen heidän saatavilleen huoneen pöydälle.

3.2.3 Vieraiden vastaanottaminen

Vieraiden oikeanlainen vastaanottaminen on mielestäni avain onnistuneeseen majoituskokonaisuuteen. Kun vieraat saapuvat majoittumaan, on hyvin tärkeää ottaa heidät vastaan positiivisella asenteella. Tämä luo vieraille mielikuvan siitä, että heistä ollaan kiinnostuneita.

Jokaisen vieraani toivotin avoimin mielin tervetulleiksi. Loin heihin ensin katsekontaktin ja esittelin itseni, jonka jälkeen opin tuntemaan heidät nopeammin ja paremmin heti ensikättelyssä. Jos esimerkiksi hotellin henkilökunta ei luo minkäänlaista katsekontaktia vieraiden kanssa tai ei hymyile vieraille check-in tai check-out tilanteessa, aiheuttaa se minusta negatiivisen vaikutelman. Olen itse kokenut hotellien vastaanotoilla vastaanottovirkailijoiden tympeän asenteen heti ensikontaktissa.

3.2.4 Aamupala

Yhtenä majoituskokonaisuuden merkittävimmistä tapahtumista toimi joka-aamuinen aamupala. Tarkistin aina edellisenä päivänä, että minulla oli tarvittava määrä kaikkia elintarvikkeita aamiaista varten. Tarjosin jokaiselle vieraalle suurinpiirtein samanlaisen aamupalan.

Pöydässä oli aina tarjolla ruis- ja vehnäleipää, voita, hilloa, juustoa, kurkkua, leikkelettä, tomaattia, mysliä, maitoa, jogurttia, kahvia ja teetä. Jokaisen kaupassakäynnin jälkeen piti säilyttää tietysti kuitit tositteeksi verotusta varten. Näin pystyin myös seuraamaan majoitustoimintani kustannuksia ja pitämään kirjaa menoista.

3.2.5 Kontaktit vieraisiin

Yritin yllättää jokaisen vieraani, kun he sisäänkirjautuivat luokseni. Halusin luoda heille jokaiselle ainutlaatuisen ja miellyttävän kokemuksen, jonka he muistaisivat vielä pitkään vierailun jälkeenkin. Ei tarvinnut kuin kiinnittää muutamiin perusseikkoihin huomiota, niin asiakas yllättyi positiivisemmin kuin olin kuvitellutkaan. Panostin erityisesti vieraan ensikohtaamiseen, siisteyteen sekä pieniin lisämukavuuksiin. Myös ensivaikutelma netissä on tärkeää. Kun

vieras otti minuun yhteyttä Airbnb:n palvelun kautta, niin pyrin vastaamaan hänelle saman tien tai niin pian kuin se suinkin oli mahdollista. Tällä tavoin pyrin luomaan jokaiselle sellaisen kuvan, että he kaikki olivat minulle tärkeitä ja toimin mielelläni heidän isäntänään. Kun viestin loppuun lisäsin vielä *ystävällisin terveisin* ja oman nimeni, niin yritin sillä luoda itsestäni asiallisen vaikutelman.

Pyrin heti alkuun luomaan vierailleni kestävän ja positiivisen asiakaskokemuksen, koska kuten Löytänä ja Korteso kirjoittavat, ihmiset muistavat aina sen, miltä toinen ihminen saa heidät tuntemaan. (Löytänä & Korteso 2011,72.) Tarjoamalla kyytipalveluita esimerkiksi satamasta tai lentokentältä halusin saada vieraani tuntemaan itsensä tärkeiksi. Koska vieras saattoi olla hyvinkin väsynyt pitkän päivän sekä matkustamisen päätteeksi, olin ihan varma, että kyseinen teko piristäisi ja toisi lisäarvoa toiminnalleni.

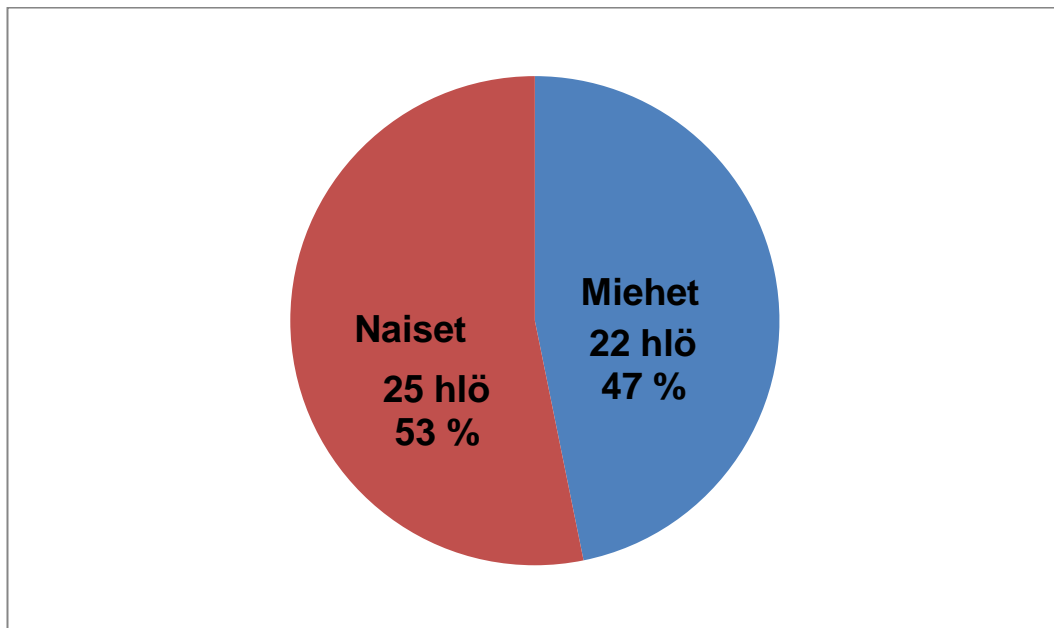
Keskustelemalla vieraitteni kanssa sain selville, mitä he mielellään halusivat vierailunsa aikana tehdä. Ne vieraani, jotka olivat kiinnostuneita ulkoilusta ja luonnosta, vein kauniille luontokierrokselle Ruissaloon. Muutamat vieraani halusivat kokea jotain todella suomalaista, ja heille ehdotin illan päätteeksi saunaa. Nämä asiat olivat minulle hyvinkin arkisia, mutta vierailleni eksoottisia. Lukemassani Ylen artikkelissa kerrottiin, että ulkolaiset kotimajoitusvieraat saattavat hyvinkin pitää suomalaisia arkisia asioita hyvinkin kiinnostavina ja että juuri kotimajoitus voi tarjota heille näitä aitoja kokemuksia. (Yle 2013.)

3.3 Asiakastyytyväisyyskysely ja sen tulokset

Opinnäytetyöprojektin lopussa sain koottua kaikki täytetyt asiakastyytyväisyyskyselyt. Koko kesän aikana vieraani täyttivät yhteensä 47 kyselyä. Kyselyssä on kaksi eri kohtaa, joista ensimmäisessä selviää vieraan perustiedot, kuten nimi, ikä, kansalaisuus, montako yötä hän on majoittunut, mistä vieras on kuullut kyseisestä majoituksesta sekä miksi hän on valinnut kyseinen majoituksen. Toisesta kohdasta selviää, minkä arvosanan vieras on antanut asteikolla yhdestä viiteen (1 - 5) seuraavista majoituskokonaisuuteen kuuluvista asioista: Tapa jolla isäntä kohteli, vierashuone, sänky, tilat, aamupala, siisteys, informaatio Turusta, sijainti, hinta laatusuhde, majoituksen suosittelu ystävälle sekä viimeisenä kokonaisuus.

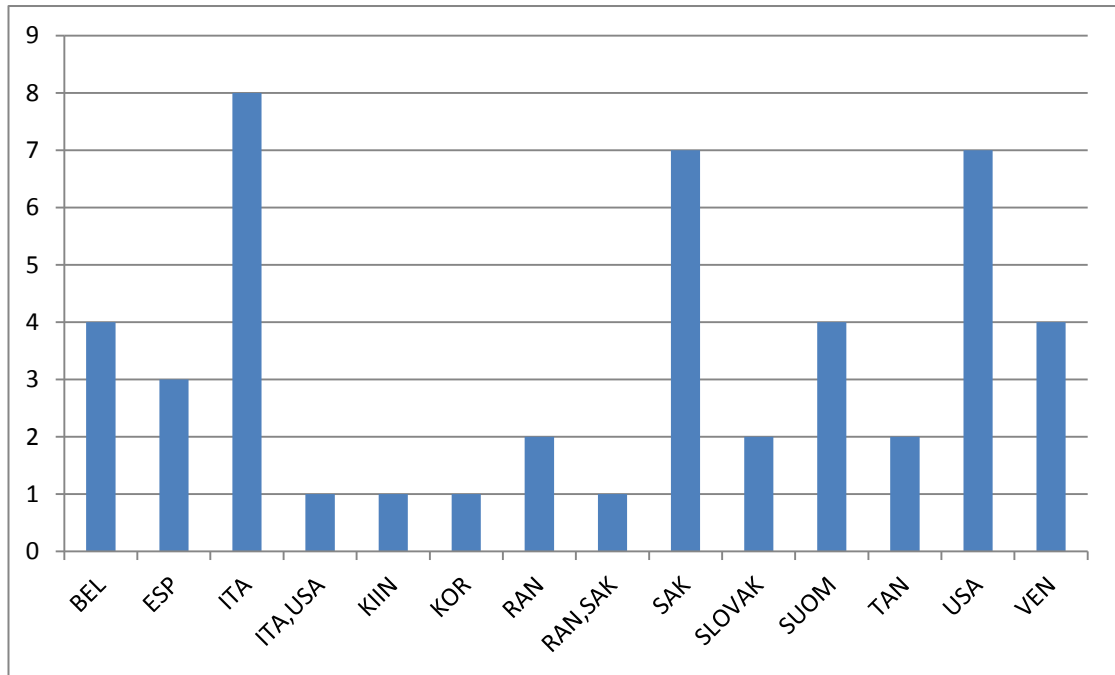
Seuraavassa kohdassa analysoin teettämiäni asiakastyytyväisyyskyselyitä. Tein piirakkadiagrammin naisten ja miesten lukumääristä ja prosenteista. Sen jälkeen oli vuorossa pylväsdiagrammi kesän kaikista eri kansallisuuksista sekä pylväsdiagrammi kokemusten keskiarvosta. (Liite 3)

Piirakkadiagrammista 3 näkee, että naisia ja miehiä majoittui lähes saman verran. Naisia majoittui kesän aikana kolme enemmän kuin miehiä, mikä on . prosentteina 6 % enemmän.



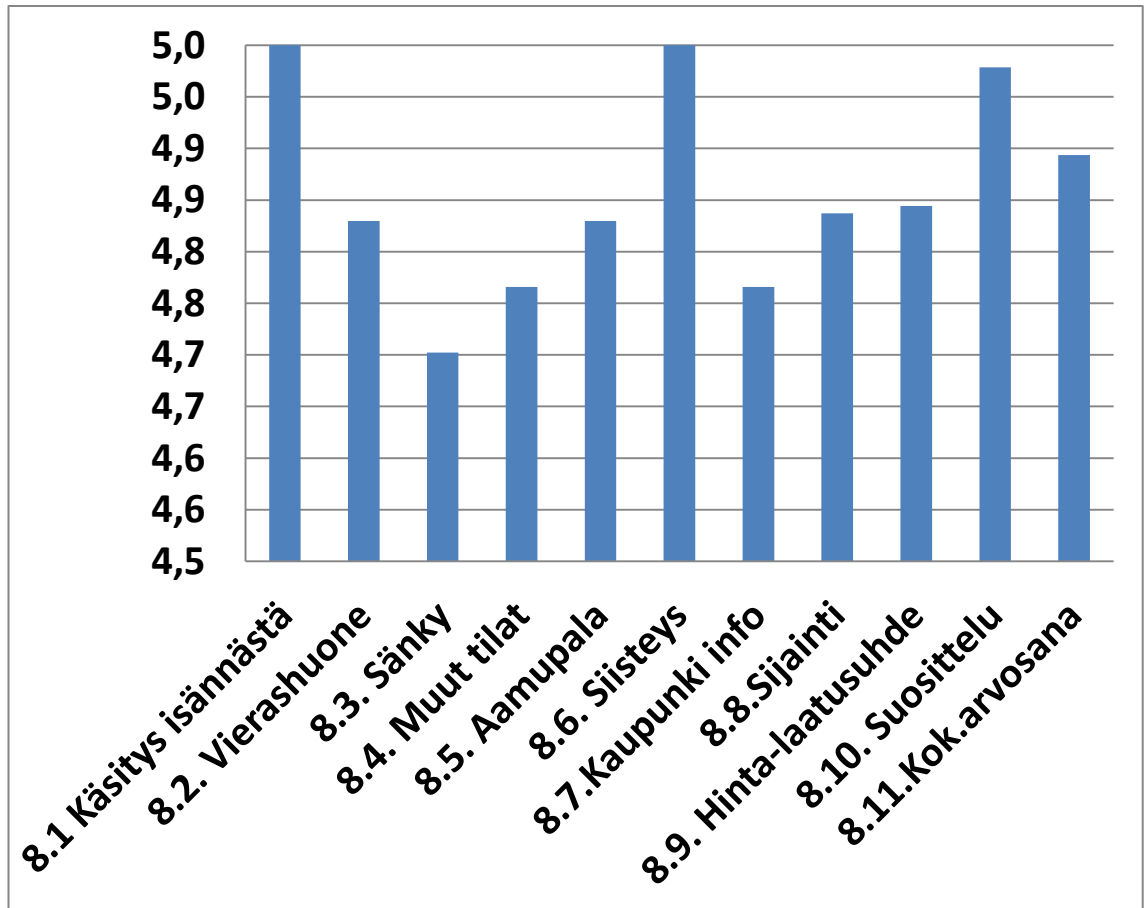
Kuvio 3. Naisten sekä miesten lukumäärä ja prosentti

Päätin myös analysoida tilastoa vieraiden eri kansallisuuksista (Kuvio 4). Määrällisesti eniten vieraita majoitukseeni saapui Italiasta ja vähiten vieraita tuli Kiinasta ja Koreasta.



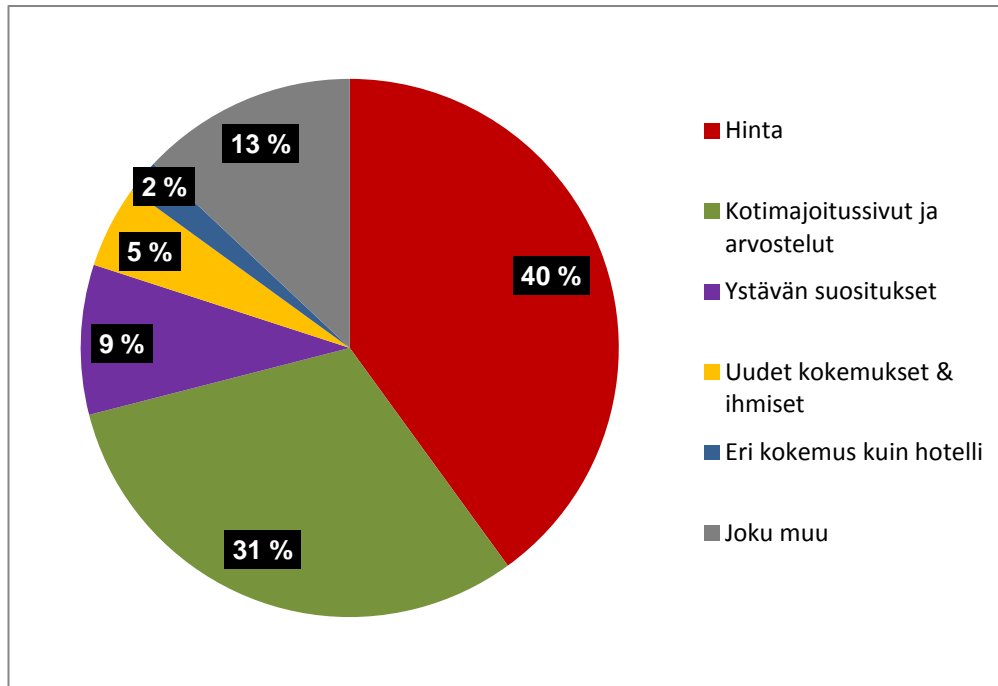
Kuvio 4. Eri kansallisuudet lukumäärinä

Asiakastyytyväisyyskyselyn keskiarvosta (Kuvio 5) voi todeta ihan selvästi, että vieraat arvostivat majoituksessa eniten tapaa, jolla minä isäntänä kohtelin heitä sekä siisteyttä. Näistä molemmista kohdista sain täydet arviot kaikilta vierailtani. Juuri asiakkaiden kohteluun sekä siisteyteen yritin kiinnittää erityistä huomiota projektini aikana. Myös kokonaisarvosana majoituksesta oli korkea. Kyselyn tuloksista sain selville, miten vielä voisin kehittää majoitustoimintaani. Asiakkaiden arvosteluissa kaikkein huonoimman arvosanan saivat sängyt. Niissä olisi siis parantamisen varaa. Täytyy kuitenkin todeta, että sängyillekin annettu keskiarvo oli 4,7 asteikolla 1 - 5, jossa 5 oli paras arvosana. Joten kaiken kaikkiaan asiakastyytyväisyyskyselyn arvostelut kesältä olivat erittäin hyviä.



Kuvio 5. Asiakastyytyväisyyskyselyn keskiarvo

Asiakastyytyväisyyskyselyssäni kysyin myös, miksi asiakkaani valitsivat juuri Homestay-majoituksen. Tämä kiinnosti minua, koska olin lukenut Petteri Ohtosen (2014) kotimajoitustutkimuksen ja halusin verrata hänen saamiaan tuloksia omiin tuloksiini. Ohtosen kotimajoitustutkimuksen vuoden 2014 tilastosta selvisi, että 71 prosenttia kotimajoituksen valinneista asiakkaista valitsi tämän majoitus-tavan sen edullisen hinnan vuoksi, 48 prosenttia halusi vaihtelua perinteisiin majoitustapoihin verrattuna ja 29 prosenttia halusi tutustua uusiin ihmisiin. (Ohtonen 2014.)



Kuvio 6. Kotimajoituksen valintaperuste

Ohtosen vuoden 2014 tekemään kotimajoitustutkimukseen verrattuna teettämäni tutkimuksen vastaavanlaisen kysymyksen asettelu oli avoin. Täten minulle tuli enemmän vastausvaihtoehtoja niin kuin kuviosta 6 näkyy. Kuten Ohtosella, myös minunkin kotimajoituksessani majoittuneet henkilöt valitsivat kotimajoituksen ensisijaisesti majoituksen edullisen hinnan perusteella. 40 % vieraistani kirjoitti majoituksen edullisuuden kotimajoituksen valintaperusteeseen. Toiseksi suosituimmaksi valintaperusteeksi asiakastytyväisyyskyselyssäni nousi kotimajoituksen hyvät nettisivut sekä saamani hyvät arvostelut näillä nettisivuilla. 31 % nimesi tämän valintansa perusteeksi. Näiden kahden valintaperusteen lisäksi muutamat henkilöt mainitsivat samoja perusteita, joita ilmeni myös Ohtosen tutkimuksessa. Muutama vieraani halusi kotimajoituksesta itselleen uuden kokemuksen ja muutama halusi vaihtelua perinteiseen majoitustyyliin. Nämä syyt eivät kuitenkaan nousseet yhtä yleisiksi minun vieraitteni parissa kuin Ohtosen tutkimuksessa.

Asiakastytyväisyyskyselyssäni minulla oli lisäksi avoin kohta, johon vieraat saivat vapaasti kirjoittaa kommentteja majoituksestani. Avoinen palautteen täytti 40/47 vastanneista majoittujista. Sain avoimessa palautteessa paljon

hyvää palautetta ja olen alle valinnut muutamia esimerkkejä näistä vapaista palautteista.

Thank you Timo for your hosting and English conversation with us! – Cristiana / Italia

Nice place, hospitality – helpfull host. - Jens / Tanska

Kiitos tästä hyvästä kokemuksesta. Tämän jälkeen jatkossakin etsii Homestay – tyylisiä majoituksia. – Suvi / Suomi

Lovely host, awesome experience, I was pleasantly surprised, loved the drink and tour and the overall stay, really helpful. – Audrey / Belgia

Timo is the best owner I've never knowed. My best congratulations for him. – Maria / Espanja

Thanks for showing us around and teaching us some Finnish! – Lindsay / USA

We had a really pleasant stay, great company. House is clean and in order. We will come back here definitely. – Laura / Italia

River boats rock! Thanks a lot, was really nice. – Sebastian / Saksa

A lot of good information on tourist sites and things to do. Very nice bedroom. – Jeff / USA

Pessimisti yllättyi positiivisesti. Festarimajoitus paljon mielummin näin kuin jossain kämäisessä teltassa. – Antti / Suomi

Thank you for your host. And I really enjoy the stay in Turku. So sweet to have a guide book in Chinese. – Ning / Kiina

3.4 Airbnb:n arvostelut

Asiakastytyväisyyskyselyni lisäksi sain vierailtani myös hyvät arvostelut Airbnb:n omilla nettisivuilla. Airbnb:n sivuille minulle kertyi kesällä 2015 yhteensä 16 majoitusta, joista kahdestatoista sain arvostelut. Näiden arvostelujen keskiarvoksi sain yhteensä viisi tähteä, eli parhaan mahdollisen tuloksen. Suoriuduin jokaisesta majoituksesta niin hyvin, että minulle myönnettiin Airbnb:n supermajoittajan status. Tämän kyseisen statuksen voi ansaita läpäisemällä tietyt majoitusta koskevat kriteerit seuraavasti: Vuoden aikana tulee majoittaa ainakin 10 kertaa. Asiakkaiden yhteydenottoihin pitää vastata vähintään 90 prosenttisesti. Lisäksi majoittajan tulee saada viiden tähden arvostelut

vähintään 80 %:ssa kaikista arvosteluista sekä ainakin 50 % vieraista täytyy jättää arvostelu Airbnb:n sivuille. Viimeisenä kriteerinä majoittajan on täytynyt majoittaa kaikki vahvistetut varaukset niitä peruuttamatta. (Airbnb b.)

Alla on muutamia esimerkkejä Airbnb:n sivulta saamastani palautteesta. Valitsin tähän esimerkeiksi englanniksi annettuja palautteita. Osa vieraista jätti myös palautteita omalla kielellään, mm. espanjaksi, venäjäksi sekä italiaksi. Airbnb:n sivuille jätetyistä palautteista käy myös ilmi, että vieraat arvostivat erityisesti luomaani positiivista kontaktia heihin, siistejä majoitustiloja sekä pieniä lisämu-kavuuksia, joita heille tarjosin vierailun aikana.

The stay at Timos home was very great, we enjoyed it! Timo is a very friendly and helpful host!!! Even though we arrived very late at night, we could Check in! The house itself is very nice, clean and cosy. I can fully recommend to stay there. Helena/ Germany

Timo is super kind. He like to treat guests like a friend. Also he is a good cooker. He tried to make me comfortable like at home. I had great time at there. Hangsu / South Korea

Timo was kind enough to pick us up from the train station, and also show us around town that night. This was good because the house is a bit outside of town. We had fun with Timo and would recommend this as a fun pit stop town! Lindsay / USA

Timo is a really great host. The house was really nice, in order and clean. He made us feel at home. We had much fun with him. Luckily we had the opportunity to spent some time with him during the weekend. We recommend him without any doubt! Laura / Italy

Timo is a friendly and entertaining host. I stayed at his place with my wife and son. He made us feel most welcome and provided us with information on Turku. His home is clean (Don't forget to try out the sauna for a small additional fee!) and excellently located to reach the Aura River and Turku's main attractions. We enjoyed the days we stayed at his house and wish him best of luck on his thesis which he is writing on his experience as host! Armin / Canada

Timo was great host. Accomodation was clean, comfortable and its location turned to be quite fortunate. It was possible to park our car right under the windows. Great breakfast. Timo provided useful information about Turku. Thank you. Highest recommendations. Best Airbnb experience of mine. Nikita / Russia

Timo is really a nice person, gentle and considerate. He picked me up from the train station. During the stay, he provide lots of useful local information, which helps me quite a lot. He even prepared a guide book which is in Chinese special for me. We had good conversations and I really enjoy staying here. The

room is very nice, clean and cozy, and there are also some details which shows the elaborate preparations and makes me feel like staying at home. Yummy breakfast prepared. The house nears the city centre, which is very convenience. Though I only stay here for 1 night, but it is absolutely a perfect travel experience here. Highly recommend. Ning / China

4 Pohdinta

Homestay-projektini onnistui mielestäni erittäin hyvin ja pääsin tavoitteisiin mielestäni paremmin kuin hyvin. Onnistuin houkuttelemaan kesällä ensimmäisen vieraan laadukkailla ja hienoilla kuvilla Airbnb:n kautta, mikä sai aikaan ketjureaktion. Sain niin hyvät arvostelut ensimajoituksesta Airbnb:n nettisivuilla, että sen jälkeen aloin saada majoituksia yksi toisensa jälkeen. Lopulta ansaitsin supermajoittajan statuksen, mikä on hyvä saavutus.

Airbnb:n nettisivuilla saamieni hyvien arvostelujen lisäksi sain teettämistäni asiakastyytyväisyyskyselyistä erinomaiset tulokset. Asteikolla 1 – 5, jossa 5 oli paras arvosana, sain kaikkien vastausten keskiarvoksi 4,9. Olin erittäin tyytyväinen oman asiakastyytyväisyyskyselyni tuloksiin sekä omaan työpanokseeni kesän ajalta, joka mielestäni johti näihin hyviin arvosteluihin.

Onnistuin luomaan vierailleni kuvan siitä, että olen kiinnostunut heistä vieraina toden teolla. Panostin vieraanvaraisuuteen sekä siisteyteen niin hyvin kuin vain osasin. Vieraille ei voinut jäädä sellaista käsitystä tai kuvaa majoituksen jälkeen, että heidän huoneensa olisi ollut likainen, pölyinen, tai että minä isäntänä olisin kohdellut heitä jotenkin etäisesti tai ilman minkäänlaista tunnetta. Tahdoin erottua massasta pyrkimällä panostamaan pieniin yksityiskohtiin, kuten tervetuliaiskonvehteihin, pieniin yöpöydiltä löytyviin pesusetteihin, kyytipalveluihin ja spontaaneihin kaupunkituristikierroksiin. Halusin luoda vierailleni sellaisen kuvan, että olen heille ystävä enkä vain pelkkä isäntä. Uskon huoneen uudelleen sisustamisen sekä muutaman uuden sisustuselementin hankinnan vaikuttaneen vieraiden viihtyvyyteen, ja ennen kaikkea hyvä hintalaatusuhde kruunasi kaiken kokonaisuutena.

Sain paljon kontakteja ympäri maailmaa. Kontakteja tuli Venäjältä, Belgiasta, Tanskasta, Saksasta, USA:sta, Italiasta, Espanjasta, Kiinasta, Koreasta, Slova-

kiasta, Ranskasta sekä Suomesta. Ystävystyin yhden italialaisen, venäläisen sekä espanjalaisen perheen kanssa ja olen jälkikäteen pitänyt heidän kanssaan melko paljon yhteyttä. Olen ajatellut, että voisin lähitulevaisuudessa matkustaa heidän luokseen kylään.

Itselle ehkä kaikkein mieluisinta koko Homestay-projektissa oli se, että sain olla sosiaalinen ja tapasin paljon uusia ihmisiä. Olen hyvin avoin ja tulen toimeen kaikenlaisten ihmisen kanssa, joten parempaa opinnäytetyötä en itselleni olisi voinut kuvitella. Samalla kehityin yrittäjänä ja opin perustamaan kotimajoitusyrityksen. Tulevaisuudessa osaisin organisoida paremmin asioita, jotka liittyvät yrittämiseen sekä sen johtamiseen. Tämä kokemus oli minulle erittäin hyödyllinen.

Näin jälkeenpäin minua harmittaa se, että asiakastyytyväisyyskyselystäni jäi puuttumaan yksi olennainen kohta. En kysynyt vierailtani, mitä kehitettävää minun kotimajoituksessani olisi ollut tai mitä olisi voinut olla paremmin. Minulla oli tosin avoin kohta kyselyssä, jossa sai jättää palautetta omin sanoin. Jos olisin vielä tarkemmin kysynyt kehittämisen ja parantamisen kohteita, olisin voinut saada jo heti ensimmäiseltä vieraaltani selkeitä vastauksia siihen, minkä asian tai mitä olisi voinut tehdä vielä paremmin tai toisin. Näin olisin kesän alusta asti voinut jo kehittää toimintaani tehokkaammin. Kuten Löytänä ja Kortesus (2011, 195.) mainitsivat Asiakaskokemus-kirjassaan, minun olisi pitänyt kerätä mahdollisimman paljon informaatiota tarjoamastani palvelusta niin, että olisin voinut päivittää alkuperäistä palvelua tarpeen mukaan.

Vaikka unohdin tämän tärkeän kysymyksen omasta asiakastyytyväisyyskyselystäni, niin ihan huomiotta ei tämä asia onneksi jäänyt, sillä Airbnb:n sivuilla oli kyseinen asia huomioitu. Siellä vieraani pystyivät tarvittaessa antamaan palautetta minulle myös kehitettävistä asioista. Eräs amerikkalainen mies kävi arvostelemassa kotimajoitukseni jälkikäteen Airbnb:n sivuilla ja mainitsi kehitettävästä asiasta. Hän kirjoitti, että vierashuoneessa olisi voinut olla kahvinkeitin kahviaddikseille, jollaiseksi hän itseään kutsui. Pienellä lisäkustannuksella olisin voinut hankkia kahvin- ja teenkeitimet huoneeseen, kuten myös useissa hotellihuoneissa on. Näin vieraat olisivat voineet myös

illalla nauttia kahvista ja teestä silloin, kun heidän mielestään olisi ollut liian myöhäistä käyttää yhteistä keittiötä. Itse en toteuttanut tätä kehitysehdotusta, sillä kotimajoitukseni oli projektiluontoinen enkä halunnut sijoittaa ylimääräistä rahaa kahvin- ja teenkeittimen hankkimiseen. Perustelin tämän itselleni sillä, että vieraillani oli kuitenkin mahdollisuus jatkuvasti käyttää keittiötiloja.

Ruisrock-festivaalin aikana heinäkuussa kotimajoituksessani yöpyi neljän hengen ryhmä Oulusta. Lukiessani heidän arvostelunsa sain selville yhdeltä naismajoittujalta, että vierashuoneessa ei ollut peiliä lainkaan. Päätelin siitä heti, että meikkaaminen yläkerrassa ilman peiliä ei oikein luonnistunut ja vieraani joutuivat käyttämään alakerrassa sijaitsevaa vieraiden yksityiseen käyttöön tarkoitettua vessaa myös tähän tarkoitukseen. Peilin hankkiminen huoneeseen oli helposti tehty, koska ylimääräisiä peilejä löytyi vanhempieni talosta. Palautteen saatuani vein peilin vierashuoneeseen.

Majoitin vieraita kesällä niin hyvällä menestyksellä, että mietin, olisiko minun kannattanut vielä jatkaa majoitustoimintaa. Olisin voinut harkita jatkamista, jos olisin asunut Turussa pysyvästi. Koska asun nyt Helsingissä, minulla ei ole täällä mahdollisuuksia toiminnan jatkamiseen. Jos minulla olisi sopivat tilat pääkaupunkiseudulla, niin jatkaisin ehdottomasti tätä toimintaa. Kaikella saamallani suosiolla ja maineella voisin nostaa huonehintoja kannattavaksi sekä parantaa sisustusta, joka taas parantaisi kysyntää ja toisi lisää tuloja. Jos vain omistaisin ylimääräisen kiinteistön tai minulla olisi hallussa riittävä pääoma, niin ryhtyisin välittömästi yrittäjäksi.

Kuvat

- Kuva 1. Homestay-talo, s.28
- Kuva 2. Homestay-talo, s.29
- Kuva 3. Homestay-vierashuone, s.29
- Kuva 4. Homestay-vierashuone, s.30
- Kuva 5. Homestay-vierashuone, s.30
- Kuva 6. Homestay-vierashuone, s.31
- Kuva 7. Homestay-vierashuone, s.31
- Kuva 8. Homestay-sauna s.31
- Kuva 9. Homestay-sauna s.31
- Kuva10. Homestay-suihkutilat s.31
- Kuva11. Homestay-suihkutilat s.31

Kuviot

- Kuvio 1. Odotukset ylittävän asiakaskokemuksen elementit (Löytänä & Kortesus 2011, 60.), s.14
- Kuvio 2. Kotimajoittujan kosketuspistepolku, s.16
- Kuvio 3. Naisten sekä miesten lukumäärä ja prosentti, s.35
- Kuvio 4. Eri kansallisuudet lukumäärinä, s.36
- Kuvio 5. Asiakastyytyväisyyskyselyn keskiarvo, s.37
- Kuvio 6. Kotimajoituksen valintaperuste, s.38

Lähteet

Airbnb. a <https://www.airbnb.fi/about/about-us>. Luettu 6.2.2016

Airbnb. b <https://www.airbnb.fi/help/article/829/how-do-i-become-a-superhost>. Luettu 8.1.2016

Albanese P. & Boedeker M. 2003. Matkailumarkkinointi. Helsinki: EDITA.

Bed & Breakfast World. <http://www.bed-breakfast-world.com>. Luettu 15.11.2015

Bergström S. & Leppänen A. 2011. Yrityksen asiakasmarkkinointi. Helsinki: EDITA.

Helsingin Sanomat 9.5.2015. Airbnb hamuaa nyt tarjolle mökkejä. Kotimaa A13.

Homestay. <https://www.homestay.com/how-it-works>. Luettu 25.5.2015

Homestay Lodging: The Next Disruption in Travel.
<http://www.wired.com/insights/2014/06/homestay-lodging-next-disruption-travel/>. Luettu 9.11.2015

Itä-Suomen Yliopisto, Kauppatieteiden laitos 2015.
<https://www2.uef.fi/fi/kauppatieteet/kuluttajakayttaytyminen>. Luettu 7.7.2015

Jakamistalous – Omistaminen on yliarvostettua. 2013.
<http://jakamistalous.fi/mita-on-jakamistalous/>. Luettu 14.1.2016

Jamaludin, M. & Othman, N. & Rahim Awang, A. 2012. Community Based Homestay Programme: A Personal Experience.

Kotimajoittajan opas. http://issuu.com/home_stay/docs/homestay-opas. Luettu 20.5.2015

Kotimajoitusta tarjottaneen Imatralla jo tulevana kesänä, 2013.
<http://www.imatralainen.fi/artikkeli/220851-kotimajoitusta-tarjottaneen-imatralla-jo-tulevana-kesana>. Luettu 9.11.2015.

Lanier, P & Berman, J 1993. Bed-and-breakfast inns come of age. Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly, 34 (2), 15 - 23.

Löytänä J. & Korteso K. 2011. Asiakaskokemus – Palvelubisneksestä kokemusbisnekseen. Helsinki: Talentum.

Minun kotini on sinun hotellisi. <http://www.elisa.net/minun-kotini-on-sinun-hotellisi/>. Luettu 14.1.2016

Ohtonen, P. 2014. Maksullinen kotimajoitustutkimus. Haaga-Perho.
<https://www.haagaperho.fi/sites/default/files/uploads/Kotimajoitus%20tutkimusraportti.pdf>. Luettu 27.5.2015

Talamini. The History of Bed & Breakfasts from the 1800's till Now
http://www.streetdirectory.com/travel_guide/212726/travel_and_leisure/the_history_of_bed_breakfasts_from_the_1800s_till_now.html. Luettu 15.11.2015

Tapio 2015, Digimarkkinointi – pienyrittäjän paras kaveri.
<http://dingle.fi/2015/01/21/digimarkkinointi-pienyrittajan-paras-kaveri/>. Luettu 10.11.2015

Tonder, M. 2013. Ideasta kaupalliseksi palveluksi – Matkailupalvelujen tuotteistaminen. Vantaa: Restamark Oy.

Tyypitalo. <http://fi.wikipedia.org/wiki/Tyypitalo>. Luettu 20.5.2015

Vero 2015. <http://www.vero.fi/fi-FI/Henkiloasiakkaat/Vuokratulot>. Luettu 28.5.2015

Yle 5.9.2013 Kotimajoitus avaa suomalaisen arjen turistille – telkkari-iltakin käy. Kotimaa.
http://yle.fi/uutiset/kotimajoitus_avaa_suomalaisen_arjen_turistille_telkkari-iltakin_kay/6813672 Luettu 28.5.2015

HOMESTAY OPAS

Mitä homestay on?

- Homestay on majoitusta, jossa yksityinen henkilö tarjoaa satunnaisesti oman talonsa huoneita vieraiden majoittamista varten ilman merkittävää taloudellista voittoa, mutta maksua vastaan.

Homestayn edut?

- Vieraille homestay on mahdollisuus päästä kokemaan paikallisten tapaa viettää arkielämää. Tärkein tavoite on tyytyväiset vieraat ja ystävyysuhteiden rakentaminen sekä hyvät kontaktit ympäri maailmaa.

Homestay majoitus

- Kodit ovat vieraanvaraisia sekä vieraan yksityisyyden huomioivia.
- Kodit suosittelevat vieraille myös paikallisen alueen matkailutoimintaa ja nähtävyyksiä.
- Kodit tuovat markkinoinnissa ja palveluissa esiin paikallista kulttuuria ja perinteitä.
- Kodit suosivat paikallisia ruokia sekä raaka-aineita.
- Kodit huomioivat vieraiden erityisruokavaliot ja muut mahdolliset ruoka-aineallergiat.
- Kodit ovat savuttomia (vieraat eivät saa polttaa sisällä!).

Isäntä

- Isäntä kunnioittaa vieraita.
- Isäntä on paikalla ja tavoitettavissa koko ajan.
- Isäntä päättää itse periaatteet yhteisten tilojen käytöstä.
- Isäntä tarkistaa vieraan henkilöllisyyden tämän saapuessa majoitukseen.

Vieraat

- Vieraat kunnioittavat isäntää ja hänen kotiaan.
- Vieras saa majoituskohteessa vähintään homestayn edellyttämät peruspalvelut sekä mahdolliset isännän kanssa erikseen sovitut lisäpalvelut.

- Vieras on vastuussa mahdollisesta aiheuttamastaan vahingosta. Isännän kotivakuutus saattaa korvata osan vahingosta. Omavastuun tai korvaamatta jäävän osuuden isäntä voi periä suoraan vieraalta.
- Vieras lukee ja allekirjoittaa tämän oppaan vahvistuksena Homestay majoituksen ehdoista.

Yleisesti

- Mahdollisuus myös yhden yön majoitukseen.
- Majoitustilana on ovellinen oma huone isännän asuintalossa.
- Huoneeseen voidaan majoittaa 4 henkeä. Huoneessa on parivuode sekä vuodesohva.
- Vieraalla on mahdollisuus keittiön ja olohuoneen käyttöön sovittaessa.
- Vieraalla on mahdollisuus peseytymiseen.
- Kaikille vieraille kuuluu puhtaat petivaatteet (peite, tyyny, lakana, tyynylina, pussilakana ja kylpypyyhe).
- Sauna 10€ lisämaksusta.

Aamupala

- Kuuluu huonehintaan.
- Sisältää yleensä sen, mitä kodissa yleensä nautitaan aamupalaksi.
- Tarjoillaan pöytiin (ei ole buffetti).
- Tarjoillaan edellisenä päivänä sovittuna ajankohtana.

Olen ymmärtänyt ja sitoutunut noudattamaan ylläolevia homestayn ehtoja.

Vieras

Isäntä

Paikka ja päiväys

HOMESTAY GUIDE

What is homestay?

- Homestay is accommodation, where a private person offers their own house or some rooms for guests without any significant economical profit, but still for a fee.

Homestay benefits?

- For the guests homestay is a wonderful opportunity to experience Finnish local everyday life. The main target is to have satisfied guests and build friendships and good contacts all over the world.

Homestay accommodation

- Homes are hospitable, and they pay attention to the guest's privacy.
- Homes recommend guests also some tourist activities and attractions from the local area.
- Homes market local services as well as local culture and traditions.
- Homes prefer local food and ingredients.
- Homes pay attention to the guests' diets and other possible allergies.
- Homes are smoke free (guests are not allowed to smoke inside!)

Host

- The host respects guests.
- The host is there and reachable all the time.
- The host will decide the principles about commonly shared and used areas.
- The host will check the guests IDs, when they arrive at the house.

Guests

- The guest respects the host and his/her home.
- At the accommodation destination the guest will receive the basic homestay services and possible separately agreed extra services.

- The guest will be in charge of any kind of damage he / she causes. The host's home insurance might cover some of the damage. The host can charge the uncovered part or deductible straight from the guest.

Commonly

- There is also the possibility for a one night stay.
- Accommodation will happen in an own room with a door.
- The room sleeps up to 4 people. There is a double bed and a sofa bed in the room.
- Guest will have the possibility to use a shower.
- All guests will have a clean bed linen (a blanket, a pillow, a sheet, a pillow cover, a duvet cover and a towel).
- Sauna for 10€ extra cost.

Breakfast

- Belongs to the room rate.
- Includes what normally is served as a breakfast at home.
- Is set on the table (it is not a buffet).
- Is served at a time agreed on the day before by the guests and host.

I have understood and agree to respect these homestay rules.

Guest

Host

Place and date

KOTIMAJOITUS ASIAKASTYYTYVÄISYYSKYSELY

Kiitos kun olette antaneet minulle mahdollisuuden palvella teitä majoituksenne aikana. Auttakaa minun projektiani täyttämällä muutaman minuutin lyhyt kysely kokemuksesta, jonka te olette täällä saaneet. Kunnioitan majoittumistanne ja haluan varmistaa, että olen täyttänyt teidän odotuksenne. Ystävällisin terveisin, Isäntä Timo Saarinen

Nimi _____

Ikä _____

Kansalaisuus _____

Kuinka monta yötä majoituitte _____

Mistä te kuulitte tästä majoituksesta?

Homestay ___ Airbnb ___ Facebook ___ Ystävä ___ Joku muu ___

Miksi valitsitte kyseisen majoituksen? _____

Olkaa hyvä ja valitkaa yksi seuraavista vaihtoehdoista, joka parhaiten kuvaa kokemustanne:
1. Erittäin tyytymätön 2. Melko tyytymätön 3. En tyytyväinen enkä tyytymätön 4. Melko tyytyväinen 5. Erittäin tyytyväinen

Tapa jolla isäntä kohteli teitä 1 2 3 4 5

Vierashuone 1 2 3 4 5

Sänky 1 2 3 4 5

Tilat (keittiö, kylpyhuone, sauna jne.) 1 2 3 4 5

Aamupala 1 2 3 4 5

Siisteys 1 2 3 4 5

Informaatio Turusta 1 2 3 4 5

Hinta laatusuhde 1 2 3 4 5

Suosittelisitko tätä majoitusta ystävällesi 1 2 3 4 5

Kokonaisuus 1 2 3 4 5

Vapaa sana

Kiitos vastauksistanne!

HOMESTAY CUSTOMER SATISFACTION SURVEY

Thank you for giving me the opportunity to serve your needs during your stay. Please help me and my project by taking a few minutes to tell us about the service that you have received so far. I appreciate your stay here and want to make sure I have met your expectations. Sincerely yours,
Host Timo Saarinen

Name _____

Age _____

Nationality _____

How many nights you stayed _____

Where did you hear about this accommodation?

Homestay ___ Airbnb ___ Facebook ___ Friend ___ Other ___

Why did you choose this accommodation? _____

Please choose the right alternative to match your experiences

1. Not satisfied at all 2. Not satisfied 3. Not satisfied or satisfied 4. Satisfied 5. Very satisfied

The way host treated you 1 2 3 4 5

Loft room 1 2 3 4 5

Bed 1 2 3 4 5

Facilities (kitchen, bathroom, sauna etc.) 1 2 3 4 5

Breakfast 1 2 3 4 5

Cleanliness 1 2 3 4 5

Information about Turku 1 2 3 4 5

Quality-price ratio 1 2 3 4 5

Would you recommend this accommodation to your friends 1 2 3 4 5

Overall 1 2 3 4 5

Free words

Thank you for your answer!

Оценка условий проживания

Спасибо вам што дали мне возможность служить вас во время вашего проживания. Пожалуйста, помогите для моего проекта, заполнить небольшую анкету в нескольких минутах об условиях проживания, что вы получили здесь. Я уважаю ваше проживание, и я хочу подтвердить, что я выполнил все Ваши ожидания. С уважением, хозяин Тимо Сааринен

Имя _____

Возраст _____

национальность _____

Сколько ночей вы проживали _____

Где вы слышали про это проживание?

Хомэстау___ Аирбнб ___ Фасэбоок___ Знакомый ___ Другой _____

Почему вы выбрали именно это проживание? _____

Пожалуйста, выберите один из следующих вариантов, которые лучше всего описывает ваш опыт : 1. Очень не доволен 2. Несколько недовольны 3. Доволен 4. Достаточно доволен 5. Очень доволен

Как вам хозяин относился 1 2 3 4 5

Комната 1 2 3 4 5

Кровать 1 2 3 4 5

Помещение 1 2 3 4 5

Завтрак 1 2 3 4 5

Чистота 1 2 3 4 5

Информация о городе Турку 1 2 3 4 5

Расположение 1 2 3 4 5

Соотношение цена качество 1 2 3 4 5

Будете ли вы рекомендовать это жильё другу 1 2 3 4 5

Целостность 1 2 3 4 5

Свободное слово _____

Спасибо!