

# Konceptutveckling för ett hotell i Vasa

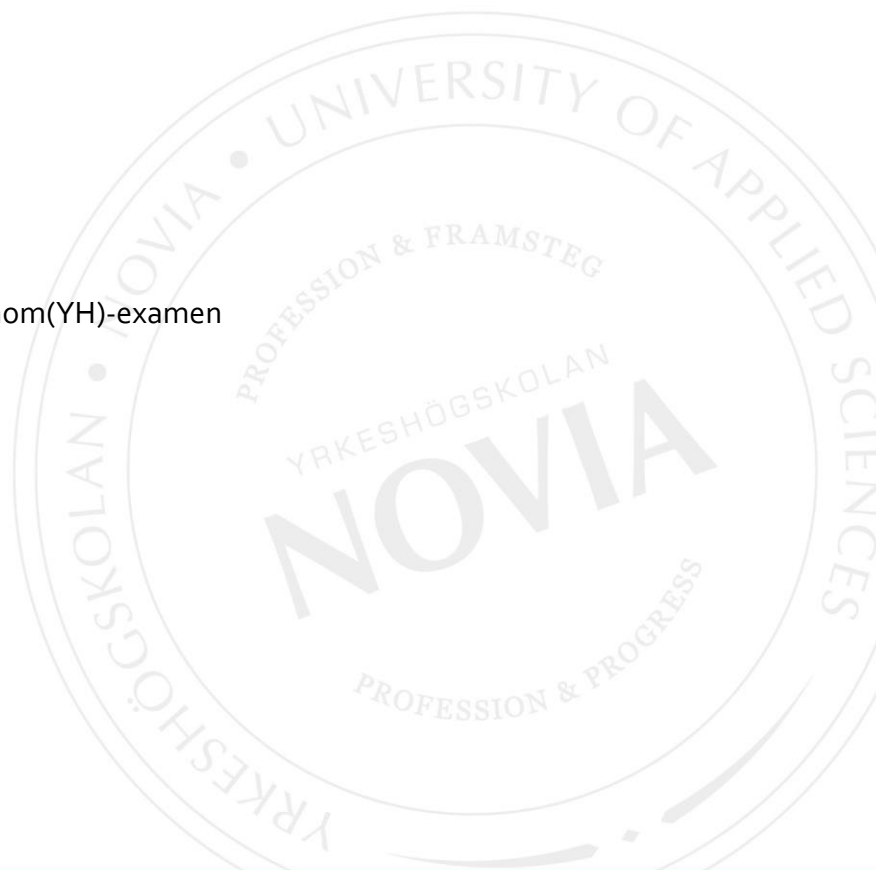
Underlag till en affärsplan

Kaisa Ristimäki

Examensarbete för restonom(YH)-examen

Utbildningen inom turism

Åbo 2018



## EXAMENSARBETE

Författare: Kaisa Ristimäki

Utbildning och ort: Turism, Åbo

Handledare: Agneta Nyberg

Titel: Konzeptutveckling av ett hotell i Vasa

---

Datum 20.03.2018

Sidantal 32

Bilagor 1

---

### Abstrakt

Syftet med examensarbete är att göra en grundläggande affärsplan för konceptutveckling av ett hotell i Vasa. Affärsidén grundar sig på mina egna idéer och för att uppnå syftet kommer jag att läsa in mig på teorin om inkvarteringsbranschen samt affärsverksamhet. För att uppnå examensarbetets syfte kommer jag att kartlägga inkvarteringsmarknaden i Vasa samt göra en intervju med verksamhetsledaren på Vasasturistbyrå, VisitVasa.

Eftersom Vasa är staden jag siktar att grunda mitt företag i är staden en stor del i mitt examensarbete. Vasa är en av de snabbaste växande städerna i landet. Det är en livlig stad med historiska och kulturella sevärdheter med många möjligheter till semester- och naturupplevelser. Staden erbjuder många utomhusaktiviteter och –evenemang.

Hostellkonceptet kom till Finland på 1990-talet och har praktiserats över hela världen i över 70 år. Hostell eller ett så kallat vandrarhem är riktat till lågbudgetsresenärer. Man betalar endast för en bädd i en sovsal vilket betyder att man oftast delar rum med andra okända resenärer.

---

Språk: Svenska

Nyckelord: Inkvarteringsbranschen, hotell, trender, affärsverksamhet

---

## BACHELOR'S THESIS

Author: Kaisa Ristimäki

Degree Programme: Tourism, Turku

Supervisor(s): Agneta Nyberg

Title: Creating a hostel concept in Vaasa

---

Date 20.03.2018

Number of pages 32

Appendices 1

---

### **Abstract**

The purpose of this bachelor's thesis is to create a ground for a business plan for a hostel in Vaasa, a koncept development of a hostel in Vaasa. The business idea is based on my own ideas and in order to achieve the purpose, I will read the theory of the accommodation industry. In order to achieve the purpose of the thesis, I will map the accommodation market in Vaasa. An interview supports the mapping of the accommodation market in Vaasa. Interviews conducted with VisitVasa by email with six open questions.

Since Vaasa is the city were I'm going to establish my business, the city is a major part of the graduate work. Vaasa is one of the fastest growing cities in the country. It is a lively city with historical and cultural attractions as well as holiday and nature experiences. The city offers many outdoor activities and events.

Hostels came to Finland in the 1990's and practiced all over the world for over 70 years. Hostels or so-called youth hostels are budget-oriented accommodation opitons. You only pay for a bed in a dormitory, which means you can end up sharing a room with other travelers unknown to you.

---

Language: Swedish

Key words: Accommodation industry, hostels, trends, business

---

# Innehållsförteckning

1	Inledning.....	1
1.1	Syfte .....	1
1.2	Metod och avgränsning.....	1
2	Vasa.....	2
2.1	Vasa som turistdestination.....	2
2.2	Transport.....	3
2.3	Evenemang.....	5
2.3.1	Sportevenemang .....	5
2.3.2	Kulturevenemang.....	6
2.4	Shopping och restauranger .....	8
2.4	Museer och historiska platser .....	9
2.4.1	Vasas vattentorn .....	9
2.4.2	Vasas saluhall .....	9
2.4.3	Strömsö.....	9
2.4.4	Gamla Vasa .....	10
2.4.5	Kvarkens skärgård .....	10
2.4.6	Replot .....	11
3	Inkvarteringsbranschen .....	12
3.1	Kort historia .....	13
3.2	Tjänster i inkvartering .....	13
3.2.1	Receptionstjänster .....	14
3.2.2	Städtjänster och rum standard.....	15
3.2.3	Restaurangtjänster.....	16
3.2.4	Mötestjänster .....	17
3.3	Inkvarteringskoncept .....	17
3.3.1	Hotell .....	17
3.3.2	Badanläggningar/Spa .....	18
3.3.3	Hostell .....	18
3.3.4	Couchsurfing.....	19
3.3.5	Bed & breakfast .....	19
3.3.6	Semesterbyar, Campingområden och stugor .....	19
3.4	Nya trender i inkvarteringsbranschen.....	20
3.4.1	Boutique hotell .....	20
3.4.2	Glamping.....	21
3.4.3	Teknik och robothotell .....	21
3.4.4	Mini hotellrum .....	22

3.4.5	Hostllets entusiasm kommer till hotellen .....	22
4	Inkvartering i Vasa.....	23
4.1	Presentation av intervjun.....	23
5	Affärsverksamhet.....	24
5.1	Affärsidé och affärsplan .....	25
5.2	Målgruppen.....	26
5.3	Anställda .....	27
5.4	Företagsformer .....	27
6	Eget hotellkoncept.....	28
6.1	Lokal och inredning.....	29
6.2	Personal och tjänster .....	30
6.3	Målgruppen.....	31
6.4	Hotellrummen .....	31
6.5	Hur går det vidare? .....	32
7	Sammanfattning.....	32
	Källor .....	33

# 1 Inledning

Min största framtidsplan i arbetslivet är att öppna ett eget företag och att starta eget har varit min dröm redan en längre tid. Att ha mycket ansvar och frihet, samt lära sig och prova på nya saker är någonting jag vill göra. Jag har påbörjat mina studier och mina första arbetserfarenheter inom turismbranschen redan som 16 åring. Jag trivs bra med att arbeta inom inkvarteringsbranschen och det är en bransch jag kommer att jobba inom även i framtiden. Restonomstudierna samt min arbets- och reseerfarenhet har gett mig många ideér om hur ett eget företag inom inkvarteringsbranschen kunde förverkligas.

Att starta eget kräver en hel del förarbete och. kännedom om branschen. Därifrån fick jag min idé till mitt examensarbete, att göra ett underlag för en affärsplan för ett hotellkoncept. Varför just ett hotellkoncept? Jo, efter att ha rest runt i världen har jag fått många egna reserefarenheter av övernattningar på olika hotell. Vasa är min hemort, jag känner till området bra och det är där jag har planerat att starta eget företag. För tillfället finns det inte något hotell i Vasa.

## 1.1 Syfte

Syftet med detta examensarbete är att utarbeta ett underlag för en affärsplan för ett hotell. Hostellet är min egen affärsidé och den största nyttan med det här arbetet är att jag får en plan att arbeta vidare på. Tidpunkten för grundandet av företaget är för tillfället inte fastställt.

## 1.2 Metod och avgränsning

För att nå mitt syfte har jag läst in mig på teori om inkvarteringsbranschen samt affärsverksamhet inom området. Jag har också intervjuat Max Jansson som är verkställande direktör på Vasas turistbyrå VisitVasa.

Arbetet fokuserar på Vasa som turistort och inkvarteringsbranschen i allmänhet samt tar upp lite om trender och olika hotellkoncept. Hotell som affärsverksamhet och den egna affärsidén beskrivs i slutet av arbetet. Budget och marknadsföring är delar som inte kommer att tas med i arbete eftersom tidpunkten för etableringen av företaget inte är klar.

## 2 Vasa

Vasa är en stad som är belägen vid Bottenvikens kust i Österbotten. Staden grundades år 1606 av Karl IX och är Österbottens äldsta hamnstad. Idag är Vasa en livlig stad med historiska och kulturella sevärdheter med många möjligheter till semester- och naturupplevelser. Staden i sig, erbjuder också många utomhusaktiviteter och -evenemang. Staden har mer än 67 000 invånare och är det största ekonomiska centret i Österbotten. (Allmän information om Vasa, u.å)

Staden hade fram till 1920 svenska som majoritetsspråk och ännu idag är Vasa en tvåspråkig stad. Av Vasaborna är 69,5% finskspråkiga, 22,6% svenskspråkiga och 7,9 % talar andra språk. Mera än hälften av befolkningen i Österbotten är svenskspråkiga. Vasa är också en studiestad, ett betydande kulturellt centrum för Svenskfinland, och i regionkommunerna är svenskan majoritetsspråket. Svenskspråkiga besökare klarar sig på svenska i nästan alla offentliga sammanhang. (Allmän information om Vasa, u.å)

Vasa är en av de snabbast växande städerna i landet. Åren 2008-2016 ökade invånarantalet i medeltal med 536 personer varje år. Vasas befolkning har ökat med 6 156 invånare på 2000-talet. (Löytynoja, 2017) Många stunderande flyttar till Vasa, i staden finns ca 20 000 studeranden, vilket gör att gatubilden är trendig och ungdomlig. (Allmän information om Vasa, u.å)

Vasaregionen består av staden Vasa och kommunerna Korsholm, Vörå, Malax, Korsnäs, Laihela, Storkyrö och Närpes. I hela Vasaregionen bor över 114 000 invånare. (Regioninfo, u.å)

### 2.1 Vasa som turistdestination

Vasaregionens Turism Ab, dvs. VisitVasa främjar och utvecklar turismutbudet i regionen och ansvarar för turistinfon som finns i köpcentret Rewell Center. Förutom turistinfon ansvarar Vasaregionens Turism Ab också för turismmarknadsföring, materialproduktion, produktutveckling, försäljning och administration. (Visitvasa, u.å)

Vasaregionen satsar mycket på trivsel. Därför finns ett utbud med kultur, idrott och fritid året om. Många turister lockas till Vasa för att tillbringa sin semester eftersom staden har ett mångsidigt utbud av aktiviteter. Vasa är ett populärt resmål för både familjer och konferens-

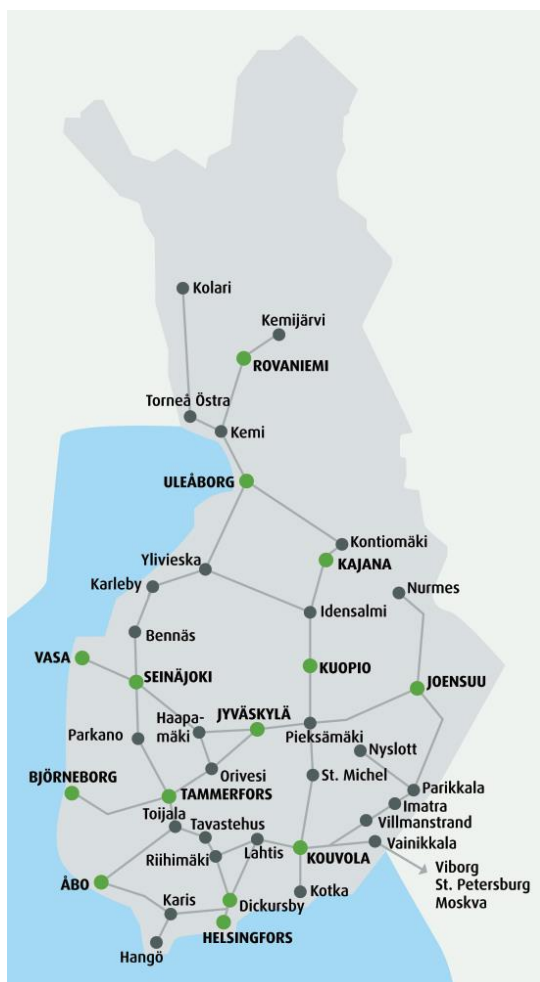
och kongressresenärer. I Vasaregionen finns internationella företag och därför söker sig många businessresenärer till Vasa. (Regioninfo, u.å)

## 2.2 Transport

Till Vasa kan man dagligen ta sig med tåg, buss, färja, flyg eller bil. Från Sverige slipper man behändigast med färja från Umeå eller med flyg från Stockholm. Vasa flygfält är den femte livligaste flygfält i Finland med ca 290 000 passagerare per år. Vasa tågstation ligger i stadens centrum och en resa från Helsingfors tar ca 4 timmar med Pendolino-tåg.

VR Group är ett mångsidig och miljövänlig rese- och logistikföretag. VR har hand om passagerartrafiken på järnvägen, huvudsakligen i Finland men även i Ryssland och Sverige. I bild 1 ser man järnvägstrafiknätet samt de viktigaste järnvägsstationerna i Finland. (Kaukoliikenteen reittikartta, u.å) VR ansvarar dagligen för ca 300 fjärrtåg och 800 närtåg. Vecra är ett företag som erbjuder tågresenärer olika restauranger, caféer och kiosk tjänster på tåg och järnvägsstationer. Enligt VR:s kunder är bekvämlighet den största orsaken till att de väljer att ta tåget. Viktiga faktorer för bekvämligheten är att det går att arbeta under resan och att tåget har restaurangservice och gratis WiFi. Andra viktiga faktorer är att VR:s tidtabeller passar ihop med kundens behov, restiden är kort, stationen är lämpligt placerad och att tåget är ett säkert transportmedel. Många påpekar också att tåget är ett miljövänligt val. Tågbiljetterna kan köpas via mobilappen VR Mobil, biljettförsäljningen på stationerna, automaterna, i tågen och via kundservicecentralens telefonservice samt på över 700 R-kiosker och 200 resebyråer runt om i Finland. (Passagerartrafik, u.å.)





**Bild 1 Finlands järnvägstrafiknät och de viktigaste järnvägsstationerna**

Oy Matkahuolto Ab är ett service- och marknadsföringsföretag inom busstrafiksektorn i Finland. Alla samarbetspartner inräknade erbjuder Matkahuolto tjänster på nästan 2 000 serviceställen i Finland. (Företagsinformation, u.å.). Även lågprisbolaget Onnibuss har en marknadsandel inom busstrafiksektorn i Finland. Till Österbotten kommer du med Onnibussen från t.ex. Åbo, Uleåborg och Helsingfors. Bussar avgår två gånger per dygn i vardera riktning och i Österbotten stannar bussen i Närpes, Vasa, Oravais och Karleby samt utanför Jakobstad. (Lillkvist, 2015)

En viktig kommunikationslänk till och från Vasa är Kvarkenstrafiken, färjan M/S Wasa Express som trafikerar Vasa - Umeå. Wasa Express byggdes 1981 och har kapacitet upp till 850 passagerare med 60 hytter. Färjan har också två stora bildäck, där ryms sammanlagt över 500 passagerar- och storfordon. Ombord på Wasa Express finns tre restauranger som är en a la carte-restaurang, det omtyckta skärgårdsbordet och en cafeteria. Ombord hittar du mat, underhållning, god stämning och de erbjuder samtidigt den bekvämaste överfarten över Kvarken. På däck 8 finns Sittsalongen och Business Lounge för de som har bokat sin egen vilstol. (Vårt fartyg, u.å.)

Dagligen kommer mer än 10 flygningar till Vasa flygfält. Sedan år 1938 har flygfältets verksamheter funnits i Vasa. Fältet fick sitt nuvarande utseende på 1950-talet, då började Vasa med sina första internationella flyg till Sverige. År 2016 reste mer än 288 000 passagerare till Vasa, vilket gjorde den till femte största flygfält i landet. Man kan flyga regelbundet från Vasa till Helsingfors och Stockholm. Populära fritidsdestinationer från Vasa är Antalya, Las Palmas och Rhodos. (Suomalaiset lentoasemat: Vaasa, 2017)

## **2.3 Evenemang**

Vasa är känt för ett brett och mångsidigt kulturutbud och evenemang som är riktade både till barn och vuxna. Sportevenemangen sker mest i Sandviken där Vasa Arena och Elisa stadion finns. Där finns också simhall, bobollsstadion, friidrottsplan, travbana och Tennis-Center. Wasa teater och Vasa stadsorkester har sina utrymmen i centrum av Vasa. Förutom föreställningar och konserter har båda omfattande turnéverksamheter i regionens kommuner, både för barn och vuxna. Konstens natt i Vasa är ett kulturevenemang för hela familjen och Wasa by night samt Pampas nationaldag är mera inriktat för studerande och vuxna.

### **2.3.1 Sportevenemang**

På 1950-talet har Vasas starkaste sporter varit ishockey, fotboll, futsal, amerikansk fotboll, volleyboll, boboll, innebandy, lacrosse, ultimate och rugby. Under åren har varje lag som representerat Vasa klarat sig relativt bra, oberoende vilken division de spelat i. De senaste åren har fotboll, ishockey, boboll, amerikansk fotboll, innebandy och korgboll varit de sporter som lockat mest åskådare. De största sportevenemangen i Vasa är ishockey- och fotbollsmatcherna. I ishockey är det Vasa Sport och i fotboll är det VPS som representerar Vasa. VPS har ca 30 000 åskådare per år. I de andra sporterna är antalet ca 500–1000 per match under säsongerna. (Urheilun yleisömääristä, 2013) Vasa Sport lyckades locka 20 208 åskådare till de sju första matcherna i ligan 2017/2018 vilket betyder i genomsnitt 2,886 åskådare per match. (Pihhlajasaari, 2017)

Elisa Stadion är den förnyade fotbollsarenan som också ligger i stadsdelen Sandviken. Arenan ägs av Vasa Stad och den förnyade Elisa stadion öppnades år 2016. Arenan har fungerat i många år som hemma plan för Vaasan Palloseura, VPS, som spelat i Tipsligan. Tipsligan, Veikkausliiga på finska, är den högsta fotbollsserien för herrar i Finland. I Elisa Stadion finns över 6000 sittplatser vilka är belägna nära spelplan. Idag är det inte bara fotbolls sysselsättningar som den förnyade arenan kan användas till, det finns t.ex.

möjligheter att hyra inspirerande möteslokaler och anordna större offentliga evenemang som högklassiga konserter etc. När arenan används för stora konserter används fotbollsplanen som ståplatser och då är max tillåtna antalet åskådare 8600. På tredje våningen finns en VIP-restaurang som har utrymme för 335 kunder. Ledningsansvaret för VIP-restarangen hör till Vaasan Palloseura. (Kävijöille, u.å)

Varje sommar ordnas en stor internationellt juniorfotbollsturnering i Vasa. En turnering med 260 lag, 6 000 spelare och ledare samt över 800 matcher. Turneringen arrangeras av Wasa Youth Footballcup r.f. i samarbete med Finlands Bollförbunds Vasa distrikt. Wasa Footballcup spelas en helg i juli. (Turneringsinfo 2017, 2016)

Botniacyklingen är ett cykellopp i det vackra Österbottniska miljön. År 2017 var det den elfte gången loppet ordnades. Loppet har två sträckor som arrangören anvisar och alla skall använda sig av de rutterna. Den längre är 106 km för tävlings- och motionsklass och den kortare är 67 km för enbart motionsklass. Elektronisk tidtagning sker på alla sträckor och för att delta i tävlingsklassen måste man ha tävlingslicens, eller ha cyklat Botniacyklingen 2014–2016 på en sluttid 2 h 55min – 3h 10min. Längs rutten finns stationer som erbjuder vatten, sportdryck, energibullar, bananer och saltgurka. Efter målgång väntar medalj, diplom, bastu, dusch, ev. simtur samt en smaklig lunch vid restaurangen Elsas kök. (Info, u.å.)

Vandringsevenemanget Vaasan Marssi ordnas årligen i augusti av Vaasan Kävelyklubi ry. Vaasan Marssi är det enda finländska evenemanget i IML-sammanhang och blev godkänt för 20 år sedan som en medlem bland IML-vandringsevenemangen. Evenemanget är ingen tävling utan mera att man njuter av vandringen och beundrar landskapet i Vasaregionen, samtidigt som man gör bekantskap med nya människor. Sträckorna är valfria och svårighetsgraden kan man öka med att välja den längre sträckan eller att vandra flera dagar. Längs vandringen finns vattenpunkter. (Aktuellt, u.å.)

### **2.3.2 Kulturevenemang**

Vasa stadsorkester inledde regelbunden konsertverksamhet år 1930. I orkestern spelar 31 musiker och orkestern har sin arbets- och konsertplats i Vasa stadshus i centrum av staden. De har olika konserter och arrangerar utöver symfonikonserter även kammar- och underhållningskonserter, daghems-, skol- och anstaltkonserter. De erbjuder högklassiga och mångsidiga konserter, som även kan beställas till olika evenemang, t.ex. till företag eller privata fester. Orkestern har även turnerat utomlands, i länderna Cypern, Italien, Norge, Sverige, Island samt i USA. (Vasa stadsorkester, u.å)

Svenskspråkiga Wasa Teater grundades år 1919 och är Österbottens regionteater samt den enda professionella svenskspråkiga teatern i Österbotten. Wasa Teater har en mångsidig repertoar, för att passa alla åldrar med bland annat klassisk och nutidsdramatik, musikaler, familjepjäser, barn- och ungdomspjäser samt gästspel. Förutom föreställningar i teaterhuset har teatern en omfattande turnéverksamhet i regionens kommuner, både med barn- och vuxenpjäser. Samarbetet med skolor, lokala konstutövare, författare och amatörer är en viktig del av teaterns verksamhet i regionen. I pjäserna används ofta de olika svenskspråkiga dialekter som används runt om i Österbotten, vilket gör att pjäserna är mer levande och närmare den lokala publiken. Stora scenen har plats för 272 åskådare, studioscen för 80–120 åskådare och Vasallen-scen för 62 åskådare. Teatern har en personal på cirka 30 personer och ett varierande antal besökare vare år. Teatersäsongen är från september till maj med sex till sju stycken premier med 40 000 - 45 000 åskådare per säsong. (Wasateater, u.å)

Den första Konstens natt ordnades år 1991 och sedan har evenemanget växt år efter år. Det är ett kulturevenemang för hela familjen som ordnas i Vasa stad varje år i början av augusti. Konstens natt har ett mångsidigt program och de flesta av programmen är gratis. Det mångsidiga programmet består av t.ex. teater, performans, utställningar, musik och dans. Evenemanget tar plats på Vasa torg, gågatan, köpcentret Rewell Center, Kuntsi museum för modern konst, Konsthallen, Trefaldighetskyrkan, Tikanojas konsthem, gamla kasernområdet, teatrarna, Österbottens museum, restauranger, huvudbibliotek och vid inre hamnen. (Konstens natt, u.å)

Wasa by Night är en traditionell restaurangfestival i Vasa som ordnas i mitten av oktober. Festivalen samlar tusentals festivalbesökare till stadens caféer, pubar, matrestauranger, barer och nattklubbar. Festivalen har 18 års åldersgräns och tar plats på 22 olika restauranger i Vasa. De flitigaste festivalbesökarna belönas med en Wasa by Night t-skjorta (8 stämplor) eller en t-skjorta och en mössa (14 stämplor). För att belönas skall man samla 8 eller 14 stämplor från olika festivalrestauranger i sitt stämpelpass. Stämpeln fås i samband med köp av alkoholdryck, alkoholfri dryck eller maträtt. (Wasa by night, u.å)

Pampas Nationaldag är bland de populäraste studieevenemangen i Svenskfinland. Studerande från hela landet klär sig i halare i alla regnbågens färger och samlas i Vasa för att fira nationaldagen. Allt började med ett par studiekamrater i Vasa som funderade länge på hur de kan förändra fördomarna kring Vasa som en studiestad. Därifrån fick de idén med att starta evenemanget, Pampas Nationaldag. År 1992 ordnades första gången Pampas Nationaldag vid Wasa Teater med heltäckande röda mattor. Redan första evenemanget blev

en framgång med 500 deltagare och det räckte inte länge innan deltagarna sträckte sig till 1 000 stycken studeranden. Under de första åren som Pampas Nationaldag ordnades handlade det om att fira Pampas med Österbottnisk mat och dansband. Studiekamraterna tyckte att någon form av tävling kring det Österbottniska jordbruket skulle vara passande för Pampas Nationaldag. Resultatet blev den traditionella Olympiaden där man tävlar om den Gyllene grepen. Under årens lopp har firandet förlängts och idag inleder många studerande firandet redan i början av veckan. (Gammals, 2017)

## **2.4 Shopping och restauranger**

För shoppingintresserade finns det många affärer och restauranger i Vasa. I Vasas centrum finns två köpcenter där det finns välbekanta kedjebutiker, inredningsaffärer, caféer och restauranger. (Shopping, u.å)

I Vasas centrum på en fyra kilometers radie finns det olika caféer, restauranger, pubar och nattklubbar. Det finns både restauranger som är privatägda och sådana som ägs av större kedjor. Restaurangerna Faros Restaurant Ship, Strampen och Seglis befinner sig centralt i Vasas inrehamn. De är populära under sommarsäsongen på grund av deras fina sommarterasser. Andra populära restauranger i centrum är t.ex. Gustav Wasa, Restaurant Bacchus, Bank Food and Wine och 1r+k. Alla dessa restauranger serverar lunch varje vardag och klassiska á la carte rätter. Nattlivet i Vasa består av musik- och nattklubbar där man har en möjlighet att möta på den lokala befolkningen. Fontana, Teatro, Oliver's Inn, O'malley's och Littlepub är fem populära underhållningsplatser som erbjuder musik och alkoholdrycker och befinner sig i Vasas centrum. Fontana och Teatro är stora nattklubbar med många bardiskar, dansgolv, terrasser och DJs. Oliver's Inn, O'malley's och Littlepub är populära pubar i Vasa. Olivers Inn samarbetar också med de lokala studentorganisationerna i Vasa och den största händelsen varje år är Pampas Nationaldag. (Vaasa ravintolat, u.å)

Bock's Corner Brewery är ett litet självständigt bryggeri beläget lite utanför Vasa. Efter nästan trettio år av enbart bryggande renoverades den tillhörande iskällaren i februari 2015, vilken idag är både ett bryggeri och en pub. I puben har man möjlighet att smaka på bryggeriets egna Bocks öl. På Bocks pub kan kunderna umgås, njuta av goda måltider och samtidigt titta på hur bryggeri processen fungerar. (Bock's Corner Brewery, u.å)

## 2.5 Museer och historiska platser

Vasa är ett givande resmål där man hittar många muséer och historiska sevärdheter samt kan njuta av naturen och skärgården. I Vasa centrum hittar man Vasas vattentorn och Vasas saluhall, båda är byggda i början av 1900-talet och har en stor betydelse i staden. Strömö och Gamla Vasa är också populära sevärdheter, de ligger ca 10 km från centrum vart man lätt kan ta sig med lokaltrafik eller egen bil. Eller varför inte ta sig ut till Kvarkens skärgård där ingen sten ser lika ut och ingen ö har samma karaktär som de andra. Det bästa sättet att ta sig till Kvarkens skärgård är att ta sig över Finlands längsta bro, Replotbron.

### 2.5.1 Vasas vattentorn

Vasas vattentorn finns i Vasa centrum och är byggt av Jussi och Toivo Paatela. Det togs i bruk år 1915, är 49 meter högt och byggt i jugendstil. Det är Finlands äldsta vattentorn som fortfarande är i bruk och är ett av Vasas viktigaste landmärke. Tornet används idag främst för att jämna ut tryck i vattenledningsnätet. I vattentornet finns det ingen hiss, så enda sättet att ta sig till toppen är 228 trappsteg. Tidigare var det möjligt för turister att besöka vattentornet men år 2009 stängdes vattentornet av Europeiska unionen på grund av säkerhetsbestämmelser. (Karlsson, 2015)

### 2.5.2 Vasas saluhall

Saluhallen i Vasa är byggd 1902 av A.W. Stenfors. Saluhallen är designad i gotisk stil och är ett utmärkt ställe att lära känna regionala specialiteter och andra produkter. Vasas Saluhall erbjuder en unik miljö med totalt 20 olika företag och deras urval av varor omfattar bl.a. livsmedel, ekologiska produkter, samt presenter. (Vaasan Kauppahalli, u.å)

### 2.5.3 Strömsö

Strömsö är byggd i början på 1800-talet som ett sommarresidens åt en köpmans familj vid havsstranden i Vasa. Sommarresidenset Strömsö finns i Västervik, ca 10 kilometer norr om Vasas centrum på Finlands västkust. År 2002 började konferenserna Susanna Ström-Wilkinson och Matias Jungar grunda livsstilsmagasinet Strömsö. Strömsö var ju namnet på byggnaden där allting spelas in och därför blev det också programmet namn. TV-programmet är finlandssvenskt och sänds på YLE Fem och via webben på Yle Arena med finsk undertext. Strömsö är ett av FST5:s mest populära program och har även blivit populärt i Sverige, vilket har gjort att det också sänds i Sveriges Television. Programmet beskrivs

som ett livsstilsmagasin där de hanterar en mängd olika hemrelaterade aktiviteter som matlagning, hantverk, trädgårdsarbete och utomhusaktiviteter. (Öberg, Wikström, & Armstrong, 2017)

#### **2.5.4 Gamla Vasa**

Gamla Vasa finns ca sju kilometer från stadens nuvarande centrum och där finns även Vasas äldsta sevärdheter. Vasa stad var tidigare belägen i det nuvarande Gamla Vasa-området, ända fram till den tredje augusti 1852 då staden brann ned. De två hus som stod kvar efter branden var Hovrättshuset och ett stenhus. Hovrättshuset som byggdes 1786 var en av de vackraste skapelserna av Borderwomen-arkitektur i Finland. Efter branden byggdes det om och fungerar idag som Korsholms kyrka. Stenhuset var Falanderska huset, köpmannen Abraham Falanders hem, som idag är ett museum. Gamla Vasa-museum finns alltså i det Falanderska huset, även kallat Wasastjernan-huset från 1700-talet, och i museet finns föremål, kartor och miniatyrerna som finns kvar efter branden. Gamla Vasa ruiner är det område där den medeltida Sankta Maria kyrkan låg före branden och Korsholms vallar platsen för Korsholms slott. (Vanha Vaasa, u.å)

#### **2.5.5 Kvarkens skärgård**

Kvarkens skärgård är Finlands enda naturarv på UNESCO:s världsarvslista och hör tillsammans med Höga kusten i Sverige till en global familj av 46 marina världsarv. I Norden finns det 31 världsarv varav fyra är naturarv, av dem befinner sig sex kulturarv och en naturarv i Finland. Kvarkens skärgård är Finlands första naturobjekt på världsarvslistan och tillsammans med Höga Kusten i Sverige har de bildat ett världsarv. Världsarvsstatusen definieras genom det område där man bäst kan uppleva landhöjningsfenomenet. Kvarkens skärgård har alltså ett geologiskt värde eftersom hastigheten av landhöjningen i området är en av de högsta i världen. Det är ett nyckelområde för landhöjningen som orsakats av isens avsmältning efter istiden, vilket också klassats som ett av Finlands nationallandskap. (Världsarvet, u.å)



**Bild 2 Kvarkens skärgård**

På bild 2 ser man hur skärgården har formats av istiden. (De Geer moräner, u.å) Det havsnära världsarvet är som bäst under sommaren då det finns mycket att göra. Sommaraktiviteterna kan vara bland annat paddling, fiske och fågelskådning. På vintern kan man ta en promenad ut på isen, åka snöskoter eller hundspann. Med bil når man enkelt till många av besöksplatserna i Kvarkens skärgård. Längs skärgårdens åtta naturstigar (0,5 - 12,5 km) kan man bekanta sig med landhöjningen, skärgårdsnäringarna, de frodiga strandskogarna och de steniga strandvattnen och njuta av tystnaden blandat med havets brus. Men för att verkligen uppleva världsarvet vid skärgården ska du ta dig ut på havet. (Upptäck kvarken, u.å)

Kvarkenturer är ett av företagen i Vasa som ordnar båtutflykter vid Kvarkens skärgård. De utför världsarvskryssningar, båtutflykter enligt kundens önskemål, beställningsresor samt fisketurer. Utflykterna ordnas med en täckt eller öppen utfärdsbåt och i båtarna rymmer 12 personer. (Kvarkenturer, u.å)

### **2.5.6 Replot**

Replot är en stor ö som finns nordväst om Vasa. Ända vägen till ön är att köra över Replotbron, bild 3, som är Finlands längsta och enda bro som är över en kilometer lång. (Naguborna ger sig inte, 2015) Bron är också en port till de norra delarna av världsarvet Kvarkens skärgård. Bron är 1 045 meter lång och invigdes i augusti 1997. Från brons högsta



punkt är utsikten över Finlands första naturarv, Kvarkens skrgård spektakulär. (Replotbron, u.å) Bernys Café & Restaurang ligger vid foten av Replotbron och därifrån kan man också beundra bron och skärgården. Replot har också andra sevärdheter, som t.ex. Replot kyrkbyn där det finns en gammal kyrka som är byggd på 1700-talet. Replot hamn är en så kallad sommar mötesplats, där människor träffas och umgås. Hamnen har en gästbrygga, simstrand med ett hopptorn och sommarrestaurangen Café Arken. Cafés och restaurangens produkter kommer till stor del från det lokala bageriet. För många lokala bybor inkluderar barndomsminnen en röd lemonad och bageriets egen sockermunk. (Replot byn, u.å)



**Bild 3 Replotbron**

### **3 Inkvarteringsbranschen**

I detta kapitel behandlas inkvarteringsbranschen. Kapitlet börjar med ett avsnitt om hur inkvarteringen har fått sin början och i vilket skede den har kommit till Finland. Andra delen handlar om tjänster inom inkvartering: vad är kärnprodukten och vilka är de vanligaste bitjänster som kan finnas i ett inkvarteringsföretag. Den tredje delen handlar om olika inkvarteringskoncept som finns på marknaden och de olika alternativen som en resenär kan välja mellan. Den sista delen handlar om de nya trenderna och några exempel på trendhotell.

### 3.1 Kort historia

Människan har alltid rest och behövt ett ställe att övernatta på. Redan i bibeln nämns värdshus första gången och under medeltiden var det klostren som erbjöd övernattnig för resenärer. Ordet hotell kommer ursprungligen från Frankrike på 1700-talet då värdshusägarna började använda ordet för sina affärer. Ordet hotell spred sig över hela Europa och anlände till Finland på 1830-talet. Åbo var staden i Finland där det första hotellet grundades. Ett tvåvåningshotell öppnades på 1790-talet bestående av flera hotellrum, en restaurang, en vinkällare och största bankettsalen i hela landet. I hotellet rymdes 10 till 12 personer och det blev populärt i landet bland kungarna, kejsarna, professorerna, de viktigaste diplomaterna samt ambassadörerna. (Rautiainen & Siiskonen, 2015, s. 14)

Både första och andra världskrigen påverkade hotellbranschen både i Finland och runt om i världen. Det första världskriget (1914–18) och andra världskriget (1939–45) var svåra tider för hotellbranschen i världen på grund av strikta pass-, rese- och rörlighetsrestriktioner och reseskatt. Resor till Finland från utlandet började öka småningom och hotellens kunder i Finland var till en stor del utlänningar. På 1920-talet började finländarna utbilda sig allt mer och de ville också lära känna sitt ursprungsland i takt med att inkomsterna började öka på 1930-talet. Städerna i Finland växte medan inkvarteringen hade svårt att hänga med, vilket ledde till att många nya hotell byggdes i olika delar av landet. Finska hotell och restauranger var mycket billiga på 1930-talet och Finland nämndes som det mest gynnsamma resmålet i Europa. År 1952 hölls sommar OS i Helsingfors och därför byggdes många nya hotell och restauranger i Finland. OS var viktigt för finländarna eftersom antalet utländska besökare var stort och Finland också blev känd på världskartan. Turistens guldålder på 1970-talet ökade hotellindustrins kapacitet medan man på 1980-talet förnyade hotellrummens inredning med TV och minibar samt öppnade nattklubbar i samband med hotellanläggningarna. Efter 1990-talets år av djup recession gav 2000-talet nya vindar till turismen i Finland, bl.a. genom internationella hotellkedjor samt boutique- och designhotell. (Rautiainen & Siiskonen, 2015, ss. 14-22)

### 3.2 Tjänster i inkvartering

*”En tjänst är ett komplicerat fenomen. Ordet har många betydelser, alltifrån personlig service till tjänst som en produkt”* (Grönroos, 2007, s. 57) En tjänst är en aktivitet eller funktion som ger mervärde för en mottagare. Man brukar jämföra tjänster med varor. En

vara är ett fysiskt objekt som man kan ta på medan tjänster är allt annat. En tjänst är något du köper utan att du får något fysiskt tillbaka. (Grönroos, 2007, s. 59)

I ett inkvarteringsföretag är inkvarteringen kärnprodukten, produkten som företaget tjänar pengar på. Bitjänster är tjänster som t.ex. reception-, städ-, restaurang- och mötestjänster. Bitjänster stöder kärnproduktens marknadsföring och försäljning. De ger företagets produkt konkurrensfördelar och ökar produktens värde. Inkvarteringsrummen som är företagets kärnprodukt skall motsvara kundens förväntningar och samma gäller företagets bitjänster. Företaget påverkas av hur kunden upplever servicen, hur hen blir behandlad i fortsättningen och om kunder kommer tillbaka. (Asunta & Brännare-Sora, 2000, ss. 78-79)

### **3.2.1 Receptionstjänster**

Receptionen är inkvarteringsföretagets "hjärta" där kunden får sitt första intryck av företaget. Där sker första kontakten med kunden och då är det viktigt att kundmötet lyckas. Trots att kärntjänsten inkvartering motsvarar kundens förväntningar och behov, kan receptionstjänsten vara den som påverkar det faktum att kunden bli missnöjd och inte återvänder. Receptionen är också inkvarteringsverksamhetens kommunikationscenter. Därifrån skickas information till alla andra tjänsterna som finns i företaget. Det finns flera funktioner i receptionen: de vanligaste är själva receptionen, kassafunktion, rådgivning eller information och telefonväxel. Antalet funktioner i en inkvarteringsverksamhet varierar beroende av företagets storlek, ägarskap och nivå på företaget. (Rautiainen & Siiskonen, 2015, s. 162)

Arbetsuppgifter i en reception kan delas in i tre delområden:

#### **1. Försäljning och kundorientering**

Försäljning och produktkunskap går hand i hand. För att aktivt kunna sälja företagets tjänster måste man veta vad man säljer. Att t.ex. sälja ett rum åt en kund per telefon och berätta vilka alla tjänster som ingår i priset och vilka möjligheter för tilläggstjänster det finns kräver produktkunskap. Kännedom om området, ta emot och behandla feedback samt samarbete med försäljnings- och marknadsföringskanaler är också viktiga arbetsuppgifter inom försäljning och kundorientering. Försäljningskanalerna är t.ex. resebyråer, researrangörer, försäljningstjänster, bokningstjänster och regionala försäljningskontor.

## 2. Hotell- och rumsreserveringsprogram

Kundregister, informationsteknik, kommunikationsutrustning, Internet och elektroniska bokningsmetoder är delar som hör till reserveringsprogrammen i ett inkvarteringsföretag. Att känna till betalnings-, avboknings-, bokningsregler samt avtal med återförsäljarna är också viktigt.

## 3. Receptionens funktioner

Det som händer vid själva receptionen inkluderar kundbetjäning, mottagning och hantering av bokningar, penningangelägenheter, behandling av faktureringar samt in- och utcheckning av kunder. Man förbereder sig för att bemöta hotellgästerna genom att använda sig av informationen i de kundregister som finns. Det kan innebära att man registrerar olika bokningar, planerar rumsförsäljning och övervakar bokningsstatus. Andra aktuella saker är att ta hand om säkerheten, telefonväxeln och att hålla arbetsmiljön prydlig och i ordning. Dessutom kan receptionisten vara den som ordnar möten och den som sköter om lobbybaren. (Rautiainen & Siiskonen, 2015, s. 166)

### 3.2.2 Städtjänster och rumstandard

Inredningen i rummen är en viktig del av företagets affärsidé. Rummen byggs och inreds i stor omfattning utgående från vilken målgrupp företaget inriktar sig på. Rummet är kundens tillfälliga hem, så det är viktigt att det känns hemtrevligt. Det är där kunden sover och därför är det väldigt viktigt att t.ex. rummets renhet, doft och ljudisolering är i skick. Städfunktionen är de som tar hand om renligheten, trivseln och estetiken i ett inkvarteringsföretag. Många inkvarteringsföretag köper städtjänster från utomstående verksamheter. Det viktigaste målet för städtjänsten är att erbjuda företagets kunder ren och bekväm övernattningsutrustning utan spår av den tidigare kunden. Städtjänsten arbetar under kundens vistelse och det påverkar kundens förtroende för inkvarteringsföretaget. Städtjänsten baserar sig på gott samarbete med andra avdelningar. Det är viktigt att kommunikationen mellan städtjänsten och receptionen fungerar. Förutom städning tar de ofta också hand om kundernas speciella önskemål. Kundens önskemål är viktiga för att göra kundens vistelse mera bekväm. Önskemål som t.ex. extrabädd, kuddar, täcken, lampor och barnsäng är betydelsefulla. (Asunta & Brännare-Sora, 2000, ss. 79-83)

Kunder har olika önskemål och behov och därför finns det olika rum att erbjuda kunden. De vanligaste hotellrumstyperna är enkelrum, dubbelrum, trebäddsrum, lägenhet och

specialrum. Enkelrum, dubbelrum och trebäddsrum är oftast likadana, skillnaden är att enkelrum är för en kund, dubbelrum är för två och trebäddsrum för tre. Lägenheten, en så kallad svit, består av ett eller två sovrum och högsta svit standard är presidentsvit. Som specialrum finns det allaktivitetsrum som är två rum tillsammans eller förenade med en mellandörr. Tilläggsprodukt i ett rum kan vara t.ex. extrabädd eller barnsäng. (Asunta & Brännare-Sora, 2000, ss. 80-81)

### **3.2.3 Restaurangtjänster**

Det finns många typer av restauranger som t.ex. hotellrestauranger, matrestauranger, underhållningsrestauranger samt dryckes- och sällskapsrestauranger. Restaurangernas verksamhet kan delas upp i delområden, som påverkar hela restaurangens verksamhet, enligt tema på restaurangen eller kunsmålgrupper. Verksamhetens delområden är anställda, fysiska brister, olika redskap, produkter samt regler och bestämmelser. Verksamhetens delområden kan också vara lönsamhet, som påverkar försäljningen och utgifter. Verksamhetens delområden bildar en helhet som är restaurangservice för kunden. Kunden observerar omedelbart om helheten inte fungerar. (Asunta & Brännare-Sora, 2000, s. 85)

Baserat på affärsidén kan restauranger delas upp i t.ex. följande huvudgrupper: pubar, lunchrestauranger, etniska restauranger och nattklubbar. Kunder som besöker pubar dricker oftast bara en öl eller drink samt läser dagens tidning. Pubar är vanligtvis öppna varje dag från nio på morgonen till sent på natten och i pubar är huvudförsäljningen öl. Såsom namnet säger erbjuder lunchrestaurangerna lunchprodukter och försäljningen består av mat. De har vanligtvis öppet från förmiddagen till kvällen och i allmänheten är kunderna från närliggande arbetsplatser. Etniska restaurangernas målgrupp är kunder som är intresserade av matkulturer. Restaurangerna erbjuder de mest äkta recept som är förberedda enligt ursprunglandskulturen. Etniska restauranger kan t.ex. vara kinesiska och grekiska restauranger. Nattklubbar är förstaklassens nattrestauranger med show- och cabaretframträdanden. Klubbarna stänger dörrarna först fyra på morgonen. (Asunta & Brännare-Sora, 2000, ss. 85-86)

Frukosten är oftast en standardmåltid i ett inkvarteringsföretag. Priset på boende inkluderar vanligtvis frukosten. För kunder är oftast frukosten en viktig tidpunkt på morgonen, ett av de vägande urvalskriterierna när de väljer ett inkvarteringsföretag. Produktens fräschhet, mångsidighet och utseende påverkar frukosten. Närvarande personal, dagens tidning, utrymme som är rent med trevlig bakgrundsmusik kan hjälpa kunden till en bra start på

dagen. Vanligaste frukosttyper är kontinental, engelsk, amerikansk och bufféfrukost. Bufféfrukost är en typisk finsk frukost där kunderna hämtar det de vill ha. Enligt inkvarteringsnivå och kundbas kan en frukostbuffé innehålla nästan vad som helst. Ibland vill kunderna avnjuta sin frukost på rummet och då levereras frukosten till rummet. Frukost som levereras till rummet kan debiteras skilt. (Asunta & Brännare-Sora, 2000, ss. 86-87)

### **3.2.4 Mötestjänster**

Mötestjänsten är en tjänst där människor samlas för att diskutera och fatta beslut. Möten kan genomföras så att alla deltagarna fysiskt samlas på samma ställe eller via olika audiovisuella anordningar som t.ex. telefon eller video. Möteslokalen varierar i varje företag och möteskunderna är oftast företagets stamkunder. Möten anordnas av företag, föreningar, förbund och andra organisationer. Reservering av mötestjänster sköts av rese- och utbildningssekreterare eller av den som ansvarar för dessa ärenden. (Asunta & Brännare-Sora, 2000, ss. 91-93)

Personalen som sköter om mötestjänster på företaget skall se till att allting finnas på plats och fungerar i möteslokal. Man ser till att bokningen av lokalen och utrustningen är i skick. Utrustningen kan vara pennor, papper, saxar och hålstansar samt apparater som dator och projektor. Oftast har inkvarteringsföretag färdiga mötespaket. Ett mötespaket kan t.ex. inkludera lunch eller morgon- och eftermiddagskaffe med bulla. (Asunta & Brännare-Sora, 2000, ss. 94-95)

## **3.3 Inkvarteringskoncept**

Inom inkvarteringsbranschen finns det olika övernattningsmöjligheter som resenären kan välja mellan. Inkvarteringsvalet beror till stor del på resenärens personlighet, livsskede och behov. Nedan tar jag upp de olika inkvarteringskoncept som finns.

### **3.3.1 Hotell**

Hotell är ett inkvarteringskoncept med hög standard. I samband med hotell finns vanligen en restaurang och övriga tjänster t.ex. möteslokaler, bastu och gym. Hotell kan klassificeras enligt storlek, standard, läge eller målgrupp. Enligt storleken kan hotellen delas in i mega, medelstora och i små hotell. Megahotell har över 1 000 rum, medelstora över 300 och småhotell har under 50 rum. Hotellets läge har stor inverkan på kundens beslut när hen väljer hotell. Baserat på målgruppen kan hotellen delas in i business- och konferenshotell. Business

och konferenshotell typer påminner mycket om varandra. Hotellen är belagda nära stadens centrum, har högt standard samt service och rummens utrustningsnivå är mångsidig. Hotellrummen är bra utrustade för dator arbetande, med arbetsbord och – stol samt bra Wifi. (Asunta & Brännare-Sora, 2000, ss. 103-105)

### **3.3.2 Badanläggningar/Spa**

Badanstalter passar in i den finländska kulturen på grund av vår bastukultur. (Asunta & Brännare-Sora, 2000, s. 117) Tidigare betydde ordet "spa" en plats med mineralvatten. Numera hänvisas spaet ofta till ett hälsovårdscenter. (Rautiainen & Siiskonen, 2015, s. 40) I ett hälsovårdscenter delas behandlingar in i fysiska, balneologiska, kosmetologiska, hälsofostran, hålsorådgivning, motion och avkoppling. Badanläggningar och hälsovårdscenter har i allmänhet en högre beläggningsgrad än hotell. Detta beror på bokningsläge för att kunderna bokar i god tid och stannar mellan fyra och fjorton dagar. Ursprungligen var badanläggningarnas uppgift att rehabilitera sjuka. Men under den senaste tiden har nöjesbadanstalter uppkommit. Nöjesbadanstalter är element som är anknutna till nöje och bekvämlighet, där kunden får uppleva en liknande stämning som påminner om södernresor. Sådana element t.ex. är värme, vattenlekar, renhet, lugn och god service. Målgrupp för nöjesbadanstalter är friska människor i arbetslivet och familjer. De satsar speciellt på barnfamiljer för att i dessa badanstalter finns bl.a. lektrum, barnbassänger, rutschkanor och barnmenyer i restaurangerna. (Asunta & Brännare-Sora, 2000, ss. 117-118)

### **3.3.3 Hostell**

Hostell spred sig från Tyskland till Finland på 1990-talet. Hostellverksamheten har praktiserats över hela världen i över 70 år. Organisationen Suomen retkeilymajärjestö (SRM) etablerades redan år 1935 och heter idag Suomen Hostellijärjestö. Organisationen består av ca 50 hostell runt om i Finland och finns både i städer och på landsbygden, från Åland upp till Iinari. (Rautiainen & Siiskonen, 2015, s. 52)

Ett hostell eller så kallat vandrarhem är budgetinriktat boende. I ett hostell betonas de internationella principerna på prisvärdhet, snabbhet, renlighet och säkerhet. Hostellens mest uppskattade egenskaper är renlighet och hemtrevlighet. Ofta förknippas hostell med backpackers, kunden betalar endast för en bädd i en sovsal och inte för ett rum samt hen kan använda sig av helt själv. I hostell finns oftast självhushållskök där kunderna kan förbereda sina egna måltider samt tvättrum med tvättmöjligheter. I ett hostell kan det erbjudas korttidsboende, gemensamt boende för enskilda resenärer och även privata rum för de som

inte vill dela rum med andra okända resenärer. Undantag finns men duschar och toaletter är i de flesta fall gemensamma och befinner sig i korridorerna och inte i rummen. Storlek av ett hotell kan variera från endast några sovsalar till flera sovsalar samt privata rum. Hotell kan vara privatägda eller höra till en kedja. (Rautiainen & Siiskonen, 2015, s. 53)

### **3.3.4 Couchsurfing**

Couchsurfing är en inkvarteringsverksamhet som har spridit sig över hela världen under 2000-talet via internet. Det går ut på att privata människor erbjuder egna soffor som bädd åt resenärer och dessa hittas runtom i världen. I verksamheten finns ingen finansiell bakgrund utan den bygger på gratis boende och idén om ömsesidighet. Denna verksamheten passar bra åt resenärer som är intresserade av kulturer i olika länder och vill resa förmånligt. (Rautiainen & Siiskonen, 2015, s. 52)

### **3.3.5 Bed & breakfast**

Bed & breakfast är ett inkvarteringskoncept som vanligast fungerar i ett privatägt hus. De är små, privatägda och i många fall bor ägaren också i samma byggnad. Om ett Bed & breakfast har endast få rum är det oftast själva ägaren som sköter om hela verksamheten. Som namnet Bed & breakfast säger får kunden en övernattnings samt en frukost som ofta är så enkel som möjligt. På grund av de begränsade tjänsterna som erbjuds i ett Bed & breakfast är priserna inte höga, vilket gör det till ett bra alternativ för resenärer som har en strikt budget. Synlig vägledning längs vägarna gör att kunderna oftast är de som reser med egna bilar. I Centraleuropa och speciellt i England och Irland är Bed & breakfast den vanligaste inkvarteringstypen, medan den i Finland fortfarande är relativt liten. (Rautiainen & Siiskonen, 2015, s. 46)

### **3.3.6 Semesterbyar, Campingområden och stugor**

Semesterbyar, Campingområden och stugor är en viktig del av inkvarteringsbranschen för finländarna. Dessa verksamheter går hand i hand med varandra, eftersom det i semesterbyar oftast finns Campingområde och i Campingområden stugor man kan hyra. Campingområden är säsongsbaserade och är endast öppna under en del av året, vanligtvis från maj till september. De är geografiskt väl positionerade nära vattendrag och transportförbindelser. Bastjänster vid ett Campingområde är Tvättstuga, bastu- och köksbyggnad, lounge, lekplats, livsmedelsaffär, eldplats och simstrand. På Campingar övernattar oftast resenärer med husvagnar och husbilar. Många reser runt i Finland och även utomlands med fordonet men



det finns även de som har sina fordon parkerade hela sommarsäsongen på ett Campingområde. Utöver husvagns- och husbilsresenärer finns det också plats för tältresenärer samt stugor man kan hyra. Vanligtvis har stugorna 2–4 bäddar, kokmöjligheter, belysning och el. (Rautiainen & Siiskonen, 2015, ss. 49-52)

Semesterandelar är populärt i Finland. En typisk semesterandel är hyrning av stugor vid en sjö eller en semesterbostad byggd nära en turistort. Bostadsuthyrning till andra resenärer sköts via en organisation eller av ägaren själv. Att hyra ut stugor praktiseras som en professionell turism företagsverksamhet. (Rautiainen & Siiskonen, 2015, s. 46)

### **3.4 Nya trender i inkvarteringsbranschen**

Trender uppstår på grund av att människor är intresserade av olika saker och världen utvecklas hela tiden. Efterfrågan på turism är känsligt på grund av förändringar i ekonomin, naturkatastrofer, epidemier och politiska händelser i världen. Nya trender inom inkvarteringsbranschen dyker ständigt upp och idag ligger fokus mycket på livsstil, teknik, minimala samt gemensamma utrymmen. På hemsidan Rantapallo finns en artikel ”Huskat hotellitrendit” som handlar om hotelltrender. Artikeln handlar om trender som boutique hotell, osynlig tjänst, teknik och gemensamhet. De nya inkvarteringsföretagen försöker undvika de traditionella kännetecknen men även erbjuda några bekanta bekvämligheter. (Nieminen, 2016)

#### **3.4.1 Boutique hotell**

Det första Boutique hotellet, eller så kallat livsstilshotell, öppnades i New York på 1980-talet. Efter att första boutique hotell öppnades ökades boutique hotellen runt om i hela världen. Hotellen befinner sig oftast i storstäder och de är designade så att de passar in just i det området. Boutique hotellen är för det mesta privatägda men finns även i stora internationella hotellkedjor. Boutique hotellen erbjuder sina kunder en exklusiv och trendig övernattning i en högklassig inkvartering. Målgruppen som söker sig till dessa hotell söker efter lyx och trender vilka de har ekonomiska resurser för. Största delen av boutique hotellen är små och med en rumskapacitet på 10-100. Alla rum har sin egen karaktär, de är personliga, trivsamma, unika och exklusiva. Konceptet går ut på att inte bli specifikt standardiserad för någon sorts modell, utan iden med boutique är att alla får se olika ut och det finns inte två likadana boutique hotell i världen. Boutique hotellen är en så pass stor trend inom inkvarteringsbranschen att de knappast tappar sin karaktär utan kommer att fortsätta växa

även i framtiden. Konceptet av boutique upplevelser växer snabbt, mycket tack vare det starka genomträngandet av budgethotell runtom i Europa. (Sarheim, Hospitalitynet, 2010, s. 1-7)

### **3.4.2 Glamping**

Bra exempel på en inkvarteringsverksamhet där receptionister eller rumsservice inte syns är Glamping. Sådan övernattnings är lämpligt för självständigare resenärer. Glamping är en världsberömd och populär turistutveckling som har växt snabbt över hela världen. Glamping är en fantastisk övernattnings möjlighet med en unik upplevelse. En trend som erbjuder boende i naturen men med nära till bekvämligheter. Det är ett modernt lyxigt sätt att uppleva de unika delarna av världen. I denna trend är det viktigt att komma ihåg naturens betydelse, både byggnads- och affärsverksamheten utförs miljövänlig och utan att förstöra naturen. Över hela världen hittar du otroliga destinationer, alla erbjuder sina egna unika fördelar. (What is glamping?, u.å)

Det finns ett fåtal vintriga Glamping-destinationer i världen och i Finland har vi ett. Aurora Glamping ägs av företaget Harriniva Hotels & Safaris och är det första vinter Glamping i Finland och i Nordeuropa. Aurora Dome är en välutrustad iglo tältbyggnad med alla bekvämligheter. Tältet har en genomskinlig vägg som ger utsikt över sjön till norra himmelen och därmed den bästa synligheten för norrsken. Dome är utrustad i hotellstil och inredningen består av Lappish-element i husky och renskrubb. Faciliteterna som toalett, dusch och bastu finns nära tillhands. På sommaren kan man beundra midnattssolen och på vintern njuta av solnedgången och det omgivande vinterlandskapet vid Torassieppis strand. (Glamping nostaa telttailun uudelle tasolle – nyt myös Suomessa voi yöpyä metsässä luksusoloista tinkimättä, 2015)

### **3.4.3 Teknik och robot hotell**

Fokus på teknik är väldigt inne just nu inom hotellbranschen. Mobila enheter och appar används för att erbjuda en personlig service till kunderna och kunden ska kunna använda enbart sin smartphone för ändamålet, utan att behöva träffa någon receptionist. Att enkelt kunna checka in och ut, få sin rumsnyckel och godkänna fakturan. Förutom gratis WiFi ser man att annan teknik kommer att erbjudas i rummen, så som Netflix och Apple TV. Sociala medier spelar en allt större roll också för inkvarteringsbranschen. Kunder är uppkopplade till Twitter och Instagram och resenärer postar ofta omdömen på sajter

som Tripadvisor och Expedia. Smart millennials är en starkt växande grupp av resnärer. Dessa personer är födda på 80-talet och framåt och har vuxit upp med den här tekniken. De är vana att använda sig av sina smartphones för att boka online, söka efter information eller betala för produkter. För dem är det inget konstigt att boka ett hotell eller checka in via sin mobila enhet. (Nya trender och hotellkoncept, u.å)

Ett bra exempel på ett hotell där teknik används är robohotellet i Japan. Robohotell heter ”Henn na”, som betyder konstigt. Vid receptionen finns det mänskliga robotar samt dinosaurier som bemöter resenärerna. Arbetsuppgifterna bland personalen är också tydligt definierade, dinosaurerna är för engelska talande kunder och andra robotar för japanska talande kunder. Även piccolon är en robot som bär kundens bagage till rummet. Inga nycklar behövs eftersom dörrarna öppnas med ansiktsdetekteringsanordning. Dessutom är rummen utrustade med rörelsedetektor som styr lamporna. Rumstemperatur styrs av en enhet som identifierar och överensstämmer med människokroppstemperaturen och från en liten robot i rummet kan man be om väderförhållanden. Hotellet har sitt ambitiösa mål att vara det mest effektiva hotellet i världen. Arbetare behövs mindre än normalt, vilket minskar kostnaderna. Rumspriset börjar vid 55 euro. (Mitä ihmettä? Japanilaisessa hotellissa vastaanottovirkailijana on dinosaurus, 2015)

#### **3.4.4 Mini hotellrum**

I stora städer blir det allt vanligare med mini hotellrum. I New York finns ett Tommie-hotell som har rum på endast 15 kvadratmeter. Stilmässigt håller rummen god standard och dekorationen är gjord av kvalitetsmaterial. De allmänna faciliteterna är ofta stora, då syftet är att kunderna skall njuta av t.ex. takterrassen, inte bara sitta inne i rummet. (Nieminen, 2016)

#### **3.4.5 Hostllets entusiasm kommer till hotellen**

Många resenärer är vana vid hostellets sociala gemenskap som tillkommer t.ex. genom de gemensamma utrymmen. Ett bra exempel är Marriott-kedjan Moxy Hotels (moxy-hotels.marriott.com). De investerar i de gemensamma utrymmen där kunderna kan spela sällskapsspel och dricka kaffe eller en cocktail. Moxy finns nu i Milano, Berlin, Oslo och Frankfurt. (Nieminen, 2016)

## 4 Inkvartering i Vasa

Inkvarteringsbranschen i Vasa består av åtta hotell, ett campingområde och några apartments-företag. Hotellen är Cumulus Resort Tropiclandia, Omena hotelli, Astor, Tekla, Vallonia Garden, Scandic, Originals Sokos hotells Vaakuna och Royals. Top Camping Vasa är det enda campingområdet i Vasa och är öppet endast under en del av året. (Vaasa majoitus, u.å)

Centralt i Vasa finns Omena hotelli, Scandic, båda Sokos hotellen och det privatägda hotellet Astor. Cumulus Cumulus Resort Tropiclandia, Top Camping Vasa och alla privatägda hotell förutom Astor befinner sig inom en radie på 2-5km från Vasas centrum: Cumulus och Top Camping Vasa i Vasklot, Tekla i Brändö och Vallonia i Smedsby. Apartments-företagen är privatägda och de finns både utanför stadskärnan och i centrum. Hotellstandarden i Vasa är tre- och fyrstjärniga och prisklassen rör sig kring 100–130€ /natt för ett tvåpersoners rum. Undantaget är hotell Tekla som är tvåstjärnigt där prisklassen är mindre än 100€/ natt. (Vaasa majoitus, u.å)

Top Camping Vasa campingområde är endast öppet under sommarsäsongen, vanligtvis från maj till september. De har husvagn-, husbil- och tältplatser samt 31stycken campingstugor som är för fyra personer. Priset debiterats på en grundavgift för campingplatsen samt personavgifter och stugorna är 60€/dygn. I personavgiften och campingstugorna ingår campingrelaterade tjänster. Top Camping Vasa och vattenparken Tropiclandia tillhör samma företagsgrupp. Tropiclandia är en vattenpark som ligger ca 1km från campingområdet och är ansluten till hotellet Cumulus Resorts Tropiclandia. Vattenparken består av två avdelningar, utomhusavdelningen är endast öppen på sommaren och resten av vattenparken är öppen året runt. Båda avdelningarna har bassänger och olika rutschbanor. Inomhus finns tvätt- och bastuavdelningarna, bubbelpooler, en kall bassäng samt bassänger för både mindre och större barn. Det finns även möjligheter till massage, naprapath-behandling, värmebehandling och örtbad i Tropiclandia. (Tropiclandia, u.å)

### 4.1 Presentation av intervjun

Idéen med intervjun är att ur en professionell synvinkel få en bredare uppfattning av inkvarteringsbranschen i Vasa. Jag tog kontakt till VisitVasa angående intervjun och fick möjlighet att intervjua Max Jansson som är verkställande direktör på VisitVasa. Han svarade på fem stycken öppna frågor och intervjun utfördes per e-mail (se bilaga 1).

” Inkvarterings läget i Vasa idag ser bra ut och hotellkapaciteten stiger till en bra nivå, men vi behöver fler övernattnings alternativ”, säger Jansson. Han tillägger också att det alltid behövs fler alternativ till lågbudget. Tidigare har det funnits ett lowbudget koncept i Vasa och Jansson tror att ett koncept för lågbudgetresenärer skulle vara välkommet. Jansson är av den åsikten att ett nytt koncept skulle vara bra för Vasas inkvarteringsbransch så länge som prisnivån inte blir för hög och man framhåller säkerhet och en viss nivå på kvalitet samt preciserar vad som ingår i priset för en natt. Jansson kommenterar att framtiden för Vasa som turistdestination ser positiv ut. Övernattningar i Österbotten höjdes med 4,1% 2017 jämfört med 2016. Se tabell 1. För att övernattningsarna skall öka kommer VisitVasa sträva efter fler evenemang och utbud genom paket och fler upplevelser samt öka samarbetspakter på större områden.

**Tabell 1 Övernattningar på hotell, januari-juli 2017**

Landskap /kommun	Antal på Alla övernattnings	Förändring av alla övernattnings från 2016 %	Antal finländska turisternas övernattnings	Förändrings procent från 2016 övernattnings av finländska turister	Antal utländska turisternas övernattnings	Förändrings procent från 2016 övernattnings av utländska turister
Hela landet	10 166 356	5,8%	6 918 254	2,0%	3 248 102	14,9%
Österbotten	196 317	4,1%	149 590	1,1%	46 727	15,2%
Vasa	147 152	7,1%	111 022	5,4%	36 130	13,0%

## 5 Affärsverksamhet

Varför vill man starta eget företag? är en viktig fråga man måste fundera på innan man börjar med företagandet. För att starta en affärsverksamhet behöver man utforska sig själv för att hitta den rätta drivkraften, det är passionen och driftkraften som är nycklarna till affärsverksamhetens framgång. Att kunna reglerna för lagen om antällningsskydd eller att kunna alla skattesatser spelar inte så stor roll om det saknas inspiration och glädje att driva affärsverksamheten samt viljan att ta nya kontakter och försöka sälja. Som en ny företagare måste man ha inspiration, pepp, motivation samt tro på sig och sina egen förmågar. Att vara företagare innebär ett stort ansvar, mycket frihet och en förmåga att kunna gör många saker på samma gång. (Eriksson, 2014, ss. 8-9)

## 5.1 Affärsidé och affärsplan

Allt börjar med en affärsidé och det är också det första steget i ett affärsplan. Det traditionella och vanligaste sättet att bli företagare är att skapa ett företag baserat på sin egen idé. Att hitta affärsidén kräver ofta kreativitet, kompetenser och ibland också lycka. Det kan vara resultatet av en lång och analytisk sökningsprocess eller så föds idén som en plötslig uppfattning. De flesta affärsidéer stöds av en djup kunskap om produkten, branschen och kundbasen. Att fundera på vad ditt företag ska göra, sälja eller tillverka och hur det ska göras är väsentligt. Enligt Eriksson finns det fem steg i affärsplanen som tar idén vidare.

Fem steg att fundera på:

- Vad ska du sälja?
- Vem ska köpa det du säljer?
- Hur ska du sälja?
- Var ska du sälja?
- Varför ska kunden handla av dig?

(Eriksson, 2014, ss. 16-17)

I affärsplanen går man djupare in på företagssatsningen. Affärsplanen är ett dokument som är bra för företagaren och som kan användas som presentationsmaterial för t.ex. banker, investerare och myndigheter. Dokumentet är levande vilket betyder att ändringarna och uppdateringar sker hela tiden vartefter företaget utvecklas. Affärsplanen är bra att gå igenom ibland, se om man ligger i linje med sin grundidé och om verksamheten har utvecklats. När man är en ny företagare i startgruppen är det ett bra sätt att få perspektiv på företagaren och ge den andra dimensioner. Då tvingas man att fundera över saker som normalt är lätta att glömma bort och man ser hur företagets ekonomi kan och borde se ut. Det kan ge en företagare värdefulla insikter framöver. Affärsplanen skall innehålla olika kompetenser och svar på många frågor. Saker som man skall fundera på i en affärsplan är b.l.a. :

- Företagets information
- Vem äger företaget?
- Affärsiden?

- Målgruppen
- Hur ser marknaden ut?
- Vilka är konkurrenter?
- Hur och varifrån får du det som ska säljs?
- Resultat-, likviditets och startbudget
- Personal
- Lokalen
- Möjligheter och svårigheter

(Eriksson, 2014, ss. 16-22)

## 5.2 Målgruppen

Många har svårt att beskriva företagets målgrupp och de beskriver oftast att alla kunder hör till deras målgrupp. På det sättet blir det svårt att hitta en tydlig utgångspunkt för affärsutveckling, att känna igen alla kunders viktigaste behov eller problem blir i stort sett omöjligt. Att avgränsa målgruppen handlar om att tydligt göra en bild vem man vänder sig till och varför. Bilden skall vara så tydlig att man kan beskriva kundens förutsättningar, problem, behov, miljö och vardag. För att känna igen de prioriterade behoven hos målgruppen måste målgruppen vara tydlig och detaljerad för att också veta vem som kan ge feedback på de idéer man har. Det är också viktigt att man känner igen vilken roll i målgruppen som mest relevant för företaget, ifall det finns potentiella kunder utanför målgruppen som kan hitta företaget ändå. Kunderna delas i olika grupper utifrån deras gemensamma behov, beteenden eller andra särskiljande drag. (Dynehäll & Ståhlberg, 2014, s. 66)

Segmentering, eller målgruppsdefinition, är en teknik som används för att dela upp olika typer av grupper (segment), så att försäljningen kan göras på ett lämpligt sätt för varje grupp. Det är viktigt att identifiera en kund eller ett företag som på olika sätt liknar varandra, har liknande behov och köpkriterier, och därigenom gruppera dem. När företaget segmenterar skapar det en indelning som tar hänsyn till skillnader i de olika köparnas konsumtionsmönster och preferenser. På detta vis kan företaget urskilja potentiella kunder

och satsa mest på de mest lönsamma kunderna. Målet är att kunna nå alla köpare i det utvalda segmentet med samma marknadsföringsmetoder. (Lagerstedt, 2014)

### **5.3 Anställda**

Att vara egen företagare och skaffa en anställd är 100% personalökning i företaget, vilket också betyder att en del av förutsättningarna i det dagliga arbetet ändras. Personer man anställer kommer man att arbeta tillsammans med vilket betyder att samarbetet måste fungera. Vilket är precis lika viktigt som att anställda har rätt kompetens för tjänsten som de arbetar med. Att ha anställda innebär ansvar och kostnader, men för att företaget ska kunna utvecklas och växa krävs det oftast att man antäller fler personer. Rekryteringsprocessen kan vara tidskrävande eftersom det i dagens läge oftast kommer flera hundra sökande till en plats. Först skall man fundera över vilken typ av kompetens och personlighet man söker. Sedan kommer det omfattande arbetet att gå igenom arbetsansökningar och välja de som man kontaktar för en anställningsintervju. Sista steget i processen är att välja den mest passande personen och skriva under ett anställningsavtal. De flesta sätten att hitta nya arbetare sker via arbetsförmedlingen, nätverk, rekryteringsbolag, sociala medier och annonser. (Eriksson, 2014, ss. 150-156)

Feedback är viktigt för både arbetsgivaren och arbetstagaren. Som en arbetsgivare skall man ge sin personal feedback. Inte bara feedback då någonting som har gått dåligt eller blivit fel utan uppmärksamma också då det har gått bra och när personalen har lyckades med saker. Anledningen till att man ger feedback är ut att personalen ska få möjlighet att utvecklas och förbättras. (Eriksson, 2014, s. 158)

### **5.4 Företagsformer**

När man registrerar ett företaget bör man fundera på vilken företagsform man skall ha. Vilken företagsform som passar ditt företag bäst beror delvis på om du startar och driver verksamheten själv eller tillsammans med någon samt på hur riskabel affärsidén är och hur stort startkapital man har. (Eriksson, 2014, s. 22)

De olika företagsformer är enskilda näringsidkare, öppet bolag, kommandit- och aktiebolag samt andelslag. Enskild näringsidkare är den lättaste företagsformen om man vill starta försiktigt och inte ta någon större risk i verksamheten. Det innebär också att om inte företagets ekonomi är i skick är det man själv som privatperson som ansvarar för alla penningssituationer. Ett öppet bolag bildas då två eller fler personer kommer överens om att



grunda ett bolag, vilket görs genom att teckna ett bolagsavtal. Personerna som tillsammans äger bolaget, är jämställda och de ansvarar tillsammans och personligen för bolagets beslut, förbindelser och skulder. Kommanditbolag är ett personbolag som skiljer sig från ett öppet bolag på så sätt att det i kommanditbolaget finns utöver en eller flera ansvariga bolagsmän, en person som är delägare i företaget. Aktiebolag är ett av det bästa alternativet till företagsform när man startar ett företag med större insats. Ägarna till bolaget är inte i ansvar för skulder utan riskerar aktiekapital. Ett andelslag är ett företag som ägs av en eller fler medlemmar. Medlemmarna ansvarar för andelslagets förpliktelser endast med det belopp som de investerat i andelslaget. Det behövs minst tre personer för att grunda ett andelslag. (Yritysmuodot, 2014)

## 6 Eget hotellkoncept

Planen är att grunda ett personligt och hemtrevligt hotell som ligger i Vikinga. Vikinga är ett potentiellt bra område som ligger nära det centrala Vasa och har bra parkeringsmöjligheter för kunder. Hotellet skall ha sovsalar i olika storlekar där övernattningens produkt är en säng i en sovsal. Exakt storlek på hotellet är inte klart. Planerna är att hotellet ska fungera året runt.

Affärsidén i mitt koncept skulle lyda som ordspråket ”billigt och bra”. Det betyder att kunden betala för en produkt som är förmånligt och innehåller det nödvändigaste.

- Vad ska jag sälja?

Jag skall sälja inkvartering i ett hotellkoncept där övernattningsprodukten är en säng i en sovsal. Produkten skall vara förmånlig och innehålla det nödvändigaste man behöver för att övernatta någon annanstans än hemma. Inkvarteringen är kärnprodukten och andra tjänster i mitt koncept skulle vara t.ex. gratis bad- och bastumöjligheter.

- Vem ska köpa det jag säljer?

Konceptet är riktat till lågbudgetresenärer som söker efter boende till ett förmånligt pris. Hotellet skall vara rent, trivsamt och hemtrevligt. Resenärer skall vara bekväma med att dela en sovsal med okända personer, men i hotellet kommer det också att finnas enskilda rum för de som inte är bekväma med att göra detta. Hotellet erbjuder också bra parkeringsmöjligheter för de som kommer utifrån Vasa och behöver övernattning. Den

trationella finska bastun och badmöjligheter skulle vara en tjänst som lockar de internationella kunderna till hostellet.

- Hur ska du sälja?

Försäljning skall ske via olika försäljningskanaler som t.ex. booking.com, expedia, hostelworld och hostels.com. Men även den egna hemsidan ska ge bra och nödvändig information om bokningsmöjligheter via e-post och telefon.

- Var ska du sälja?

I kapitel 3 påpekar Asunto och Brännare-Salo (2015) om inkvarteringens tjänster och för att kunna uppnå alla tjänster (se kapitel 6.2) måste placeringen av hostellet vara utanför Vasas centrum. Den exakta lokalen är inte bestämd men ett egnahemshus skulle vara en potentiell lokal för konceptet. Ett stort och mysigt hus vid en strandtomt en bit från Vasas centrum skulle vara perfekt.

## **6.1 Lokal och inredning**

Vikinga är en stadsdel som befinner sig fyra km norr om Vasas centrum. Vikinga strandtomt skulle passa perfekt för att uppfylla kraven gällande parkerings-, bastu- och badmöjligheter. I Vikinga skulle kunderna kunna få gratis parkeringsmöjligheter och för att ta sig till centrum kan de använda sig av lokaltrafiken, hostellets hyrcyklar eller också promenera.

Ett egnahemshus skulle passa som lokal till mitt koncept. Ett egnahemshus inrett hemtrevlig med naturliga och varma färger. Lokalen skulle ha åtminstone tre våningar med en källare och terrass. Källarvåningen kunde vara ett gemensamt utrymme för kunder där det finns soffa, gästdator, television, pingisbord, stolar, bord, sällskapsspel, ett väl utrustat självhushållskök och ett tvättrum med tvättmaskin, torktumlare, strykjärn och strykbräda. Första våningen är huvudvåningen med hostellets huvuddörr, reception, personal- och köksutrymmen. Upp för terrasstrapporna kommer man till huvuddörren som är på innergården mot havet. I samband med köket skall det finnas en matsal för 50 personer och en uteterrass för 20 personer där frukosten serveras. I de resterande våningarna ligger sovsalarna.

## 6.2 Personal och tjänster

För att hostelletverksamheten skall fungera måste det finnas personal som sköter om receptionen, städningen och frukosten. Eftersom mitt hotell är inte stort behövs det inte mycket personal. För att kunna ha ett dygnet runt systemet behövs det sex receptionister samt jag som hotellchef. Eftersom receptionistens arbetsuppgifter är väldigt mångsidiga måste man vara den rätta person för jobbet, exakt som Eriksson (2014) påpekar. I mitt koncept finns det ingen skild personal för städning och frukosten utan receptionisterna finns till för att ta hand om alla arbetsuppgifter.

För att receptionen skall kunna vara öppen dygnet runt, betyder det att det alltid ska finnas personal på plats. Tre skift vid receptionen per dygn, morgonskift 07:00-15:00, kvällsskift 15:00-23:00 och nattskift 23:00-07:00. Frukost- och städningsskift skulle vara varje dag med arbetstiden 07:00-15:00. Arbetet skulle börja på morgonen klockan 06:00 vid frukosten och fortsätt med städningsarbetsuppgifter från klockan 11:00 till 14:00. Under t.ex. sommarsäsongen skulle personalen och arbetsuppgifterna se annorlunda ut.

Asunto och Brännare-Sora (2015) skriver att frukosten är en måltid som vanligen inkluderas i priset. I hostelletkonceptet ingår frukosten i priset av övernattningen och är även öppen för utomstående kunder. Frukosten serveras varje morgon klockan 06:30-10:00. Övernattning på hostellet är förmånligt och därför innehåller frukosten också det nödvändigaste. Frukosten på hostellet ska vara väldigt enkel och temat går enligt den finska frukost som stående buffét. Frukostbuffén består av varma och kalla drycker, bröd, pålägg, frukter och av några varma matprodukter. Varm drycker som kaffe och te, andra drycker är mjölk, apelsin- och äppeljuice. Brödalternativen skulle bestå av finskt rågbröd och ljust bröd. Påläggen skulle vara skinka, ost, och grönsaker som gurka och tomat. Andra produkter skulle vara yoghurt, flingor och de vanligaste frukterna. Varm matprodukter skulle vara gröt, kokta ägg och finländska karelska piroger med äggsmör.

Under sommarsäsongen är uthyrning av cyklar en viktig sidotjänst i mitt koncept. Hostellet ligger en bit utanför stadskärnan och cyklarna är en möjlighet för kunden att ta sig till centrum eller att uppleva Vasa genom att ta sig längre bort från centrum.

Att besöka en finländsk bastu kan vara en oförglömlig upplevelse för utländska turister. Hostellet skall erbjuda kunderna den populära traditionella finska bastun. En bastubyggnad vid havet med dusch, toalett, omklädningsrum, solterrass och en liknande brygga med

badmöjligheter som på Bild 4. Morgonbastuturen ska höra till priset, och även på vintern ska kunderna ha möjlighet att pröva på vinterbad.



**Bild 3 Vinterbad i Vasa**

### **6.3 Målgruppen**

Målgruppen för mitt företag är resenärer som reser med en lågbudget, som sagt ”billigt och bra”. Det kom fram i intervjun med Jansson (se kapitel 4.1) att Vasa behöver mera alternativ inom lågbudget. Kunder som hellre betalar en slant mindre och trivs med att ha människor runt om sig hör till min målgrupp. Kunderna skall klara av att övernatta i en sovsal med okända personer utan problem. Huvudmålgruppen är unga personer i 20-års åldern som är intresserade att lära känna nya människor i ett hemtrevligt hotell.

### **6.4 Hostellrummen**

Hostellrummen innehåller det nödvändigaste. Rummen är utrustade med sängar, toalett, dusch, hårtork, telefon, skoställning och förvaringsskåp med lås. Gratis WIFI finns också för kunderna.

Alla rum har våningssängar (90 cm sängar) där kunden har en egen nattlampa och eluttag. Då kunden delar sovsal med okända resenärer är det viktigt att hen känner sig trygg. Rummen är alltid låsta, vilket betyder att inga utomstående slipper in i rummen. Varje kund har ett eget förvaringsskåp med lås där hen har möjlighet att förvara sina saker inlåsta. Vid

receptionen finns det mindre kassaskåp där kunden också har möjlighet att lämna sina värdesaker. Rummets och låsets nyckel är i samma nyckelknippe som kunderna får vid incheckningen. Nyckelknippen har också en nyckelring med ett nummer på, samma som sängens och skåpets nummer. Då kunden lämnar rummet skall nyckelknippan alltid lämnas vid reception, då minskar man risken med att nycklar försvinner. Rummen städas varje dag men sängkläder och handdukarna byts efter varje kund. Efter varje kund viker städerskorna täcke och kudden på sängen. Rena sänglinnen, en stor och liten handduk är inlåsta i rummets alla förvaringsskåp.

## 6.5 Hur går det vidare?

Som Eriksson (2014) påpekade bör man vid registreringen av ett företaget fundera på vilken företagsform man skall ha. Som tidigare nämnt så är jag inte i det skedet att jag skall registrera ett företag, vilket innebär att välja den rätta företagsformen är något som jag får fundera mera på i framtiden. Men eftersom jag har skrivit om de olika företagsformer är jag bekant med vilka möjligheter det finns. Budgetering och prissättning är något som också kommer att ske i framtiden eftersom det konstant sker förändringar på marknaden.

## 7 Sammanfattning

Syftet med examensarbetet var att utveckla grunden för en affärsplan för att starta upp ett hotell i Vasa. Som metod har jag använt mig om teori över inkvarteringsbranschen och affärsverksamhet samt en intervju med Max Jansson från VisitVasa.

Efter hela processen anser jag att jag uppnått syftet med examensarbetet. Jag har utfört en konkret affärsplan på basis av mina egna idéer samt den teori jag läst in mig på och därmed har jag nu ett konkret exempel på något jag kommer att utveckla från en hypotetisk till en verklig affärsplan.

Kartläggningen av Vasa som turistdestination fungerade bra som stöd vid sidan av den teori jag läst in mig på om inkvarteringsbranschen och dess framtid. Allt Jansson kommenterade om Vasa som turistdestination förstärkte mina egna teoretiska forskningar om att det finns potential att starta ny inkvarteringsverksamhet på orten.

## Källor

- Aktuellt.* (u.å.). Hämtat från Vaasan Marssi:  
<http://www.vaasanmarssi.fi/svenska/aktuellt/> den 10 10 2017
- Allmän information om Vasa.* (u.å.). Hämtat från Vaasa:  
<https://www.vaasa.fi/sv/allman-information-om-vasa> den 14 02 2018
- Asunta, T., & Brännare-Sora, R. (2000). *Inkvarterings- och turistervice*. Vanda: Tummavuoren kirjapaino Oy -Dark.
- Bock's Corner Brewery.* (u.å.). Hämtat från Bock's Corner Brewery:  
<http://www.bockscornerbrewery.com> den 26 02 2018
- De Geer moräner.* (u.å.). Hämtat från Kvarkenn skärgård:  
<http://www.kvarken.fi/varldsarvet/geologi/moraner/de-geer-moraner/>
- Dynehäll, M. b., & Ståhlberg, A. L. (2014). *Loopa - Affärsutveckling för entreprenörer*. Stockholm: Liber AB.
- Eriksson, P. (2014). *Ett steg till eget*. Stockholm: Liber AB.
- Företagsinformation.* (u.å.). Hämtat från Matkahuolto:  
<https://www.matkahuolto.fi/sv/bra-att-veta/foretagsinformation/#.Wdyqd0xDxmA> den 10 10 2017
- Gammals, S. (den 30 03 2017). *Pampas Nationaldag - från bastuidé till stormsuccé*. Hämtat från Yle X3M: <https://svenska.yle.fi/artikel/2017/03/30/pampas-nationaldag-fran-bastuide-till-stormsucce> den 30 01 2018
- Glamping nostaa telttailun uudelle tasolle – nyt myös Suomessa voi yöpyä metsässä luksusoloista tinkimättä.* (den 02 Oktober 2015). Hämtat från Rantapallo:  
<http://www.rantapallo.fi/hotellit/glamping-nostaa-telttailun-uudelle-tasolle-nyt-myos-suomessa-voi-yopya-metsassa-luksusoloista-tinkimatta/> den 24 02 2018
- Grönroos, C. (2007). *Service management och marknadsföring*. Liber.
- Info.* (u.å.). Hämtat från Bottniacyklingen: <http://botniacyklingen.fi/info/> den 10 10 2017
- Karlsson, L. (2015). *Puhdasta vettä vuodesta 1915*. Hämtat från Vaasan Vesi:  
<http://www.vaasanvesi.fi/documents/67954/75043/Historia.pdf/25ba19e4-9f54-4cc4-9136-decdf2e4f621> den 15 09 2017
- Kaukoliikenteen reittikartta.* (u.å.). Hämtat från VR:  
<https://www.vr.fi/cs/vr/fi/kaukoliikenteen-reittikartta>
- Konstens natt.* (u.å.). Hämtat från Vaasa stad: <https://www.vaasa.fi/sv/konstens-natt-0> den 18 02 2018

- Kvarkenturer.* (u.å). Hämtat från Kvarkenturer: <http://www.kvarkenturer.fi/> den 14 01 2018
- Kävijöille.* (u.å). Hämtat från Elisa Stadion: <http://elisastadion.com/> den 15 09 2017
- Lagerstedt, E. (den 14 01 2014). *Segmentering gunden till allt*. Hämtat från Elisabet Lagerstedt: <https://elisabetlagerstedt.com/2014/01/17/segmentering-grunden-till-allt/> den 03 03 2018
- Lillkvist, M. (den 20 11 2015). *Onnibus börjar köra längs kusten.* (20.11.2015) Hämtat från Svenska yle: <https://svenska.yle.fi/artikel/2015/11/20/onnibus-borjar-kora-langs-kusten> den 8 10 2017
- Löytynoja, J. (den 07 07 2017). *Vasas befolkningsutveckling 2000–2016.* Hämtat från Vaasa: [https://www.vaasa.fi/sites/default/files/befolkning\\_2000-2016.pdf](https://www.vaasa.fi/sites/default/files/befolkning_2000-2016.pdf) den 12 11 2017
- Mitä ihmettä? Japanilaisessa hotellissa vastaanottovirkailijana on dinosaurus.* (den 21 Juli 2015). Hämtat från Rantapallo: <http://www.rantapallo.fi/hotellit/mita-ihmetta-japanilaisessa-hotellissa-vastaanottovirkailijana-on-dinosaurus/> den 29 01 2018
- Naguborna ger sig inte.* (den 01 06 2015). Hämtat från Yle Nyheterna: <https://svenska.yle.fi/artikel/2015/06/01/naguborna-ger-sig-inte-bara-en-bro-duger>
- Nieminen, A.-S. (den 27 01 2016). *Hauskat hotellitrendit.* Hämtat från Mondit: <http://www.mondit.fi/uutiset/hauskat-hotellitrendit> den 14 02 2018
- Nya trender och hotellkoncept.* (u.å). Hämtat från Overlooks: <http://www.overlook.se/nya-trender-och-hotellkoncept/> den 10 02 2018
- Passagerartrafik.* (u.å.). Hämtat från VR GROUP: <http://www.vrgroup.fi/sv/vrgroup/vr-group-som-foretag/affarsverksamheter/passagerartrafik/> den 28 09 2017
- Pihhlajasaari, J. (den 13 10 2017). *Pääkirjoitus: Sportin paheneva yleisökato antaa asean jäähallilaajennuksen vastustajille.* Hämtat från Pohjalainen: <https://www.pohjalainen.fi/mielipide/p%C3%A4%C3%A4kirjoitus/p%C3%A4%C3%A4kirjoitus-sportin-paheneva-yleis%C3%B6kato-antaa-aseen-j%C3%A4%C3%A4hallilaajennuksen-vastustajille-1.2430307> den 21 01 2018
- Rautiainen, M., & Siiskonen, M. (2015). *Hotelli varauset.* Vantaa.
- Regioninfo.* (u.å). Hämtat från Vasaregionen: <http://vasaregionen.fi/regionsinfo/> den 26 01 2018
- Replot byn.* (u.å). Hämtat från Korsholms skärgård: <http://www.korsholmsskargard.fi/index.php?tocID=129&sprak=swe> den 24 02 2018
- Replotbron.* (u.å). Hämtat från Kvarken: <http://www.kvarken.fi/upptack-kvarken/besoksplatser/replotbron/> den 12 02 2018

*Shopping.* (u.å). Hämtat från VisitVaasa:

<http://www.visitvaasa.fi/sv/undersidorna/pages/shopping.aspx> den 13 02 2018

*Suomalaiset lentoasemat: Vaasa.* (den 04 08 2017). Hämtat från Finavia:

<https://www.finavia.fi/fi/tiedottaminen/ajankohtaista/2017/suomalaiset-lentoasemat-vaasa/> den 09 10 2017

*Tropiclandia.* (u.å). Hämtat från Tropiclandia: <https://www.tropiclandia.fi/> den 13 02 2018

*Turneringsinfo 2017.* (den 18 02 2016). Hämtat från Wasa Football Cup:

<http://wasafotballcup.com/index.php/post/one/Wasa-Footballcup-2016> den 19 09 2017

*Upptäck kvarken.* (u.å). Hämtat från Kvarken: <http://www.kvarken.fi/upptack-kvarken/> den 24 02 2018

*Urheilun yleisömääristä.* (den 26 01 2013). Hämtat från Ilkka:

<https://www.ilkka.fi/mielipide/yleis%C3%B6lt%C3%A4/urheilun-yleis%C3%B6m%C3%A4%C3%A4rist%C3%A4-1.1326106> den 15 09 2017

*Vaasa majoitus.* (u.å). Hämtat från Google maps:

<https://www.google.fi/maps/search/vaasa+majoitus/@63.0978591,21.5851008,13z> den 04 02 2018

*Vaasa ravintolat.* (u.å). Hämtat från Google Maps:

<https://www.google.fi/maps/search/ravintola+Vaasa/@63.0947439,21.6027147,15z/data=!3m1!4b1?dcr=0> den 24 02 2018

*Vaasan Kauppahalli.* (u.å). Hämtat från Vaasan Kauppahalli:

<http://www.vaasankauppahalli.fi/> den 14 09 2017

*Vanha Vaasa.* (u.å). Hämtat från Vaasa: <https://www.vaasa.fi/vanha-vaasa-0> den 20 09 2017

*Wasa by night.* (u.å). Hämtat från Wasa by night: <https://wasabynight.fi/sv/framsida/> den 12 02 2018

*Vasa stadsorkester.* (u.å). Hämtat från Finlands Symfoniorkestrar rf:

<http://www.sinfoniaorkesterit.fi/se/orkester/?id=74> den 10 02 2018

*Wasateater.* (u.å). Hämtat från Wasateater: <https://www.wasateater.fi> den 24 02 2018

*What is glamping?* (u.å). Hämtat från Glamping: <https://www.glamping.com/what-is-glamping/> den 12 02 2018

*Visitvasa.* (u.å). Hämtat från Vasaregionen:

<http://vasaregionen.fi/business/visitvaasa/> den 18 01 2018

*Vårt fartyg.* (u.å). Hämtat från Wasaline: <https://www.wasaline.com/vart-fartyg/#toggle-id-7> den 08 10 2017

*Världsarvet.* (u.å). Hämtat från Kvarken: <http://www.kvarken.fi/varldsarvet/> den 07 01 2018



*Yritysmuodot.* (den 03 10 2014). Hämtat från Infopankki:

<https://www.infopankki.fi/fi/elama-suomessa/tyo-ja-yrittajyys/yrityksen-perustaminen/yritysmuodot>

## Bilaga 1

**Intervjufrågor med VisitVasa**

1. Hur tycker ni att inkvarterings läge ser ut i Vasa idag?
2. Tycker in att Vasa har behov för flera inkvarteringsverksamheter?
3. Hur anser ni att ett nytt privatägt inkvarteringskoncept skulle grundas i Vasa?
4. Vad tycker ni om konceptet skulle var ett hotell och hur tror du konceptet skulle passa in i staden?
5. Hurdana framtidsvisioner har ni för Vasa som turistdestination?