



Yhteisöllisyys hostelliympäristössä

Aleksi Lehtonen

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

Yhteisöllisyys hostelliympäristössä

Aleksi Lehtonen
Matkailu- ja palveluliiketoiminta
Opinnäytetyö
Joulukuu, 2021

Aleksi Lehtonen

Yhteisöllisyys hostelliympäristössä

Vuosi 2021

Sivumäärä 36

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kartoittaa hostellien yhteisöllisyyttä ja sitä, millaisia toiveita hostellien asiakkailta on yhteisöllisyyden kehittämiseksi. Opinnäytetyön tavoitteena oli saada uutta tutkimustietoa hostelleille, jota voitiin hyödyntää asiakaskokemuksen kehittämiseksi. Toimeksiantajana toimi Suomen Hostellijärjestö ry, joka on yleishyödyllinen järjestö, jonka tavoitteena on kehittää hostellien toimintaa Suomessa ja myös markkinoida järjestön alla toimivia hostelleja ulkomaalaisille. Opinnäytetyö oli kartoittava tutkimus eli sen tavoitteena oli tuoda esille jotain uutta tietoa, jota hyödyntää tulevaisuudessa. Opinnäytetyön aiheutta tutkittaessa käytettiin monipuolisesti erilaisia lähdeaineistoja. Tietoperustassa käytettiin painettuja, sähköisiä sekä julkaisemattomia lähteitä, jotta saataisiin mahdollisimman kattava tietoperusta, ennen varsinaisen tutkimuksen toteuttamista.

Uuden tiedon hankkimiseen käytettiin määrällistä kyselytutkimusta, jotta saataisiin mahdollisimman laaja otanta eri asiakasryhmistä. Myös menetelmän valintaan vaikutti pandemia, joka on vaikuttanut hostellien asiakasmääriin. Tietoperustassa hyödynnettiin myös netscouting-menetelmää, jonka avulla haettiin tietoa siitä, kuinka hyvin hostellit ovat ottaneet huomioon yhteisöllisyyden omilla internet-sivustoillansa. Kyselytutkimuksessa tuli esille muutama selkeä tulos, jotka tuovat toimeksiantajalle uutta tietoa. Vastanneista noin 70 prosenttia oli naisia ja suurin osa vastaajista oli yli 45-vuotiaita. Tärkeimmät tekijät valittaessa hostellia olivat hinta ja hostellin sijainti. Vähiten kiinnitettiin huomiota hostellin arvoihin, yhteisöllisiin tiloihin ja sosiaalisuuteen. Yhteisöllisistä tiloista eniten oli käytetty oleskelutiloja ja yhteiskeittiötä. Ylivoimaisesti eniten palveluista oli käytetty ravintolapalveluja. Pandemian aikana suurin osa vastaajista ei ollut majoittunut hostellissa. Kehittämisehdotukset tehtiin kyselytutkimuksen tulosten perusteella. Suurimpina kehitysehdotuksina pidettiin aamiaista, panostus ajanviettoon tarkoitelluille yhteisöllisille tiloille ja yhteiskeittiöihin, hostellien tarjoamia kulkuneuvoja ja omille kulkuvälineille säilytystila sekä etuja kahviloihin ja harrastetoimintaan. Toimeksiantaja sai yhteisöllisyydestä ja asiakkaiden toiveista uutta tietoa, jota voidaan hyödyntää hostellien toiminnan kehittämiseksi.

Asiasanat: asiakkaat, hostellit, majoitusala, toive, yhteisöllisyys

Aleksi Lehtonen

Communality in a Hostel Environment

Year	2021	Pages	36
------	------	-------	----

The purpose of this thesis was to map the communality of hostels and the wishes hostel customers have for the development of communality. The objective of the thesis was to obtain new research data for hostels that could be used to develop the customer experience in hostels. The commissioner was the Finnish Hostel Association, which is a non-profit organization, whose goal is to develop the operations of hostels in Finland and to market hostels for foreigners visiting Finland. The thesis was conducted as research where the aim was to produce the commissioner some new data, which can be utilized in the future. Source materials were used in a variety of ways to study the topic of the thesis. The theoretical framework contains printed, electronic and unpublished sources in order to obtain comprehensive framework possible before carrying out the actual research.

Quantitative survey was used to gather new information to obtain the widest possible sample from different groups. The choice of research method was also influenced by the pandemic, which has affected the number of customers in hostels. Framework also used the netscouting method to examine how well hostels have taken communality into account on their own websites. The survey revealed some results that will give new data for commissioner of the thesis. About 70 percent of the respondents were women and most of the respondents were over 45 years old. The biggest factors when choosing a hostel were the price and location of the hostel. The least attention was paid to the hostel's values, communal facilities, and sociality. Of the communal facilities, living spaces and a shared kitchen were the most used ones. By far the most used of the facilities was restaurant services. During the pandemic, most of the respondents had not stayed in a hostel. Development proposals were made based on the results of the survey. The biggest development proposals were breakfast, investment in communal facilities for recreational activities and communal kitchens, storage facilities for the hostels and storage facilities for customer's means of transport, as well as discounts and other benefits in cafés and hobbies. The commissioner received new data about the communality and the wishes of the customers, which can be utilized to develop the operations of the hostels.

Keywords: accommodation, hostels, communality, customers, wish

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Toimeksiantaja ja toimintaympäristö	7
2.1	Lyhyesti Hostelling Internationalin toiminnasta	7
2.2	Suomen Hostellijärjestö.....	7
2.3	Toimintaympäristö	8
3	Majoitus- ja hostellitoiminta ja tulevaisuuden näkymät.....	9
3.1	Majoitusala ja sen luokittelusta	9
3.2	Hostellitoiminta	10
3.3	Hostellien asiakaskunta	10
3.4	Pandemian vaikutukset majoitusalaan	11
3.5	Majoitusalan tulevaisuus ja trendit.....	12
4	Yhteisöllisyys, sosiaalisuus ja jakamistalous	13
4.1	Yhteisöllisyys, yhteisö ja sosiaalisuus	13
4.2	Jakamistalous matkailussa.....	14
4.3	Yhteisöllisyyden huomioiminen hostellien verkkosivuilla.....	15
5	Määrällisen tutkimuksen toteutus ja teoria	15
5.1	Määrällinen tutkimus pähkinäkuoressa	16
5.2	Kyselytutkimuksen teoria	16
5.3	Tutkimuksen reliiäabelius, validius ja kokonaisluotettavuus	17
5.4	Kyselytutkimuksen toteutus ja kohderyhmät	18
6	Kyselytutkimuksen tulokset.....	18
6.1	Demografiset tekijät kyselytutkimuksessa.....	19
6.2	Hostellien valintaan vaikuttavat tekijät ja hostellien yhteisöllisyys.....	20
6.3	Hostellien yhteisöllisten tilojen, palveluiden ja etujen käyttö.....	22
6.4	Majoittuminen hostellissa pandemian aikana	23
6.5	Asiakkaiden toiveet, huomiot yhteisöllisyydestä ja hostellin suosittelu	24
7	Kehitysehdotukset ja johtopäätökset	25
7.1	Kehittämisehdotuksia toiminnan parantamiseksi	25
7.2	Johtopäätökset	26
	Lähteet.....	28
	Kuviot	32
	Liitteet	33

1 Johdanto

Opinnäytetyön aihealueena on hostellien yhteisöllisyys ja sekä asiakkaiden toiveet yhteisöllisyydestä ja kuinka niitä voidaan kehittää tulevaisuudessa. Opinnäytetyössä käsitellään myös nykytilanteen vaikutuksia yhteisöllisyyteen hostelliympäristössä. Yhteisöllisyyttä on hyvin vaikea määritellä yhden käsitteen alle, sillä se on hyvin abstrakti ja jokainen ihminen kokee sen eri tavalla. Edellä mainittujen asioiden takia onkin ensiarvoisen tärkeää, että hostellin visio yhteisöllisyydestä kohtaa hostelliasiakkaiden tarpeet mahdollisimman hyvin.

Kiinnostus opinnäytetyön aihetta kohtaan nousi, sillä yhteisöllisyydestä ja siitä, kuinka asiakas kokee yhteisöllisyyden hostelleissa on melko vähän laadukasta tutkimustietoa. Kiinnostusta herätti myös se, että toimeksiantajana toimii Suomen Hostellijärjestö ry, joka voi hyödyntää kerättyä tutkimustietoa toiminnan kehittämiseen sekä jakaa kerättyä tietoa jäsenjärjestöille ja muille yhteistyökumppaneille tarvittaessa. Suomessa kerättyä tutkimusaineistoa on vähän ja uusi tutkimus edesauttaa saamaan käsityksen siitä, mitkä osatekijät ovat tärkeitä hostellien yhteisöllisyydessä ja millaisia toiveita asiakkailla on yhteisöllisyyden suhteen.

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Suomen Hostellijärjestö ry. Tarpeiden ja tavoitteiden pohjalta opinnäytetyön nimenä toimi ”Yhteisöllisyys hostelliympäristössä”. Kvantitatiivisen kyselytutkimuksen tavoitteena oli selvittää, millaisia toiveita asiakkailla on yhteisöllisyydestä sekä miten yhteisöllisyyttä voitaisiin kehittää tulevaisuudessa, jotta asiakkaiden mielenkiinto hostelleja kohtaan pysyy. Tutkimus toteutettiin hostellijärjestön uutiskirjeessä ja kyselyyn oli mahdollisuus vastata kaksi viikkoa. Tulokset analysoitiin tilastollista analysointia käyttämällä ja havainnoitiin graafisesti. Tulosten avulla järjestö voi pohtia omaa yhteisöllisyyttään ja sen vastaamista asiakkaiden tarpeisiin.

Tulevissa luvuissa esitellään aihealueen olennaisimpia käsitteitä sekä tutkimuksen tuloksia. Toisessa luvussa käsitellään Suomen hostellijärjestön toimintaa ja toimintaympäristöä. Kolmannessa luvussa tutustutaan majoitustoimintaan ja sen tulevaisuuteen, hostellitoimintaan sekä hostellien asiakaskuntaan. Neljäs luku sisältää tarkempaa tietoperustaa yhteisöllisyydestä, sosiaalisuuden merkityksestä ihmisille ja jakamistaloudesta majoitustoiminnassa, jotka ovat tämän opinnäytetyön tärkeimpiä käsitteitä. Jakamistalouden jatkuva kasvu perustuu yhteisöllisyyden tavoittelulle, mikä saattaa tukea myös yhteisöllisyyden merkitystä hostellitoiminnassa. Viidennessä luvussa esitellään opinnäytetyön tutkimusmenetelmiä ja tutkimuksen toteutusta määrällisessä kyselytutkimuksessa, jonka analysointi ja tulokset tuodaan esille kuudennessa luvussa. Seitsemäs luku sisältää johtopäätökset ja kahdeksannessa luvussa käsitellään kehitysehdotuksia.

2 Toimeksiantaja ja toimintaympäristö

Ensimmäisessä pääluvussa käsitellään ensin lyhyesti hostellitoiminnan kattojärjestön eli Hostelling International toimintaa, tavoitteita ja missiota sekä kuinka laajalla alueella järjestö tällä hetkellä toimii. Tämän jälkeen käydään läpi itse opinnäytetyön toimeksiantajan eli Suomen Hostellijärjestön toimintaa ja millaisia toimia järjestö tekee pitääkseen yllä Suomessa toimivaa hostelliverkostoa. Viimeisessä alaluvussa käsitellään ulkoista ja sisäistä toimintaympäristöä ja mitä ne ovat sekä miten ne eroavat toisistaan. Toimintaympäristöjä käsittelevässä alaluvussa käydään läpi myös, miten matkailu- ja ravintola-alan toimintaympäristöjä tulisi kehittää tulevaisuudessa.

2.1 Lyhyesti Hostelling Internationalin toiminnasta

Vuonna 1932 perustettiin Youth Hostel Federation, jonka nimi muuttui Hostelling International vuonna 2006. Kansainväliseen hostelliverkoston kuuluu järjestöjä lähes 90 maasta ja hostelleja on noin 3 500. Hostelling Internationalin alla toimivat hostellijärjestöt ovat voittoa tavoittelemattomia, ja se pyrkii matkustajien saavan hostellista muutakin kuin yöpymispai-kan. (Hostelling International 2021a.) Kattojärjestön alaisille hostelleille on laadittu myös laatuvaatimuksia, jotka tarkistetaan säännöllisin väliajoin kuten hostellin puhtaus, yksityisyyden kunnioitus, mukavuus, turvallisuus, ja yhdenmukainen toiminta jokaiselle (Hostelling International 2021c).

Hostelling Internationalin missiona on tarjota hostellielämyksiä, jotka auttavat nuoria ymmärtämään paremmin muita ja arvostamaan maaseudun sekä kaupungin monipuolisuutta (Hostelling International 2021b). Hostelliverkoston tavoitteena on toimia mahdollisimman kestävästi niin ekologisesti, taloudellisesti ja sosiaalisesti. Hostelling International kehottaa kattojärjestön alla toimivia hostelleja esimerkiksi kierrättämään, ostamaan ympäristöystävällisiä tuotteita, tuomaan mukaan paikallisia aktiviteettien järjestäjiä sekä palkkaamaan paikallista osaamista. Järjestö on myös kehittänyt oman laatumerkin, joka tunnetaan nimellä Hostelling International Quality & Sustainability-laatumerkki. Laatumerkin vaatimuksena hostellien tulee toimia kestävästi sekä hyödyntää mahdollisimman hyvin sekä sosiaaliset että taloudelliset hyödyt alueen yhteisölle, kulttuuriperinnölle ja ympäristölle. Edellä mainittujen asioiden lisäksi niiden tulee minimoida haitalliset vaikutukset, joita kohdistuu luontoon ja ympäristöön. Hostelling International on luonut myös toisen laatumerkin nimeltään HI's Quality Certified Hostel, joka asettaa vaatimukset järjestön alaisten hostellien palveluille sekä tuotteiden laadulle. (Hostelling International 2021d.)

2.2 Suomen Hostellijärjestö

Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Suomen Hostellijärjestö, joka toimi aikaisemmin nimellä Suomen retkeilymajajärjestö, joka perustettiin vuonna 1935. Retkeilymajojen tarkoituksena oli alun perin edistää nuorten terveitä elämäntapoja, luonnontuntemusta sekä

retkeilymajakulttuuria. Hostelleja löytyy nykyään sekä kaupungeista että ympäri Suomen maaseutua. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 32.)

Suomen Hostellijärjestö ry on yleishyödyllinen hostellijärjestö, jonka kattojärjestönä toimii Hostelling International. Hostelling International-verkosto tarjoaa jäsenilleen etuja lähes 90 maassa ja 3500 hostellissa sekä markkinoi Suomen verkoston hostelleja kansainvälisille asiakkaille. Suomen Hostellijärjestön jäseniä on tällä hetkellä noin 30 suomalaisjärjestöä. Tämän lisäksi kotimaan tai kansainvälisen hostellijärjestön hostellikortin hankkineet henkilöt hyötyvät hostellijärjestöjen palveluista ja alennuksista. (Suomen Hostellijärjestö ry, 2021.)

Järjestön tavoitteena on luoda matkailusta mahdollista kaikille jäsenille ylläpitämällä ja kehittämällä edullista ja viihtyisää majoitusta tarjoavaa hostellien verkostoa. Hostelling International-verkoston visiona on, että jäsenten ensisijaisena vaihtoehtona edullista ja yhteisöllistä majoitusta etsiä on verkoston hostellit ulkomailla tai Suomessa. Verkostoon kuuluminen on myös kannattavaa ja tuottaa järjestön alaisille hostelleille arvoa. (Suomen Hostellijärjestö ry 2021.)

Suomen Hostellijärjestön arvoina toimivat yhteisöllisyys, avoimuus, edullisuus sekä vastuullisuus. Hostellijärjestö pyrkii luomaan matkailijoilleen sosiaalista kanssakäymistä, uusia kokemuksia sekä ottaa huomioon yhteisöllisyyden hostellien toimitapojen ja tilojen suunnittelussa. Hostellimajoitus on edullista, sillä majoituksen ensisijaisena muotona on vuodepaikka ja asiakas maksaa vain valitsemistaan palveluista. Suomen Hostellijärjestö ry on sitoutunut vahvistamaan vastuullisuutta ympäristön ja talouden kehittämistä osana toimintaansa. (Suomen Hostellijärjestö ry 2021.)

2.3 Toimintaympäristö

Toimintaympäristön käsitteet ovat jakautuneet sisäiseen ja ulkoiseen toimintaympäristöön. Ulkoinen toimintaympäristö muodostuu niistä tekijöistä, jotka vaikuttavat yritykseen ulkopuolelta kuten poliittiset tai ekologiset tekijät. Suurin osa makroympäristön muutoksista ovat sellaisia, joihin yritys itse ei voi vaikuttaa. (Bergström & Leppänen 2015, luku 2.)

Sisäisellä toimintaympäristöllä tarkoitetaan kaikkea, mihin yritys itse voi vaikuttaa. Ne ovat yrityksen sisällä tapahtuvia asioita, joiden rajoissa yrityksen toiminta tapahtuu ja jotka on otettava huomioon ajateltaessa tuloksellista ja kokonaisvaltaista toimintaa. Sisäisen toimintaympäristön osia ovat esimerkiksi liikeidea, yrityksen voimavarat ja tuotteet. (Bergström & Leppänen 2015, luku 2.)

Matkailu- ja ravitsemisalaa tulisi kehittää mahdollisimman hallitusti ja vakaasti. Mikäli alaa kehitetään edellä mainitulla tavalla, siitä voi olla hyötyä alueille ilman vakavia ympäristöön, taloudellisiin resursseihin ja sosiaalisiin ongelmiin liittyviä riskejä. Tarpeeksi strateginen lähestymistapa matkailu- ja ravintola-alan kehitystä kohtaan antaa mahdollisuuden vähentää

myös kielteisiä seurauksia tarpeesta tyydyttää kasvavaa palvelujen kysyntää teollisuuden ja rajallisten luonnon-, sosiaalisten ja taloudellisten resurssien välillä. Eri resurssien liian vähäinen käyttö johtaa väistämättä ympäristön pilaantumiseen matkailukohteissa. (International Journal of Management 2020.)

3 Majoitus- ja hostellitoiminta ja tulevaisuuden näkymät

Tässä pääluvussa käydään ensimmäiseksi läpi yleistä tietoa majoitustoiminnan tämänhetkisestä tilanteesta sekä kerrotaan, minkälaisia perusteita majoitustoiminnasta käytetään. Samassa alaluvussa kerrotaan yleisimmät tavat luokitella majoituksia ja mitkä niistä ovat yleisimpiä. Toisessa alaluvussa käsitellään hostellitoimintaa yleisellä tasolla ja käydään läpi millä perusteilla majoitusliike luokitellaan hostelliksi. Hostellitoimintaa käsittelevässä osuudessa kerrotaan myös hostelliyöpymisen hintaluokasta verrattuna normaaliin hotelliin. Hostellitoimintaa koskevan alaluvun jälkeen kerrotaan tarkemmin hostellien asiakaskunnasta ja millä perusteilla asiakkaat valitsevat nimenomaan hostelliyöpymisen.

Neljäs alaluku tarkastelee pandemian vaikutuksia majoitustoimintaan viimeisen puolentoista vuoden ajalta. Alaluku käsittelee myös numeraalisesti pandemian vaikutuksia majoitusalaan ja miten asiakaskunta on puuttunut tällä aikavälillä. Viimeisessä eli viidennessä alaluvussa käsitellään majoitusalan tulevaisuuden trendejä ja näkymiä. Alaluvussa pureudutaan etenkin digitalisaation vaikutuksiin majoitustoiminnassa sekä mihin kaikkeen teknologiaa voitaisiin hyödyntää digitalisaation kehittyessä majoitusosalalla.

3.1 Majoitusosalasta ja sen luokittelusta

Hotelli- ja ravintola-ala on ajan saatossa kasvanut maailmanlaajuisesti erittäin merkittäväksi työllistäjäksi ja verotulojen tuottajaksi. Vuonna 2018 Suomen matkailun aikaansaama arvonlisäys oli lähes 5 miljardia euroa, joka oli Suomen koko bruttokansantuotteesta noin 2,7 prosenttia. Samaisena vuonna matkailu- ja ravintola-ala työllisti yli 140 000 työntekijää Suomessa. Muihin teollisuudenaloihin verrattuna matkailu on samaa kokoluokkaa kuin metsäteollisuus ja suurempi kuin elintarviketeollisuus. (Business Finland 2018.)

Kun yhä useammat hotelliorganisaatiot etsivät liiketoimintaa yhä tarkemmin segmentoituilla markkinoilla, monet kilpailumekanismit ilmenevät ensin rakennuksessa itsessään. Etenkin hostellitoiminnassa tämä näkyy panostamisena yhteisten tilojen varusteluun ja viihtyvyyteen, huoneiden mukavuuksiin ja palveluihin sekä yhteiskeittiön laitteisiin ja yleisilmeeseen. (Rutherford 2002, 165-166.)

Kilpailu on kiristynyt ja matkailijat vaativat yhä monipuolisempia palveluja, tämän vuoksi omistajien täytyy luoda kilpailijoista erottuvia palveluja ja tuotteita, jotta kohderyhmät valitsevat juuri kyseisen majoituksen. Majoitusta luokitellaan perinteisesti kahdeksan eri luokituksen, joista yleisimpiä ovat tähtiluokitus, majoitusliikkeen koko, sijainti sekä asiakastyypit.

Edellä mainittujen lisäksi majoitusta voidaan luokitella myös palvelun tason, oleskeluajan, omistajuuden sekä onko majoitusliike vaihtoehtoinen majoitusmuoto kuten hostellit. (Tewari 2009, 31.)

3.2 Hostellitoiminta

Hostellilla tarkoitetaan epämuodollisempaa ja yhteisöllisempää majoitusvaihtoehtoa hotelleista sekä yleisesti ottaen myös halvempaa. Asiakas voi maksaa pelkäästä vuodepaikasta jae-tussa huoneessa tai yksityishuoneesta, joiden suosio on noussut huomattavasti 2000-luvun ai-kana. (Hietala & Venttola, 2019.) Hostellitoiminta saapui Suomeen Saksasta 1900-luvulla ja hostelleja on ollut maailmanlaajuisesti jo noin 90 vuotta. Hostellit ovat ensisijaisesti yöpymis-paikkoja ja niiden edullisuus perustuu yleensä omatoimisuuteen ja palveluiden valintaan.

Hostellien tulee tarjota ainakin suihkutilat, yleiset WC-tilat sekä yhteisen keittiön (Rautiainen & Siiskonen 2007, 32). Edellä mainittujen palvelujen lisäksi hostellien palvelu- ja aktiviteetti-tarjonta on monipuolistunut viime vuosikymmenien aikana. Nykyään langattoman internet-yhteyden sekä pesulapalvelut ovat lähes poikkeuksetta osa perustarjontaa. Myös mediahuo-neet, kirjastopalvelut sekä liikkumista helpottavat palvelut kuten polkupyörät tai väliaikaisiin bussikortteihin tarjottavat alennukset ovat entistä yleisempiä.

Hostellien hintataso vaihtelee jonkin verran, sillä osassa hostelleja panostetaan viihtyvyyteen ja laatuun enemmän kuin toisissa. Hostellimajoitus Suomessa on halpaa, jos verrataan muihin majoitusmuotoihin kuten hotelliin. Hotellihuoneiden hinnat yhdeltä yöltä vaihtelee 70 eurosta aina pääkaupunkiseudun reiluun 115 euroon. Vuorokausihinnat Suomen hostelleissa vaihtele-vat yleensä 20 ja 50 euron välillä, joten hinnat ovatkin hinta-laatusuhteeltaan erinomaisia. Hyviä esimerkkejä Suomessa toimivista hostelleista ovat Eurohostel ja Yard Hostel.

3.3 Hostellien asiakaskunta

Milleniaaleilla eli noin 22-38-vuotiailla ei välttämättä ole niin paljon rahaa käytettävissä kuin osalla matkailijoista, mutta he ovat taipuvaisia käyttämään enemmän tuloihinsa nähden sekä viipymään pidempään ja tutustumaan kulttuureihin kuin vanhemmat ikäluokat. Edellä maini-tuista syistä hostellit ovatkin nostaneet suosiotaan perinteisten hotellien sijasta. (Quinby 2016, Mohn 2016 mukaan.) Nykyään hostelleissa panostetaan myös entistä enemmän yksityi-syyteen, konseptiin sopiviin aktiviteetteihin sekä mukavuuksiin. Tämä näkyy esimerkiksi siinä, että yhdeksässä kymmenestä hostellista sisältää yksityishuoneita.

Milleniaalit asettavat etusijalle sosiaalisen vuorovaikutuksen ja jaetut kokemukset uusien ys-tävien kanssa verrattuna keskimääräiseen matkustajaväestöön. Kasvavan trendin myötä mo-net suuret hotelliketjut luovat "hostellimaisia" ominaisuuksia pysyäkseen kilpailukykyisinä. Esimerkiksi suurin osa Yhdysvaltain hostellien käyttäjistä (72 prosenttia) on yksin matkustavia, jotka etsivät sosiaalisia kontakteja. Hostellimatkailijat käyttävät todennäköisemmin

enemmän rahaa matkoihinsa. Keskimäärin hostellivieraat käyttävät vuosittain 4474 dollaria kun taas tavallinen matkustaja 3155 dollaria. (Quinby 2016, Mohn 2016 mukaan.)

Hostellitutkimusten mukaan piirteet, joilla on ratkaiseva sosiaalinen ja tunnepitoinen rooli, ovat hallitsevia. Esimerkiksi viittaamalla toiminnallisempiin ominaisuuksiin, kuten erilaisiin palveluihin, asiakkaat yhdistivät ne pääosin yhteisiin tiloihin vahvistamalla hostellien ympäristön sosiaalista luonnetta. Myös yksityishuoneissa yöpyvät asiakkaat viittasivat siihen, että erottelukohta hotelleista on hostellien yhteisessä käsitteessä eli jaetuissa tiloissa, jotka niin sanotusti ”pakottavat” vieraiden välisiin kohtaamisia. Tutkimus osoitti myös, että hostellien vieraat liittivät positiivisen kokemuksensa sosiaaliseen vuorovaikutukseen, jonka asiakkaat löysivät hostelliympäristöstä. Uusien ystävien hankkiminen, tunne kotona olemisesta ja hyväksymisestä osana yhteisöä ovat ratkaisevia tekijöitä ajateltaessa parempaa asiakastytyvyyttä. (Verissimo & Costa 2019.)

3.4 Pandemian vaikutukset majoitusalaan

Koronaviruspandemia, joka ei vain vaikuttanut merkittävästi kansanterveyteen, on myös vaikuttanut vakavasti yhteen maailmantalouden yhdistävistä aloista eli matkailuun. Koska monet maat ovat ottaneet käyttöön ulkonaliikkumiskieltoja sekä matkailurajoituksia viruksen leviämisen hillitsemiseksi, kansainvälinen matkailu pysähtyi kuin seinään huhtikuussa 2020. Vaikka lento -ja laivayhtiöt näkevät matkustajien ennennäkemättömän laskun, muut matkailuun sidoksissa olevat alat ovat kokeneet vastaavanlaisia takaiskuja, aina suljetuista ravintoloista hotellivieraiden määrän romahtamiseen majoitusalaalla. (Statista 2020.) Liikkuvuusmarkkinanäkymän mukaan matkailualan maailmanlaajuiset tulot ovat arviolta 396 miljardia Yhdysvaltain dollaria vuonna 2020, mikä on noin 42 prosentin lasku edelliseen vuoteen verrattuna. Lisäksi luku on huomattavasti pienempi kuin alkuperäinen vuoden 2020 ennuste. (Statista 2020.)

MaRan laskennallinen arvio optimistisessä skenaario 2020 vuodelle oli, että alan liikevaihto laskee kolmanneksella 2019 tasosta. Tämä olisi tarkoittanut sitä, että liikevaihto olisi ollut vuonna 2020 noin 2,5 miljardia euroa pienempi kuin vuonna 2019. Vuoden 2020 kaltaisessa sulkutilanteessa majoitus- ja ravintola-alaa uhkasi mittava konkurssiaalto, sillä alan yritysten kiinteät kulut ovat suuret. Vuokran anteeksi antaminen tai ainakin tuntuva alennus määräajaksi oli viime vuoden tilanteessa oikea tapa edesauttaa majoitus- ja ravintola-alan yritysten selviämistä. (Vitriini 2020.)

Huhti-toukokuussa majoituksen vähäinen kysyntä johtui pääosin kotimaan työmatkailun vähenemisestä. Kesäkuussa kotimainen vapaa-ajanmatkailu alkoi kuitenkin elpyä ja heinä-lokakuu välisellä ajalla vapaa-ajanyöpymiset majoitusliikkeissä palautuivat lähes edellisvuoden tasolle. Kotimaan työmatkojen määrä sen sijaan väheni huomattavasti jääden heinä-lokakuussa 20-30 prosenttia edellisvuotta alemmalle tasolle. Ulkomaisten vieraiden työperäisiä yöpymisiä

oli syksyllä enää vain noin neljännes ja vapaa-ajanyöpymisiä vain yli 10 prosenttia edelliseen vuoteen verrattuna. (Nurmi 2020.)

Pahimman koronatilanteen aikana hotellien keskihinta puolittui, mutta yksittäisten huoneistojen hintataso pysyi kutakuinkin samana. Kysynnän lisääntymisestä huolimatta hotellyöpymisiä oli heinä-elokuu välillä noin kolmannes vuoteen verrattuna. Sen sijaan kesällä vuokramökit vetivät suomalaisia puoleensa, sillä yöpymiset lähtivät kesäkuun aikana jyrkkään kasvuun. Vaikka kotimaan vapaa-ajanyöpymiset palautuivat kesän aikana määrällisesti lähes ennalleen, ne jakautuivat kuitenkin alueellisesti hyvin eri tavalla verrattuna edellisvuoteen. Suurissa kaupungeissa kotimaisten yöpymisten määrä pieneni tänä aikana 39 prosenttia, mutta niiden ulkopuolella kasvua oli noin 2 prosenttia. (Nurmi 2020.)

3.5 Majoitusalan tulevaisuus ja trendit

Majoitusala, monen muun alan ohella elää vahvassa murroksessa. Digitalisaatio muokkaa toimialaa hyvin voimakkaasti. Henkilökohtaisen asiakaspalvelun idealisoinnin sijaan verkosta saatavaa palvelua tai automaattipalvelua pidetään jopa suotavampana kuin henkilökohtaista palvelua. Nykypäivän yhteiskunnassa tehokkuudesta ja ajansäästöstä on tullut tärkeämpiä asiakasmyönteisyyden sijaan. Tehokkuuden lisääntyminen luo helposti palveluihin prosessinomaisuutta tai automaattisuutta. Moni onkin huolissaan siitä, että teknologiset innovaatiot ja digitalisaatio on syrjäyttämässä henkilökohtaisen asiakaspalvelun. (Aunola & Heikkinen 2015, 17.)

Maailmasta on tullut ympärivuorokautisesti toimiva yhteiskunta, ja palveluiden laatua arvioidaan nykyään usein suhteutettuna aikaan ja sen säästöön. Laatujohtamisen rinnalle on tullut niin sanottu aikajohtaminen. (Aunola & Heikkinen 2015, 19.) Sosiaalinen median merkitys on yhä suurempi menestyvän hotellitoiminnan kannalta. Esimerkiksi Instagram, joka on tällä hetkellä sosiaalisen median yksi suosituimmista alustoista, asiakkailla on mahdollisuus julkaista kuvia hotellista ja sen palveluista, ja tätä kautta voi vaikuttaa muiden asiakkaiden valintoihin. Läheisten ja ystävien suosituksia ja mielipiteitä pidetäänkin yleensä arvokkaampina kuin esimerkiksi lehden tai internet-sivuston arvostelua. Menestyvän majoitusalan yritysten olisikin hyvä olla aktiivinen sosiaalisessa mediassa ja julkaista aktiivisesti kuvia hotellin arjesta tai muutoksista palveluissa (Das 2018).

Teknologia tulee olemaan tulevaisuudessa keskeinen osa hotellikokemusta niin huoneessa, ennen matkaa, että sen jälkeen. Tämä johtaa uusien käsitteiden ja innovaatioiden kehittämiseen teollisuudessa ja myötävaikuttaa yhä yksilöllisemmän tarjouksen syntymiseen (Masset & Weisskopf 2021.) Jo ennen pandemiaa oli havaittavissa teknologian ja digitalisaation yleistymisen majoitusosalalla. Jo nyt havaittavia digitalisaation vaikutteita ovat virtuaalitodellisuuden ja lisätyn todellisuuden käyttö matkailu- ja hotellialalla. Teknologian kehityksen huomaa esimerkiksi tavoissa maksaa ostokset tai palvelut. Aasiasta tulevat matkailijat käyttävätkin

pääosin sähköisiä maksuvaihtoehtoja kuten matkapuhelimiaan maksaessaan palveluita tai os-toksia.

Perusstandardit eivät enää päde, sillä on entistä kriittisempää, että palvelua personoidaan asiakkaan mukaan ja otetaan huomioon asiakkaan toiveet ja tarpeet (Masset & Weisskopf 2021). Tämä kaikki näkyy omaan kokemukseeni perustuen hyvin selkeästi esimerkiksi asiakkai-den ruokailussa ja hyvin tarkoissa toiveissa koskien itse yöpymistä. Asiakkaiden odotukset laa-dun tasosta ovat nousseet 2010-luvun aikana ja majoituksen odotetaan olevan kokonaisval-tainen ja yksilöllinen asiakaskokemus ottaen huomioon yksilön tarpeet ja toiveet.

Teknologian kehityksestä johtuen asiakkaat ovat hemmoteltuja, vaativat palveluja missä ja milloin tahansa. Jo pelkkä elintarviketeknologian kehitys on muuttanut asiakkaiden käyttäyty-mistä siihen, että ruuan tulisi olla saatavilla milloin tahansa ja kirjaimellisesti missä tahansa. (Das 2018). Esimerkiksi Woltin ja Foodoran kaltaiset yritykset ovat nostaneet asiakkaiden vaa-timustasoa entistä korkeammalle ja myös muilta palvelualojen yrityksiltä odotetaan korkeata-soista palvelua kuten majoitukselta.

4 Yhteisöllisyys, sosiaalisuus ja jakamistalous

Neljäs luvun alkuun käsitellään yhteisöllisyyden ja sosiaalisuuden merkitystä yhteisöissä ja millainen vaikutus ihmisiin, sillä on. alaluvussa selitetään auki niiden merkitys, jotta lukijan on helpompi ymmärtää tutkimusta kokonaisuudessaan. Toinen alaluku keskittyy jakamistalou-teen ja kuinka sitä hyödynnetään matkailussa. Alaluvussa sivutaan myös ihmisten kulutuskäyt-täytymistä ja kuinka se on muuttunut aikojen saatossa. Viimeisessä alaluvussa käydään läpi miten hyvin suosituimmat hostelliketjut tuovat esille yhteisöllisyyden omilla internet-sivuil-laan ja onko kenties joillain ketjuista siinä parantamisen varaa.

4.1 Yhteisöllisyys, yhteisö ja sosiaalisuus

Yhteisön määritelmä on muuttunut ajan saatossa. Yhteisö ei merkitse enää vain samalla maantieteellisellä alueella olevaa ihmisryhmää, jolla on jokin pitkäkestoinen yhteenliittymä, vaan yhteisöjä voi syntyä myös esimerkiksi virtuaalisen vuorovaikutuksen kautta. Yhteisön jä-seniä yhdistää kulttuuri ja normisto. (Saastamoinen 2007, 106.) Perinteisten yhteisöjen yh-denmukaisuus perustui kokonaisvaltaisuuteen ja säätymäisyyteen. Vielä pitkään teollisessa yh-teiskunnassakin henkilön luokka ja sosiaalinen asema määritteli melko tiukasti sen, millaisten yhteisöjen jäsen hän oli. (Aro 2011.) Nyky-yhteiskunnassa yhteisön jäsenet haluavat liittyä yh-teen rakentaakseen ja ilmaistaakseen omaa identiteettiään. Yhteisöt voivat perustua myös ku-luttamiseen liittyvän elämäntavan ympärille. (Saastamoinen 2001, 27-28.)

Sosiologian perusteoksien mukaan nykyaikaistuminen johtaa individualismin kasvamiseen. Edellä mainitun perusteella on tehty yleensä johtopäätös, että seurauksena on samalla yhtei-söllisyyden heikkeneminen, koska yksilöllisillä ihmisillä on yksilölliset elämäntavat eikä tämän

takia haluta sopeutua yhteisöllisen elämän yhdenmukaisuuteen ja sen vaatimuksiin. Yhteisöt ja niiden yhteenkuuluvuuden tunne on kuitenkin myös aikamme ihmisille erittäin arvokas asia, sillä se on identiteetin lähde ja kaipuun kohde. (Aro 2011.)

Ihmisten katsotaan olevan sosiaalisia ja ovat taipuvaisia tekemään yhteistyötä tuntemattomien kanssa ja isoissakin ryhmissä. Ihmiset yleensä nauttivat toistensa seurasta, ja heillä on tarve elää yhteisöissä, jotka parantavat jäsentensä hyvinvointia. Motiivi toisten seurassa olemiseen voi olla luontainen tai välineellinen. Välineellinen motiivi voi liittyä itsetuntoon, johonkin tavoiteltavaan asiaan tai kunnioitukseen, jonka saamiseen tarvitaan muita. (Tuomela & Mäkelä 2011, 87-89.)

Nyky-yhteiskunnissa ihmiset kuuluvat useimmiten useisiin sosiaalisiin ryhmiin, joista yleensä vain yksi on yksilön mielessä ja toiminnan pohjana (Tuomela & Mäkelä 2011, 101). Jokaisen yksilön sosiaalisten ryhmien määrä vaihtelee suuresti, riippuen siitä kuinka paljon yksilöllä on sosiaalisia kontakteja. Hyvä esimerkki tilanteesta, jossa henkilön yksi sosiaalisista ryhmä on toiminnan pohjana voisi olla tapaaminen ystävien kesken.

4.2 Jakamistalous matkailussa

Yhteistyö- ja jakamistalouteen liittyvät termit kuten jakamistalous, vertaistalous, yhteisötalous ja yhteisöllinen kulutus sekoitetaan usein keskenään ja oletetaan niiden olevan yhtä ja samaa. Usein tämän takia terminologia onkin ihan hakusessa puhuttaessa. Jakamistalous on taloudellinen malli, joka perustuu vähälle käytölle jääneen omaisuuden tai taitojen jakamiseen rahallista tai muita etuja vastaan. Jakamistalouden arvoja ovat esimerkiksi yhteistyö, avoimuus ja yhteiskunnallisen vallan mahdollistaminen. (Botsman 2013.)

Kuluttajien kulutuskäyttäytyminen ja arvot ovat muuttuneet ajan saatossa, joten myös jakamistalouden merkitys matkailussa kasvanut. Edellä mainittu tarkoittaa myös sitä, että yhä useampi matkailija on kiinnostunut tekemään omatoimimatkoja ja matkat suunnitellaan tai varataan itse internetin, sovellusten tai mobiililaitteiden kautta. Nykyään matkailijat vaativat kestäviä ja ympäristöystävällisiä tuotteita ja tuotteita, mutta myös yksilöllistä palvelua, autenttisia kokemuksia sekä kohtaamisia paikallisten. Tarpeisiin on mahdollista etenkin jakamistalouden kautta. (Juul 2015, 2, 4; Tussyadiah & Pesonen 2015.)

Tussyadiahin ja Peltosen teettämässä tutkimuksessa vertaismajoitus on lisännyt erityisesti pienituloisten matkustusintoa aikaisempaan verrattuna. Taloudellisuuden lisäksi sosiaalisten tekijöiden lisäksi myös taloudellisuus on vaikuttanut vertaismajoituksen käyttöön, sillä sen avulla turisteilla on mahdollisuus kokea uniikkeja paikallisia elämyksiä ja tutustua eri kulttuureihin ja ihmisiin. Tutkimus paljastaa myös sen, että sosiaaliset kontaktit vertaismajoituksessa sekä vertaismajoituksen ilmapiiri pidentävät usein matkan kestoa. Paikallisten kanssa

vietetty aika lisää myös mahdollisuuksia erilaisiin aktiviteetteihin. Vertaismajoitus antaa matkailijoille myös enemmän valinnan varaa kohteissa. (Tussyadiah & Pesonen, 2015.)

Yksi yleisimmistä esimerkeistä on Airbnb, jonka toiminta-ajatus perustuu siihen, että yritys tarjoaa alustan, jonka kautta ihmiset voivat vuokrata huoneita tai majoituksen niitä tarvitseville. Edellä mainittu liikeidea on jakamistaloutta yksinkertaisimmillaan. Suurin osa Airbnb-isännistä tarjoaa yhden tai kaksi huoneistoa, mutta joillakin saattaa olla kymmeniä tai satoja huoneistoja listattuna. Syyskuusta 2008-2015 välisenä aikana yli 40 miljoonaa ihmistä vuokrasi majoituksena Airbnb:ltä. (Juul 2015, 3-4.)

4.3 Yhteisöllisyyden huomioiminen hostellien verkkosivuilla

Netscouting-menetelmällä tarkoitetaan tiedon ja lähteiden etsimistä Internetistä. Internetistä on kehittynyt erinomainen tiedon lähde ja siksi kyseinen menetelmä on loistava työkalu tutkittavan aiheen kokonaisvaltaiseen ymmärtämiseen. Menetelmässä tärkeintä on rajata kysymykset sekä mittarit, jotta suuresta määrästä aineistoa löytää tarpeelliset tiedot työlleen. Myös lähteiden alkuperä on hyvä tarkistaa, jotta varmistutaan niiden luotettavuudesta ja laadusta. (Moritz 2005, 194.)

Kaikenikäiset ja eri kulttuureista tulevat ihmiset voivat viettää aikaa ja tutustua toisiinsa hyvin rennossa ilmapiirissä. Meininger-ketjun yhteisöllisiin tiloihin kuuluu muun muassa itsepalvelukeittiö, pelialue, lounge, aula sekä baari. (Meininger, 2021.) Wombat's hostellit on rakennettu sosiaalisten kanssakäymisten ympärille kohtuuhintaisessa majoituksessa. Wombat's hostelleissa tutustutaan uusiin ihmisiin ja jaetaan matkatarinoita eikä vain jaeta asuintilaa muutamaa yötä. (Wombat's hostels, 2021.)

Meininger-ketjun internet-sivuilla tuodaan esille kaikki peruspalvelut, jotka löytyvät jokaisesta Meininger-ketjun hotellista. Sivulla korostetaan myös miellyttävää ilmapiiriä, joka ketjun hotelleissa on. Sivulla kuvaillaan jokainen palvelu tarkemmin ja tietyissä tapauksissa korostetaan yhteisöllisyyttä kuten aulan ja yhteisen ajanviettoon tarkoitettun tilan yhteydessä. Vastaavasti A&O hostelsin sivuilla korostetaan ympäristöystävällisiä toimintatapoja sekä kerrotaan ketjun periaatteista tarkemmin kuten arvoista, missiosta ja visiosta. Sivulla ei kuitenkaan korosteta yhteisöllisyyden merkitystä tai kuinka eri palvelut ja yhteistilat edistävät niitä. (A&O Hostels, 2021.)

5 Määrällisen tutkimuksen toteutus ja teoria

Viidennen luvun alkuun käydään läpi mitä määrällinen tutkimus on ja miten kyseistä tutkimustapaa voidaan hyödyntää sekä millaisiin kysymyksiin määrällinen tutkimus vastaa. Toisessa alaluvussa syvennyttään kyselytutkimukseen, jota käytettiin tämän tutkimuksen tuloksien saamiseksi. Kyselytutkimusta käytettiin pääosin sen takia, jotta saatiin mahdollisimman laaja otanta kyselyn vastanneiden näkemyksiä yhteisöllisyydestä ja heidän toiveistaan

hostelliympäristössä. Kolmas alaluvussa käydään läpi tässä tutkimuksessa käytetyn kyselyn runko, perustietoja ja kohderyhmät. Kolmannessa alaluvussa selitetään mitä tutkimuksen reli-aabeliudella, validiudella ja kokonaisluotettavuudella tarkoitetaan sekä miten ne voivat vaikuttaa tutkimuksen lopputulokseen. Luvun viimeisessä alaluvussa käydään läpi Kyselytutkimuksen kohderyhmät sekä kerrotaan pääpiirteittäin se, kuinka määrällinen kyselytutkimus toteutetaan tässä opinnäytetyössä.

5.1 Määrällinen tutkimus pähkinänkuoressa

Määrällisessä tutkimusmenetelmässä eli kvantitatiivisessa menetelmässä tietoa tarkastellaan numeroin. Tämä tarkoittaa, että tutkittavia asioita ja niiden ominaisuuksia käsitellään yleensä numeroiden avulla. Tutkimusmenetelmä vastaa kysymyksiin, kuinka moni, kuinka paljon ja kuinka usein. (Vilka 2007, 14.) Määrällistä tutkimusta hyödynnetään, kun tutkimuksessa rakennetaan, selitetään, uudistetaan, puretaan tai täsmennetään aiempia teorioita ja teoreettisia käsitteitä. Teorian merkitys näkyy myös siinä, että tutkimuksessa edetään ensin teoriasta käytäntöön eli kyselyyn, haastatteluun tai havainnointiin. Käytännön jälkeen palataan takaisin teoriaan tulosten analysoinnin ja niiden tulkinnan avulla. (Vilka 2007, 25.)

Määrällisessä tutkimuksessa on kolme aineiston käsittelyn vaihetta. Lomakkeiden tarkistus, aineiston muuttaminen muotoon, jossa sitä voidaan käsitellä numeraalisesti sekä tallennettu aineisto tarkistetaan. Kyselyn tulokset tallennetaan usein havaintomatriisiksi sekä aineisto tarkistetaan ennen tulosten analysointia. (Vilka 2007, 105.) Määrällisellä analyysillä pyritään selvittämään esimerkiksi erilaisten ilmiöiden syy-seuraussuhteita, ilmiöiden välisiä yhteyksiä tai ilmiöiden yleisyyttä ja esiintymistä numeroiden ja tilastojen avulla. (Jyväskylän yliopisto, 2015.) Määrällisen tutkimuksen analysointimenetelmäksi tulee valita menetelmä, joka syventää tietoa siitä, mitä ollaan tutkimassa.

5.2 Kyselytutkimuksen teoria

Kyselytutkimuksen avulla voidaan kerätä laaja tutkimusaineisto, jonka avulla voidaan saada paljon kyselyyn vastanneita ja voidaan hakea monipuolisesti vastauksia. Kyselytutkimus on tehokas menetelmä, sillä se voi säästää tutkimukseen käytettyä aikaa, ja jos lomake on suunniteltu huolellisesti, aineisto voidaan myös analysoida ja käsitellä nopeasti. Suurimpina kyselytutkimuksen heikkouksina pidetään etenkin aineiston pinnallisuutta ja tutkimus voi samalla olla myös teoreettisesti vaatimaton. Saattaa olla myös vaikea varmistua, kuinka vakavasti kyselytutkimukseen vastattiin ja ovatko vastausvaihtoehdot olleet tarpeeksi selkeitä vastaajien näkökulmasta. (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2009, 193-195.)

Kyselyn aineistoa kerätään yleensä posti- tai verkkokyselyllä. Verkkokyselyssä lomake lähetetään tutkittaville, jonka kyselyyn vastaavat täyttävät itse ja lähettävät täytetyn lomakkeen takaisin. Verkkokyselyn etuna on sen nopeus ja vaivattomuus. Yleisimpänä ongelmana pidetään vastausprosenttia, sillä suurelle yleisölle lähetettynä lomake harvoin tuottaa tulokseksi

kovin korkeaa vastausprosenttia. (Hirsjärvi ym. 2010. 196.) Sähköiset kyselyt ovat yleistyneet digitalisaation kehittyessä, ja niiden toteuttamiseen on nykyään tarjolla useita eri sovelluksia. Niillä voidaan laatia kyselylomakkeet, kerätä vastauksia sekä raportoida kyselystä saadut tulokset. Tyypillisesti digitaaliset kyselyt levitetään sähköpostitse, yrityksen internetsivujen yhteydessä, tai sosiaalisen median alustoilla. (Ojasalo, Moilanen & Ritalahti 2014, 128.)

Sähköisten kyselyiden suurimpina vahvuuksina korostuu etenkin niiden edullisuus, vaivattomuus sekä tiedon keruun nopeus. Toisaalta sähköinen tiedon keruu saattaa asettaa myös haasteita, sillä kyselyiden määrä on kasvanut räjähdysmäisesti 2000-luvun aikana. Kyselyiden määrän eksponentiaalinen kasvu saattaa selittää myös osittain sitä, miksi kyselytutkimusten vastausprosentit ovat pienentyneet. Suurin ongelma sähköisissä kyselyissä on kuitenkin aineiston edustavuuteen ja tulosten yleistettävyyteen liittyvä. Oikeanlaisen otantakehikon löytäminen saattaa olla vaikeaa, eikä sähköpostiosoitteita rekisteröidä systemaattisesti. (Ojasalo ym. 2015, 128-129.)

5.3 Tutkimuksen reliabelius, validius ja kokonaisluotettavuus

Tutkimuksen reliabeliudella tarkoitetaan tutkimuksen kykyä antaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Selkokielellä sanottuna reliabelius arvioi kuinka hyvin tulokset pysyvät samanlaisina mittauksesta toiseen ja onko tutkimuksen toistettavuus luotettava. Reliabiliteettiin liittyviä asioita voidaan tarkastella sekä tutkimuksen aikana että sen jälkeen. Reliabiliteetissa tarkastellaan etenkin mittaukseen liittyviä asioita ja kuinka tarkka tutkimuksen toteutus on. Tutkimuksen tarkkuudella tarkoitetaan sitä, kuinka paljon tutkimukseen sisältyy tutkimukseen satunnaisvirheitä. (Vilka 2007, 149.)

Tutkimuksen validiudella tarkastellaan tutkimuksen kykyä mitata sitä, mitä tutkimuksessa oli tarkoitus alun perin mitata. Validiudella tarkkaillaan sitä, miten hyvin tutkija on onnistunut operationalisoimaan teoreettiset käsitteet arkikielelle eli onko tutkija onnistunut siirtämään tutkimuksessa käytetyn teorian käsitteet ja ajatuskokonaisuuden kyselylomakkeelle eli mittariin. Tutkimuksen validius on hyvä, jos tutkimuksessa käytettävät käsitteet eivät ole harhaanjohtavia ja virheitä ei ole systemaattisesti. (Vilka 2007, 150.)

Tutkimuksen reliabelius ja validius muodostavat yhdessä tutkimuksen kokonaisluotettavuuden. Kokonaisluotettavuus on hyvä, kun otos edustaa perusjoukkoa ja mittaamisessa on mahdollisimman vähän satunnaisvirheitä. Rakentava palaute on myös tärkeää, mikäli haluaa lisätä tutkimuksen kokonaisluotettavuutta. Systemaattiset virheet johtuvat usein miten liian pienestä otannasta tai siitä, että tutkimukseen vastanneet kaunistelevalta tai vähättelevalta asioiden todellista tilaa. Systemaattisten virheiden välttämiseksi tutkimuksen aikana, kannattaa pitää yllä dialogia toisten kanssa. (Vilka 2007, 152-153.)

5.4 Kyselytutkimuksen toteutus ja kohderyhmät

Määrällisen kyselytutkimuksen runko pohjautuu osittain Suomen Hostellijärjestön aikaisemmin toteutettuun asiakaskyselyyn vuodelta 2020, jossa kartoitettiin hostelliasiakkaiden toiveita ja näkemyksiä hostellien yhteisöllisyydestä. Kohderyhminä kyselytutkimuksessa olivat hostellijärjestön hostellikortin omaavat henkilöt tai hostellijärjestön hostelleissa aikaisemmin asioineet henkilöt sekä hostellijärjestön uutiskirjeen tilanneet henkilöt.

Ajankohta ei ollut paras mahdollinen kyselytutkimukselle, sillä koronapandemia on verottanut matkustajamääriä ja yöpymisiä majoitusyrityksissä. Määrällinen tutkimus toteutettiin kyselytutkimuksena, jotta saataisiin mahdollisimman laajasti vastauksia eri demografisista ryhmistä. Kyselytutkimus sisälsi 13 kysymystä liittyen hostellien yhteisöllisyyteen, asiakkaiden toiveisiin hostellien palveluista sekä pandemian vaikutuksiin hostellitoiminnassa. Kyselytutkimuksen ajankohta oli 2.5.-16.5.2021 eli kaksi viikkoa ja kyseisenä aikana vastauksia tuli yhteensä 87. Kyselytutkimus toteutettiin Microsoft Forms-lomakkeella, joka oli osana Suomen Hostellijärjestön uutiskirjettä.

Kyselylomakkeen alussa käytiin läpi mitä kysely käsittelee ja muut oleelliset tiedot kyselyyn liittyen. Kyselylomakkeen (liite 1) kahdessa ensimmäisessä kysymyksessä kysyttiin ensin taustatietoa eli vastaajan ikää sekä sukupuolta. Kyselyn pääteemoina olivat hostellin tarjoamat palvelut, yhteisölliset tilat ja hostellien yhteisöllisyys sekä asiakkaiden toiveet ja kuinka vastaajat ovat kokeneet pandemian vaikutuksen majoituspalvelussa. Kysymykset esitettiin pääosin sekamuotoisina kysymyksinä. Sekamuotoiset kysymykset, jotta vastaajilla oli mahdollisuus lisätä vastausvaihtoehtoja, joita ei kyselyä luodessa ollut otettu huomioon. Kyselylomakkeessa olleilla avoimilla kysymyksillä annettiin vastanneille mahdollisuus kertoa ajatuksiaan ja toiveita kyselyn aihealueisiin liittyen sekä täydentää vastauksiaan.

Ennen kyselyn julkaisua, lomake testattiin muutamalla henkilöllä, jotta tutkimuksen tekijä sai tarvittavaa tietoa siitä, ymmärsivätkö vastaajat kysymyksien sisällön samalla tavalla kuin kyselyn tekijä ja olivatko kysymykset tarpeeksi hyvin muotoiltu. Kyselyyn lisättiin testauksen jälkeen muutamia vastausvaihtoehtoja sekä osassa kysymyksiä tehtiin pieniä muutoksia. Testikyselyn vastaajina toimi kohdeyrityksen henkilöitä. Sähköinen kyselylomake toteutettiin Microsoft Forms-alustalla, ja se oli vastattavissa Suomen Hostellijärjestön uutiskirjeessä olleen linkin kautta. Tutkimuksen kohderyhmästä saatiin rajallinen otanta, joten vastauksia ei voida yleistää koskemaan koko kyselyn kohderyhmää eli uutiskirjeen tilaajia sekä Suomen Hostellijärjestön jäsenjärjestöjen edustajia. Tuloksista saatiin tärkeää tietoa siitä, millaisia toiveita ja kokemuksia kyselyyn vastanneilla oli.

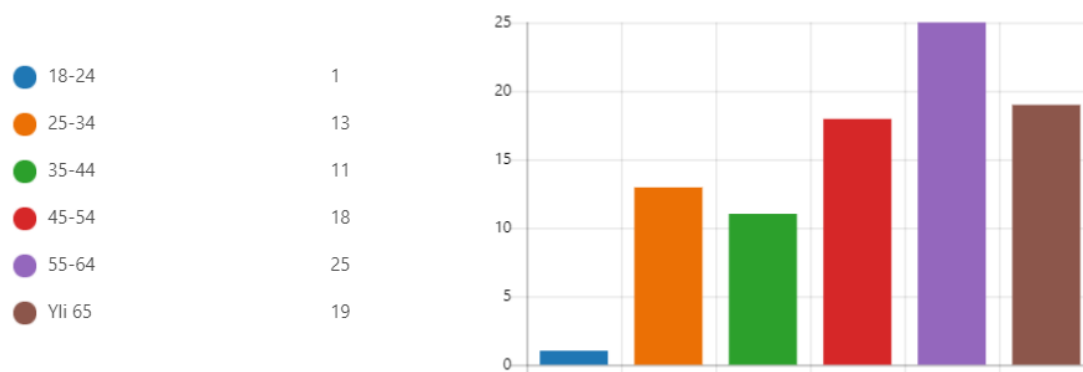
6 Kyselytutkimuksen tulokset

Tässä luvussa käsitellään tutkimustuloksia. Tutkimuksen tuloksia ei voida yleistää, mutta niiden perusteella saadaan tietoa kyselyyn vastanneiden mielipiteistä. Kyselyssä kysyttiin

yhteisöllisyydestä, pandemian vaikutuksista hostellien yhteisöllisyyteen sekä asiakkaiden toiveista, hostellien yhteisöllisistä tiloista ja palveluista. Vastaukset kerättiin 2.5.-16.5.2021 välisenä aikana ja vastauksia saatiin 87 henkilöltä. Kyselylomakkeen täyttämiseen meni keskimäärin yhdeksän minuuttia ja seitsemän sekuntia.

6.1 Demografiset tekijät kyselytutkimuksessa

Määrällisen kyselyn kaksi ensimmäistä kysymystä kartoittivat demografisia tekijöitä eli kyselyyn vastanneiden ikää ja sukupuolta. Ensimmäisessä kysymyksessä tarkastellaan sukupuolijakaumaa ja se oli määritelty yhdeksi kyselyn pakollisista kysymyksistä. Miesten osuus kyselyyn vastanneista oli noin 29,9 prosenttia ja naisten osuus kyselyyn vastanneista oli 70,1 prosenttia. Kyselyyn vastanneista kukaan ei ollut jonkin muun sukupuolinen.



Kuvio 1: Ikäjakauma (n=87)

Kuviossa 1 tarkastellaan kyselylomakkeen toista demografista tekijää kartoittavaa kysymystä eli ikäjakaumaa. Kyselylomakkeen toinen kysymys oli niin ikään määritelty pakolliseksi kysymykseksi. Taustatietoa kartoittavien kysymysten avulla saatiin selkeämpi kuva kyselylomakkeeseen vastanneista. Otanta oli kuitenkin sen verran pieni, ettei sitä voida yleistää. Kuvio 1 osoittaa, että yli 71,3 prosenttia vastanneista kuului kolmeen viimeiseen ikäryhmään. Vastavasti vain 28,7 prosenttia vastanneista kuului kolmeen ensimmäiseen eli nuorimpiin ikäryhmiin.

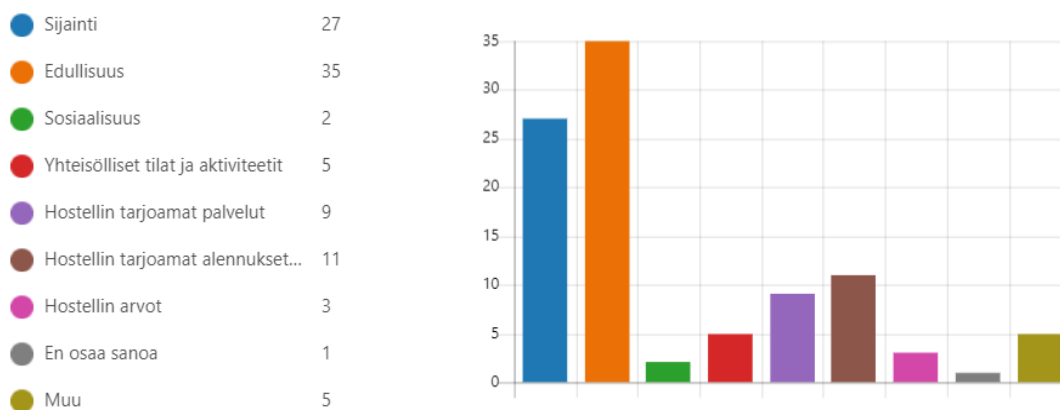
Kuten kuvio 1 osoittaa kyselyyn vastasi eniten ikäryhmästä 55-64-vuotiaita, joiden osuus kaikista kyselyyn vastanneista oli 28,7 prosenttia. Toiseksi suurin ikäryhmä kyselyssä oli yli 65-vuotiaat, joiden osuus kaikista kyselyyn vastanneista 21,8 prosenttia. 45-54-vuotiaiden osuus vastaajista oli niin ikään hieman yli viidennes eli 20,7 prosenttia, joka oli kolmanneksi suurin ikäryhmä vastaajista. Neljänneksi eniten vastanneita oli 25-34-vuotiaissa, joiden osuus kyselyyn vastanneista oli 14,9 prosenttia. 35-44-vuotiaista kyselyyn vastasi 11 henkilöä, ja heidän

osuutensa kaikista vastaajista oli vajaa 12,6 prosenttia. Kyselyyn vastasi 18-24-vuotiaita ainoastaan yksi, jonka osuus kaikista vastaajista oli 1,1 prosenttia.

6.2 Hostellien valintaan vaikuttavat tekijät ja hostellien yhteisöllisyys

Kyselylomakkeen (Liite 1) kolmannessa kysymyksessä kysyttiin kyselyyn osallistuneilta sitä, kuinka usein he yöpyvät hostelleissa keskimäärin. Suurin osa vastaajista kertoi yöpyvänsä hostellissa kerran vuodessa (37,9 %) tai harvemmin kuin kerran vuodessa (40,2 %). 11,5 prosenttia kyselyyn vastannutta kertoi yöpyvänsä vähintään kerran puolessa vuodessa. Yksi kyselyyn osallistunut kertoi yöpyvänsä vähintään kerran kuukaudessa. 3,4 prosenttia vastaajista yöpyi vähintään kolmen kuukauden välein hostellissa. Viisi kyselyyn osallistunutta eli 5,7 prosenttia ei majoittunut hostelleissa lainkaan, ei osannut sanoa tai käyttivät muita majoitusmuotoja.

Kuvio 2 tarkastelee vastaajien näkemyksiä siitä, mitkä ovat tärkeimpiä tekijöinä valittaessa hostellia. Kysymyspatteriston neljäs kysymys oli vapaaehtoinen ja sen tarkoituksena oli toimia tarkentavana kysymyksenä, jotta saataisiin tarkempaa tietoa siitä, mitkä asiat vastaajille ovat tärkeitä hostellia valittaessa. Enemmistö tähän kysymykseen vastanneista oli sitä mieltä, että tärkeimpiä tekijöitä hostellia valittaessa oli sen edullisuus ja sijainti. Hostellia valittaessa vähiten kiinnitettiin huomiota hostellin sosiaalisiin tekijöihin, yhteisöllisiin tiloihin ja aktiviteetteihin sekä hostellin arvoihin. Enemmistö vastaajista valitsi enemmän kuin yhden vaihtoehdon.



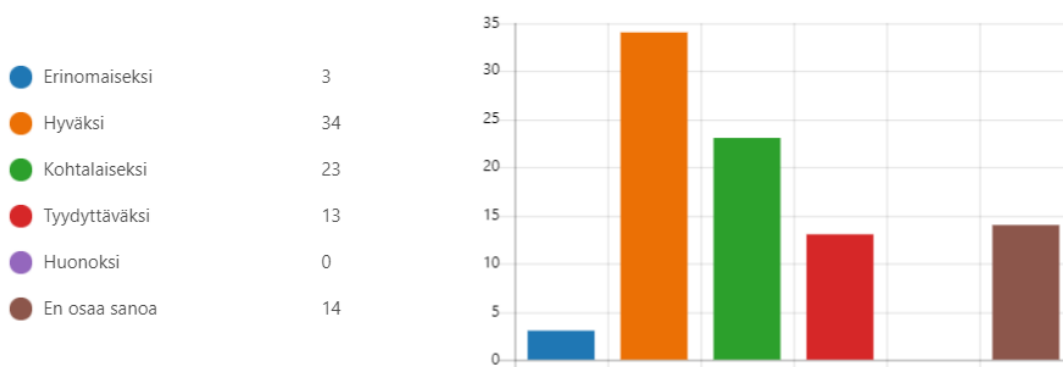
Kuvio 2: Hostellin valintaan vaikuttavat tekijät. (n=46)

Neljänteen kysymykseen vastasi yhteensä 46 henkilöä, joista 22 kysymykseen vastannutta (47,8 %) piti hostellin edullista hintaa sekä sijaintia merkittävimpinä tekijöinä hostellia valittaessa. Yhdeksän kyselyyn vastannutta eli 19,6 prosenttia piti hostellin edullisuutta tärkeänä tekijänä majoitusta valittaessa. 39,1 prosenttia kysymykseen vastanneista piti joko hostellin tarjoamia palveluita tai hostellin tarjoamia alennuksia tai etuja tärkeänä tekijänä hostellia

valittaessa. Toisaalta vain kaksi kysymykseen vastannutta eli 4,3 prosenttia piti molempia edellä mainituista tekijöistä oleellisina majoitusta valittaessa.

Kuviossa 2 tulee esille myös se, että vähiten kiinnitettiin huomiota hostellia valittaessa hostellin arvoihin, sosiaalisuuteen sekä hostellissa oleviin yhteisöllisiin tiloihin ja aktiviteetteihin. Vain kolme kysymykseen vastanneista eli 6,5 prosenttia piti hostellin arvoja tärkeänä tekijänä valittaessa hostellia. 10,9 prosenttia vastaajista piti hostellin yhteisöllisiä tiloja ja aktiviteettejä oleellisena, kun he valitsivat majoitusta. Vastaavasti vain 4,3 prosenttia kysymykseen vastanneista piti hostellin sosiaalisuutta tärkeänä valittaessa hostellia. Vain yksi henkilö ei osannut sanoa yhtä tai useampaa tekijää valittaessa majoitusta. 10,9 prosenttia piti jotain muuta tekijää tärkeänä valmiiksi annettujen vaihtoehtojen lisäksi.

Kuviossa 3 tarkastellaan sitä, kuinka kyselyyn vastanneet ovat kokeneet hostellien yhteisöllisyyden, kun he ovat majoittuneet hostellissa. Kysymys oli yksi kyselyn pakollisista kysymyksistä, jotta saataisiin oleellista tietoa siitä, kuinka asiakkaat kokevat yhteisöllisyyden tunteen hostelliympäristössä. Vastaajista noin 39,1 prosenttia oli kokenut yhteisöllisyyden hyvänä majoittumisissaan hostelleissa. 26,4 prosenttia kyselyyn vastanneista piti majoittumisissaan hostelleissa yhteisöllisyyttä kohtalaisena, kun taas 3,5 prosenttia kyselyyn vastanneista piti hostellien yhteisöllisyyden tunnetta erinomaisena.



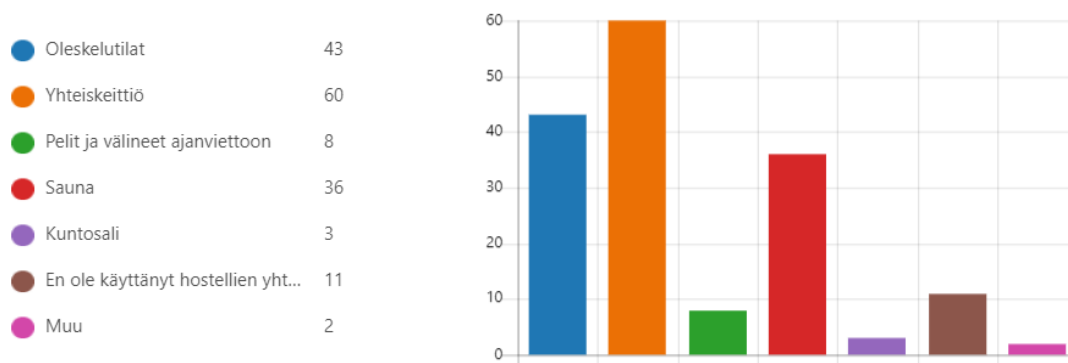
Kuvio 3: Hostellien yhteisöllisyys (n=87)

Kuten kuvio 3 osoittaa, osallistuneista 31,0 prosenttia piti hostellien yhteisöllisyyttä joko tyydyttävänä tai ei osannut sanoa mielipidettään. Kyselyyn osallistuneista 14,9 prosenttia koki yhteisöllisyyden tunteen majoittumisissaan hostelleissa tyydyttäväksi. 16,1 prosenttia vastaajista ei osannut sanoa, millaiseksi he olivat kokeneet yhteisöllisyyden tunteen hostelliympäristössä. Melko suuri kyselyyn vastanneista piti hostellien yhteisöllisyyttä joko kohtalaisena tai tyydyttävänä, joka kielii osittain myös siitä, että hostellien yhteisöllisyydessä on edelleen kehittämisen varaa. Hostellien toiminta perustuu kuitenkin osittain yhteisöllisyyteen ja sosiaalisiin kontakteihin muiden hostellissa majoittuvien kanssa.

6.3 Hostellien yhteisöllisten tilojen, palveluiden ja etujen käyttö

Kuviossa 4 tarkastellaan sitä, mitä yhteisöllisiä tiloja kyselyyn vastanneet ovat hyödyntäneet hostelliöppymisten aikana. Kuvioista käy ilmi selvästi se, että yhteisöllisistä tiloista kolmea käytetään ylitse muiden eli oleskelutiloja, yhteiskeittiötä ja saunatiloja. 87,4 prosenttia vastaajista kertoi käyttäneensä vähintään joko yhtä eniten ääniä saaneista tai useampaa niistä. Selvästi eniten vastanneet olivat käyttäneet yhteiskeittiötä. Kyselyyn vastanneista 69,0 prosenttia kertoi käyttäneensä yhteiskeittiötä vähintään kerran hostelliöppymistensä aikana. Toiseksi eniten kyselyyn vastanneiden keskuudessa oli käytetty oleskelutiloja, joita oli käyttänyt 43 vastanneista, joka on prosentuaalisesti 49,4 prosenttia kaikista vastaajista. Kyselyyn vastanneista 41,4 prosenttia kertoi käyttäneensä saunatiloja hostelliöppymistensä aikana.

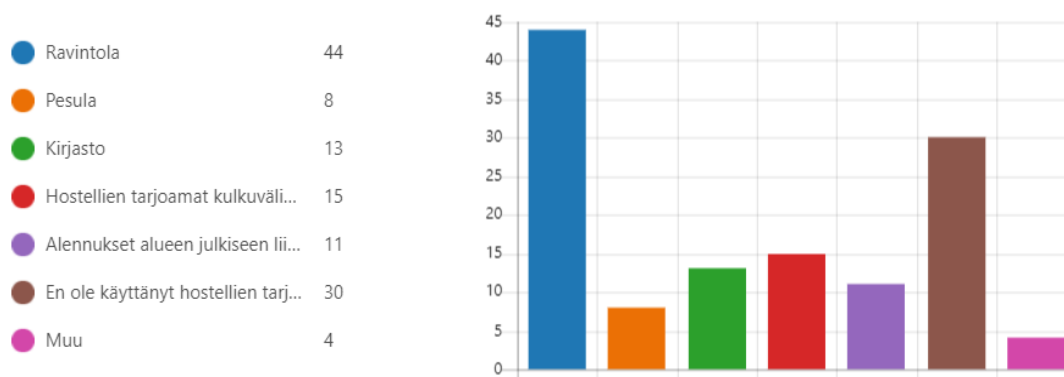
Kuvio 4 näyttää sen, että vastaajat olivat hyödyntäneet vähiten hostelleissa olevia kuntosaleja ja ajanviettoon tarkoitettua tilaa. Vain kolme kyselyyn vastannutta eli 3,4 prosenttia oli käyttänyt kuntosalia hostelliöppymisen aikana. Ajanviettoon tarkoitettuja välineitä tai pelejä oli käyttänyt vain 9,2 prosenttia. Kyselyyn vastanneista 11 ei ollut käyttänyt hostellissa olevia yhteisöllisiä tiloja. Kaksi kyselyyn vastannutta kertoi käyttäneensä jotain muuta yhteisöllistä tilaa kuten hostellin yhteydessä olevia ulkoilualueita tai muita vastaavia.



Kuvio 4: Yhteisöllisten tilojen käyttö (n=87)

Kuvio 5 kuvaa kyselyyn vastanneiden palvelujen ja etujen käyttöä majoitustensa yhteydessä. Eniten vastaajat olivat käyttäneet ravintolapalveluja. Yli puolet kaikista vastaajista eli 50,6 prosenttia kertoi käyttäneensä hostellissa ravintolapalveluja, joita hyödynnettiin esimerkiksi aamiaisella ja päivällisellä. Kuten kuvio 5 osoittaa, toiseksi eniten vastauksia tuli vaihtoehtoon, että vastaaja ei ole käyttänyt majoittumisensa aikana lainkaan hostellin tarjoamia palveluja. Kyselyyn osallistuneista 34,5 prosenttia ei ollut käyttänyt hostellin tarjoamia palveluja.

tai etuja.



Kuvio 5: Palvelujen ja etujen käyttö hostelleissa (n=87)

Lopuissa vaihtoehdoissa vastausmäärät jakoutuivat melko tasaisesti. Kyselyyn vastanneista 17,2 prosenttia kertoi käyttäneensä hostellien tarjoamia kulkuvälineitä majoittumisensa aikana. Vastaavasti kirjastopalveluja oli käyttänyt 13 vastaajaa eli 14,9 prosenttia kaikista kyselyyn vastanneista. Kyselyyn osallistuneista 9,2 prosenttia oli käyttänyt ainakin kerran hostellin tarjoamaa kirjastopalvelua. Vastaajista vain neljä oli käyttänyt jotain muuta kuin valmiiksi annettua vaihtoehtoa. Tosin yksi muu-vaihtoehdon valinneista oli hyödyntänyt hostellin tarjoamaa mahdollisuutta aamiaiseen. Aamiainen kuitenkin sisältyy hostellin tarjoamiin ravintolapalveluihin.

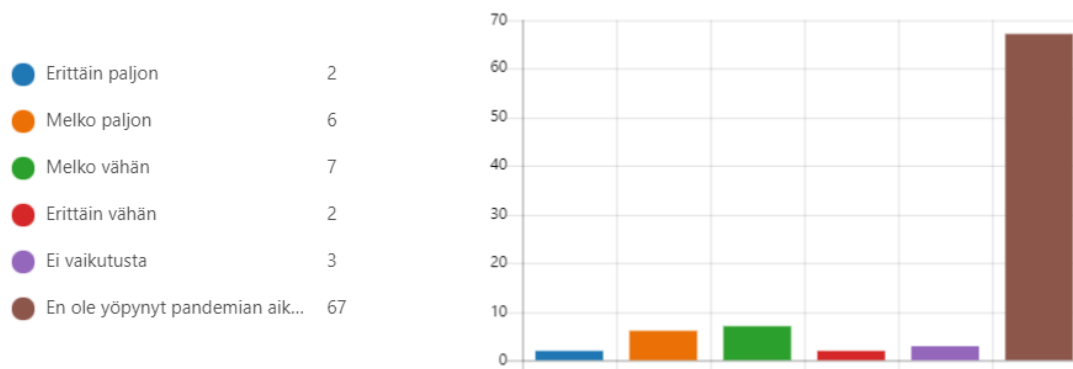
6.4 Majoittuminen hostellissa pandemian aikana

Koronapandemian aikana melko harva vastaajista oli yöpynyt hostellissa, sillä vain 23,0 prosenttia vastaajista kertoi yöpyneensä hostellissa pandemian aikana. Loput kyselyyn vastanneista eli 77,0 prosenttia ei ollut yöpynyt hostelleissa. Edellä mainittu osoittaa myös sen, että suurin osa kyselyyn osallistuneista ei ole halunnut ottaa riskiä koronaan altistukselle tai ei ole ollut tarvetta matkustaa Suomen rajojen sisällä.

Kyselyyn vastanneista 12 eli 13,8 prosenttia oli sitä mieltä, että korona vaikutti majoittumiseen hostellissa melko vähän, erittäin vähän tai ei vaikuttanut lainkaan yöpymiseen. Vastanneista kahdeksan eli 9,2 prosenttia kertoi majoittuneensa hostellissa ja pandemian vaikuttaneen majoittumiskokemukseen joko melko paljon tai erittäin paljon. Vastaajista vain 2,3 prosenttia koki pandemian vaikuttaneen majoittumiseen erittäin paljon. Vastaavasti 6,9 prosenttia kyselyyn vastanneista koki koronan vaikuttaneen majoittumiseen melko paljon.

Kysymykseen yhdeksän vastasi henkilöt, joiden mielestä pandemia oli vaikuttanut majoittumiskokemukseen hostellissa joko melko paljon tai erittäin paljon. Kysymyksen asettelu oli avoin, jotta saataisiin tarkempaa tietoa siitä, millaiset asiat ovat vastaajien mielestä olleet suurimpia eroavaisuuksia normaaliin hostellitoimintaan. Kaksi asiaa erottautui selvästi ylitse

muiden. Hostelliasiakkaat eivät käyttäneet juurikaan hostellin tarjoamia yhteisöllisiä tiloja sekä turhia sosiaalisia kontakteja välteltiin. Yksi vastaajista kommentoi: ”Hostelleissa ollut vähemmän väkeä ja jokainen omassa porukassaan. En ole päässyt juttelemaan muiden kanssa, vaikka matkustan yksin. Olen myös majoittunut yhteismajoituksessa.”



Kuvio 6: Majoittuminen pandemian aikana (n=87)

Seuraavassa alaluvussa käydään läpi kyselyyn vastanneiden toiveita sekä kuinka moni kyselyyn vastanneista olisi valmis majoittumaan uudestaan hostellissa. Alaluvussa tarkastellaan myös läpi vastaajien muita huomioita hostellien yhteisöllisyydestä.

6.5 Asiakkaiden toiveet, huomiot yhteisöllisyydestä ja hostellin suosittelu

Kyselyssä kävi ilmi selkeästi muutamia toiveita siitä, kuinka hostellien yhteisöllisyyttä tai palveluja voitaisiin kehittää tulevaisuudessa. Vastaajat toivoivat esimerkiksi parempia ruokailumahdollisuuksia itse hostellissa tai alennuksia lähialueen ravintoloihin tai kahviloihin. Vastauksista kävi myös ilmi se, että monet toivoivat paremmin suunniteltuja yhteisöllisiä tiloja hostelleihin. Vastaajat toivoivat etenkin ajanviettoon tarkoitettuja huoneita, jotka voisi sisältää esimerkiksi päivän sanomalehden, pelikonsolin, lautapelejä sekä alennuksia tai väli-nevuokrausta eri harrastuksiin. Selkeä toive vastaajien keskuudessa oli se, että asiakkailla olisi mahdollisuus vuokrata tai käyttää kulkuvälineitä kuten polkupyörää tai saada alennuksia seudun julkiseen liikenteeseen.

Hieman vähemmän huomiota saaneista toiveista esimerkiksi helpommin saatavilla oleva informaatio lähialueen palveluista ja harrastamahdollisuuksista parantaisi palvelun laatua hostelleissa. Muutaman kyselyyn vastanneen mielestä olisi hyvä asia, että hostellien internet-sivut olisi saatavilla myös suomenkielisinä, mikäli ei hallitse riittävän hyvin englantia. Osa kyselyyn vastanneista toivoi myös parempia mahdollisuuksia säilyttää esimerkiksi omaa polkupyörää, arvotavaroita sekä jääkaappia omien ruokien säilyttämiseen. Vähemmälle huomiolle jääneistä on hyvä nostaa esille esimerkiksi lemmikeille suunnatut huoneet sekä lapsiperheille suunnatut huoneet, joita ei aina huomioida hostelleja suunniteltaessa. Muutama vastanneista toivoi

myös omaa kylpyhuonetta, joka sisältäisi wc:n ja suihkun, mikäli ovat varanneet oman huoneen hostellista. Osa vastaajista olivat huomioineet vastauksissaan myös sen, että osassa hostelleja, ei ole ollut tarpeeksi tilavaa keittiötä ja jääkaappia, mikäli haluaisi valmistaa ruokaa tai viedä ostamiaan ruokia yhteiseen jääkaappiin.

Vastaajista 46,0 prosenttia suosittelisi hostellia majoitusvaihtoehtona perinteisen hotellimajoittumisen tai muun vaihtoehdoisen majoitusmuodon sijasta. Vastaajista 47,1 prosenttia ei osannut ottaa tarkemmin kantaa kysymykseen. Kyselyyn vastanneista 6,9 prosenttia ei suosittelisi hostellia majoitusvaihtoehtona, eivätkä suurella todennäköisyydellä myöskään majoitu uudelleen hostellissa.

7 Kehitysehdotukset ja johtopäätökset

Seitsemännän luvun ensimmäisessä alaluvussa käsitellään kehitysehdotuksia hostellien toimintaan tulevaisuudessa. Alaluvussa käydään etenkin ideoita, miten kehittää hostellien yhteisöllisyyttä sekä kuinka toteuttaa asiakkaiden toiveita hostelliympäristössä. Toisessa alaluvussa tuodaan esille kyselytutkimuksen johtopäätökset, jossa yhdistetään opinnäytetyön taustoitusta sekä kyselytutkimuksen tuomat tulokset. Edellä mainitun lisäksi arvioidaan sitä, miten paljon muun muassa ajankohdalla, saatavilla olevalla aineistolla tai muilla vastaavilla seikoilla oli merkitystä tuloksiin.

7.1 Kehittämisehdotuksia toiminnan parantamiseksi

Kehittämisehdotuksia tarkasteltiin tutkimuksesta saadun aineiston perusteella. Kyselytutkimuksesta saatujen tietojen perusteella kolme tärkeintä tekijää hostellia valittaessa olivat hostellin edullisuus, sijainti sekä hostellin tarjoamat alennukset ja edut. Tällaisia etuja tai alennuksia ovat esimerkiksi alennukset ravitsemusliikkeisiin sekä vapaa-ajan palveluihin. Kuidennän luvun kolmannessa alaluvussa tarkasteltiin tarkemmin hostellien palveluja, yhteisöllisiä tiloja sekä hostellien tarjoamia alennuksia ja etuja.

Useat vastanneista kokivat etenkin, että oleskelutiloja tai ajanviettoon tarkoitettuja tiloja oli liian vähän. Tämä oli jossain määrin, melko yllättävä havainto, sillä hostellien tarkoituksena on tavata uusia ihmisiä ja tutustua heihin. Joten yksinkertaisin tapa kehittää niitä on, että hostellit panostaisivat entistä enemmän yhteisöllisiin tiloihin kuten oleskelutiloihin, jotka tarjoaisivat esimerkiksi yleisimpiä lehtiä, lautapelejä ja muita ajanviettoon tarkoitettuja ratkaisuja. Hostellit voisivat panostaa yhteisöllisiin tiloihin remonttien yhteydessä, joita hostellit tekevät 10-20 vuoden välein. Mikäli hostelli tietää tekevänsä remontin lähitulevaisuudessa, kannattaa suunnitella valmiiksi sisätiloihin tehtävät remontit, mutta ei ole välttämätöntä tehdä perusteellista peruskorjausta koko hostellin tiloihin. Hostellien tiloja ja ulkoista ilmettä kannattaa kehittää tarpeen ja taloudellisen tilanteen niin salliessa.

Toinen yhteisöllinen tila, jota vastaajat käyttävät usein on yhteiskeittiö. Sitä hostellien asiakkaat käyttävät pääosin ruokien säilytykseen tai omien ruokien valmistukseen. Yleisin huolenaihe keittiöön liittyen oli se, että keittiössä ei ollut tarvittavasti tilaa ruokailuun, ruokien valmistukseen tai niiden säilytykseen. Yksi vaihtoehto esimerkiksi ruokien säilytykseen liittyen, voisi olla se, että yksittäisiin huoneisiin asennettaisiin jääkaappi, johon voisi laittaa omat ruokansa, jotka voisi valmistaa yhteisessä keittiössä. Yhteisen keittiön tulisi olla myös tilavampi, mikäli useampi asiakkaista valmistaa ruokaa samaan aikaan. Moni kyselyyn osallistunut toivoi parempia säilytystiloja joko arvo -tai matkatavaroille, myös omalle polkupyörälle toivottiin säilytystiloja. Säilytystilat ovat verraten helppo tehdä, esimerkiksi muuttamalla ylimääräinen toimisto säilytystilaksi. Toisaalta omille polkupyörille tehtävä tila on huomattavasti haastavampi, sillä suuri osa hostelleista sijaitsee erinomaisella paikalla, keskellä kaupunkia.

Osa vastaajista toivoi myös yhteistyötä paikallisten kahviloiden ja ravintoloiden kanssa, joista saisi alennuksia tai hostellin asiakkaille alennettun hinnan tiettyihin tuotteisiin kuten erikoiskahveihin. Yhteistyöt paikallisten yrittäjien kanssa lisää niin paikallisten yhteistyökumppaneidenkin kuin asiakkaiden mielipiteitä hostellia kohtaan, jos asiakkaat ovat tyytyväisiä hostellin tarjoamiin tiloihin, palveluihin ja etuihin. Monet kyselyyn osallistuneista perään kuuluttivat aamiaistarjoilua ja sen puutetta tai puutteellista aamiaista. Mikäli hostellilla on tilat tehdä kahvila, hostelli voisi myydä eväslaatikoita, salaattiannoksia ja leipiä, jotka kehittäisivät huomattavasti hostellien tarjoamaa palvelua. Hostellien tulisi siis panostaa aamiaistarjoiluun ja mahdollisen kahvilan perustamiseen hostellin liiketiloihin, mikäli tarvittavat tilat löytyvät.

Hostellin kannattaisi panostaa aamiaiseen etenkin siksi, että yksittäisten huoneiden määrä on lisääntynyt huomattavasti 2000-luvulla sekä yhä useampi hostellissa yöpyvä haluaa yksityisyyttä. Erillisessä huoneessa majoittuvalle tulisi tarjota vaihtoehtoa, joka sisältäisi aamiaisen joko niin, että aamiainen kuuluu automaattisesti huoneen hintaan tai lisäveloituksesta. Toki majoittuminen useamman henkilön kanssa tulee olla edelleen mahdollisuus, etenkin jos asiakas yöpyy vain yhden yön ja jatkaa matkaansa seuraavana aamuna tai asiakkaan taloudellinen tilanne ei anna mahdollisuutta erillisen huoneen varaamiseen.

7.2 Johtopäätökset

Opinnäytetyön tavoitteena oli tuottaa uutta tutkimustietoa yhteisöllisyyteen ja hostelliasiakkaiden toiveisiin liittyen. Uuden tutkimustiedon löytämiseksi tehtiin kyselytutkimus, joka jaettiin Suomen Hostellijärjestön uutiskirjeessä kahden viikon ajan, ja vastauksia tuli 87. Kyselyyn vastattiin nimettömästi, ja lähes kaikki kyselyyn vastanneista omasi kokemuksia hostellimajoituksesta. Kyselyn avulla kartoitettiin asiakkaiden mielipiteitä hostellien yhteisöllisyydestä, palveluista sekä vastaajien toiveista yhteisöllisyyden ja viihtyvyyden lisäämiseksi. Kehittämisehdotukset sisältävät ehdotuksia yhteisöllisistä tiloista, palveluista sekä toiveita, jotka olisivat mahdollisia toteuttaa lähitulevaisuudessa.

Hostellien tulee tarjota ainakin suihkutilat, yleiset WC-tilat sekä yhteisen keittiön (Rautiainen & Siiskonen 2007, 32). Lisäarvona majoitustuotteessa voi toimia esimerkiksi sijainti, hostellin turvallisuus, erilaiset vaihtoehdot huonevarauksen yhteydessä sekä tietoliikenneyhteydet huoneessa (Rautiainen & Siiskonen 2020, 162). Pakollisten palvelujen ja tilojen lisäksi, hostellien palvelu- ja aktiviteettitarjonta on lisääntynyt huomattavasti tämän vuosituhannen aikana. Nykyään tietoliikenneyhteydet sekä pesulapalvelu ovat osa normaalia perustarjontaa nykyään.

Hostellissa majoittuvalle asiakkaalle on kyselyn vastaajien mukaan tärkeää hinta, sijainti sekä hotellissa tarjottava aamiainen ja yhteisötiloissa tarjottavat vaihtoehdot ajanviettoon. Hostellin sisustus, yhteisötilojen tilavuus sekä hostellin tarjoamat ravintolapalvelut tärkeitä kyselyyn vastanneiden keskuudessa. Myös usealle vastaajista huoneen varustelu on nykyään entistä tärkeämpi, etenkin jos varaa oman huoneen hostellissa.

Asiakkaiden viihtyvyyteen kyselyyn vastanneiden perusteella vaikuttaa yhteisötilojen varustelusta löytyvät tekijät kuten lehdet ja kirjat sekä ajanviettoon tarkoitettu varustelu. Viihtyvyyttä varten kehittämissuhteiksi olisi erittäin tärkeää, että oman huoneen varauksella asiakkaalla olisi jääkaappi ruoka- ja juomatarpeiden säilytystä varten sekä oma kylpyhuone. Aterimet ja astiat loisivat mahdollisuuden valmistaa ja syödä ruokaa myös yhteiskeittiön tiloissa. Kehittämissuhteiksi parempaa majoituskokemusta varten ovat myös paremmat tilavammat tilat yhteisessä keittiössä ja laajempi valikoima palveluja kuten sauna ja mahdollisuus polkupyörän vuokraukseen.

Tutkimuksen tuloksia ei voida yleistää, sillä vastaukset ovat jokaisen kyselyyn vastanneen omia mielipiteitä ja kokemuksia hostellimajoituksesta. Kvantitatiivisen kyselytutkimuksen tulokset antavat näyttöä siitä, mitä yhteisötiloja ja palveluita pidetään tärkeänä majoituksen aikana sekä mitkä asiat vaikuttavat eniten yhteisöllisyyteen tämän otannan perusteella. Kehittämissuhteiksi voi ottaa ja kannattaa harkita käyttöön otettavaksi hostellin toiminnan kehittämiseksi. Ehdotuksia kannattaa hyödyntää etenkin asiakaskokemuksen parantamiseksi hostellimajoituksessa ja suunniteltaessa palveluja hostellissa.

Lähteet

Painetut

Aunola, E. & Heikkinen, V.A. 2015. Näkökulmia vieraanvaraisuusalan tulevaisuuteen ja johtamiseen. Helsinki: Haaga-Helia ammattikorkeakoulu.

Bergström, S. & Leppänen, A. 2015. Yrityksen asiakasmarkkinointi. 16.-18. painos. E-kirja, Helsinki: Edita.

Heikkilä, T. 2014. Tilastollinen tutkimus. E-kirja. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. painos. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi.

Moritz, S. 2005. Service design. Practical access to an evolving field. E-kirja. Köln: Köln International School of Design.

Ojasalo, K., Moilanen, T. & Ritalahti, J. 2014. Kehittämistyön menetelmät: Uudenlaista osaamista liiketoimintaan. Helsinki: Sanoma.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2007. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. 2. painos. Helsinki: Restamark.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2020. Hotellivaraukset: Majoitusala tutuksi. 10. painos. Helsinki: Restamark.

Rutherford, D.G. 2002. Hotel management and operations. 3. painos. New York: John Wiley and sons.

Saastamoinen, M. 2007. Ryhmätutkimuksen suuntia sosiaalipsykologiassa. In: Sosiaalipsykologia: Yksilöstä yhteiskuntaan. Kuopio: Unipress, 67-109.

Tewari, J.R. 2009. Hotel front office. Operations and management. New Dehli: Oxford University Press.

Tuomela, R. & Mäkelä, P. 2011. Sosiaalinen toiminta. In: Sosiaalisen toiminnan perusta. Helsinki: Gaudeamus, 87-112.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa: määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi.

Sähköiset

A&O Hostels. 2021. Hostel. Viitattu 8.8.2021. <https://www.aohostels.com/en/hostel/>

- Aro, J. 2011. Yhteisöllisyys ja sosiaalinen side. Tampere University Press. 23.8.2021. https://trepo.tuni.fi/bitstream/handle/10024/66235/yhteisollisyys_ja_sosiaalinen_side_2011.pdf?sequence=1
- Botsman, R. 2013. The sharing economy lacks a shared definition. Fast Company. Viitattu 7.4.2021. <https://www.fastcompany.com/3022028/the-sharing-economy-lacks-a-shared-definition>
- Business Finland 2018. Matkailutilinpito: matkailun talous- ja työllisyysvaikutukset 2017-2018. Viitattu 5.3.2021. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tutkimukset-ja-tilastot/matkailutilinpito>
- Das, S. 2018. Destination future: Trends and predictions for travel & hospitality. Forbes. Viitattu 24.2.2021. <https://www.forbesindia.com/blog/travel/destination-future-trends-and-predictions-for-travel-hospitality/>
- Hietala, M. & Venttola, E. 2019. Hotellitermien merkitykset selkokielellä. Viitattu 24.2.2021. <https://www.rantapallo.fi/hotellit/hotellitermien-merkitykset-selkokielella/>
- Hostelling international. 2021. About HI. Viitattu 21.8.2021. <https://www.hihostels.com/pages/542>
- Hostelling international. 2021. Mission and values. Viitattu 21.8.2021. <https://www.hihostels.com/pages/533>
- Hostelling international. 2021. Safe and clean hostels. Viitattu 21.8.2021. <https://www.hihostels.com/pages/safe-and-clean-hostels>
- Hostelling international. 2021. Sustainable tourism. 2021. Viitattu 21.8.2021. <https://www.hihostels.com/pages/sustainable-tourism#labels>
- Juul, M. 2015. The sharing economy and tourism Tourist accommodation. Viitattu 15.4.2021. European Parliament. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/568345/EPRS_BRI\(2015\)568345_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2015/568345/EPRS_BRI(2015)568345_EN.pdf)
- Jyväskylän yliopisto. 2015. Aineiston analyysimenetelmät. Viitattu 2.6.2021. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmät>
- Masset, P. & Weisskopf, J. 2021. 2021 Top Hospitality Industry Trends. Viitattu 20.3.2021. <https://hospitalityinsights.ehl.edu/hospitality-industry-trends>.

- Meininger. 2021. Company. Viitattu 20.4.2021. <https://www.meininger-hotels.com/en/company/>
- Mohn, T. 2016. Hostels Are More Popular Than Ever Among Travel-Leaning Millennials. Forbes. Viitattu 24.2.2021. <https://www.forbes.com/sites/tanyamohn/2016/05/16/a-hostel-revolution-fueled-by-young-travelers/?sh=5778626d6bb4>
- Nikolskaya, E., Romanova, M., Pasko, O., Uspenskaya, M. & Saadulaeva, T. 2020. Formulation of Development Strategy for Tourism and Hospitality Industry. International Journal of Management. Viitattu 6.7.2021. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3586536
- Nurmi, O. 2020. Majoitusala kotimaan vapaa-ajanmatkailun varassa - suurten kaupunkien ulkopuolella. Viitattu 16.7.2021. <https://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2020/majoitusala-kotimaan-vapaa-ajanmatkailun-varassa-suurten-kaupunkien-ulkopuolella/>
- Peltoniemi, A. 2020. Koronapandemia iski rajusti matkailu- ja ravintola-alan kasvunäkymiin. Viitattu 28.6.2021. <https://www.vitriini.fi/talous/koronapandemia-iski-rajusti-matkailu-ja-ravintola-alan-kasvunakymiin.html>
- Statista. 2020. Impact on the tourism industry worldwide. Viitattu 10.4.2021. https://www-statista-com.nelli.laurea.fi/topics/6224/covid-19-impact-on-the-tourism-industry/#dossier-Summary_chapter1
- Statista. 2020. Global change in travel and tourism revenue due to COVID-19 2019-2020. Viitattu 10.4.2021. <https://www-statista-com.nelli.laurea.fi/forecasts/1103426/covid-19-revenue-travel-tourism-industry-forecast#statisticContainer>
- Suomen Hostellijärjestö ry. 2021. Meistä. 24.2.2021. <https://www.hostellit.fi/meista/>
- Tussyadiah, I. & Pesonen, J. 2015. Impacts of Peer-to-Peer Accommodation Use on Travel Patterns. Journal of Travel Research. Viitattu 6.4.2021. https://www.researchgate.net/publication/282817382_Impacts_of_Peerto-Peer_Accommodation_Use_on_Travel_Patterns
- Veríssimo, M. & Costa, C. 2019. Unveiling the key features of a positive service experience at hostels. International journal of contemporary hospitality management. Viitattu 12.7.2021. https://www.researchgate.net/profile/Medeia-Verissimo/publication/336848752_Unveiling_the_key_features_of_a_positive_service_experience_at_hostels/links/60ba61d1299bf10dff96fa5f/Unveiling-the-key-features-of-a-positive-service-experience-at-hostels.pdf
- Wombat's Hostels 2021. Why stay at Wombat's. Viitattu 20.4.2021. <https://www.wombats-hostels.com>

Julkaisemattomat

Saastamoinen, M. 2001. Yhteenvetoartikkeli: Minuus, identiteetti ja yhteisö. Viitattu

3.3.2021. Kuopion yliopisto. Kuopio. https://www.edu.helsinki.fi/svy/kvali/narrat/ms_lis.pdf

Kuviot

Kuvio 1: Ikäjakauma (n=87)	19
Kuvio 2: Hostellin valintaan vaikuttavat tekijät. (n=46)	20
Kuvio 3: Hostellien yhteisöllisyys (n=87)	21
Kuvio 4: Yhteisöllisten tilojen käyttö (n=87)	22
Kuvio 5: Palvelujen ja etujen käyttö hostelleissa (n=87)	23
Kuvio 6: Majoittuminen pandemian aikana (n=87)	24

Liitteet	
Liite 1: Kyselylomake	34

Liite 1: Kyselylomake

1. Sukupuolesi? (Valitse sopiva vaihtoehto) *

- Mies
- Nainen
- Joku muu

2. Ikäsi? (Valitse sopiva vaihtoehto) *

- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- Yli 65

3. Kuinka usein majoituit hostellissa? (Valitse sopivin vaihtoehto) *

- Vähintään kerran kuussa
- Vähintään kolmen kuukauden välein
- Vähintään kerran puolessa vuodessa
- Vähintään kerran vuodessa
- Harvemmin kuin kerran vuodessa
- En majoitu hostestelleissa
- En osaa sanoa

4. Jos kerroit edellisessä kysymyksessä majoittuvasi hostelleissa tarkentaisitko, mitkä asiat vaikuttavat siihen, että valitset hostellin muiden majoitusmuotojen sijasta?

- Sijainti
- Edullisuus
- Sosiaalisuus
- Yhteisölliset tilat ja aktiviteetit
- Hostellin tarjoamat palvelut
- Hostellin tarjoamat alennukset tai edut
- Hostellin arvot
- En osaa sanoa
-

5. Mitä hostellien yhteisöllisiä tiloja olet käyttänyt majoittumisesi aikana? (Valitse sopivat vaihtoehdot) *

- Oleskelutilat
- Yhteiskeittiö
- Pelit ja välineet ajanviettoon
- Sauna
- Kuntosali
- En ole käyttänyt hostellien yhteisöllisiä tiloja

6. Mitä hostellien tarjoamia palveluja tai etuja olet käyttänyt majoittumisesi aikana? (Valitse sopivat vaihtoehdot) *

- Ravintola
- Pesula
- Kirjasto
- Hostellien tarjoamat kulkuvälineet
- Alennukset alueen julkiseen liikenteeseen
- En ole käyttänyt hostellien tarjoamia palveluja

7. Millaiseksi olet kokenut yhteisöllisyyden tunteen yöpyessäsi hostelleissa? (Valitse sopiva vaihtoehto) *

- Erinomaiseksi
- Hyväksi
- Kohtalaiseksi
- Tyydyttäväksi
- Huonoksi
- En osaa sanoa

8. Mikäli olet yöpynyt hostellissa koronapandemian aikana, kuinka paljon pandemia on mielestäsi vaikuttanut hostellin yhteisöllisyyteen? (Valitse sopiva vaihtoehto) *

- Erittäin paljon
- Melko paljon
- Melko vähän
- Erittäin vähän
- Ei vaikutusta
- En ole yöpynyt pandemian aikana hostellissa

9. Jos vastasit edelliseen kysymykseen "erittäin paljon" tai "melko paljon" täsmentäisitkö, miten pandemia on vaikuttanut yhteisöllisyyteen hostelleissa?

Kirjoita vastaus

10. Millaisia palveluja, etuja tai yhteisöllisiä tiloja toivoisit hostellien tarjoavan? *

Kirjoita vastaus

11. Muuta huomioitavaa hostellien yhteisöllisyydestä?

Kirjoita vastaus

12. Suositteletko hostellia muille majoitusvaihtoehtona? *

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Erittäin epätodennäköistä

Erittäin todennäköistä

13. Jos haluat osallistua lahjakorttien arvontaan, kirjoita yhteystietosi alla olevaan kenttään. (nimi ja sähköpostiosoite)

Kirjoita vastaus