



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
VASA YRKESHÖGSKOLA
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Janina Rintamäki

RECEPTIONISTERNAS KUNSKAP I

ENGELSKA I VASA

En studie ur affärsresenärernas synvinkel

Företagsekonomi och turism
2015

ABSTRAKT

Författare	Janina Rintamäki
Lärdomsprovets titel	Receptionisternas kunskap i engelska i Vasa
År	2015
Språk	svenska
Sidantal	54 + 1 bilaga
Handledare	Thomas Sabel

Syftet med detta lärdomsprov var att undersöka på vilken nivå receptionisternas kunskap i engelska är i Vasa, ur utländska affärsresenärers synvinkel. Ämnet har inte tidigare forskats om i Vasa. Idén till undersökningen fick skribenten under praktikperioden på ett lokalt hotell, där hon lade märke till att medarbetarnas kunskap i engelska var mycket varierande.

Den teoretiska referensramen behandlar tre huvudämnen; engelska i Finland, hotellens reception, och affärsresande. I kapitlet om engelska i Finland förklaras språkets betydelse globalt, i Finland och i finländska skolor. Även begreppet ”språklig ängslan” behandlas. Kapitlet om hotellens reception ger en inblick i hur check-in och check-out utförs i hotellen, vilka förberedelser görs innan gästerna anländer samt hur en rumsbokning sker i praktiken. Det sista kapitlet om affärsresande handlar om affärsresande förr och nu samt definitioner av begreppen affärsresande och affärsturism.

Undersökningens resultat visade att receptionisterna i Vasa har god kompetens i engelska och kan uppfylla affärsresenärernas förväntningar på kompetensnivån.

ABSTRACT

Author	Janina Rintamäki
Title	Receptionists' fluency in English in Vaasa
Year	2015
Language	Swedish
Pages	54 + 1 Appendix
Name of Supervisor	Thomas Sabel

The aim of this thesis was to research the receptionists' fluency in English in Vaasa, from business travellers' point of view. The subject has not previously been researched in Vaasa. I got the idea for this subject during the practical training period at a local hotel, where I noticed that the competency in English of my co-workers varied.

The theoretical framework consists of three main subjects; English in Finland, hotels' reception, and business travelling. The chapter about English in Finland explains the language's importance globally, in Finland and in Finnish schools. The next chapter describes how check-in and check-out is done in hotels, which preparations are made before guests arrive and how a hotel room is booked in practice. The last chapter about business travelling describes business travelling in the past and at present, and also defines the concepts business travelling and business tourism.

The results of the study show that receptionists in Vaasa have a good competency in English and can fulfil the expectations business travellers have on the competency level.

INNEHÅLL

ABSTRAKT

ABSTRACT

1	INLEDNING	6
1.1	Arbetets syfte	6
1.2	Arbetets avgränsningar	6
1.3	Arbetets uppläggning	7
2	ENGELSKA I FINLAND	8
2.1	Engelskans betydelse som världsspråk	8
2.2	Engelskans betydelse i Finland	9
2.3	Engelska i finländska skolor	10
2.4	Kunskap i engelska	11
2.5	Språklig ängslan	12
3	HOTELLENS RECEPTION	15
3.1	Förberedelser	15
3.2	Rumsbokning	16
3.3	Check-in	17
3.4	Check-out	19
3.5	Hotell i Vasa	20
3.5.1	Hotel Kantarellis	21
3.5.2	Radisson Blu Royal Hotel Vaasa	21
3.5.3	Hotel Astor	22
3.5.4	Original Sokos Hotel Vaakuna	22
3.5.5	Rantasipi Tropiclandia Spa Hotel	23
4	AFFÄRSRESANDE	24
4.1	Definitioner	24
4.2	Historia	26
4.3	Villkor för affärsresan	27
5	DEN TEORETISKA REFERENSRAMEN	30
6	UNDERSÖKNINGSMETODER	31
6.1	Kvalitativa metoder	31
6.1.1	Observationer	31

6.1.2	Intervjuer	32
6.2	Kvantitativa metoder.....	33
6.2.1	Intervjuer	34
6.2.2	Enkäter	34
6.3	Val av undersökningsmetod.....	35
7	DEN EMPIRISKA UNDERSÖKNINGEN	37
7.1	Enkäten	37
7.1.1	Fråga 1.....	37
7.1.2	Fråga 2.....	37
7.1.3	Fråga 3.....	37
7.1.4	Fråga 4.....	37
7.1.5	Fråga 5.....	38
7.1.6	Fråga 6.....	38
7.1.7	Fråga 7.....	38
7.1.8	Fråga 8.....	38
7.2	Enkäten i praktiken	39
7.3	Komplikationer	39
8	RESULTAT OCH ANALYS	40
8.1	Antalet tidigare besökta länder	40
8.2	De tillfrågades kompetens i engelska	41
8.3	Förväntad engelska kompetensnivå	42
8.4	Antalet receptionister tillfrågade interagerat med.....	43
8.5	Receptionisternas engelska kompetensnivå.....	44
8.6	Jämförelse mellan Vasa och hotell i andra länder	45
8.7	Övriga kommentarer	46
8.8	Korstabellsanalys	46
9	AVSLUTANDE DISKUSSION	49
9.1	Sammanfattning	49
9.2	Validitet och reliabilitet	50
10	FÖRSLAG TILL FORTSATT UNDERSÖKNING	52
	KÄLLOR	53

BILAGOR..... 55

FÖRTECKNING ÖVER FIGURER OCH TABELLER

Figur 1.	Check-in	s. 19
Figur 2.	Check-out	s. 20
Figur 3.	Fråga 1. Antalet tidigare besökta länder.	s. 40
Figur 4.	Fråga 2. De tillfrågades kompetens i engelska.	s. 41
Figur 5.	Fråga 3. Förväntad engelska kompetensnivå.	s. 42
Figur 6.	Fråga 4. Antalet receptionister tillfrågade interagerat med.	s. 43
Figur 7.	Fråga 5. Receptionisternas engelska kompetensnivå.	s. 44
Figur 8.	Fråga 6. Jämförelse mellan Vasa och hotell i andra länder.	s. 45
Figur 9.	Egen kompetens och förväntningar.	s. 46
Figur 10.	Antalet besökta länder och förväntningar.	s. 47
Figur 11.	Antalet besökta länder och jämförelse mellan länder.	s. 48

FÖRTECKNING ÖVER BILAGOR

BILAGA 1. Frågeformuläret.

1 INLEDNING

Vasa är en av Finlands större städer och flera internationella företag är belägna på området. Många utländska affärsresenärer besöker staden varje år och de flesta övernattar i något av Vasas många hotell. Utländska resenärer kommunicerar på engelska och därmed måste också receptionisterna i hotellen i Vasa kunna erbjuda betjäning på engelska.

1.1 Arbetets syfte

Lärdomsprovets syfte är att ta reda på hur bra receptionisternas engelska är i Vasa. Mer omfattande är syftet att undersöka hur bra utländska affärsresenärer tycker att Vasas hotells receptionisters kunskap i engelska är. Detta ämne har inte tidigare studerats och jag önskar forska fram ny användbar information. Idén till detta lärdomsprov kom till medan jag utförde min praktikperiod på ett av hotellen i Vasa och lade märke till att medarbetarnas kunskap i engelska varierade rätt mycket. Jag önskar att undersökningens resultat kan användas för att ge en helhetsbild på situationen i Vasa.

1.2 Arbetets avgränsningar

Undersökningen är begränsad till receptionister och hotell i Vasa, eftersom en nationell undersökning skulle vara för omfattande, och skribenten önskar få en uppfattning om situationen i just Vasa. De tillfrågade är begränsade till utländska affärsresenärer, eftersom de oftast övernattat i hotell runtom i världen och reser oftare än till exempel familjer. Orsaken till att de tillfrågade är avgränsade till de med utländsk nationalitet är att de oftast pratar engelska och måste på så sätt använda engelskan för att klara sig i Vasa. I detta lärdomsprov undersöks endast receptionisterna, eftersom arbetet skulle vara för omfattande om det berörde hela hotellpersonalen. Endast de tillfrågade som övernattat på Vasas fem största hotell har tagits med i undersökningen för att förenkla slutanalysen.

1.3 Arbetets uppläggning

Lärdomsprovet består av två delar; den teoretiska referensramen och den empiriska undersökningen. Den teoretiska delen behandlar engelskan i Finland, hotellens reception samt affärsresenärer. Under rubriken Engelskan i Finland beskrivs bland annat engelskastudier i Finland samt språkets betydelse i Finland och hela världen. Därtill finns en överblick över finländarnas kunskap i engelska samt en beskrivning om vad språklig ångslan är.

I kapitlet om hotellens reception beskrivs hur check-in och check-out utförs, vilka förberedelser görs på hotellet före kunderna anländer samt hur rumsbokningen sker. De fem största hotellen i Vasa introduceras kort i siffror samt övrig relevant information. Den sista rubriken i teoridelen handlar om affärsresenärer förr och nu samt definitioner av själva begreppen ”affärsresande” och ”affärsturism”.

Efter lärdomsprovets teoridel beskrivs olika undersökningsmetoder, hur och till vad de används till och deras styrkor och svagheter. I detta lärdomsprov används metoderna kvantitativ intervju och enkät.

Den empiriska delen av lärdomsprovet inleds med en överblick av frågeformuläret som används i denna undersökning och en kort beskrivning varför var och en av frågorna är relevanta. Därtill beskrivs kort hur undersökningen gick i praktiken samt vilka komplikationer uppstod under arbetet och hur dessa inverkade på studien.

I kapitel sju beskrivs resultaten från undersökningen, både själva antalet svar och hur de spridit sig per fråga och hur svaren kan jämföras för att kunna dra slutsatser. Till sist sammanfattas undersökningens resultat.

2 ENGELSKA I FINLAND

Detta kapitel handlar om det engelska språket och dess betydelse som världsspråk och i Finland. Därefter följer information om engelskan i finländska skolor och finländarnas kunskap i språket. Till sist kommer information om språklig ängslan och blyghet för att tala främmande språk.

2.1 Engelskans betydelse som världsspråk

Under de senaste 60 åren har engelskan säkrat sin plats som det språk som används mest i internationella sammanhang. Det har uppskattats att över en tredjedel av världens befolkning talar engelska som sitt modersmål eller första främmande språk. En orsak till att just engelskan har blivit det världsspråk som används är att språket är ursprungligen en blandning av olika existerande språk och har alltid påverkats lätt av andra språk. (Leppänen, Nikula & Kääntä 2008, 12-14)

Historiskt sett har engelskan spridit sig runtom i världen på grund av det brittiska imperiets kolonisering och migration runtom i världen. Mellan åren 1960 och 2000 migrerade 175 miljoner människor till andra länder, vilket representerar närmare 3 % av världens totalbefolkning. En annan viktig orsak som hjälpt engelskan att bli ett världsspråk är turismen. År 2004 var antalet internationella resenärer 763 miljoner och av dessa resor gjordes hela 74 % mellan länder där det officiella språket inte är engelska. Eftersom resenärerna inte kan kommunicera med lokalbefolkningen på sitt modersmål har engelskan blivit det språk som används vid kommunikation globalt. (Graddal 2006)

Det faktum att Kina och Indien är två av världens största exportörer med officiella språk som inte är engelska har också gjort att ett gemensamt språk måste användas, då har engelskan varit det bästa valet. En betydande faktor som bidragit stort till globaliseringen är att företag, ofta amerikanska eller brittiska, har flyttat sina fabriker till länder med lägre arbetskraftskostnader, varav de största är de tidigare nämnda Kina och Indien, men även Malaysia, Filippinerna, Singapore och Thai-

land. Många företag vill producera sina produkter billigt och sälja dem dyrt för att maximera sina vinster. Det är inte endast fabriker som byggts i främmande länder, även olika tjänster har flyttats utomlands på grund av de lägre kostnaderna, till exempel kan ett företag vara baserat i USA men dess telefonväxel kan finnas i Indien. (Graddal 2006)

I denna globaliserade värld spelar nyheterna en stor roll för befolkningen och företag som behöver veta vad som händer runtom i världen. De största nyhetsbyråerna, Reuters, BBC och CNN är alla sända på engelska. Det samma gäller nyhetstidningar och bloggar. Detta stärker engelskan som världsspråk och har resulterat i att engelskan behövs för att kunna vara informerad och framgångsrik. (Graddal 2006)

2.2 Engelskans betydelse i Finland

Det finns många orsaker till att engelskan har blivit en del av finländarnas vardag, till exempel har samhällets struktur i Finland förändrats och moderniserats, arbetslivet har blivit mer internationellt, språkundervisningen har varit effektiv i både finskspråkiga och svenskspråkiga skolor och kommunikationen på internet och i sociala medier sker allt oftare på engelska. På 1960-talet fick engelskan sitt genombrott i Finland på grund av att televisionen blev mer populär och visade mest engelska program, finländarna började göra utlandsresor oftare och den första vågen av amerikansk pop och rock kom till Finland. Redan i slutet av 60-talet var engelskan det populäraste valet av främmande språk i skolorna i Finland. (Leppänen, Nikula & Käätä 2008)

En studie gjord av Jyväskylä universitet år 2009 angående användning av engelska i Finland baserar sig på svar av 1 495 deltagare. Svartalternativen på skalan var; viktig, ganska viktig, ganska oviktig och oviktig. På frågan hur viktig engelskan är personligen svarade närmare 60 % att den är minst ganska viktig. Av den yngsta gruppen av tillfrågade, 15-24 år, tyckte 80 % att engelskan är viktig, medan över 60 % av den äldsta gruppen, 65-79 år, var av den åsikten att engelskan är

oviktig eller ganska oviktig. Bland de tillfrågade från större städer i Finland svarade 73 % att engelskan är ganska viktig eller viktig, medan endast 36 % av de som bodde på landsbygden var av samma åsikt. Av de tillfrågade som hade högskoleutbildning var 57 % av den åsikten att engelskan är mycket viktig, och endast 1% svarade att engelskan är oviktig. (Nikula, Leppänen, Pitkänen-Huhta, Kytölä, Törmäkangas, Nissinen, Kääntä, Virkkula, Laitinen, Pahta, Koskela, Lähdesmäki & Jousmäki 2009, 64–69)

I Finland har engelskans spridning väckt både starka positiva och negativa reaktioner. För en del är engelskan ett medel som gör det enklare att sköta ärenden på internationell nivå, medan en del ser engelskan som ett hot för landets egna språk. (Leppänen m.fl. 2008, 14) Var femte tillfrågade i Jyväskyläs universitets undersökning var av den åsikten att engelskan är ett hot mot den finländska kulturen eller de inhemska språken. (Nikula m.fl. 2009)

2.3 Engelska i finländska skolor

I finländska skolor är det obligatoriskt att lära sig två språk utöver modersmålet, varav ett är det andra inhemska språket. Det första främmande språket kommer oftast med i bilden i årskurs 3 och det andra i årskurs 5 eller 7. I högstadiets årskurs 8 kan eleverna välja att lära sig ytterligare ett tredje språk. (Huhta 1996, 30-31)

År 2010 började 8 % av första- och 13 % av andraklassisterna i Finland studera sitt första främmande språk. Endast 1 % av eleverna i årskurs 3 i finskspråkiga skolor väljer svenska som sitt första främmande språk, medan ungefär 90 % av eleverna väljer engelska. De tre populäraste främmande språken eleverna väljer i årskurs 5 i finskspråkiga skolor är engelska, svenska och tyska. (Utbildningsstyrelsen 2012, 48-50). I svenskspråkiga skolor valde 84 % av eleverna i årskurs 3 finska som sitt första främmande språk, resterande 16 % valde engelska år 2010. Majoriteten av de svenskspråkiga elever som valde engelska var bosatta på Åland. Bland eleverna i årskurs 5 valdes engelska som andra främmande språk av 81 %

och finska av 13 %. Även här var majoriteten av de som valt finska bosatta på Åland. (Utbildningsstyrelsen 2012, 231-232) I högstadiet fortsätter studierna i engelska och det andra inhemska språket samt modersmålet och dessa språkstudier är obligatoriska. I de finländska högstadieskolorna valde cirka 15 % av eleverna i årskurs 8 att studera ytterligare ett främmande språk, varav de två vanligaste var tyska och franska. (Utbildningsstyrelsen 2012, 50-52)

I gymnasiet bör studerande fortsätta med det andra inhemska språket, och i studentexamen är både modersmålet och det andra inhemska språket obligatoriska att skriva. Studerande i finskspråkiga gymnasier kan välja sitt andra främmande språk mellan några alternativ, men majoriteten, över 90 %, väljer att studera engelska. I Finlands svenskspråkiga gymnasium är engelska ett obligatoriskt ämne. Utöver dessa två språk kan studerande välja upp till två andra främmande språk, varav tyska och franska är de mest populära. (Huhta 1996, 31-32) År 2010 studerade sammanlagt 86 % av gymnasieeleverna i Finland två till tre främmande språk. (Utbildningsstyrelsen 2012, 104). Studerande i finländska yrkesskolor bör också studera det andra inhemska språket samt ett främmande språk i minst ett år. Så gott som alla yrkeshögskolor har obligatorisk undervisning i engelska, där studerande lär sig vokabulären som används i det område som studeras. (Huhta 1996, 31-32)

2.4 Kunskap i engelska

Enligt undersökningen gjord av Jyväskyläs universitet är 97 % av den åsikten att unga finländare bör kunna engelska och 80 % tycker att personer i arbetslivet bör ha den kunskapen. Endast 23 % av de tillfrågade menade att den äldre befolkningen borde behärska det engelska språket. Från undersökningen framgår det att 40 % av de tillfrågade använder engelska på jobbet och 64 % använder språket när de reser. Andelen tillfrågade som använder engelska när de umgås med vänner var 23 % och hela 14 % svarade att engelska används i hemmet. Majoriteten av de som använder engelska var mellan 15 och 44 år gamla. Enligt undersökningsresultatet används engelskan betydligt oftare i Finlands större orter än i de mindre. Ju högre

den tillfrågades utbildning var, desto oftare använde denne engelska. (Nikula m.fl. 2009)

Samma studie undersökte hur bra finländarna enligt sig själva kunde tala och skriva engelska samt förstå engelskt tal och skrift. Svartalternativen var; med lätthet, relativt bra, måttligt, relativt dåligt, endast ett fåtal ord och inte alls. Ungefär 60 % svarade att de kunde tala och skriva engelska måttligt eller bättre. Av de tillfrågade svarade 10 % att de kunde tala och skriva engelska med lätthet. Andelen tillfrågade som kunde förstå engelskt tal och skrift med lätthet var cirka 16 %, och de som svarat måttligt eller bättre var i båda fallen över 65 %. De yngre grupperna av tillfrågade påstod sig kunna engelska måttligt eller bättre mycket oftare än den äldsta gruppen, som ofta svarade sig kunna endast ett fåtal ord eller inte alls. Ett samband mellan utbildningsnivå och kunskap hittades också, det vill säga ju högre utbildning den tillfrågade hade, desto bättre uppskattades kunskapen i engelska. Hela 82 % av de tillfrågade angav att de önskar lära sig engelska bättre, fastän 44 % svarat sig kunna engelska tillräckligt bra. (Nikula m.fl. 2009, 80-85) En Eurobarometer undersökning gjordes år 2005 för att ta reda på hur många procent av befolkningen i Europas länder hävdar sig kunna engelska. Finland kom på sjunde plats, cirka 60 % av de finländska tillfrågade konstaterade att de kan engelska. (Graddol 2006, 93)

2.5 Språklig ängslan

Syftet med språkundervisning i skolor är att få eleverna att våga och vilja använda det engelska språket i olika situationer. Det behövs självförtroende för att våga till exempel ställa frågor, be om hjälp eller ta kontakt med någon på ett främmande språk. En del av människor lider av så kallad språklig ängslan, som kan sitta i mycket länge när den en gång har fått fäste. Det är känt att yngre barn är mindre rädda och blyga och inte bryr sig så mycket om vad andra tycker om dem. För dessa barn är det lättare att försöka sig på engelskan trots misstag, medan redan barn i 10-års ålder börjar lyssna kritiskt på sig själva. En följd av detta självkritiska tänkande är att eleverna säger det de vet att de kan säga felfritt, istället för att

säga det de egentligen vill säga, vilket till sist leder till frustration och en känsla av otillfredsställelse. (Lundberg 2011, 55-56)

Problemen med att prata engelska börjar oftast i tidig ålder, när barn inte vill att klasskompisar ska höra dem säga fel. Vissa är hellre tysta helt och hållet än riskerar att de säger fel, vilket dessutom kan resultera i att klasskompisarna skrattar åt misstagen. Efter att elever censurerar sig hela tiden är engelska inte alls ett roligt ämne mera och de undviker totalt att använda språket i skolan, på resor och i vardagen. Barn blir generade och osäkra ifall de inte kan formulera sig på engelska på ett korrekt sätt. (Enever 2011)

Enligt Lundberg (2011) sitter problemet i hur språkundervisningen sker. Översättning och rättstavning har en alltför stor roll redan från ung ålder, vilket inte uppmuntrar eleverna till att fritt använda engelskan, utan tvärtom istället finna fel i sitt tal och sina texter. Lundberg menar att ”språkundervisningen måste i högre grad än vad som görs idag försöka motivera eleverna till att kommunicera ett innehåll i stället för att fokusera på språklig korrekthet”.

En del elever i ung ålder går igenom en så kallad tyst period, där eleven inte pratar aktivt i klassen, utan istället absorberar språket och för privata samtal inom sig för att på så sätt öva språket utan att kunna bli kritiserad för eventuella misstag. Dessa barn uttrycker sig på engelska gärna genom ramsor eller gemensamt prat i kör, vilket minskar stressen för att misslyckas, eftersom en enskild individ inte kan pekars ut. Det finns också barn som är blyga i alla sammanhang, inte enbart på engelska lektioner. Dessa barn uppger ofta att deras favoritämne är engelska, trots att de sällan pratar på lektionerna. Kunskapen i engelska kan vara bra i alla fall, och dessa barn läser ofta engelska på internet eller följer tv-serier som går på engelska. (Enever 2011)

Allt detta kan härstamma från den språkundervisning som de nuvarande lärarna själva fick när de var unga. Dåtida lärare var inte skygga med att inför klassen rätta en elev som sagt något fel, vilket kunde leda till att klasskompisarna retades.

En del lärare tycker att det är svårt att låta bli att rätta en elev som säger något fel, eftersom det är inbyggt i lärarrollen. Ingen talar perfekt engelska från första början, och lärare borde rätta eleverna på ett annat sätt, till exempel genom att upprepa de felsagda orden flera gånger i olika meningar med rätt uttal. (Lundberg 2011, 59)

3 HOTELLENS RECEPTION

I detta kapitel framgår vilka förberedelser receptionisterna gör före kunderna anländer, hur ett hotellrum bokas, hur check-in och check-out processerna går till och en översikt över de fem populäraste hotellen i Vasa.

3.1 Förberedelser

För det mesta arbetar receptionisterna i tre skift. Morgonskiftet kan vara 7-15, kvällsskiftet 15-23 och nattsiftet 23-7. (Koppinen, Kumpulainen, Lehto, Manninen, Mustonen, Niskanen, Pettilä, Salmi & Viitala 2002, 255) Förberedelserna för check-in börjar redan under nattsiftet då bokade rum blockas av, det vill säga receptionisten väljer rum för bokningarna. Morgonskiftet håller ett öga på rumstillgängligheten vid sidan om andra uppgifter och gör eventuella ändringar. Ändringar som måste fyllas in i systemet är till exempel om kunden vill förlänga eller förkorta sin vistelse, byta rum eller om personantalet i rummet förändras. Receptionen har även konstant interaktion med städningpersonalen och vartefter rum blir rena kan receptionisten blocka av dem. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 14)

Före hotellgästerna anländer till hotellet ser receptionisten till att möjliga specialönskemål är uppfyllda. Några exempel för specialönskemål är extrabädd, spjäl-säng, allergi- eller invalidrum och preferenser angående rummets läge. Därtill kan stamkunder, VIP-kunder, konferensdeltagande och grupper ha egna önskemål angående vistelsen. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 14) Vissa kunder kan önska att någonting förs till rummet före de anländer till hotellet, till exempel rosor, skumvin eller en fruktkorg. Kulturella och religiösa skillnader bör också noteras, till exempel japaner vill gärna ha rum med badkar och vissa religioner förbjuder en del råvaror, och då kan det löna sig att se till att hotellets restaurang har matalternativ till dessa kunder. (Koppinen m.fl. 2002, 257)

Specialönskemålen finns noterade på listan över anländande kunder. Programmet där listan över anländande kunder finns är ett av receptionisternas viktigaste verk-

tyg. Information som kan läsas från listan utöver specialönskemål är till exempel hur många rum är bokade, vilka rum är förhandsbokade, hur många kunder förväntas anlända, hur länge kunderna kommer att övernatta i hotellet samt prisuppgifter. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 18)

Rusningstiden för check-in är vid klockan 16.30–18, när majoriteten av kunderna anländer till hotellet. Det är inte ändå inte ovanligt att kunder reser med det sista tåget eller flyget och anländer till hotellet under nattsiftet. Förutom check-in sköter kvällssiftet om bland annat telefontrafiken, nya bokningar, valutaväxling och andra kundbetjäningssuppgifter. (Koppinen m.fl. 2002, 255)

3.2 Rumsbokning

Det finns många olika sätt att boka ett hotellrum, varav de vanligaste för fritidsresenärer är att ringa direkt till hotellet och boka rum per telefon, boka genom hotellets hemsidor eller skicka e-post. Affärsresenärer bokar sällan själv sina hotellrum, den uppgiften tar sekreteraren eller resebyrån hand om. Ett hotell kan ha en viss andel rum reserverade dagligen för ett företags arbetstagare, vilket underlättar rumsbokningen avsevärt. Ifall rummet inte har blivit bekräftat till exempel tre dagar tidigare, kan hotellet sälja det vidare åt andra kunder. Detta så kallade kvotsystem finns till så att företag kan vara säkra på att hotellet har lediga rum oberoende av hotellets rumstillgänglighet. (Koppinen m.fl. 2002, 248)

För att ett rum ska kunna bokas behöver kunden ge tillräckligt med information om sig själv och sin vistelse i hotellet. Nödvändig bokningsinformation är:

- företagets eller resebyråns namn,
- kundens namn,
- eventuellt lojalitetskort,
- anlädnings- och avfärdsdatum,
- hur många och hurudana rum ska bokas,
- vilken tid kunden planerar anlända till hotellet,

- reserverarens namn och telefonnummer samt
- betalningssätt.

Hotellet önskar veta företagets eller resebyråns samt kundens namn för att kunna samla statistik över hur ofta och till vilket pris det företaget eller den kunden använder hotellet. Denna statistik används för att räkna ut ett lämpligt standardpris för företaget, det vill säga ett företag som använder sig av hotellet ofta kan få rum till ett lägre pris än andra kunder. (Koppinen m.fl. 2002, 249)

Anlädnings- och avfärdsdatumet behövs så att hotellet kan reservera rätt typ av rum åt kunden. Ifall det inte är säkert hur många nätter kunden kommer att spendera i hotellet kan den som bokar hotellet tillsammans med receptionisten komma överens om ett preliminärt avfärdsdatum, som kan ändras när det egentliga avfärdsdatumet fastställts. Den tid kunden planerat att checka in på hotellet är viktig information, eftersom hotellen har en praxis att avboka och sälja vidare ett hotellrum ifall kunden inte anlänt före klockan 18. Om kunden anländer till hotellet senare än klockan 18 ska denne informera hotellet om det eller låta hotellet garantera rummet, det vill säga ta betalt från kundens kreditkort eller av resebyrån i förhand. (Koppinen m.fl. 2002, 249-250)

3.3 Check-in

Då kunden bokat hotellrummet har en positiv bild av hotellet skapats och receptionisten måste göra sitt bästa för att förstärka och uppehålla denna positiva bild. När kunden anländer till hotellet bör receptionisten genast rikta sin uppmärksamhet mot denne och betjäna kunden med en vänlig attityd. Det är viktigt att hälsa kunden välkommen till hotellet och ifall kunden har hamnat att vänta på sin tur, ska receptionisten beklaga att så har skett. Det är artigt att nia till kunden och beroende på kultur, använda ”herr” eller ”fru” tillsammans med kundens efternamn vid tilltal. Ett exempel på en engelsk fras som kan användas är ”How can I help you, Mr Simpson?” (Koppinen m.fl. 2002, 257-258) Efter att kunden hälsats välkommen ges resandeanmälan, där kunden fyller i åtminstone de rätta personupp-

gifterna. Medan kunden fyller i anmälan söker receptionisten fram kundens bokning. Receptionisten fyller i rumsnumret och anlädnings- och avfärdsdatumet på resandeanmälan. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 15)

När resandeanmälan är ifylld bekräftar receptionisten vistelsens längd samt betalningssätt. Ifall kunden bett om faktura till sitt företag ska även adressen bekräftas. Varje kund som övernattar i hotellet ska få en egen rumsnyckel, även om flera personer vistas i samma rum. (Koppinen m.fl. 2002, 258) Nyckelkortet är programmerat att fungera endast i kundens rum. På nyckelkortets ficka ska stå kundens rumsnummer, anlädnings- och avfärdsdatum och eventuellt kundens namn. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 19-20)

Efter att receptionisten har överlämnat nyckelkortet till kunden ges information om hotellet. Först av allt berättar receptionisten var rummet ligger och hur kunden hittar fram samt vilken tid frukosten är och var den serveras. Sedan kan receptionisten informera om till exempel den eventuellt pågående temakvällen eller –veckan, var kunden kan spendera kvällen eller äta och vilka fritidsaktiviteter hotellet eller näromgivningen erbjuder. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 38) Hotellets försäljning har en större chans att öka ifall receptionisten marknadsför hotellets tjänster vid check-in (Koppinen m.fl. 2002, 258).

Ett skåp för förvaring av kundernas värdeföremål finns i närheten av kassan och ibland i vissa hotellrum. Föremål som lämnats i förvaring i dessa skåp är på hotellets ansvar, eftersom i rummet kan endast kunden komma åt dem, och endast personalen kan öppna skåpet nära receptionen. Om en utomstående person på något sätt kommit åt ettdera kassaskåpet är hotellet ersättningskyldig för den stulna egendomen. Däremot är värdeföremål som lämnas i rummet istället för ett låst kassaskåp på kundens eget ansvar. (Rautiainen & Siiskonen 2005, 37)

Check-in				
1. Förberedelser				
Kontroll av rumstillgänglighet				Specialönskemål
2. Kunden anländer till hotellet				
Hälsa välkommen		Ifyllning av resandeanmälan		Bokningsbekräftelse
3. Fastställning av kundens rum				
Rumstyp, läge och nummer		Nyckelkort		Förvaring av värdeföremål
4. Information om hotellet				
Hänvisning till rummet		Frukost		Övrig information
5. Check-in i systemet				

Figur 1. Check-in.

3.4 Check-out

Hotellens morgonskift tar hand om kunderna som lämnar hotellet. Vanligtvis ska hotellrummen lämnas senast klockan 12, men på veckodagar planerar de flesta kunder avfärd redan klockan 7-9. På helger vill kunderna gärna sova längre, vilket leder till att det kan vara rusning vid receptionen runt klockan 12. (Koppinen m.fl. 2002, 255)

Om kunden inte betalat för vistelsen vid check-in eller vid en annan tidpunkt, betalar han eller hon vid check-out. Godkända betalningsmedel vid hotell är kontant, bankkort, kreditkort, fakturering eller voucher. Kunden betalar med en voucher när resan och vistelsen är betald via till exempel en resebyrå eller researrangör. Ifall kostnaderna för kundens vistelse ska faktureras, skriver kunden under fakturan med sin signatur. Endast företagskunder har möjlighet till fakturering, inte en-

skilda personer. En walk-in kund, det vill säga en kund som anländer till hotellet utan bokning, betalar direkt vid anländning. Ifall walk-in kunden är hotellets stamkund gäller samma procedur som övriga kunder med bokning. (Rautiainen & Siiskonen, 2005 41-42)

Check-out			
1. Redogörelse av fakturan			
Huvudräkning		Tilläggsräkning	
- Rum och frukost		- Övrig försäljning	
2. Fakturans fördelning			
Allt på samma faktura		Betalning per rum eller person	Delfaktura
3. Avslutning av fakturan			
Kontant eller bankkort	Kreditkort	Fakturering	Voucher
4. Faktura korrigerering			
Eventuella korrigeringar		Godkännande av faktura	

Figur 2. Check-out.

3.5 Hotell i Vasa

Vasa har fem större hotell som används av affärsresenärer. I detta kapitel introduceras grundfakta om dessa hotell i den ordning Tripadvisor har rankat från bäst till sämst. Därtill beskrivs feedback som affärsresenärerna har gett åt hotellen genom Tripadvisor. Tripadvisor är världens största resewebsida, som hjälper resenärer boka och planera resor. Resenärer kan fylla i en recension och ge poäng åt till exempel hotell de besökt. Denna feedback kan då hjälpa andra resenärer välja hotell för sin resa, baserat på kommentarer av tidigare gäster. (www.tripadvisor.com) Kommentarer från Tripadvisor i detta kapitel är alla skrivna av affärsresenärer, kommentarer av fritidsresenärer är inte relevanta i detta fall.

3.5.1 Hotel Kantarellis

Hotel Kantarellis ligger centralt beläget på Rostensgatan 6. Hotellet har 68 bastuförsedda juniorsviter, varav 57 rum även har bubbelpool. En del rum har dessutom egen fransk balkong. Alla rum är försedda med en stor 42 tums tv, trådlöst internet, minibar, morgonrock och tofflor samt vattenkokare med tillbehör. Hotellet har en egen restaurang i samma fastighet. Eventuell parkering rekommenderas i tågstationens nya parkeringshus. (www.kantarellis.fi)

Hotel Kantarellis fick 24 recensioner mellan juni 2010 och januari 2015. Affärsresenärerna gav positiva kommentarer om bastun och bubbelpoolen i rummet, tv:n som kan roteras 360 grader och det faktum att rummen är delade i sovrum och vardagsrum. Servicen och frukosten var omtyckt av flera. En del ansåg att rummen var för mörkt inredda och att städningen inte fungerade så bra. Hotel Kantarellis är rankat som Vasas bästa hotell på Tripadvisor. (www.tripadvisor.com)

3.5.2 Radisson Blu Royal Hotel Vaasa

Radisson hotellet i Vasa ägs av Rezidor Hotel Group-konsernet och är en av Radissonkedjans 230 europeiska hotell. Hotellet är beläget på Hovrättsplanaden 18 och är delat i en äldre sida och en nyare sida. Hotellet har 285 rum, varav 20 är superiorrum, 2 är sviter och 5 är Business Class rum. Business Class rummen är anpassade för affärsresenärer och är rymliga, har egen bastu och skilt vardagsrum. Frukosten kan beställas på rummet avgiftsfritt av gäster i Business Class. Intill hotellet ligger tre restauranger; franska Fransmanni, mexikanska Wazaka och restaurang Central där den välkända frukosten serveras. Dessutom är den populära irländska puben O'Malley's belägen intill hotellet. I rumspriset ingår bastu och inomhuspool på elfte våningen, samt ett business center som är till förfogande för affärsresenärer. Hotellet har 18 mötesrum, varav 5 är auditorium, det största rymmer upp till 300 personer. På hotellet kan cocktail-evenemang anordnas för upp till 800 personer och restaurang Central kan hyras för privattillställningar. (www.radissonblu.fi)

Radisson Blu Royal Hotel Vaasa fick 99 recensioner mellan februari 2011 och februari 2015. En stor del av den positiva feedbacken kom för hotellets suveräna frukost, men även det centrala läget, inomhuspoolen, de bekväma sängarna och den trevliga personalen fick flera positiva kommentarer. De negativa kommentarerna angick de stora skillnaderna på rumskvaliteten mellan den nyare och äldre sidan av hotellet. (www.tripadvisor.com)

3.5.3 Hotel Astor

Hotel Astor ligger på Stationsgatan 4, mittemot tågstationen. Hotellet har 42 rum, varav en del har egen bastu och bubbelpool. Alla rum är försedda med tv, minibar, vattenkokare, byxpress och trådlöst internet. Intill receptionen är en bar och hotellet har även ett eget bibliotek till för kunderna. Hotellet har en egen minibuss som kan transportera kunder till arbetsplatsen eller flygfältet. Hotel Astor har tre egna parkeringsplatser och nattparkering i ett låst parkeringshus. (www.astorvaasa.fi)

Hotel Astor fick 14 recensioner mellan juni 2010 och januari 2015. Enligt affärsresenärerna var det trevligt med bastu i en del av rummen och att själva hotellet har karaktär och är traditionellt, det vill säga inte ett kedjehotell. Kritik gavs för att standarden varierar mycket beroende på vilket rum resenären tilldelas. (www.tripadvisor.com)

3.5.4 Original Sokos Hotel Vaakuna

Hotellet finns i Rewell Centers fastighet mitt i Vasa centrum. Original Sokos Hotel Vaakuna är ett av Sokos Hotels-kedjans hotell. Två restauranger, mexikanska Amarillo och tapasrestaurangen Pincho är direkt intill hotellet och nära receptionen finns en lobby bar. Hotellet har nyligen renoverats, till exempel rummen har uppdaterats och hotellet har fått ett gym. Sammanlagt har hotellet 5 mötesrum, varav det största har rum för 120 personer. Både mötesrummen och restaurang Amarillo kan bokas för privata evenemang. Parkering rekommenderas i torgparkeringen. Ingen information om antalet rum eller vad som ingår i rumspriset finns på hotellets websida. (www.sokshotels.fi)

Original Sokos Hotel Vaakuna fick 21 recensioner mellan juli 2010 och december 2014. Hotellets rena och moderna rum fick de flesta positiva kommentarerna, medan rummens storlek fick del av de negativa kommentarerna. Hotellet fick väldigt varierande recensioner, något som en del ansåg var mycket bra tyckte andra att var mycket dålig. (www.tripadvisor.com)

3.5.5 Rantasipi Tropiclandia Spa Hotel

Hotellet finns på Kärleksstigen 3 i Vasklot, cirka 1,5 kilometer från Vasa centrum. Sedan 1992 ägs hotellet av Restel Oy och är ett av Rantasipis kedjehotell. Intill hotellet finns en stor avgiftsfri uteparkering. Hotellet har 184 rum, varav 12 är superiorrum och 8 är sviter. Alla rum har tv och trådlöst internet, en del rum har minibar. Rummen kan ha utsikt över havet eller gården. I hotellets fastighet ligger restaurang Waskia där kunderna kan äta frukost och middag istället för att behöva åka till centrum och bredvid receptionen finns en lobby bar som är öppen till midnatt. Hotellet har över 10 mötesrum som lämpar sig för grupper på 15-200 personer. Tidigare ingick fri användning av Tropiclandia-badet i rumspriset, men från och med 1.1.2015 kan de som önskar bada köpa en spakupong i receptionen. (www.rantasipi.fi)

Rantasipi Tropiclandia Spa Hotel fick 10 recensioner mellan maj 2010 och december 2014. Hotellet fick positiva kommentarer för den stora avgiftsfria parkeringen, de rymliga superiorrummen och det lugna läget bredvid havet. De negativa kommentarerna gällde det faktum att hotellet är väldigt omodernt och har ett stort behov av att uppdateras. (www.tripadvisor.com)

4 AFFÄRSRESANDE

I detta kapitel definieras begreppen affärsresande och affärsturism och ges en sammanfattning om affärsturismens historia och dess viktigaste händelser. Till sist redovisas för vilka villkor gäller för affärsresor ur företagets och affärsresenärens synvinkel.

4.1 Definitioner

Enligt Swarbrooke och Horner (2001) är det frågan om affärsresande och affärsturism ifall en person reser på grund av en eller flera av följande orsaker:

- Daglig pendling till jobbet utanför hemområdet
- Lokala, regionala och nationella möten och konferenser med föreningar och företag
- Större internationella kongresser och konventioner
- Utbildningskurser
- Utställningar och mässor
- Produktlanseringar
- Incentivresor
- Kortsiktig migration för arbetet
- Student- och lärarutbyte
- Transportering av varor till marknader
- Leverering av varor till kunder
- Militärtjänst utanför den vanliga basen
- Vålgörenhetsorganisationer som arbetar utanför den vanliga basen
- Statligt anställda som reser för att tjäna staten, t.ex. diplomater
- Individuella allmänna affärsresor

Ett möte, en konferens eller en konvention är ett evenemang där en grupp bestående av fem upp till flera hundra personer samlats för att diskutera ett ämne av gemensamt intresse. Evenemanget kan vara från några timmar till en hel vecka.

För att evenemanget ska klassificeras som affärsresande, bör det hållas utanför organisationens egna lokaler. (Swarbrooke & Horner 2001)

Utställningar och mässor är en del av affärsturismen eftersom evenemangen oftast kräver logi, catering och resetjänster samt sporrar både utställare och besökare till att resa. Utbildningskurser som anordnas utanför hemområdet räknas som affärsresande. Deltagarna samlas för att lära sig ny information eller för att utveckla sina kunskaper. Utbildningskurserna kan vara öppna tillställningar som vem som helst kan delta i, eller vara en sluten tillställning som endast företagets anställda tar del av. (Swarbrooke & Horner 2001)

Produktlanseringar är korta och ofta dyra evenemang där företaget försöker skaffa publicitet för sina nya tjänster eller produkter. Till lanseringstillfällen bjuds för det mesta media, återförsäljare och konsumenter. Incentivresor är en relativt ny form av resande, där arbetsgivaren påkostar en resa för en arbetstagare som belöning för eller motivering till högre prestation inom arbetet. (Swarbrooke & Horner 2001)

Mårtensson, Nilsson & Tengling (2004) ger några mer konkreta exempel på affärsresenärer:

- En servicetekniker som reser runt i landet för att sköta reparationer och underhåll.
- En lastbilschaufför som fraktar blommor från ett land till ett annat.
- Sjuksköterskor som spenderar en vecka på konferenshotell för att vidareutbilda sig.
- En företagsledare som besöker ett dotterbolag utomlands eller på en annan ort i landet.
- En lärare som besöker en biblioteksmässa för att bekanta sig med nya läromedel och delta i föreläsningar.

4.2 Historia

Människor har rest i arbetssyfte i många årtusenden. Affärsresande har ökat stadigt sedan 1000-talet, med två större nedgångar i Europa när svarta döden härjade och perioden runt de båda världskrigen. Efter andra världskriget till idag har affärsresandet ökat mer än någonsin, tack vare till exempel flygindustrins utveckling och ökad produktion av tjänster och varor. (Swarbrooke & Horner 2001, 13-14)

Affärsresande har inte dokumenterats väl under tidens gång, men några händelser från medeltiden är kända. På medeltiden ordnades stora mässor runtom i Europa, varav den största ordnades i södra Frankrike, som lockade tiotals tusen besökare. Dessa mässor pågick flera veckor och gjorde att orterna var tvungna att förse resenärerna med logi, mat och underhållning. Den andra stora milstolpen för affärsresande under medeltiden var Sidenvägen, som står för de många handelsvägarna mellan Europa och Asien. Handelsvägarna skapade ett behov av övernattningsställen och restauranger längs med rutterna för affärsresenärerna. Sidenvägen bidrog till att både varor och idéer växlades mellan kulturer, och på så sätt spred sig till exempel medicin från Asien till Mellanöstern och Europa. Genom tiderna har även präster och soldater rest till främmande länder i sina specifika arbetssyften. (Swarbrooke & Horner 2001, 15-16)

Mellan 1750 och 1900 ökade affärsresandet rejält i Europa på grund av tre viktiga orsaker. Den industriella revolutionen som började i Storbritannien och spred sig runtom Europa gjorde att massvis med nya varor måste säljas, transporteras och marknadsföras. Många europeiska länder byggde kolonier i Afrika, Asien och Mellanöstern, vilket gjorde att affärsresor gjordes mellan hemlandet och den nya orten. Den tredje orsaken är att vägarna i stora delar av Europa förbättrades och järnvägarna kom till, vilket resulterade i att resande och transport underlättades rejält. (Mårtensson m.fl. 2004, 14)

Den största tillväxten inom turism och affärsresande började på 1950-talet och ökar fortfarande. Orsakerna till den stora tillväxten kan delas in i två delar, efterfrågan och utbud. Exempel på varför efterfrågan har ökat så starkt är:

- Ekonomin i alla industrialiserade länder ökade, och även i en del av dåtida utvecklingsländerna i Asien, Sydamerika och Mellanöstern
- Hinder för fri marknad minskade och frihandelsorganisationer uppstod, till exempel den Europeiska Unionen
- Globalisering och multinationella företag
- Ökad språkkunskap
- Fred i de flesta länder gjorde människor mer villiga att resa
- Nya industrier, såsom informationsteknik krävde företag att resa för att sälja sina produkter
- Den dramatiska populationsökningen över hela världen

Orsaker till att utbudet av affärsturism ökat är till exempel:

- Större och snabbare flygplan utvecklades på 1960-talet
- Höghastighetståg introducerades på 1980- och 1990-talet
- Allt fler människor hade egen privat bil vilket ökade mobiliteten
- Nya tjänster, såsom affärsklass produkter på flygplan infördes
- Destinationer marknadsförde sig själva för att attrahera besökare
- Hälsa och hygien förbättrades i många länder och orter

Utbudet och efterfrågan på affärsresor växte under samma tid och fortsätter ännu idag att utvecklas vidare. (Swarbrooke & Horner 2001, 17-19)

4.3 Villkor för affärsresan

Arbetet är det viktigaste för en affärsresenär. Hela affärsresan betalas av arbetsgivaren eller det egna företaget som är beredd på att betala extra för att arbetstagarerna ska kunna arbeta på bästa sätt. Detta betyder att det är viktigare att hitta den

snabbaste och säkraste förbindelsen, inte den billigaste. Det är också viktigare att hotellet är centralt beläget och har bra standard än att priset på övernattningen är låg. (Mårtensson m.fl. 2004, 10-12)

För att en affärsresa ska vara så effektiv som möjligt måste tid, resepolicy, arbetsuppgifter under resan, bekvämlighet, service och flexibilitet beaktas när rätt transportmedel, boende och tjänster bokas. När en affärsresa planeras måste både tidsåtgång och verkliga kostnader beräknas. Väntetiden mellan flyg ska gärna vara så kort som möjligt, men ifall arbetstagaren hamnar vänta, kan det vara viktigt att en affärsounge finns tillgänglig för att möjliggöra arbete under väntetiden. Ofta lämnar resenären sina övriga arbetsuppgifter kvar vid kontoret och därför vill arbetsgivaren få hem arbetstagaren snabbt efter resan. (Mårtensson m.fl. 2004, 60-67)

De flesta större företag har en resepolicy som ger riktlinjer för hur affärsresor ska genomföras, vilka mål och regler gäller samt vilket är arbetsgivarens syfte för resorna. Alla företag har sina egna regler för resepolicy, men de flesta anger till exempel vilka avtalshotell ska bokas eller vilken typ av flygbiljett ska användas. Resepolicyn finns till för att affärsresans planering, utförande och uppföljning ska gå smidigt och snabbt. Efter resan lämnar arbetstagaren in en reseräkning som redovisar för alla utgifter samt kvitton och andra verifikationer. Till resekostnader hör förutom transport och boende också till exempel reseförsäkring, representation och valuta. (Mårtensson m.fl. 2004, 60-67)

Arbetsmängden på en affärsresa är större än på en vanlig arbetsdag. Affärsresenären arbetar under största tiden av resan, genom att delta i möten eller konferenser, förbereda inför nästa dag, representera under kvällen, skriva rapporter och så vidare. Då är det viktigt att resenären har möjlighet att vila ut på ett bra hotell för att orka med sina långa arbetsdagar under resan. Fastän resans betalare inte strävar efter att utnyttja de billigaste priserna, borde tjänsteresan vara så kostnadseffektiv som möjligt. Under samma resa kan arbetstagaren försöka träffa flera kunder, besöka mässor eller organisationens kontor på orten. På så sätt får både arbetsgiva-

ren och arbetstagaren ut det mesta ur en affärsresa. (Mårtensson m.fl. 2004, 60-67)

Det är motiverat att betala det högre priset för affärsklass på flygplanet, speciellt om flygresan är lång. För arbetstagaren är det lättare att vila upp sig och arbeta på flyget i affärsklass. Ofta kan en flygbiljett i affärsklass ombokas eller avbokas utan extra kostnad, vilket inte är möjligt i ekonomiklass. Detta ger företaget mer flexibilitet ifall till exempel ett affärsmöte avbokas. En annan nackdel med ekonomibiljett är att arbetstagaren kan hamna övernatta borta hemifrån över veckoslutet, medan med affärsbiljett är det oftast möjligt att komma hem till fredag kväll. (Mårtensson m.fl. 2004, 60-67)

5 DEN TEORETISKA REFERENSRAMEN

Lärdomsprovets teori är delad i tre huvudämnen, vilka alla är relevanta för undersökningen. Det första kapitlet handlar om det engelska språket som världsspråk, i Finland och i finländska skolor. Därtill redogör kapitlet vad språklig ångslan är och hurdana åsikter finländarna har på det engelska språket samt hur de upplever sin egen kunskap i engelska. Kapitlet är relevant för undersökningen, eftersom det ger grund till enkäten och frågeformuleringen, samt hjälper till med att analysera undersökningens resultat.

Det andra kapitlet handlar om hotellens reception och går igenom de viktigaste elementen som har att göra med kundinteraktion. Därtill presenterar kapitlet i korthet de största hotellen i Vasa samt tidigare gästers upplevelser av dem. Kapitlet hjälper med att välja undersökningsmetod, vid vilken tidpunkt intervjuer bör göras samt ger skribenten viktig information som kan användas till undersökningen.

Det sista kapitlet beskriver affärsresenärer och affärsresande förr och nu samt vilka villkor gäller för affärsresande. Kapitlet är viktigt eftersom det gör det lättare för skribenten att förstå undersökningens målgrupp, vilket i sin tur hjälper med att välja den lämpligaste undersökningsmetoden och förstå hurdana frågor är relevanta.

6 UNDERSÖKNINGSMETODER

Undersökningsmetoderna delas ofta in i två olika metoder, kvalitativa och kvantitativa. Ett sätt att enkelt skilja på kvalitativa och kvantitativa undersökningsmetoder är att materialet från en kvalitativ undersökning beskrivs med ord medan resultatet från en kvantitativ undersökning beskrivs med siffror. Den kvantitativa undersökningsmetoden passar bra för att dra slutsatser och generalisera från ett urval av populationen, medan en kvalitativ undersökning lämpar sig bäst för att ta reda på åsikter och få en djupare förståelse av något ämne. Det är också möjligt att kombinera båda metoderna i en undersökning, genom att till exempel först göra en kvantitativ undersökning och studera intressanta svar närmare genom en kvalitativ undersökning. (Eliasson 2013, 21)

6.1 Kvalitativa metoder

Observationer och intervjuer är de två vanligaste metoderna som används i en kvalitativ undersökning. (Teorell & Svensson 2007)

6.1.1 Observationer

I en observation gör en eller flera observatörer iakttagelser under specifika omständigheter och noterar dem. Observatörer kan grovt delas in i fyra roller, beroende på i vilken grad de deltar i observationen. Eliasson (2013) kallar dessa roller “den renodlade deltagaren”, “den observerande deltagaren”, “den deltagande observatören” och “den renodlade observatören”. En renodlad deltagare är fullt engagerad i miljön som ska observeras och gör inga avsiktliga observationer. Även den observerande deltagaren deltar aktivt i miljön som observeras, men dokumenterar observationer som kan senare användas i undersökningssyfte. (Eliasson 2013, 22-24)

En deltagande observatör befinner sig i den miljö där observationen utförs, men har en delvis passiv roll och använder sin tid mest till att göra iakttagelser. Observatörens uppgift är att dokumentera iakttagelserna, men kan delta genom att

fråga sig fram till mer information om någon intressant observation. De flesta observatörer är deltagande observatörer. Den sista rollen, den renodlade observatören, varken deltar i eller påverkar miljön på något sätt. Observationen kan göras genom att observatören inte själv kan iakttas, eller genom att analysera mänsklig aktivitet i form av insändare, dagböcker eller andra skrifter. (Eliasson 2013, 22-24)

6.1.2 Intervjuer

En kvalitativ intervjuundersökning går ut på att en eller flera intervjuade diskuterar om ämnen eller frågor som intervjuaren bestämt på förhand. Intervjuerna dokumenteras oftast genom inspelning eller anteckningar. En intervju får inte spelas in utan den intervjuades samtycke. Det är lättare för intervjuaren att arbeta med materialet om intervjun spelats in, vilket gör det möjligt att citera och spola tillbaka ifall något som den intervjuade sagt var oklart. Anteckningar lämpar sig bättre för korta eller väldigt strukturerade intervjuer, men gör det nästan omöjligt att dokumentera citat. När intervjun är slutförd och renskriven är det önskvärt att den intervjuade får läsa igenom och eventuellt korrigera texten och citaten före själva intervjun publiceras eller analyseras. Det är viktigt för intervjuaren att vara objektiv under intervjun och undvika att påverka svaren på något sätt, därför måste frågorna och eventuella följdfrågor formuleras med eftertanke. (Eliasson 2013, 24-27)

Målet för en kvalitativ intervju är att få den intervjuade att svara så tillförlitligt och utförligt som möjligt på frågorna. För att detta ska ske, måste den intervjuade vara motiverad, känna att intervjuaren är pålitlig och få svara på frågorna självständigt. Intervjuaren bör visa uppskattning för att den intervjuade tar sig tid att delta i intervjun och också klargöra varför och i vilket syfte intervjun görs. (Teorell & Svensson 2007, 90)

Kvalitativa intervjuer görs ofta hos den intervjuade eller i en kontrollerad och lugn miljö, vilket gör det lättare för den intervjuade att koncentrera sig. Ifall den

intervjuade har fått frågorna i förväg kan komplicerade frågor ställas och diskuteras. Det är ofta svårt att ställa känsliga frågor i en kvalitativ intervju och därför borde frågorna handla om ämnen som den intervjuade gärna svarar på. Intervjuaren kan också observera den intervjuades kroppsspråk och se ifall det ändras när olika ämnen berörs. Resurserna i kvalitativa intervjuundersökningar är stora eftersom själva intervjuerna ofta tar länge och intervjuaren måste förflytta sig mellan olika platser beroende på var intervjuerna utförs. (Wiedersheim-Paul & Eriksson 1991, 85-86)

Eliasson (2013) delar in intervjuer i tre typer; ”ostrukturerad intervju”, ”halvstrukturerad intervju” och ”strukturerad intervju”. Ostrukturerade intervjuer har bara några få frågor och själva intervjun påminner mer om ett samtal mellan deltagarna än en intervju. Dessa intervjuer kallas också för djupintervjuer, eftersom intervjuens struktur inte hindrar följdfrågor för att få veta mera om en intressant åsikt. En ostrukturerad intervju ger möjlighet till en stor mängd personliga åsikter och tankar som den intervjuade har. En halvstrukturerad intervju har fler frågor än en ostrukturerad intervju och kan handla om flera ämnesområden. Med en halvstrukturerad intervju är det svårare att få uttömmande svar på alla frågor, men ändå möjligt att gå på djupet i en del av frågorna med hjälp av följdfrågor. En strukturerad intervju har många frågor och ger sällan intervjuaren möjlighet att ställa följdfrågor till ett intressant eller oväntat svar. Denna metod är bra för att jämföra åsikter mellan många intervjuade och ger möjlighet till en stor mängd data. Många kvantitativa datainsamlingar använder sig av en strukturerad intervju. (Eliasson 2013, 24-27)

6.2 Kvantitativa metoder

De två vanligaste metoderna som används i en kvantitativ undersökning är intervjuer och enkäter som båda består av ett frågeformulär (Teorell & Svensson 2007). Enkäter kan skrivas ut och skickas via post till valda hushåll eller göras på en internetsida där de tillfrågade kan fylla i sina svar. En kvantitativ intervju kan göras per telefon eller genom att ställa formulärets frågor till den intervjuade och

anteckna svaren på blanketten. Även om frågorna på en enkätundersökning och intervjuundersökning kan vara identiska, skiljs metoderna åt genom till exempel antalet svar och resurser. I en kvantitativ undersökning önskas ett stort antal svar för att resultatet ska kunna vara så pålitligt som möjligt. (Eliasson 2013, 28-30)

6.2.1 Intervjuer

Intervjufrågorna bör vara formulerade på ett sätt som de intervjuade kan förstå. Ord och uttryck som är för komplicerade borde omformuleras till sådana som är enkla att begripa. Intervjuaren ska också vara beredd på att en del intervjuade kanske inte vet svaret eller kan svara på en fråga, till exempel på grund av brist på kunskap inom ämnesområdet. I så fall borde intervjuaren gå över till nästa fråga istället för att pressa fram ett svar den intervjuade inte har. För en del tillfrågade kan det också vara svårt att formulera ett svar, det vill säga de kan veta vad de vill svara, men kan enligt dem inte säga det på ett vettigt sätt. Då kan intervjuaren försöka hjälpa till i formuleringen, dock utan att påverka själva svaret. (Teorell & Svensson 2007, 90)

Kvantitativa intervjuer är relativt snabba att genomföra och har en hög svarsfrekvens. I en intervju finns en intervjuare närvarande som kan förtydliga frågor ifall den intervjuade inte förstår dem och har möjlighet att följa upp intressanta svar. Intervjuaren måste komma ihåg att inte påverka den intervjuades svar utan förbli neutral. Intervjuer lämpar sig bäst för frågor som inte berör alltför känsliga ämnen. En intervjuundersökning kräver ekonomiska och tidsmässiga resurser eftersom en person måste utföra intervjuerna. (Wiedersheim-Paul & Eriksson 1991, 86)

6.2.2 Enkäter

En enkätundersökning är alltid strukturerad men kan innehålla både slutna och öppna svarsalternativ. Svaren från en enkätundersökning kan vara pålitligare än de från en intervju, eftersom den tillfrågade själv fyllt i sina svar istället för intervjuaren. I en enkät förekommer ingen så kallad intervjuareffekt, vilket

betyder att den tillfrågades åsikter inte kan påverkas av intervjuaren. Dispositionen av frågorna i en enkät är ytterst viktig och följderna borde vara logiska. De första frågorna i enkäten kan vara enkla grundfrågor som berör till exempel ålder, kön och bostadsort. Sådana frågor gör att den tillfrågade kommer i gång med enkäten och då går det smidigare att besvara de svårare frågorna som följer. (Teorell & Svensson 2007, 91)

Enkätundersökningar är billigare att utföra än intervjuer, eftersom endast tryck- och portokostnader tillkommer. Ifall undersökningen görs på nätet tillkommer inga extra kostnader. En fördel med enkätundersökningar är att de tillfrågade kan fylla i formuläret när de har tid och därför kan enkäten innehålla frågor med långa svarsalternativ och känsliga frågor om till exempel religion eller politik. (Wiedersheim-Paul & Eriksson 1991, 86) Trots detta får enkätundersökningar ofta färre svar än intervjuundersökningar och för att öka antalet svar är det lönsamt att skicka ut påminnelser efter en tid. Även risken för missförstånd är större vid enkätundersökningar än intervjuundersökningar, eftersom de tillfrågade inte kan be den som gjort formuläret att förtydliga frågan och därför är det speciellt viktigt att formulera frågorna väl. (Eliasson 2013, 28-30)

6.3 Val av undersökningsmetod

Av de kvalitativa undersökningsmetoderna var varken observation eller intervju passande för denna undersökning. Observation uteslöts eftersom undersökningens syfte var att få svar från de tillfrågade och inte att iaktta dem i till exempel check-in och check-out situationer. En kvalitativ intervju vore svår att genomföra dels för att målgruppen för undersökningen inte har mycket tid att svara på frågor och dels för att undersökningen inte kräver långa och uttömmande svar.

Enkätundersökning lämpar sig bra i denna undersökning, eftersom receptionisterna kan dela ut enkäterna till hotellgästerna, som sedan kan fylla i och lämna in enkäten när de själv har tid till det. Risken med denna metod är att enkäten lämnas på bordet i hotellrummet då svararen inte orkar eller bryr sig att svara på den.

Kvantitativa intervjuer lämpar sig utmärkt för denna undersökning, eftersom frågorna är korta och enkla och därmed tar det inte länge att fylla i svaren. En bra tidpunkt att göra intervjuerna är när affärsresenärerna checkat ut från hotellet på morgonen, då har de några ögonblick tidigare interagerat med en receptionist och kan med lätthet svara på enkäten. I detta lärdomsprov har skribenten som undersökningsmetod valt att göra kvantitativa intervjuer kombinerat med enkätundersökning. Distributionen mellan användningen av dessa metoder antas vara ungefär hälften var.

7 DEN EMPIRISKA UNDERSÖKNINGEN

7.1 Enkäten

Enkäten består av 8 frågor, vilka alla är på engelska, eftersom de tillfrågade antas kommunicera på engelska. I detta kapitel presenteras frågorna på engelska och en kort sammanfattning varför de är relevanta för undersökningen.

7.1.1 Fråga 1

Enkätens första fråga lyder ”In which hotel did you stay?”. Enkäten börjar med en enkel fråga för att göra det lättare för de tillfrågade att komma igång med enkäten. Det är önskvärt att flera av Vasas hotell nämns på denna fråga, vilket möjliggör jämförelser mellan hotellen.

7.1.2 Fråga 2

Den andra frågan är ”In how many different countries have you stayed in a hotel?” och svarsalternativen är ”3 or less”, ”4 to 9” och ”10 or more”. Denna fråga är också en av de lättare och syftet med den är att få fram om de tillfrågade har övernattat i hotell i andra länder så den upplevda engelska kunskapen kan jämföras länder emellan. Skalan är inte av så stor betydelse, den är där för att de tillfrågade inte behöver ge ett exakt svar och behöva tänka länge.

7.1.3 Fråga 3

Tredje frågan i enkäten är ”How would you rate your competency in English?” med svarsalternativen ”Very bad”, ”Bad”, ”Ok”, ”Good”, ”Excellent” och ”Undecided”. Syftet med denna fråga är att ta reda på hur bra de tillfrågade upplever sin kunskap i engelska vara. Svaret kan ha inflytelse på de övriga svaren.

7.1.4 Fråga 4

Enkätens fjärde fråga lyder ”How fluent did you expect the receptionist’s English to be in the hotel you stayed?” med svarsalternativen ”Very bad”, ”Bad”, ”Ok”,

”Good”, ”Excellent” och ”Undecided”. Denna fråga försöker ta reda på vilken standard på engelskan de tillfrågade förväntade sig av receptionisten, för att sedan jämföra med följande fråga. På detta sätt kan förväntningarna och de egentliga upplevelserna jämföras.

7.1.5 Fråga 5

Den femte frågan lyder ”Approximately how many receptionists did you interact with during your stay?” och frågan har ett öppet svar. Denna fråga är direkt ansluten till nästa fråga.

7.1.6 Fråga 6

Den sjätte frågan är ”How would you rate the receptionist’s competency in English in the hotel you stayed? Please rate up to 3 receptionists.” och svarsalternativen är ”Very bad”, ”Bad”, ”Ok”, ”Good”, ”Excellent” och ”Undecided”. De tillfrågade kan bedöma engelska kunskapen på högst tre olika receptionister, Denna fråga är vad detta lärdomsprov handlar om, att ta reda på receptionisternas egentliga kunskap i engelska.

7.1.7 Fråga 7

Enkätens sista egentliga fråga lyder ”How does the fluency in English provided by receptionists in Vaasa compare to that experienced in other countries?” med svarsalternativen ”Much worse”, ”Worse”, ”Similar”, ”Better”, ”Much better” och ”Undecided”. Syftet med denna fråga är att de tillfrågade kan jämföra receptionisternas kunskap i engelska i Vasa med den genomsnittliga engelska kunskapen i andra länders hotell den tillfrågade har övernattnat i.

7.1.8 Fråga 8

Denna punkt är inte en egentlig fråga utan lyder helt enkelt ”Other comments” och har ett öppet svar. Syftet med denna punkt är att ge de tillfrågade möjlighet att ge

ytterligare relevant information om de så önskar, eller att klargöra något tidigare svarsalternativ.

7.2 Enkäten i praktiken

I praktiken gjordes undersökningen som enkät, både skriftlig och muntlig. En del av hotellen fick enkäter att dela ut åt målgruppen och en del blev intervjuade av skribenten. Sammanlagt fick undersökningen 37 giltiga och användbara svar. Svaren samlades in under tre veckor på våren 2015, från den 4e till 24e maj.

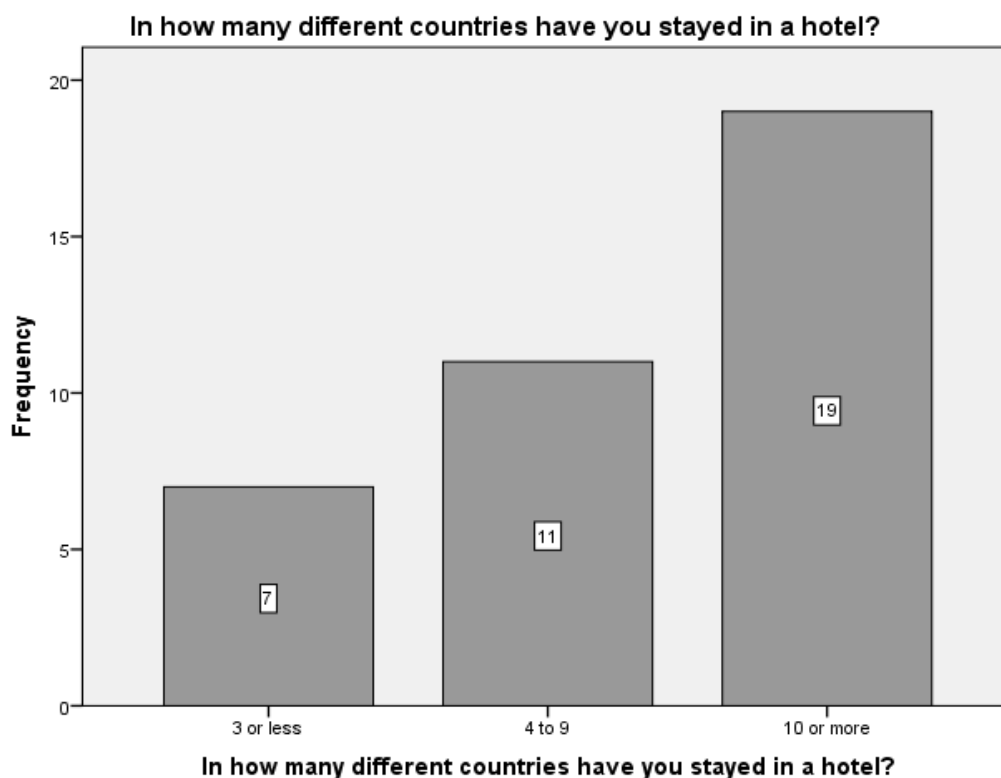
7.3 Komplikationer

Under undersökningens gång uppstod en del komplikationer, vilka ledde till några förändringar i arbetet. För det första deltog slutligen enbart tre av hotellen i undersökningen, vilket betyder att det inte går att jämföra resultat hotellvis så att receptionisterna förblir anonyma. För det andra var det mycket svårare att få svar än vad skribenten hade förväntat sig, och därmed blev antalet svar lägre än förväntat. Detta beror på att målgruppen för enkäten är väldigt liten, ungefär en av 15 hotellgäster är utländska, och därmed är urvalet mindre än om undersökningen gjordes med finländska resenärer i syfte. Det var också en utmaning att få de bråda affärsresenärerna att ta sig tid att svara på enkäten.

8 RESULTAT OCH ANALYS

I detta kapitel presenteras undersökningsresultaten. Först visas resultaten på varje fråga i enkäten och därefter jämförs svar sinsemellan för att försöka se samband och dra slutsatser. Den ursprungliga första frågan, ”In which hotel did you stay?” har tagits bort eftersom den inte visade sig vara relevant. Därmed har den tidigare fråga nummer 2 blivit nummer 1 och så vidare.

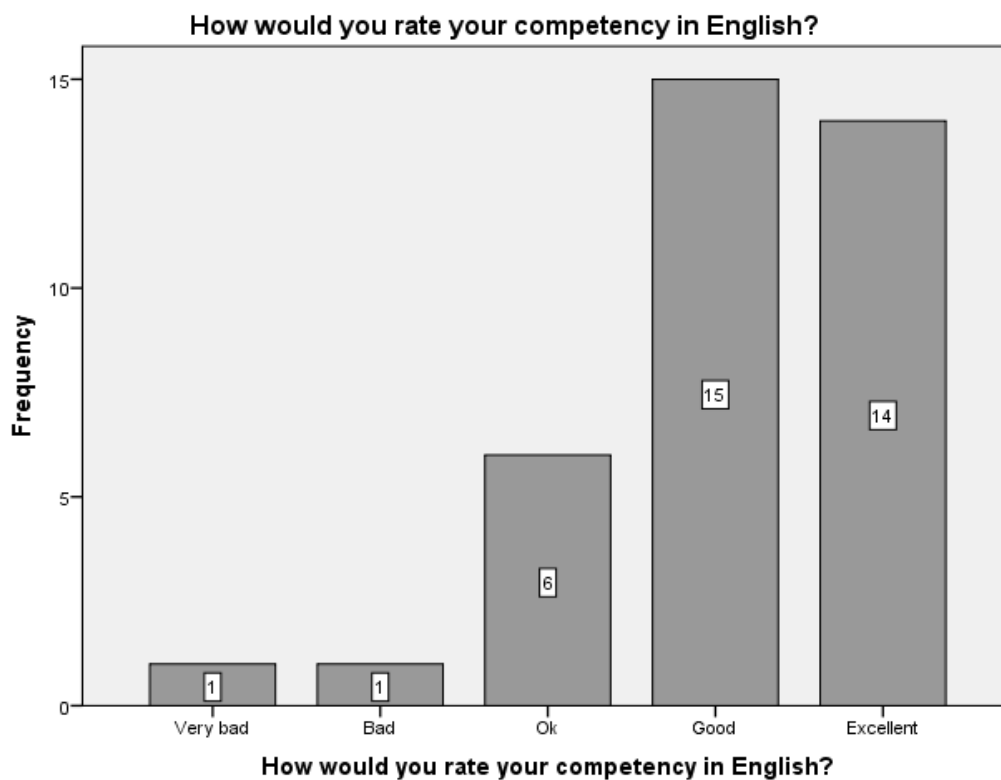
8.1 Antalet tidigare besökta länder



Figur 3. Fråga 1. Antalet tidigare besökta länder.

Majoriteten av de tillfrågade har övernattat i hotell i över 10 länder, och har därmed erfarenhet av betjäning på olika nivåer av engelska. Endast sju av de tillfrågade har besökt och övernattat i tre eller färre länder.

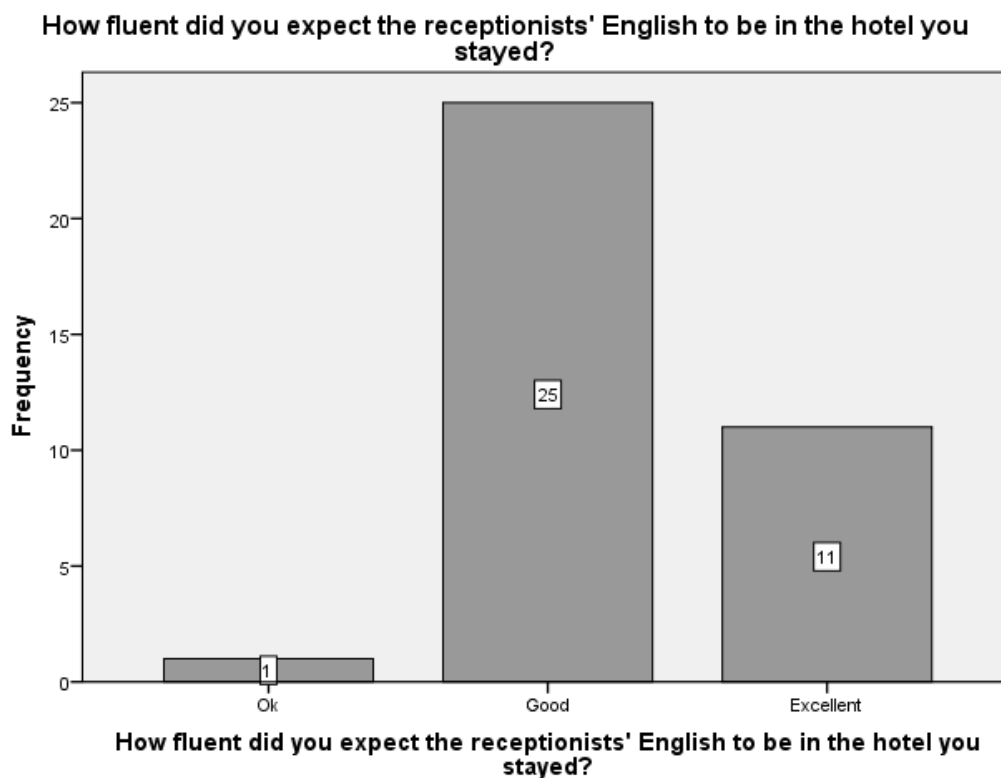
8.2 De tillfrågades kompetens i engelska



Figur 4. Fråga 2. De tillfrågades kompetens i engelska.

Enbart åtta av 37 tillfrågade anger att den egna kunskapen i engelska är ok eller sämre. Andelen tillfrågade som tycker att den egna engelska kompetensen är god eller utmärkt är 29. Detta betyder att de flesta arbetsresenärer är väldigt bekväma med sin språkkunskap, vilket kan tolkas som att engelskan som världsspråk har spridit sig väl.

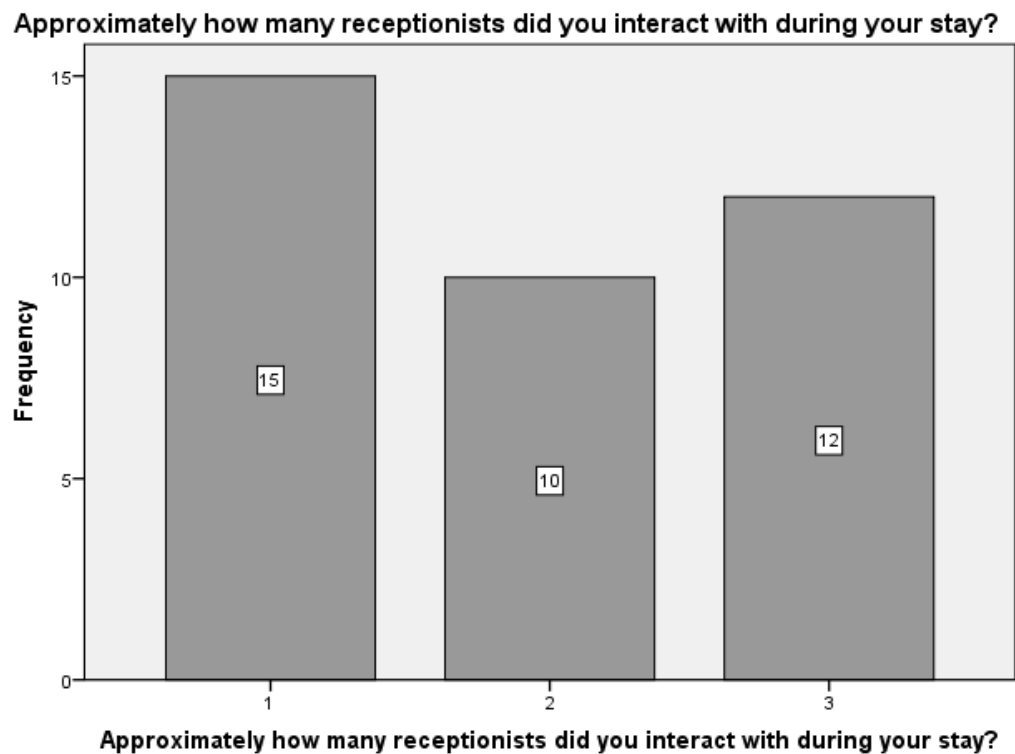
8.3 Förväntad engelska kompetensnivå



Figur 5. Fråga 3. Förväntad engelska kompetensnivå.

Alla tillfrågade utom en förväntade sig att receptionisternas kompetens i engelska är god eller utmärkt. Resultatet kan tolkas som att affärsresenärer har höga förväntningar på betjäningen och receptionisternas språkkunskap i Vasa. Det kan hända att ju mer en affärsresenär reser, desto mer erfarenhet har han och desto högre är förväntningarna.

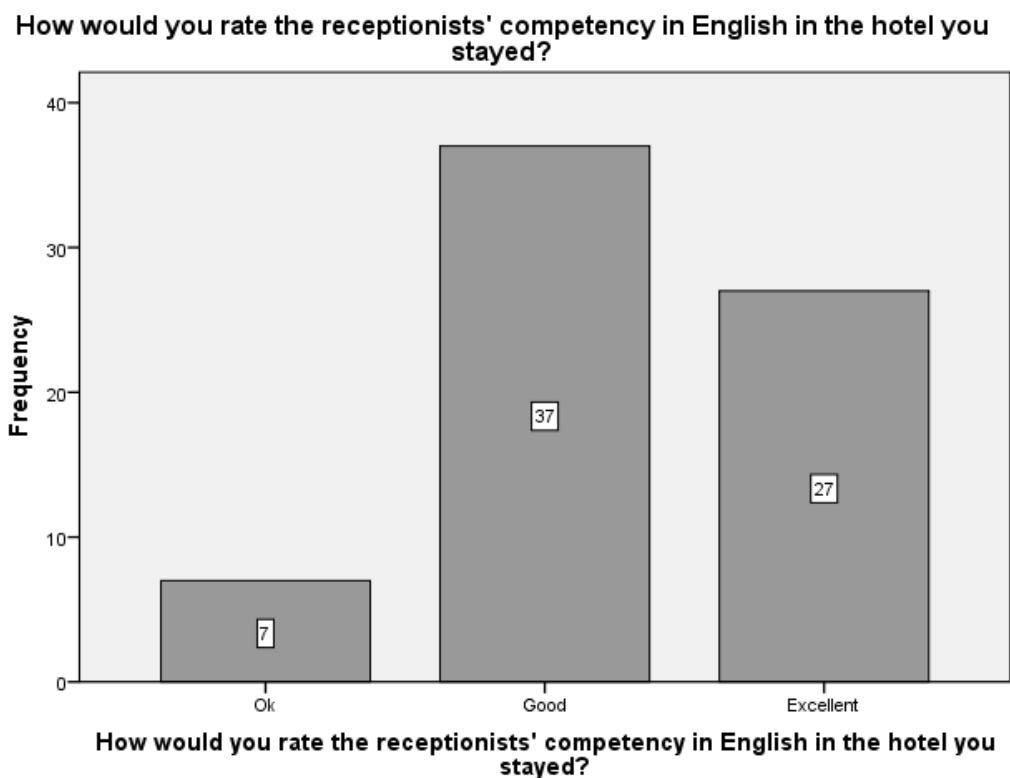
8.4 Antalet receptionister tillfrågade interagerat med



Figur 6. Fråga 4. Antalet receptionister tillfrågade interagerat med.

Denna fråga är inte så märkvärdig i sig, men den visar hur många receptionister har sammanlagt betygsatts av de tillfrågade. Det totala antalet receptionister är därmed 71.

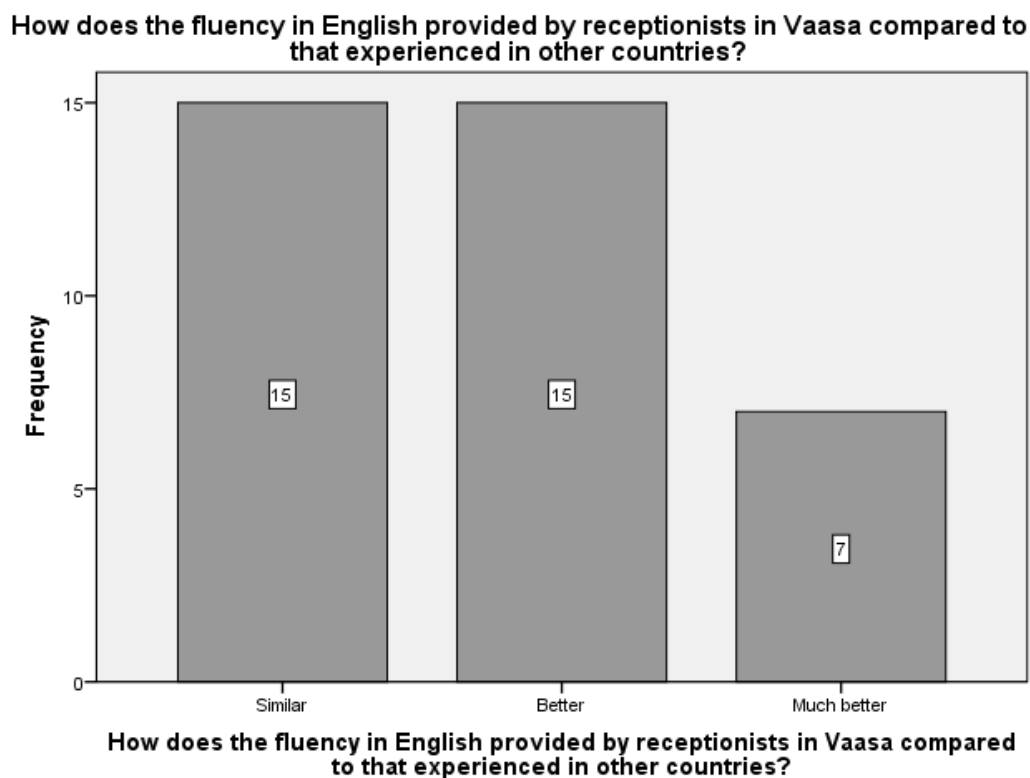
8.5 Receptionisternas engelska kompetensnivå



Figur 7. Fråga 5. Receptionisternas engelska kompetensnivå.

Av de 71 receptionister som betygsattes fick sju betyget 3, vilket motsvarar “ok”, 37 receptionister fick betyget 4, motsvarande “god” och 27 fick betyget 5, som motsvarar “utmärkt”. Resultatet är positivt, eftersom det visar att finländarna är kompetenta i det engelska språket bara de får tillfälle att använda språket regelbundet. I kapitel 2.4 framstod att enbart 10 % av finländarna anser sig behärska det engelska språket, medan resultatet på denna fråga visar att andelen egentligen är större. Antingen har receptionisterna en mycket högre kunskap i engelska än genomsnittet eller så verkar finländarna inte lita på sin kunskap och anser att den egna kompetensnivån är lägre än den egentligen är.

8.6 Jämförelse mellan Vasa och hotell i andra länder



Figur 8. Fråga 6. Jämförelse mellan Vasa och hotell i andra länder.

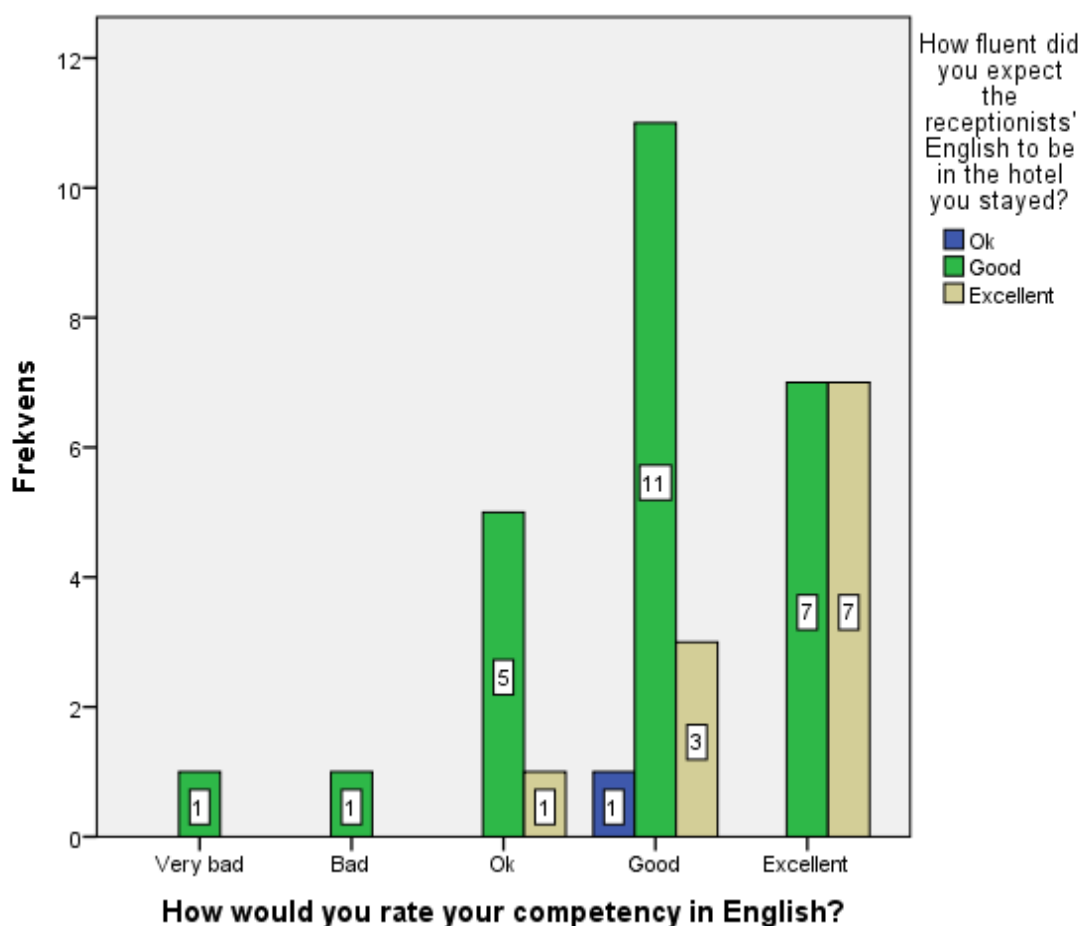
Ingen av de tillfrågade ansåg att receptionisternas kompetens i engelska i hotellen i Vasa var sämre än i något tidigare besökt land. 15 av de tillfrågade tyckte att engelskan var av liknande nivå som tidigare erfarenhet. Över hälften av de tillfrågade tyckte att receptionisterna hade bättre eller mycket bättre kunskap i engelska än de receptionister de varit i kontakt med i andra länder. Detta kan tolkas som att receptionister i Vasa hotell har i genomsnitt bättre kompetensnivå i engelska än receptionister i andra länder affärsresenärerna besökt.

8.7 Övriga kommentarer

Ingen av de tillfrågade lämnade kommentarer utöver det som frågades i enkäten. De flesta tillfrågade hade bråttom någonstans och hade därmed inte tid att ge kommentarer. Därmed slopas denna fråga helt och hållet.

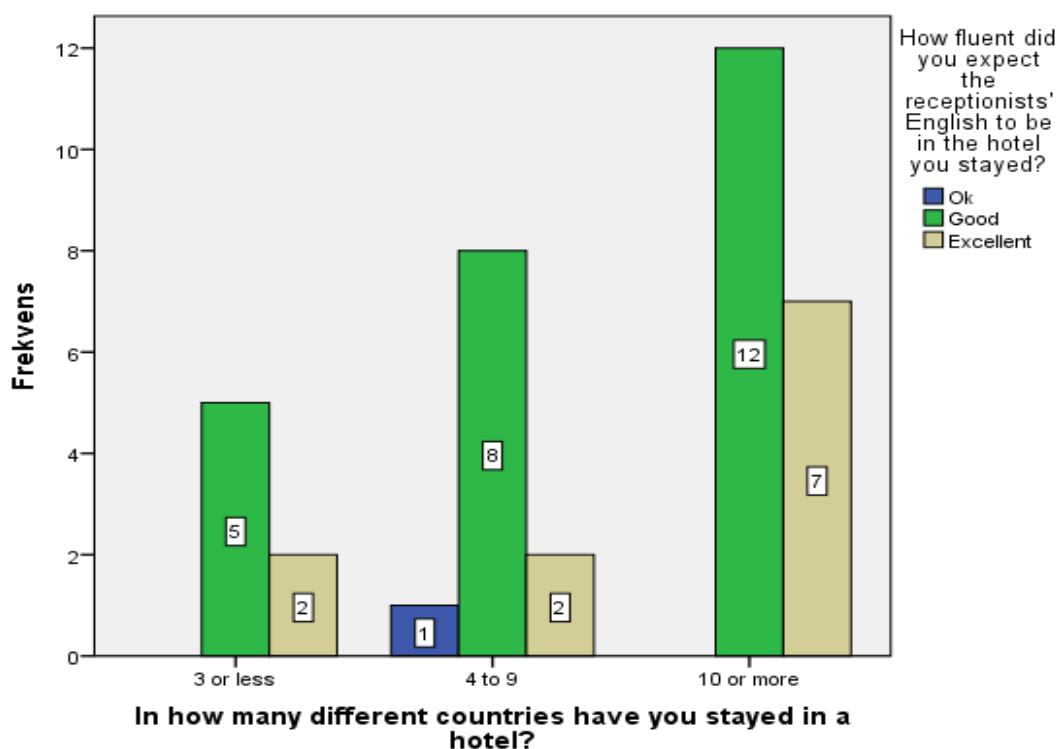
8.8 Korstabellsanalys

Nedan jämförs svarsresultaten på en del frågor med varandra för att hitta samband och ny information som inte kan tolkas från de separata diagrammen.



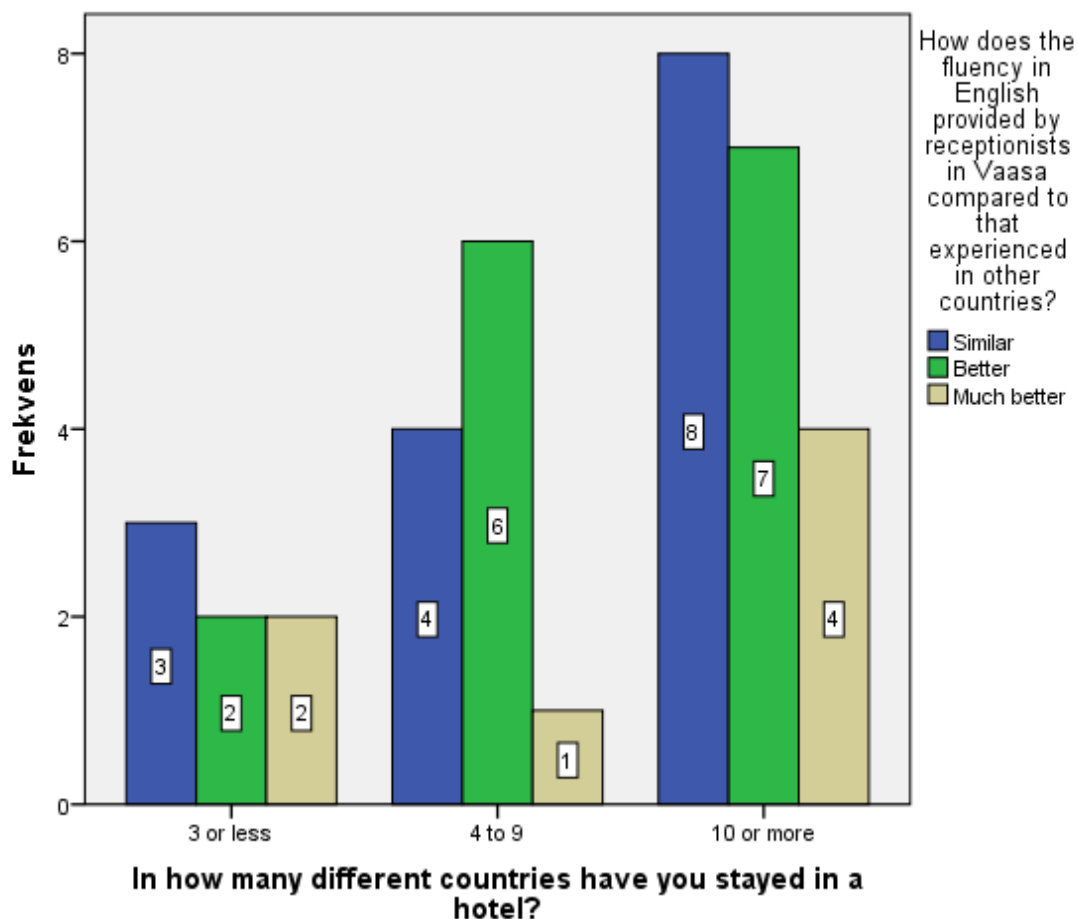
Figur 9. Egen kompetens och förväntningar.

I denna figur jämförs de tillfrågades egna engelska kunskap med kompetensnivån de förväntade sig vid hotellen i Vasa. Det verkar som att ju bättre den egna engelskan är, desto bättre förväntas receptionisternas engelska att vara också. Av de som gett sin egen kunskap betyget ”utmärkt” förväntar sig hälften att receptionisternas kompetensnivå är ”god” och hälften ”utmärkt”. Alla tillfrågade utom en, oberoende på den egna kompetensnivån, förväntade sig betjäning på minst god engelska kompetensnivå. När de tillfrågades egen kompetensnivå jämfördes med betygsättningen, kunde inget samband hittas, det vill säga den egna kompetensnivån verkar inte ha inflytande på hur receptionisternas engelska kunskap upplevs.



Figur 10. Antalet besökta länder och förväntningar.

När antalet länder och hotell de tillfrågade besökt jämförs med vilken nivå de förväntade att engelska kompetensen i Vasa är, verkar det som att i ju fler länder affärsresenärerna övernattat, desto högre förväntningar hade de på receptionisternas kunskap i engelska.



Figur 11. Antalet besökta länder och jämförelse mellan länder.

När antalet länder de tillfrågade besökt och den kompetensnivå av betjäningen på engelska de fått jämföras med den kompetensnivå betjäningen var på i Vasa verkar det som att i ju fler länder personen varit, desto mer liknar nivån den samma. Samtidigt tycker över hälften av de som besökt över tio länder att kompetensnivån i Vasa är bättre eller mycket bättre än i övriga länder. Detta kan ses som något positivt ur Vasas synvinkel, hotellen i staden ger minst lika, men ofta bättre betjäning på engelska än många andra länder. Affärsresenärernas förväntningar på receptionisternas engelska kunskap i Vasa verkar således ha uppfyllts, vilket i sin tur borde betyda att kunderna varit nöjda med betjäningens språknivå.

9 AVSLUTANDE DISKUSSION

I detta kapitel sammanfattas undersökningens resultat och de viktigaste tolkningarna presenteras. Under följande rubrik förklaras begreppen validitet och reliabilitet och undersökningens validitet och reliabilitet bedöms.

9.1 Sammanfattning

Majoriteten av alla affärsresenärer som svarat på denna undersökning har övernatat i hotell i fyra eller flera olika länder. Därmed har de erfarenhet av betjäning på engelska av varierande nivå. Detta kan ses som värdefullt för undersökningen, eftersom de har tidigare erfarenhet att jämföra med. Majoriteten tillfrågade, 29 av 37, betygsatte den egna kompetensnivån i engelska som ”god” eller ”utmärkt”. De har alltså god kunskap i språket och gjorde svaren mer tillförlitliga. Endast två av de tillfrågade bedömde sin kompetens sämre än ”ok”, vilket kan tydas som att engelskan verkligen är ett världsspråk och affärsresenärerna är bekväma med att använda språket. Nästan alla tillfrågade, 36 av 37, förväntade sig att receptionisternas kompetensnivå i engelska är ”god” eller ”utmärkt”. Detta kan tolkas som att affärsresenärerna antar att finländska receptionister har god kunskap i språket, vilket i sin tur är positivt, utländska affärsresenärer har en bild av att engelskakompetensen är på en bra nivå i Vasa.

I undersökningen betygsatte de tillfrågade den engelska kompetensnivån av sammanlagt 71 receptionister i Vasa. Av dessa 71 fick endast 7 vitsordet ”ok”, medan 37 receptionister fick ”god” och 27 ”utmärkt”. Receptionisternas engelskakompetens i Vasa är alltså till största del på en mycket hög nivå, ett väldigt positivt resultat. Om detta resultat jämförs med det som framkom i ett tidigare kapitel, där en undersökning gav resultatet att endast 10 % av finländarna säger sig behärska det engelska språket kan en slutsats dras att många finländare verkligen lider av språklig ängslan. Finländarna tror inte tillräckligt på sin kunskap fastän den verkliga kompetensnivån ligger på en hög nivå. När de tillfrågade jämförde kvaliteten på receptionisternas engelska i Vasa med tidigare erfarenhet var resultatet enbart

positivt. Ingen av de tillfrågade tyckte att kompetensen i Vasa var sämre, och något mindre än hälften, 15 av 37, angav att kompetensen låg på liknande nivå som tidigare erfarenhet. Detta betyder att över hälften, 22 av 37, var av den åsikten att receptionisternas engelska kompetensnivå i Vasa var bättre eller mycket bättre jämfört med tidigare erfarenheter i andra länder. Av detta kan slutsatsen dras att i genomsnitt är receptionisternas engelska kompetensnivån i Vasa bättre än i andra länder de tillfrågade har besökt och övernattat i.

För att sammanfatta undersökningens resultat; affärsresenärer har höga förväntningar på receptionisternas kompetens i engelska i Vasa, dessa förväntningar uppfylls och kompetensen ligger på minst lika bra, men ofta högre nivå än de tillfrågade upplevt tidigare.

9.2 Validitet och reliabilitet

Validitet innebär frånvaro av systematiska mätfel. För att undersökningens validitet ska vara god bör de insamlade uppgifterna kunna leda till slutsatser och undersökningsfrågorna och -svaren bör vara relevanta. Validiteten kan stärkas genom att mäta samma sak på olika sätt, genom att till exempel formulera samma fråga på olika sätt. Om sambandet mellan det som forskaren önskar undersöka och det som egentligen undersöks är högt är även validiteten på undersökningen hög. (Wiedersheim-Paul & Eriksson 1991, 28)

Reliabiliteten mäter undersökningens tillförlitlighet och innebär frånvaro av osystematiska mätfel. Om undersökningsresultatet skulle förbli oförändrat om samma undersökning gjordes av en annan person eller vid en annan tidpunkt är reliabiliteten hög. En hög svarsfrekvens ökar reliabiliteten ytterligare, eftersom generaliseringarna är tillförlitligare ju fler svar är med i slutresultatet. (Wiedersheim-Paul & Eriksson 1991, 29) För att öka reliabiliteten bör frågorna på enkäten vara lättförstådda för att undvika missförstånd. Om de tillfrågade missförstår en fråga sänks reliabiliteten, eftersom svaret inte är tillförlitligt. Då undersökningens relia-

bilitet prövas är det viktigt att ta i beaktande frågeformuleringen. (Teorell & Svensson 2007, 56)

Undersökningens validitet är stark, frågorna var relevanta för studien och samma problem undersöktes genom olika frågor. Sambandet mellan resultaten och det som undersöktes är hög. Reliabiliteten är på rätt hög nivå, resultaten skulle vara liknande om en annan person utförde samma undersökning. Reliabiliteten lider litet på grund av den relativt låga svarsfrekvensen, om antalet tillfrågade skulle varit minst 100 skulle resultatet vara mer tillförlitligt. Frågorna verkade inte missförstås av de som svarat på enkäten, vilket tyder på att frågorna var lätta att förstå.

10 FÖRSLAG TILL FORTSATT UNDERSÖKNING

Denna undersökning kan tänkas vara den första i serien för att få en helhetsuppfattning av hotellpersonalens kunskap i engelska. Undersökningen fokuserade enbart på affärsresenärernas synvinkel, vilket betyder att det är endast en del av helheten. För att få en helhetsbild kan till exempel följande undersökningar göras:

- Liknande undersökningar kan göras i andra städer
- En annan undersökningsmetod kan väljas
- En annan målgrupp och synvinkel kan väljas
- En undersökning kan göras hur kunskapen i engelska kan förbättras
- Undersökningen kan göras ur receptionisternas synvinkel genom till exempel självutvärdering
- Undersökningen kan gälla annan hotellpersonal, till exempel städare eller restaurangpersonal

KÄLLOR

Enever, J. 2011. ELLiE. Early Language Learning in Europe. London, UK. British Council.

Graddol, D. 2006. English Next. British Council. Hänvisat 4.2.2015. http://vigdis.hi.is/sites/vigdis.hi.is/files/images/einangrun_enskumaelandi_folks.pdf

Hotel Astor. Hänvisat 16.2.2015. www.astorvaasa.fi

Hotel Kantarellis. Hänvisat 16.2.2015. www.kantarellis.fi

Huhta, A. 1996. Profiles of language education in 25 countries: Overview of Phase 1 of the IEA Language Education Study. Slough, UK. National Foundation for Educational Research.

Koppinen, S., Kumpulainen, E., Lehto, M., Manninen, L., Mustonen, P., Niskanen, N., Pettilä, L., Salmi, K. & Viitala, M. 2002. Peti & Safka. TammerPaino Oy. Tammerfors.

Leppänen, S., Nikula, T. & Kääntä, L. 2008. Kolmas kotimainen. Lähikuvia englannin käytöstä Suomessa. Hakapaino Oy. Helsingfors.

Lundberg, G. 2011. De första årens engelska. Studentlitteratur AB. Lund.

Mårtensson, S., Nilsson, J. & Tengling, M. 2004. Affärsturism. Liber AB. Malmö.

Nikula, T., Leppänen, S., Pitkänen-Huhta, A., Kytölä, S., Törmäkangas, T., Nissinen, K., Kääntä, L., Virkkula, T., Laitinen, M., Pahta, P., Koskela, H., Lähdesmäki, S. & Jousmäki, H. 2009. Kansallinen kyselytutkimus englannin kielestä Suomessa. Käyttö, merkitys ja asenteet. Jyväskylän University Printing House. Jyväskylä.

Original Sokos Hotel Vaakuna. Hänvisat 16.2.2015.
<https://www.sokoshotels.fi/fi/vaasa/sokos-hotel-vaakuna-vaasa/>

Utbildningsstyrelsen. 2012. Årsbok för utbildningsstatistik 2011. Hänvisat 3.1.2015.

http://www.oph.fi/download/141011_Koulutuksen_tilastollinen_vuosikirja_2011.pdf

Radisson Blu Royal Hotel Vaasa. Hänvisat 16.2.2015.
<http://www.radissonblu.fi/hotelli-vaasa>

Rantasipi Tropiclandia. Hänvisat 16.2.2015.
http://www.rantasipi.fi/hotellit/tropiclandia/fi_FI/etusivu/

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2005. Hotellin asiakasliikenne ja kannattavuus. Dark Oy. Vanda.

Swarbrooke, J. & Horner, S. 2001. Business Travel and Tourism. Butterworth-Heinemann. Oxford, UK.

Teorell, J. & Svensson, T. 2007. Att fråga och att svara. Liber AB. Malmö.

Tripadvisor. Hänvisat 18.2.2015. www.tripadvisor.com

Wiedersheim-Paul, F. & Eriksson, L. 1991. Att utreda, forska och rapportera. Almqvist & Wiksell Förlag AB. Malmö.

BILAGOR

BILAGA 1. Frågeformuläret

Research on receptionists' fluency in English in Vaasa

This questionnaire is part of a bachelor thesis for Vaasa University of Applied Sciences. The main goal of this research is to get an understanding on how foreign business travellers experience the fluency in English of hotel receptionists working in Vaasa. The answers will only be seen by the researcher and the survey is conducted anonymously. The survey can be returned to the box near the reception at any time.

Please, take a few minutes to fill in this short questionnaire; it would help my research tremendously. If you are experiencing any problems or have questions about the survey, do not hesitate to contact me! Email: e1101157@edu.vamk.fi

Janina Rintamäki Please circle the number in front of your answer!

1 In which hotel did you stay?

2 In how many different countries have you stayed in a hotel?

1 3 or less 2 4 to 9 3 10 or more

3 How would you rate your competency in English?

1 Very bad 2 Bad 3 Ok 4 Good 5 Excellent 6 Undecided

4 How fluent did you expect the receptionists' English to be in the hotel you stayed?

1 Very bad 2 Bad 3 Ok 4 Good 5 Excellent 6 Undecided

5 Approximately how many receptionists did you interact with during your stay?

6 How would you rate the receptionists' competency in English in the hotel you stayed?

Please rate up to 3 receptionists.

1 Very bad 2 Bad 3 Ok 4 Good 5 Excellent 6 Undecided

1 Very bad 2 Bad 3 Ok 4 Good 5 Excellent 6 Undecided

1 Very bad 2 Bad 3 Ok 4 Good 5 Excellent 6 Undecided

7 How does the fluency in English provided by receptionists in Vaasa compare to that experienced in other countries?

1 Much worse 2 Worse 3 Similar 4 Better 5 Much better 6 Undecided

8 Other comments

Thank you very much for your time and participation!