



# Palvelujen kehittäminen Eurohostelissa

Kati-Maarja Ojala

2021 Laurea



Laurea-ammattikorkeakoulu

## Palvelujen kehittäminen Eurohostelissa

Kati-Maarja Ojala  
Matkailu- ja palveluliiketoiminta  
Opinnäytetyö  
Kesäkuu, 2021

Kati-Maarja Ojala

**Palvelujen kehittäminen Eurohostelissa**

Vuosi

2021

Sivumäärä

53

Tämän opinnäytetyön tavoitteena oli selvittää Eurohostelin asiakaspalvelun, palvelujen ja viihtyvyyden nykytila, sekä kehityskohteet. Tarkoituksena oli selvittää näiden tietojen pohjalta, miten saada asiakkaat valitsemaan Eurohostel muiden vastaavien majoitusliikkeiden sijasta sekä palaamaan jatkossakin takaisin. Ohessa selvitettiin myös asiakkaiden tyytyväisyyttä ja mielipiteitä kanta-asiakasohjelmaan sekä pitkäaikaismajoitustarjouksiin. Toimeksiantajana tässä opinnäytetyössä toimi Eurohostel Oy, joka on kohtuuhintaisia majoituspalveluita tarjoava hostelli Helsingin Katajanokalla.

Tietoperustana tässä työssä on hostellitoiminta, asiakaspalvelu ja asiakasymmärrys, sekä palvelun laatu. Lisäksi käytiin läpi asiakassuhteiden hallinnointia sekä kanta-asiakkuutta erityisesti majoitusliikkeissä. Eurohostelin toimintaan ja palveluihin, sekä hostellin omaan kanta-asiakasohjelmaan ja pitkäaikaismajoitustarjouksiin tutustuttiin.

Tutkimusmenetelmäksi valikoitui kyselytutkimus, sillä se koettiin tehokkaaksi sekä turvallisesti tavaksi tavoittaa asiakkaat Covid-19-pandemian aikana. Kyselyyn valittiin kohderyhmäksi asiakkaat, jotka tuntevat Eurohostelin parhaiten, eli kanta-asiakasohjelmaan kuuluvat viralliset kanta-asiakkaat, sekä epäviralliset kanta-asiakkaat eli pitkäaikaismajoittajat. Molemmille ryhmille oli omat kyselylomakkeet, jotka olivat saatavilla sekä suomeksi että englanniksi.

Tutkimuksen perusteella valtaosa asiakkaista oli erittäin tyytyväisiä Eurohostelin asiakaspalveluun sekä työntekijöiden ammattitaitoon. Myös yleistä siisteystasoa hostellissa pidettiin hyvänä. Viihtyvyys oli pääosin riittävällä tasolla, mutta on osa-alueita, joissa viihtyvyyttä voisi parantaa, jota kautta parantaa asiakaskokemusta ja kannustaa asiakkaita palaamaan. Viihtyvyyden parantamiseksi ehdotettiin esimerkiksi taidetta huoneisiin, teemojen keksimistä keittiöihin tai kerroksiin, sekä huonekalujen päivitystä. Tutkimuksen mukaan pitkäaikaismajoitukselle on kysyntää jatkossakin.

Kati-Maarja Ojala

**Developing Services in Eurohostel**

Year

2021

Pages

53

---

The purpose of this thesis was to examine the current state of Eurohostel's service and comfort and discover what needs to be improved. The objective was to discover with this information how to have customers choose Eurohostel instead of other similar accommodation and have them return in the future. Among this, the satisfaction with and opinions about the Regular Customer Program as well as offers for long term accommodation were researched. The commissioner of this thesis was Eurohostel Oy, a hostel that is located in Katajanokka, Helsinki which offers moderately priced accommodation.

The theoretical framework of this thesis reviews hostel business, customer service, customer insight and quality of service. This thesis also covers customer relationship management and regular customers especially in hospitality business. Eurohostel and its services are also studied as the hostels Regular Customer Program and the offers for long term accommodation.

The research method chosen for this thesis was survey, because it was seen as an efficient and safe way to contact customers during the Covid-19 pandemic. The target audience for this survey were customers, who know Eurohostel the best, i.e. meaning official regular guests who are part of the Regular Guest Program as well as the unofficial regular guests who are staying at the hostel long term. The surveys were available for both groups in Finnish and English.

According to the survey, most of the customers were very satisfied with the customer service and the expertise of the staff. Overall cleanliness in the hostel was considered to be good. Comfort in the hostel was mostly seen as adequate, but there were areas where it could be improved and with that make the customer experience better, which in turn would encourage them to return. To improve comfort it was suggested that for example art work would be added to rooms, themes for kitchens or floors could be created and furniture updated. According to the survey, there is a demand for long term accommodation in the future.

Keywords: customer insight, customer service, hostel, regular customer

## Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Hostellitoiminta ja kohdeyritys Eurohostel .....	7
2.1	Hostellitoiminta .....	7
2.2	Suomen Hostellijärjestö ry.....	8
2.3	Kohdeyritys Eurohostel Oy .....	8
3	Palvelu ja asiakasymmärrys.....	10
3.1	Asiakaspalvelu .....	10
3.2	Asiakasymmärrys ja asiakaskokemus .....	11
3.3	Palvelu ja sen laatu .....	11
4	Kanta-asiakkuus ja asiakassuhteiden hoitaminen.....	12
4.1	Asiakkuuksien hoitaminen.....	13
4.2	Kanta-asiakkuus majoitusliikkeissä .....	13
4.3	Eurohostelin kanta-asiakasohjelma ja Euron kämppä-tarjous .....	14
5	Kyselytutkimus Eurohostelin kanta-asiakkaille .....	15
5.1	Kyselytutkimus menetelmänä .....	15
5.2	Kyselylomake Eurohostelin kanta-asiakkaille .....	17
6	Kyselylomakkeen vastaukset.....	18
6.1	Taustakysymykset .....	19
6.2	Vastaanotto ja jaetut tilat.....	21
6.3	Huoneet .....	26
6.4	Euron kämppä .....	30
6.5	Kanta-asiakasohjelma .....	32
6.6	Avoin palaute .....	33
6.7	Luotettavuus.....	33
7	Johtopäätökset ja kehitysehdotukset .....	34
7.1	Johtopäätökset .....	34
7.2	Kehitysehdotukset .....	35
8	Yhteenveto .....	37
	Lähteet.....	40
	Kuviot .....	42
	Taulukot .....	42
	Liitteet .....	43

## 1 Johdanto

Tämän tutkimuksellisen opinnäytetyön tarkoitus on selvittää Eurohostelin nykytila sekä kehityskohteet palvelun, palvelujen ja viihtyvyyden osalta. Tavoitteena on saada sellaista tietoa, jota hyödyntämällä saataisiin asiakkaat palaamaan jatkossakin Eurohosteliin sekä valitsemaan Eurohostelin muiden vastaavien majoitusvaihtoehtojen joukosta. Ohessa kartoitetaan hiukan myös tyytyväisyyttä kanta-asiakasohjelmaan sekä tarjouksiin.

Aihe työlle tuli toimeksiantajalta Eurohostelilta ja perustuu heidän tarpeisiinsa saada kehitysideoita parantaakseen asiakkaiden tyytyväisyyttä. Eurohostel on edullinen majoitusliike, joka sijaitsee Helsingin Katajanokalla. Tutkimusmenetelmäksi on valittu kyselytutkimus, joka jaetaan sekä sähköisenä Google Forms-lomakkeena sekä vastaavana paperisena. Kyselytutkimus toteutettiin huhtikuussa 2021.

Tarkoituksena oli saada arvokasta tietoa asiakkailta, jotka tuntevat Eurohostelin ja sen palvelut parhaiten, joten tähän tutkimukseen on rajattu Eurohostelin viralliset sekä ns. epäviralliset kanta-asiakkaat. Viralliset kanta-asiakkaat ovat asiakkaita, jotka kuuluvat Eurohostelin kanta-asiakasohjelmaan ja tästä ryhmästä on vielä rajattu ne kanta-asiakkaat, jotka ovat majoittuneet tammikuun 2019 ja maaliskuun 2021 välillä ja yöpyneet yhteensä tänä ajanjaksona vähintään 10 yötä. Epävirallisiksi kanta-asiakkaiksi määritellään ne, jotka ovat majoittuneet pitkäaikaisesti hostellissa, Euron kämpä-tarjouksella, vähintään kaksi viikkoa. Nämä rajaukset ovat tehty sen takia, että majoittuminen Eurohostelissa on riittävän tuoreessa muistissa, sekä riittävän runsasta, että on tutustunut talon eri palveluihin.

Tietoperusta tässä työssä koostuu hostellitoiminnasta kokonaisuutena, asiakaspalvelusta erityisesti majoitusliikkeissä ja asiakasymmärryksestä. Asiakkuuksien hoitamista ja asiakaskokemuksen kehittämistä tarkastellaan sekä määritellään kanta-asiakkuutta. Kyselylomakkeeseen tutkimusmenetelmänä ja syitä, miksi se valikoitui tähän tutkimukseen, käydään läpi.

Kyselytutkimuksen vastaukset käytiin läpi toukokuussa 2021. Vastauksia tuli yhteensä 27 kappaletta. Vastausten perusteella tehtiin johtopäätöksiä palveluiden ja viihtyvyyden nykytilasta ja rajattiin kehityskohteet. Näiden pohjalta luotiin kehitysideoita, jotka esitetään toimeksiantajalle.

## 2 Hostellitoiminta ja kohdeyritys Eurohostel

Suomessa ja maailmalla on tarjolla runsaasti erilaisia majoitusliikkeitä eri hintaluokissa sekä eri osa-alueisiin erikoistuneina. Suomessa laki määrittelee majoitustoiminnan ammattimaisesti tapahtuvana, taloudellista tuottoa tavoittelevana kalustettujen huoneiden tai muiden majoitustilojen tarjoamista tilapäistä majoitusta tarvitseville asiakkaille. Majoitusliikkeitä ovat esimerkiksi hotellit, matkustajakodit, asunto- ja huoneistohotellit, motellit, retkeilymajat, leirintäalueet ja hostellit. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 26.)

Matkailuala on ollut viimeisten vuosien aikana kasvussa ja vuonna 2019 Suomessa majoitustoiminnan liikevaihto oli yhteensä 1,7 miljardia euroa. Majoitusalan yrityksiä Suomessa oli 2078 ja ne työllistivät yli 10 000 henkilöä. (TEM toimialaraportit 2021, 12.) Majoituspalveluiden kysyntä vuonna 2019 kasvoi 3,9 prosenttia vuoteen 2018 verrattuna ja yöpymisvuorokausia kirjattiin yli 23 miljoonaa. Kotimaisten matkailijoiden osuus oli noin 16 miljoonaa ja ulkomaalaisten noin 7,1 miljoonaa. Eniten matkustajia saapui Venäjältä, Saksasta, Britanniasta, Ruotsista ja Kiinasta. Vuosi 2020 alkoi lupaavasti, jolloin tammikuussa rekisteröitiin 8 prosenttia enemmän ja helmikuussa lähes 7 prosenttia enemmän yöpymisiä kuin vuonna 2019. Maaliskuussa kuitenkin koronapandemia sai luvut syöksymään alas maaliskuussa yli 46 prosenttia ja huhtikuussa yli 88 prosenttia vuoteen 2019 verrattuna. Useat majoitusliikkeet sulki ovensa pandemian myötä, niiden joukossa myös väliaikaisesti Eurohostel. (TEM toimialaraportit 2021, 31-35.)

### 2.1 Hostellitoiminta

Hostellitoimintaa on harjoitettu maailmalla jo pitkään ja se rantautui 1900-luvun alussa Suomeen Saksasta. Hostellit toimivat edullisina majoitusvaihtoehtoina ja palvelun edullisuus perustuu muun muassa omatoimisuuteen sekä palveluiden valintaan. Mahdollisuutena on usein maksaa ainoastaan vuodepaikasta, eikä koko yksityishuoneesta. Useimmissa hostelleissa on yhteiskeittiö, jossa voi valmistaa itse ruokaa ja pyykinpesumahdollisuus joko ostettuna palveluna tai itsepalveluna sekä jaetut wc- ja suihkutilat. Hostelleissa on eri kokoisia huoneita parista hengestä yli 10 hengen huoneisiin. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 38-39.)

Suomessa on lähes 50 erilaista hostellia, jotka kuuluvat Suomen Hostellijärjestön verkostoon (Suomen Hostellijärjestö 2021.) Hostellit mielletään usein hotelleja rennompana ja kodinomaisempana. Palvelu on henkilökohtaisempaa ja hostellit ovat persoonallisia sekä niissä on usein oma teema. Niille on ominaista myös se, että ne ovat yhteisöllisiä paikkoja, jossa kannustetaan tutustumaan muihin matkailijoihin esimerkiksi oleskelutilojen myötä tai järjestämällä kaupunkikierroksia. (Suomen Hostellijärjestö 2020.)

Hostellimajoitus on pääosin edullisempaa hotelliin verrattuna, edullisimpana vaihtoehtona on jaettu huone, eli toisin sanoen dormi. Hostelleissa on yleensä myös yksityisiä huoneita, joko jaetuilla wc/suihkutiloilla tai ne voivat olla huoneessa. Useimmiten lakanat kuuluvat hintaan, mutta on hostelleja, jotka veloittavat lisähinnan niistä. Ne voivat olla valmiina tai itse pedattava. Jaetuissa huoneissa on yleensä joka pedille oma säilytyslokero, joko valmiilla lukolla tai niihin saa oman lukon. (Suomen Hostellijärjestö 2020.)

## 2.2 Suomen Hostellijärjestö ry

Suomen Hostellijärjestö ry on vuodesta 1935 toiminut hostellitoiminnan keskusjärjestö Suomessa. Se tunnettiin aiemmin nimellä Suomen Retkeilymajajärjestö tai SRM ry. Sen jäseninä toimii 30 suomalaista nuoriso-, opiskelija-, eläkeläis-, liikunta-, ammatti- ja matkailujärjestöä sekä suomalaiset että kansainväliset hostellikortin omaavat henkilöt. Järjestön tehtävänä on ylläpitää hostellien verkostoa ja kehittää niiden toimintaa Suomessa tarjotakseen jäsenilleen edullista ja viihtyisää majoitusta. Suomen Hostellijärjestö tekee yhteistyötä kansainvälisen, voittoa tavoittelemattoman Hostelling International (HI)-verkoston kanssa. (Suomen Hostellijärjestö Ry 2021.)

Hostellinjärjestön arvoja ovat yhteisöllisyys, avoimuus, edullisuus sekä vastuullisuus. Missiona on mahdollistaa jäsenilleen näiden arvojen mukaista, viihtyisää majoitusta. Yhteistyö HI-hostellien verkoston kanssa mahdollistaa sen, että jäsenet saavat jäsenetuja myös ulkomailla sekä kansainväliset matkailijat saadaan Suomessa verkoston hostelleihin. (Suomen Hostellijärjestö Ry 2021.) Kansainvälisen hostellikortin omaava henkilö saa aina vähintään 10 % alennuksen HI-hostelliverkostoon kuuluvista hostellista (Suomen Hostellijärjestö 2020).

## 2.3 Kohdeyritys Eurohostel Oy

Eurohostel on Helsingin Katajanokalla sijaitseva hostelli, joka tarjoaa kohtuuhintaisia majoituspalveluita. Se on osakeyhtiö, jonka omistaa Suomen Hostellijärjestö Ry. Eurohostel on perustettu vuonna 1992 ja on toiminut samassa kiinteistössä siitä asti. Toimitusjohtajana on vuodesta 1993 asti ollut Kyösti Karjarinta ja hostellipäällikkönä on ollut Marko Repo vuodesta 2007 asti. (Repo 2021.)

Eurohostel on yksi suurimmista hostelleista Pohjoismaissa, joka on ympärivuotisesti auki (Eurohostel 2020). Eurohostelin arvoihin kuuluu mm. vastuullisuus, ja ympäristöystävällisyys onkin suuressa roolissa hostellin toiminnassa. Kierrätykseen on panostettu koko yrityksessä toimistoa myöten ja asiakkaiden käytössä on kierrätyspiste, josta löytyy mm. biojäte, lasin-, metallin-, pahvinkierrätys. Jokaisessa huoneessa on esite, jossa kerrotaan tarkemmin Eurohostelin pyrkimyksistä ekologisuteen sekä vinkkejä, miten asiakkaat voivat tehdä omasta



majoituksestaan ekologisempaa. Asiakkaat voivat myös halutessaan kompensoida oman matkansa hiilijalanjäljen. Eurohostelille on vuonna 2019 myönnetty kansainvälinen HI's Quality & Sustainability Management System-laatu- ja kestävän kehityksen sertifikaatti. (Eurohostel 2021.)

Eurohostelin henkilökunta koostuu vastaanottovirkailijoista, myyntipalvelusta sekä johdosta. Muut hostellissa tarvittavat palvelut ovat ulkoistettu alan toimijoille, kuten esimerkiksi siivouspalvelut ja kiinteistönhuolto. (Repo 2021.)

Eurohostelissa on mahdollista majoittua joko jaetussa huoneessa (naiset ja miehet erikseen), yhden hengen huoneessa, kahden hengen huoneessa tai kolmen hengen huoneessa. Saatavilla on myös lisävuoteita. Huoneet ovat jaettu Budget- ja Standard-tason huoneisiin. Budget-tason huoneet ovat pelkistetympiä ja siten edullisempia vaihtoehtoja Standard-huoneisiin verrattuna. Standard-tason huoneissa on laadukkaammat pintamateriaalit, parempi äänieristys sekä televisio. Vuodepaikka jaetussa huoneessa on edullisin vaihtoehto yksin majoittuvalle. Vuodepaikkoja on tarjolla kahden tai kolmen hengen Budget-huoneissa. (Eurohostel Oy 2021.)

Eurohostelin vastaanotto on avoinna vuorokauden ympäri, joka tarkoittaa, että henkilökunta on talossa ja tavoitettavissa mihin kellonaikaan tahansa. Vastaanotosta voi ostaa muun muassa julkisen liikenteen lippuja, hygieniatarpeita kuten shampoota tai hammasharjan, matkamuistoja, postikortteja ja lippuja erilaisiin nähtävyyksiin. Vastaanotosta voi panttia vastaan lainata esimerkiksi herätyskelloja, latureita ja silitysrautoja. Aulasta löytyy kuumajuoma- ja kioskiautomaatti sekä asiakkaiden käyttöön tietokone. Langanen verkko on saatavilla koko rakennuksessa. (Eurohostel 2018.)

Eurohostelin tiloissa toimiva ravintola Suburritos on tarjoillut buffet-aamiaisen hostellin asiakkaille. Normaalisti ravintola on ollut auki myös lounasaikaan ja iltaisin, mutta Covid-19 pandemian aikana ravintola on tarjoillut vain aamiaista ja maaliskuussa 2021 ravintoloiden suljettua Suburritos on ollut kokonaan kiinni. Hostellissa on kolme itsepalvelukeittiötä. Keittiöissä on jääkaappi, mikro, keittolevyt ja vedenkeitin, sekä astioita, aterimia, paistinpannuja ja kattiloita. (Eurohostel 2021.)

Asiakkaiden käytössä on myös itsepalvelupesula, joka löytyy vastaanoton läheisyydestä 1. kerroksesta ja pesujauhetta voi ostaa vastaanotosta (Eurohostel 2018.) Huoneiden hintaan kuuluu liinavaatteet itse pedattuina ja liinavaatteiden vaihto, sekä huoneen siivous tapahtuu aina neljän päivän välein ja tietenkin jokaisen asiakkaan jälkeen (Eurohostel 2021.)

Eurohostelin yksi merkittävimmistä palveluista on sauna. Aamusauna on veloituksetta jokaiselle asiakkaalle aamuisin kello 7-10. Iltsauna on tarjolla lisämaksusta ja hostellikortin omaavat henkilöt saavat iltsaunan puoleen hintaan. Iltsauna on auki kello 17-22.

Eurohostelin omien kotisivujen kautta tehtyihin varauksiin kuuluu aina iltasauna veloituksetta. (Eurohostel 2020.) Hostellissa on myös kaksi loungea ajanviettoa varten, joista toinen soveltuu esimerkiksi kokoustilaksi (Eurohostel 2021).

### 3 Palvelu ja asiakasymmärrys

Jokainen palveluja tuottava yritys on tavalla tai toisella yhteydessä palvelun käyttäjän, eli asiakkaan kanssa. Tämä kohtaaminen voi tapahtua kasvokkain esimerkiksi ravintolakäynnin aikana tai esimerkiksi netin tai puhelimen välityksellä ostaessa palvelua. Näistä koostuu palveluprosessi, joka johtaa asiakassuhteen muodostumiseen. (Grönroos 2015, luku 2.)

#### 3.1 Asiakaspalvelu

Asiakaspalvelu ja onnistunut sellainen, on monen eri tekijän summa. Hyvä asiakaspalvelu vaatii sen, että asiakas on toiminnan keskiössä ja hänen odotuksensa ylitetään. Palvelun laadun tulee pysyä tasaisena ja yhtenäisenä. Asiakaspalvelijalta odotetaan sekä ammattimaisuutta että asiantuntijuutta. Asiakaspalvelua ei voida varastoida vaan se tulee luoda joka ikinen kerta uudestaan, jokaiselle asiakkaalle yksilöllisesti. (Bagdan 2013, 4-5.)

Vuorovaikutus on merkittävä osa palvelua, sillä asiakas muodostaa mielikuvan laadusta näissä vuorovaikutustilanteissa. Ensimmäisen mielikuvan syntyminen alkaa usein tervehtimisestä, asiakaspalvelijan ilmeistä, eleistä, äänen käytöstä ja ulkoisesta olemuksesta.

Asiakaspalvelijalta odotetaan vuorovaikutustilanteissa hyviä käytöstapoja, palvelualttiutta ja ystävällisyyttä. Myös itsevarmuus on osoitus ammattitaidosta ja auttaa luomaan luottamusta asiakkaan ja asiakaspalvelijan välillä. Asiakkaalle on tärkeää, että hän tulee kuulluksi ja kuuntelu onkin tärkeä taito asiakaspalvelijalla. Kuuntelemalla voidaan selvittää asiakkaan tarpeet ja toiveet, myös sellaiset, joita asiakas ei suoraan sano, ja toteuttaa ne parhaalla mahdollisella tavalla. Tämä edistää edelleen luottamusta. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 138.)

Majoitusliikkeen vastaanotossa vastaanottovirkailijan odotetaan olevan tehokas ja nopea, mutta ilman, että se tuo asiakkaalle kiireen tunteen. Saapuvaan asiakkaaseen on aina hyvä ottaa katsekontakti ja tervehtiä hymyillen. Asiakkaalta tarkistetaan varaustiedot kuten esimerkiksi majoituksen kesto, vieraiden määrä ja huonetyyppi. Sisäänkirjautumisen yhteydessä kerrotaan majoituspaikasta, palveluista sekä käytännöistä, kuten esimerkiksi uloskirjautumisen aika ja vastaanoton aukioloaika. Liian kaavamaisesti tai rutiininomaisesti kerrotut tiedot eivät yleensä muodosta yksilöllistä kokemusta, joten sitä olisi hyvä välttää. Vastaanottovirkailijan ammattitaitoon kuuluu osaaminen arvioida, minkälaisia lisäpalveluita asiakkaalle tarjota sekä paikallistuntemus. Myös tietotaito muista kulttuureista ja niiden kunnioittaminen on tärkeää palvelussa. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 137-138.)

### 3.2 Asiakasymmärrys ja asiakaskokemus

Asiakassuhteiden hoitamiseen ja hallinnointiin tarvitaan asiakasymmärrystä. Tarvitaan tietoa asiakkaan toiminnasta, ostokäyttäytymisestä ja ajatuksista. Asiakkailta saadaan tietoa kuuntelulla, joko aktiivisella tai passiivisella tavalla. Aktiivinen kuuntelu on kyselyitä ja tutkimuksia jo olemassa oleville asiakkaille sekä kohderyhmän jäsenille, jotka eivät ole vielä asiakkaita. Passiivinen kuuntelu on asiakkaiden palautteiden seuraamista, kun sitä ei ole aktiivisesti pyydetty. Myös esimerkiksi Mystery Shopping on tapa kerätä tietoa asiakaspalvelun laadusta asiakkaan näkökulmasta. (Bergström & Leppänen 2018, luku 6.)

Asiakkaat hakevat ostamistaan tuotteista ja palveluista niistä saatuja hyötyjä. He etsivät ratkaisuja, jotka tuovat lisäarvoa heidän elämäänsä. Ydintuotteen tai -palvelun lisäksi palveluntarjoajalla olisi hyvä olla lisäpalveluita, jotka tuovat yritykselle kilpailuetua. Edullinen hinta ei yksinään riitä, eikä pitkällä tähtäimellä ole paras kilpailukeino. (Grönroos 2015, luku 2.)

Grönroos (2015, luku 2) määrittelee menestyksekkään palvelujärjestelmän kehittämiseen tarvittavat resurssit seuraavanlaisesti: asiakkaat, tekniikka, työntekijät sekä aika. Asiakkaan kokema palvelun laatu koostuu palvelukokonaisuudesta, jossa asiakkaalla on yhä aktiivisempi rooli. Tekniikka on nykypäivänä suuressa roolissa palvelujärjestelmissä, joten asiakkaan kokemuksen vuoksi, on oleellista, että tietokoneistetut järjestelmät ovat suunniteltu asiakaslähtöisesti. Työntekijöiden asenteet ja suhtautuminen palvelemiseen ja asiakaslähtöiseen ajatteluun luovat suhdemarkkinoinnin menestykselle lähtökohdat. Useat työntekijät ovat suoraan tekemisissä asiakkaiden kanssa ja asiakaspalvelun onnistuminen luo mielikuvan koko yrityksestä. Esimerkkinä asioiminen ravintolassa, vaikka ruoka olisi hyvää, mutta jos palvelu on vajavaista, kokonaiskuva voi jäädä negatiiviseksi. Viimeisenä resurssina, jotka Grönroos kuvailee ratkaisevan tärkeänä, on aika. Asiakkaat eivät halua kokea, että aika, jota he käyttävät kyseiseen yritykseen menee hukkaan.

### 3.3 Palvelu ja sen laatu

Palvelu käsitteenä voidaan määrittää monella tavalla. Se voi olla henkilökohtaista palvelua, asiakaspalvelua tai se voi olla palvelutuote tai tarjooma. Palveluilla on pääosin kolme peruspiirrettä; ne ovat prosesseja, jotka koostuvat toiminnoista, palveluja tuotetaan ja kulutetaan samanaikaisesti useimmiten ja asiakas osallistuu vähintään joissain määrin tuotantoprosessiin. Palvelua ei voi myöskään varastoida, kuten esimerkiksi hotellihuoneita ei voi varastoida myöhemmin käytettäväksi eikä lentokoneen tyhjiä paikkoja voi myydä sen

jälkeen, kun lento on lähtenyt. Palvelutuote itsessään on tyypillisesti aineeton, sillä se on toiminto. (Grönroos 2015, luku 3; Rautiainen & Siiskonen 2015, 103.)

Majoitusliikkeessä palvelun ydintuote on huone tai hostelleissa se voi olla pelkkä petipaikka. Ydintuote on syy miksi asiakas ostaa palvelun ja maksaa siitä sovitun hinnan. Ydintuote kuitenkin tarvitsee muitakin tukipalveluita, jotta se vastaisi todellisuudessa asiakkaan tarpeita. Tästä syntyy palvelupaketti, jossa on asiakkaalle lisäarvoa muodostavia tekijöitä, jotka voivat olla joko aineettomia tai aineellisia. Näitä lisäarvoa tuottavia palveluita ovat avustavat palvelut ja tukipalvelut. Avustavat palvelut täydentävät ydintuotetta ja se voi olla esimerkiksi huoneen hintaan kuuluva aamiainen. Tukipalvelut taas lisäävät ydintuotteen vetovoimaa ja tuovat helppoutta ja mukavuutta siihen. Näitä voivat olla esimerkiksi kokouspalvelut tai saunapalvelut. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 100-101.)

Palvelutuotteen laadun määrittely koostuu useasta tekijästä, joista tässä määritellään seuraavat: palveluympäristö, luotettavuus, reagointialttius, palveluvarmuus, turvallisuus ja empatia. Palveluympäristö on yksi tärkeimmistä tekijöistä, joista asiakas muodostaa kokemansa laatukäsityksen. Hostellissa ja muissa majoitusliikkeissä, palveluympäristö koostuu mm. vastaanotosta, ravintolasta, loungesta tai muista oleskelutiloista ja itse huoneesta. On tärkeää, että tilat ovat siistit sekä viihtyisät. Luotettavuus ja reagointialttius ovat myös tekijöitä laadun määrittelyssä. Luotettavuudella tarkoitetaan asiakkaan saavan palvelu sellaisena, kun se on luvattu ja reagointialttiudella tarkoitetaan työntekijöiden valmiutta ja halukkuutta palvella asiakkaita ja saada asiakkaan tuntemaan olonsa tervetulleeksi sekä reagointia ongelmatilanteisiin ja virheiden korjaamiseen. Seuraava näkökulma, josta palvelutuotteen laatu voidaan tarkastella, on palveluvarmuus, joka voidaan jakaa kolmeen tekijään: pätevyteen, kohteliaisuuteen ja uskottavuuteen. Pätevyys on työntekijöiden ammattitaitoa, alan tuntemusta ja luotettavuutta, kohteliaisuus on työntekijän arvostus asiakasta kohtaan, joka käytöstapojen lisäksi näkyy ystävällisyytenä ja siistinä ulkoasuna. Uskottavuus taas määritellään tässä kontekstissa yrityksen luotettavuutena ja rehellisyytenä sekä asiakkaan edun mukaisesti toimisena. Turvallisuus palvelun laadun näkökulmasta voidaan ajatella esimerkiksi niin että palvelun erilaiset riskit asiakkaille, ovat ennakoitu ja niitä on pyritty minimoimaan. Empatialla tarkoitetaan sitä, että pystytään asettumaan asiakkaan asemaan. Empatiaan myös kuuluu saavutettavuus ja viestintä, jolloin asiakkaan on helppo löytää tietoa yrityksestä sekä vuorovaikuttaa työntekijöiden kanssa tarvittaessa. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 106-107.)

#### 4 Kanta-asiakkuus ja asiakassuhteiden hoitaminen

Kanta-asiakkaaksi voidaan sanoa asiakasta, joka ostaa yrityksen palveluita tai tuotteita toistuvasti ja säännöllisesti. Kanta-asiakkaita voidaan jakaa edelleen erilaisiin ryhmiin, kuten

perusasiakkaat, avainasiakkaat sekä suosittelijat. Näistä kannattavimmat ovat avainasiakkaat. Suosittelijat eivät välttämättä itse käytä niin paljon rahaa yrityksen palveluihin tai tuotteisiin, mutta suosittelee niitä eteenpäin, tuoden yritykselle sekä potentiaalisia että satunnaisia asiakkaita ja parhaassa tapauksessa jopa uusia kanta-asiakkaita. (Bergström & Leppänen 2018, luku 6.)

#### 4.1 Asiakkuuksien hoitaminen

Asiakassuhteiden hoitaminen ja hallinta ovat kehittyneet keskeiseksi osaksi markkinointia ja niiden tavoitteena on tuottaa asiakkaille enemmän arvoa ja lisätä asiakastyytyväisyyttä näin ollen luoden pitkiä, kannattavia asiakkuuksia. (Bergström & Leppänen 2018, luku 6.)

Asiakassuhteen muodostumiseen tarvitaan palvelun tarjoajan sekä asiakkaan välistä vuorovaikutusta sekä molemminpuolista halua muodostaa suhde. Suhde lujittuu, kun asiakas kokee saavansa vuorovaikutuksista jotain arvokasta tai erityistä. Nämä kokemukset ovat tärkeä osa asiakasuskollisuuden kehittämisessä. Asiakassuhteiden vaaliminen sekä uskollisten asiakkaiden määrän lisääntyminen on yrityksille kannattavaa. (Grönroos 2015, luku 2.)

Asiakkaita voi jakaa erilaisiin ryhmiin, riippuen siitä missä vaiheessa asiakassuhdetta yritys on kuluttajan kanssa. Ennen asiakkuutta henkilö on potentiaalinen asiakas, joka ei ole vielä ostanut yritykseltä mitään, mutta kuuluu yrityksen kohderyhmään. Ensiosion jälkeen asiakkaasta tulee satunnaisasiakas, johon yritysten tulisi myös paneutua, jotta tämä asiakassuhde saataisiin muutettua kannattavammaksi kanta-asiakkuudeksi. Jokaisella yrityksellä on myös entisiä asiakkaita ja kehittääkseen toimintaansa, onkin tärkeää selvittää, minkä takia asiakassuhde on päättynyt. (Bergström & Leppänen 2018, luku 6.)

#### 4.2 Kanta-asiakkuus majoitusliikkeissä

Majoitusliikkeen kanta-asiakas usein määritellään asiakkaana, joka käyttää säännöllisesti kyseisen majoitusliikkeen tai sen ketjun palveluita. Kanta-asiakkuus voi myös määräytyä yhden majoitusliikkeen tai ketjun kanta-asiakasohjelmaan liittymisellä. Kanta-asiakas voi olla yksityishenkilö sekä esimerkiksi yrityksen tai järjestön edustaja. Yrityksillä on usein sopimuksia majoitusliikkeiden kanssa. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 294-295.)

Majoitusliikkeiden kanta-asiakkaiden tiedot lisätään asiakasrekisteriin, josta vastaanotto näkee tarvittavat tiedot asiakkaasta, kuten esimerkiksi erityistoiveet, hintatiedot, alennukset ja muut palvelun kannalta oleelliset asiat. Kanta-asiakkaat oppivat odottamaan sujuvaa ja henkilökohtaista palvelua. Kanta-asiakkaille usein tarjotaan esimerkiksi edullisempaa

majoitusta tai muita etuja, jotka erottavat heidät satunnaisista asiakkaista. Kuten muissakin palveluyrityksissä, myös majoitusliikkeissä kanta-asiakkaat ovat tärkeitä ja yritykselle erittäin kannattavia asiakkaita, näin ollen nämä asiakkaat kannattaa pitää tyytyväisenä. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 294-295.)

Suomessa toimivien hotellien kanta-asiakasohjelmia ovat esimerkiksi Scandic-hotelleilla Scandic Friends-ohjelma ja Sokos- ja Radisson Blu-hotelleilla on työmatkustajille S-Card-etuohjelma. (Scandic Hotels 2021; Sokos Hotels 2021). Suomen Hostellijärjestöllä on Kotimaan hostellikortti, joka käy kaikissa järjestön verkoston hotelleissa Suomessa. Kansainvälinen hostellikortti on Hostellin International-verkoston etukortti, joka käy kaikissa verkoston hotelleissa Suomessa sekä ulkomailla. (Suomen Hostellijärjestö Ry 2021.)

#### 4.3 Eurohostelin kanta-asiakasohjelma ja Euron kämpppä-tarjous

Eurohostelilla on oma kanta-asiakasohjelma, johon liittyessä saa henkilökohtaisen kanta-asiakaskortin. Tähän korttiin kerätään leimoja hostellissa vietetyistä öistä ja seitsemänneistä leimasta asiakas saa ilmaisen yön aamiaisen kanssa. Ensimmäisen ilmaisen yön jälkeen voimaan astuu myös kanta-asiakasetuina ilmaiseksi iltasauna sekä myöhäinen uloskirjautuminen kello 17 asti. Kanta-asiakaskortin täytyttyä asiakas saa uuden kortin, johon kerätä leimoja. (Eurohostel 2021.)

Leimojen saamiseksi varauksen tulee olla tehty suoraan Eurohostelille, joko Eurohostelin kotisivujen kautta, puhelimitse, sähköpostitse tai paikan päällä vastaanotossa. Kolmansien osapuolien kautta tehdyistä varauksista ei saa leimoja, eli esimerkiksi Booking.comin tai Expedia varauksista ei saa leimoja, vaikka olisi kanta-asiakas. Kortti on myös esitettävä sisäänkirjautumisen yhteydessä, sillä jälkikäteen tai takautuvasti leimoja ei saa. Leimoja ei myöskään myönnetä pakettihinnoista kuten esimerkiksi Euron kämpppä-tarjoushinnoista. (Eurohostel 2021.)

Kanta-asiakkuus merkitään Eurohostelissa käytössä olevaan hotelliohjelman järjestelmään, joka toimii asiakasrekisterinä. Asiakkaan tietoihin merkitään kanta-asiakkuuden pituus, sekä onko asiakas oikeutettu etuihin, jotka saa, kun ensimmäinen leimakortti on täyttynyt. Asiakkaan yhteystiedot löytyvät myös tästä rekisteristä.

Vuonna 2020 Eurohostel lisäsi valikoimaansa Euron kämpppä-tarjouksen, joko viikoksi tai kuukaudeksi. Viikkohinta on 150 € ja kuukausihinta 555 €. Hintaan kuuluu tilava Standard Twin-huone, jossa voi majoittua yksi tai kaksi henkilöä, lakanat ja siivous joka 4. päivä. Tämä tarjous on voimassa vain yksityisasiakkaille, ei yrityksille ja majoitus maksetaan kokonaisuudessaan sisäänkirjautumisen yhteydessä. Jos asiakas päättää lähteä aikaisemmin, maksua tästä ei palauteta. (Eurohostel 2021.)

## 5 Kyselytutkimus Eurohostelin kanta-asiakkaille

Tässä luvussa käsitellään kyselytutkimusta ja sen toteutusta tässä toimeksiannossa. Tähän tutkimukseen valikoitui kyselytutkimus sen takia, että sen todettiin olevan tehokkain tapa tavoittaa asiakkaita ja turvallinen keino kerätä tietoa asiakkailta Covid-19-pandemian aikana.

Kyselylomakkeita on kahta erilaista, toinen on niille, jotka ovat osana Eurohostelin kanta-asiakasohjelmaa ja toinen niille, jotka ovat majoittuneet Euron kämppä-tarjouksella. Kanta-asiakkaista rajattiin vielä edelleen sellaiset, jotka ovat majoittuneet tammikuun 2019 ja maaliskuun 2021 välisenä aikana vähintään 10 yötä hostellissa. Yöpymisaikaväli alkaa vuodesta 2019 sen takia, että vuonna 2020 Eurohostel oli osan keväästä suljettuna Covid-19-pandemian johdosta, joka myös romautti matkustajamäärät merkittävästi koko vuoden ajalta ja edelleen vaikuttaa vuonna 2021. Euron kämppä-tarjouksella majoittuvat asiakkaat on otettu tähän tutkimukseen mukaan sen takia, että he ovat majoittuneet vähintään kaksi viikkoa, vaikkakin useat asiakkaat ovat majoittuneet useamman kuukauden jo, joten heillä on oletettavasti paljon kokemusta Eurohostelin palveluista ja viihtyvyydestä.

Näitä kanta-asiakkaita, jotka täyttävät edellä annetut ehdot, on Eurohostelin hotellijärjestelmässä 120 kappaletta, mutta niitä, joilla on sähköpostiosoite tiedoissaan, on 91 kpl. Tavoitteena oli saada vähintään 30 % vastauksia, joka olisi n. 27 kappaletta. Euron kämppä-tarjousasiakkailta oli tavoitteena saada kymmenkunta vastauksia.

### 5.1 Kyselytutkimus menetelmänä

Kyselytutkimus on tiedonkeruumenetelmä, jolla voi tarkastella erilaisia ilmiöitä, mielipiteitä, arvoja ja asenteita. Sitä voidaan käyttää hyvin laaja-alaisesti erilaisissa tieteellisissä tutkimuksissa, kuin myös esimerkiksi mielipidemittauksissa, soveltuvuustesteissä ja palautekyselyissä. Kyselytutkimuksissa käytetään kyselylomaketta mittausvälineenä, joten se eroaa haastattelututkimuksesta siten, että haastattelussa haastattelija esittää suoraan haastateltavalle kysymykset joko kasvokkain tai puhelimitse. Kyselylomakkeen vastaaja täyttää itsenäisesti. Kyselytutkimus on pääosin määrällistä tutkimusta, mutta siinä sovelletaan myös tilastollisia menetelmiä. Samassa tutkimuksessa voidaan myös yhdistää molempia tapoja. (Vehkalahti 2014, 11-13.)

Kyselylomake on hyvin perinteinen tapa kerätä aineistoja ja se yleistyi 1930-luvun alussa. Paperisen lomakkeen rinnalle on tullut myös erilaisia sähköisiä alustoja. Vaikka kyselylomake täytetään itsenäisesti ilman haastattelijaa, paikalla voi olla kokeenjohtaja tai valvoja kuten esimerkiksi opettaja. Aineistoa voidaan kerätä yksittäin tai useammalta samanaikaisesti tai

vastaajana voi olla ryhmä, jotka antavat yhteisen vastauksen yhteen lomakkeeseen. (Valli 2015, 84-85.)

Kyselylomaketta valmistaessa tekijän tulee olla huolellinen kysymyksiä tehdessä. Kysymykset eivät voi olla epämääräisiä, monimutkaisia tai johdattelevia, vaan yksiselitteisiä. Kysely, joka ei ole riittävän huolellisesti koostettu johtaa vääristyneisiin tutkimustuloksiin. Kyselyyn vastaajan tulisi ymmärtää kysymykset niin kuin kyselyn luoja on ne ajatellut. Turhilta kysymyksiltä vältytään, kun tutkimusongelma ja tavoitteet ovat tarkoin määritelty ja tiedetään, mikä on se olennainen tieto, mitä kyselyssä haetaan. (Valli 2015, 85.)

Kyselyn voi toteuttaa monella eri tavalla kuten esimerkiksi postikyselynä, puhelimitse tai sähköpostitse ja eri toteutuksilla on omat hyvät ja huonot puolensa. Tässä osiossa tarkastellaan tarkemmin perinteistä paperilomaketta sekä internet-kyselyä, sillä ne ovat olennaisia tässä tutkimuksessa. Paperisen kyselylomakkeen haasteena voi olla esimerkiksi matala vastausprosentti, kun lomakkeen voi helposti heittää pois tai hukata, vastaajan henkilöllisyydestä ei ole varmuutta tai se, että vastausohjeita ei lueta. Myös vastaaja voi olla vastaamatta joihinkin kysymyksiin, jolloin aineistoa on vaikeampi käydä läpi. Etuina on kuitenkin se, että vastaaja voi rauhassa vastata kyselyyn, jolloin kysymyksiin pystyy paneutumaan silloin kun on aikaa ja motivaatiota. Sähköisen kyselyn etu on sen taloudellisuus ja se, että lomakkeen voi tehdä sellaiseksi, että kaikkiin kysymyksiin on vastattava, jotta pääsee eteenpäin. Tämä voi myös olla haitta, sillä vastaaja voi turhautua tai ei tiedä miten vastata. Haasteena voi olla myös vastaajien kohderyhmä, nuoremmat ihmiset mieluummin vastaavat sähköiseen kyselyyn kuin iäkkäämmät ihmiset, jotka suosivat paperista lomaketta. (Valli 2015, 88-94.)

Lomaketta suunnitellessa on kysymysten lisäksi hyvä huomioida lomakkeen rakenne, jotta se olisi sellainen, että vastaajan motivaatio pysyy yllä. Valli (2015, 86-88) suosittelee aloittamaan taustakysymyksistä, jonka jälkeen jatkaa helppoilla kysymyksillä. Näin alkuvaiheessa luodaan luottamus sekä yhteys tutkijan ja vastaajan välille. Arkaluonteisemmat kysymykset sijoitetaan helppojen kysymysten jälkeen ja lopussa päästään niin kutsuttujen jäädyttelyvaiheen kysymysten pariin. Valli myös ehdottaa, että taustakysymykset voi myös sijoittaa kyselyn loppuun, jolloin motivaatio kestää vaikeiden kysymysten yli ja lopussa taustakysymyksiin on helppo vastata, eikä se vaadi enää ajattelutyötä vastaajalta ja kyselyn tulos on luotettavampi. Lomakkeen pituuteen on myös hyvä kiinnittää huomiota, liian pitkä kysely voi nostaa kynnystä edes aloittaa sen tekemistä eikä vastaajien motivaatio välttämättä riitä loppuun asti.

Tässä tutkimuksessa käytettiin perinteistä paperista kyselylomaketta ja sähköistä lomaketta (sähköposti/internet-kysely). Syy kahdelle eri menetelmälle on vallitseva pandemia Covid-19, jolloin matkustajamäärät ja hostellin käyttökapasiteetti ovat normaalitilannetta



huomattavasti alhaisemmat, eivätkä kaikki kanta-asiakkaat majoitu tämän tutkimuksen aikana hostellissa. Hostellissa majoittuvia asiakkaita on taas helpompi lähestyä paperisella kyselylomakkeella, jolloin heidän ei tarvitse erikseen etsiä tietokoneellaan tai puhelimellaan kyselyä ja voivat täyttää sen rauhassa ja palauttaa vastaanottoon ympäri vuorokauden. Molemmista kyselylomakkeista on suomenkielinen ja englanninkielinen versio.

Vastanneiden kesken arvottiin hostellipäällikön luvalla lahjakortti Eurohosteliin, jolla saa yhden ilmaisen yön kahden hengen Standard huoneessa. Tämä lahjakortti on voimassa 2021 vuoden loppuun asti. Kyselylomaketta jaettiin huhtikuussa 2021 ja vastausaikaa oli 30. huhtikuuta asti.

## 5.2 Kyselylomake Eurohostelin kanta-asiakkaille

Molemmat kyselylomakkeet alkavat taustakysymyksistä, jolla määritetään vastaajien demograafinen jakauma. Ensimmäinen taustakysymys on ikä, joka esitetään suljettuna kysymyksenä ja on jaettu ikäluokkiin, sillä tämän tutkimuksen kannalta tarkka ikä ei ole oleellinen, vaan karkea jaottelu riittää. Seuraavana kysymyksenä on sukupuoli sekä kansalaisuus. Kansalaisuus on jätetty avoimeksi, sillä vastausvaihtoehtoja on runsaasti.

Demograafisista taustakysymyksistä päästään syihin miksi asiakas on valinnut Eurohostelin. Tällä kartoitetaan mitkä vastaajat kokevat olevan Eurohostelin vetovoimatekijöitä, sijainti, hintataso, viihtyvyys, siisteys, asiakaspalvelu, suositukset, ympäristöstävällisyys vai jokin muu syy. Tähän vastaukseen voi valita useita vaihtoehtoja, mutta vähintään yksi kuitenkin.

Seuraavaksi on kysymyksiä eri hostellin osa-alueista, vastaanotosta, jaetuista tiloista kuten asiakaskeittiöistä ja saunatiloista. Näiden mielipiteiden mittaamiseen on käytetty Likertin viisiportaista asteikkoa, jossa vastausvaihtoehdot ovat huono, tyydyttävä, neutraali, hyvä ja erinomainen. Lisäksi on vaihtoehto ”en osaa sanoa”(EOS) tai ei kokemusta, jos vastaajalle ei ole kokemusta tai mielipidettä kyseisestä osa-alueesta. (Valli 2015, 98-99.) Tämän lisäksi vastaanotosta, keittiöistä, loungeista sekä saunasta on annettu avoimet vastauskentät, jossa vastaaja voi antaa vapaasti palautetta tai esittää toiveita. Lisäksi avoimena kysymyksenä on ”Mitä palveluita toivoisitte Eurohosteliin?”. Nämä yksityiskohtaiset kysymykset eri osa-alueista on tehty toimeksiantajan toiveiden mukaisesti, sillä heidän toiveenansa on saada monipuolisesti tietoa kehittäkseen toimintaansa palvelevaan paremmin asiakkaita. Tähän tarvitaan tarkasti tietoa, että mitkä asiat toimivat ja missä on kehittämisen varaa.

Seuraavassa osiossa keskitytään eri huonetyyppeihin, vastaajaa pyydetään valitsemaan huonetyypit, joissa on majoittunut. Kysymyksellä kartoitetaan huonetyyppien jakaumaa. Seuraavaksi jokaisesta huonetyypistä kerätään mielipiteitä Likertin viisiportaisella asteikolla,

kuten aiemmassa osiossa. Kysymykset ovat huoneiden eri osa-alueista kuten siisteydestä, viihtyvyydestä ja sängyn mukavuudesta. Lopuksi on taas avoin kysymys, johon vastaaja voi ilmaista vielä toiveita ja ajatuksia, joita ei kysytty Likertin asteikolla.

Seuraavat osiot eroavat kyselylomakkeissa toisistaan, sillä toinen on suunnattu kanta-asiakasohjelmaan kuuluville ja toinen Euron kämpppä-tarjousta hyödyntäville asiakkaille. Kanta-asiakasohjelmassa olevilta vastaajilta pyydetään valitsemaan vaihtoehtoista, mitä kautta vastaaja on saanut tiedon kanta-asiakasohjelmasta, tämä kysymys auttaa ymmärtämään, miten tieto tästä kulkee asiakkaille. Seuraavana on erilainen Likertin viisiportainen asteikko kuin aikaisemmin, tässä on määritelty vain ääripäät, todella tyytymätön (1) ja todella tyytyväinen (5). Tässä ei myöskään ole EOS vaihtoehtoa. Seuraavaksi vastaajaa pyydetään valitsemaan ne vaihtoehdot, jotka pätevät heihin, eli mitä kanta-asiakasetuja he ovat hyödyntäneet, joista yksi vastausvaihtoehto on ”En ole käyttänyt mitään näistä”. Lopuksi on avoin kysymys, jossa kysytään minkälaisia kanta-asiakasetuja vastaajat toivovat. Koska tässä tutkimuksessa ei syvennytä kanta-asiakasohjelman kehittämiseen, on tämä osio lyhyt ja ytimekäs.

Euron kämpppä-tarjousasiakkaille osio on myös yhtä lailla lyhyt ja ytimekäs samasta syystä, että tämä ei ole ensisijainen tutkimuskohde. Tässä kysytään, kumpaa tarjousta asiakas on hyödyntänyt, viikkoa vai kuukautta ja mahdollista on valita molemmat vaihtoehdot. Lisäksi pyydetään valitsemaan vaihtoehtoista, mistä he ovat saaneet tiedon tarjouksesta, sekä lopuksi on avoin kysymys, jossa kysytään miten voidaan kehittää Euron kämpppä-tarjousta sekä minkälaisia vaihtoehtoja asiakkaat toivovat pitkäaikaismajoitukseen.

## 6 Kyselylomakkeen vastaukset

Vastauksia tuli yhteensä 27 kappaletta, näistä yhdeksän oli Euron kämpppä-majoittujia ja loput 18 oli kanta-asiakasohjelmassa olevia asiakkaita. Euron kämpppä-majoittujien osalta tavoite jokseenkin saavutettiin, mutta kanta-asiakkaita tavoitettiin 91 asiakkaasta vain vajaa 20% (tarkka luku 19,8%) kun tavoite oli 30%.

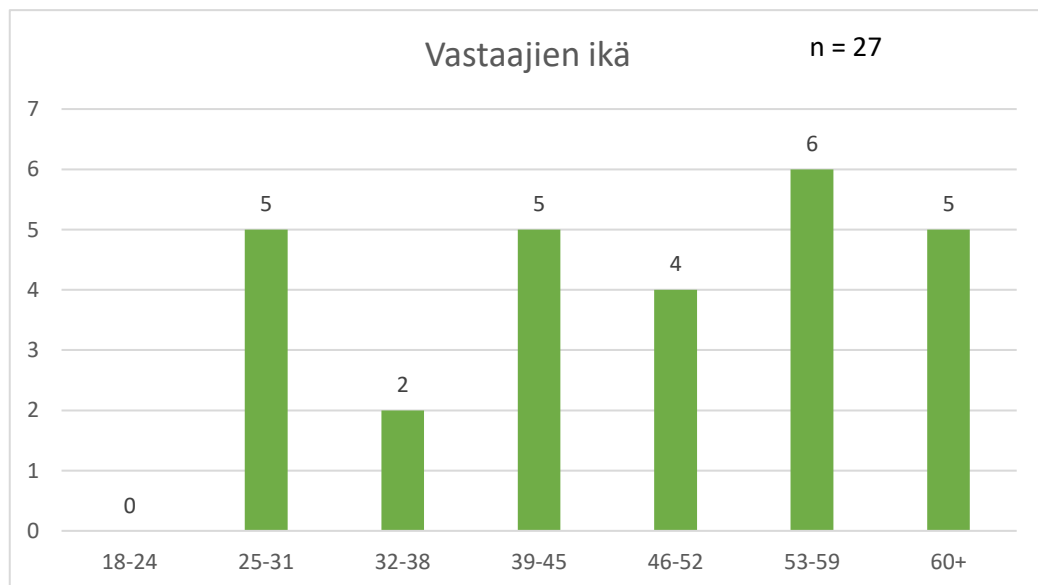
Kyselylomakkeita oli yhteensä neljä, kanta-asiakasohjelmassa oleville suomeksi ja englanniksi, joka heille lähetettiin sähköisenä versiona sekä Euron kämpppä-asiakkaille suomeksi ja englanniksi paperiversiona. Useiden lomakkeiden takia vastaukset kerättiin jokaisesta versiosta ja käsiteltiin Excelissä. Vastauksista tehtiin kuviot, joko pylväs- tai ympyrädiagrammit, joista oleellisemmat liitettiin tähän opinnäytetyöhön. Avoimista vastauksista tehtiin jokaisesta osiosta omat taulukot. Ensimmäinen ja toinen osio olivat samanlaisia sekä Euron kämpppä- että Kanta-asiakaslomakkeissa. Ensimmäisessä osiossa selvitettiin taustatietoa, mielipiteitä vastaanotosta sekä jaetuista tiloista. Toisessa osiossa

keskityttiin huoneisiin. Kolmas osio erosi lomakkeissa, jolloin Euron kämppä-asiakkaille oli kysymyksiä Euron kämppä-tarjouksesta ja Kanta-asiakkaille oli kysymyksiä kanta-asiakasohjelmasta.

Vastausaikaa kyselyyn oli noin viikon verran. Sähköinen lomake lähetettiin kanta-asiakasohjelmaan kuuluville samana päivänä ja kaikki vastaukset tulivat kolmen päivän sisään lähettämisestä. Euron kämppä-asukkaille lomake jaettiin sitä mukaan, kun heitä vastaanotossa näki ja vastauksia tuli pitkin viikkoa.

### 6.1 Taustakysymykset

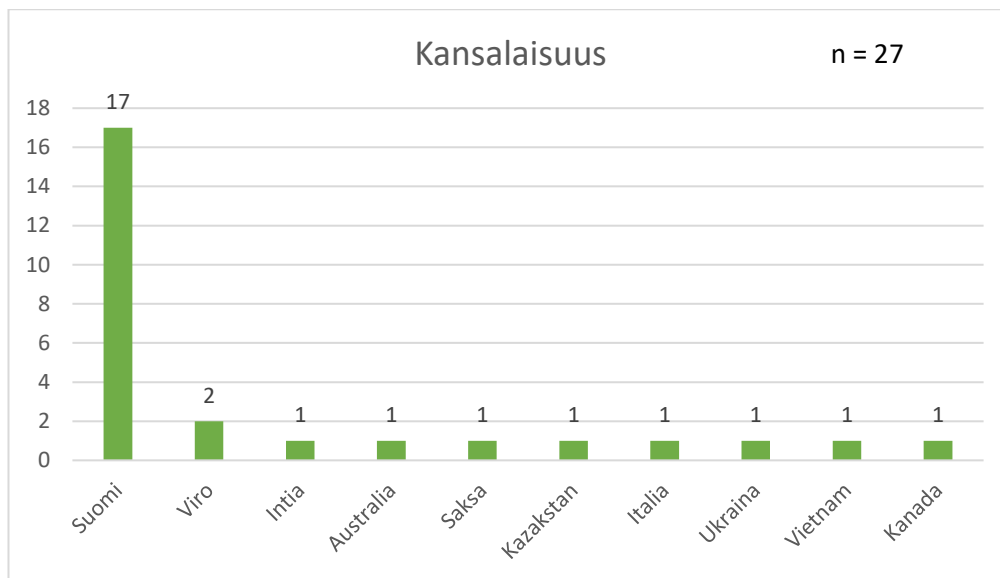
Ensimmäisenä selvitettiin vastaajien ikäjakauma. Vastaajien ikähaarukka jakautui melko tasaisesti, suurin osa vastaajista, eli kuusi kappaletta, oli 53-59-vuotiaita. Yksikään vastaajista ei ollut 18-24-vuotiaiden joukossa, mutta viisi vastaajaa oli 25-31-vuotias. Saman verran oli 39-45-vuotiaita sekä yli 60-vuotiaita vastaajia. 32-38-vuotiaita vastaajia oli kaksi ja 46-52-vuotiaita oli neljä. Seuraavassa kuviossa (Kuvio 1.) näkyy vastaajien ikäjakauma pylväsdiagrammina, pystypäin on vastaajien lukumäärä ja vaakatasossa ikäryhmät. Kaikki 27 vastaajaa vastasi tähän kysymykseen.



Kuvio 1: Vastaajien ikäjakauma

Suurin osa vastaajista oli siis yli 39-vuotiaita. Toisessa kysymyksessä selvitettiin sukupuolijakaumaa. 27 vastaajasta peräti 20 oli miehiä ja loput seitsemän naisia. Näin ollen suurin osa vastaajista oli keski-ikäisiä miehiä. Vastausvaihtoehtoina oli myös ”muu” ja ”en halua sanoa”, mutta kukaan vastaajista ei valinnut näitä vaihtoehtoja.

Kolmannessa kysymyksessä selvitettiin vastaajien kansalaisuutta. Valtaosa vastaajista oli suomalaisia eli 17 kappaletta, mutta muita kansalaisuuksia oli yllättävän monta, suomalaisten lisäksi oli yhdeksää eri kansalaisuutta kuten Viron, Saksan, Italian ja Ukrainan kansalaisuuksia. Näistä yhdeksästä viisi vastaajaa on Euroopan ulkopuolelta kuten esimerkiksi Intiasta, Australiasta ja Kazakstanista kotoisin. Seuraavassa kuviossa (Kuvio 3.) näkyy tarkemmin kaikki maat, joiden kansalaisuuksia vastaajilla on. Vaakatasoon on merkitty kansalaisuus ja pystypäin näkyy vastaajien kappalemäärä. Kaikki 27 vastaajaa vastasi tähän kysymykseen.



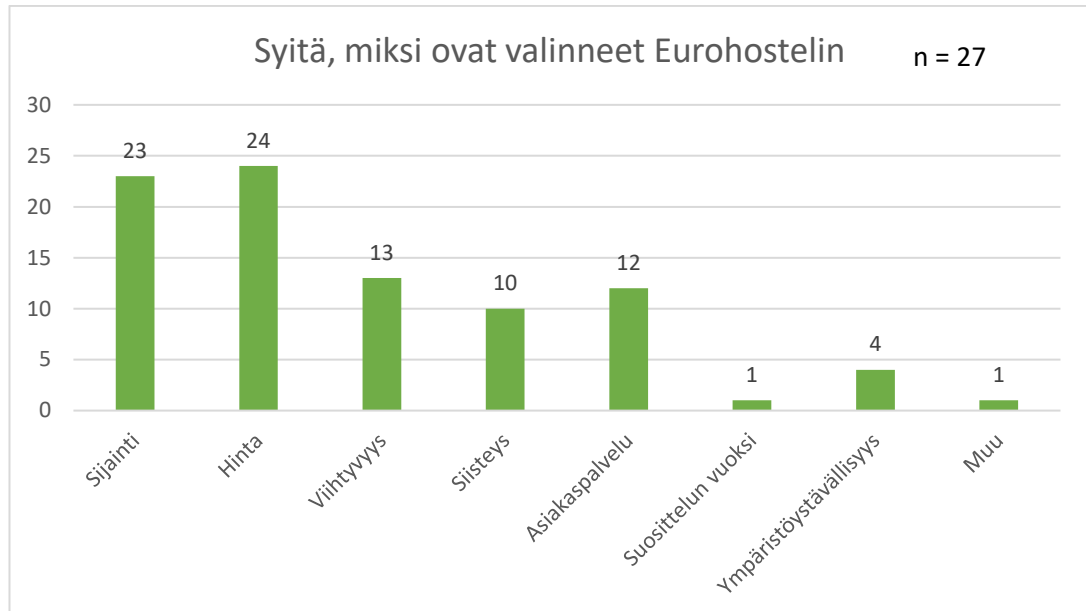
Kuvio 2: Vastaajien kansalaisuudet

Suomen kansalaisuus poissulkien Viron kansalaisuus oli ainoa, jossa oli kaksi vastaajaa, kun muita kansalaisuuksia oli vain yksi vastaaja kutakin kohti. Vastaajista kanta-asiakasohjelmaan kuului 13 suomalaista, kaksi virolaista, intialainen, australialainen sekä saksalainen. Loput neljä suomalaista vastaajaa olivat Euron kämppä-asiakasta kuten myös kazakstanilainen, italialainen, ukrainalainen, vietnamilainen sekä kanadalainen.

Seuraava kysymys koski majoittumisen syytä, joissa vaihtoehtoina olivat ”Työ”, ”Vapaa-aika” ja ”Muu”. Vastaajien majoittumisen syyt jakautuivat tasan, yhdeksän vastaajaa kullekin vaihtoehdolle, kaikki 27 vastaajaa vastasivat tähän kysymykseen. Kaksi vastaajaa, jotka olivat valinneet muu-vaihtoehdon, olivat selventäneet olevan opintojen vuoksi Eurohostellissa. Nämä kaksi olivat Euron kämppä-asiakkaita, eli ovat majoittuneet vähintään kaksi viikkoa, todennäköisesti pidempäänkin.

Seuraavaksi kysyttiin syitä, miksi asiakkaat olivat valinneet Eurohostelin majoituspaikakseen. Tässä kysymyksessä pystyi valitsemaan useamman kuin yhden vaihtoehdon. Kaikki 27 vastaajaa vastasi tähänkin kysymykseen. Kuviossa 3 on kuvattu vastaukset pylväsdiagrammin

muodossa ja vaakasuorassa näkyy vastausvaihtoehto eli syy, jonka takia he olivat valinneet Eurohostelin ja pystypäin näkyy vastausten kappalemäärät.



Kuvio 3: Asiakkaiden syitä valita Eurohostel

Ylivoimaisesti suurin syy miksi asiakkaat olivat valinneet Eurohostelin majoituspaikakseen oli hinta, eli 24 vastaajaa, ja heti perässä tuli sijainti 23 vastauksella. Kolmanneksi suurin syy oli viihtyvyys, joka sai 13 vastausta. 12 vastaajaa oli valinnut syyksi asiakaspalvelun ja 10 siisteyden. Ympäristöystävällisyys oli syynä vain neljälle vastaajalle. Yksi vastaajista oli valinnut vaihtoehdon ”Muu” ja kertonut syyksi sopivuuden pitkäaikaiseen majoitukseen ja yksi vastaaja oli saanut suosituksen ja selventänyt saaneensa sen Suomi-Seurasta.

## 6.2 Vastaanotto ja jaetut tilat

Taustakysymysten jälkeen kyselylomakkeessa kysyttiin vastaanotosta sekä muista yleisistä ja jaetuista tiloista hostellissa. Haettiin tietoa muun muassa siisteydestä, viihtyvyydestä ja palvelun sujuvuudesta. Likertin asteikon lisäksi vastaanotosta, asiakaskeittiöistä, loungeista sekä saunasta oli avoimet vastauskentät sekä osion lopussa oli avoin kysymys, jossa vastaajat saivat kertoa mitä palveluita he toivoisivat Eurohosteliin.

Vastaanoton palvelun sujuvuuteen sekä henkilökunnan ammattitaitoon oltiin yleisesti ottaen hyvin tyytyväisiä. Kysymykseen ”Palvelun sujuvuus” 20 vastaajaa valitsi ”Erinomainen”-vaihtoehdon ja kuusi vastaajaa valitsi ”Hyvä”. Yksi vastaaja valitsi ”Tyydyttävä”. ”Huono”-, ”Neutraali”- ja ”En osaa sanoa”-vaihtoehtoja ei valinnut yksikään vastaaja.

Kuten palvelun sujuvuus, niin myös kysymys ”Henkilökunnan ammattitaito” sai suuremmaksi osaksi ”Erinomainen”-vastauksia. Peräti 23 vastaajista oli sitä mieltä, että ammattitaito on erinomaista ja loput neljä vastaajaa valitsi ”Hyvä”-vaihtoehdon. Kukaan vastaajista ei valinnut ”Huono”-, ”Tyydyttävä”-, ”Neutraali”- tai ”En osaa sanoa”-vaihtoehtoja. Sekä tähän että edeltävään kysymykseen vastasi kaikki 27 vastaajaa. Vastaajien tyytyväisyys palveluun ja henkilökuntaan tuli vahvasti esille myös avoimessa osuudessa, useat vastaajat ylistivät palvelua ja henkilökuntaa.

Kysymykseen ”Vastaanoton siisteys” enemmistö eli 20 vastaajaa valitsi ”Erinomainen”-vaihtoehdon, kuusi vastaajaa valitsi ”Hyvä”-vaihtoehdon ja yksi ”Tyydyttävä” vaihtoehdon. Kukaan vastaajista ei valinnut vaihtoehtoja ”Huono”, ”Neutraali” tai ”En osaa sanoa”. Kaikki 27 vastaajaa vastasi tähän kysymykseen.

”Langattoman verkon toimivuus”-kysymykset jakautuivat hiukan enemmän kuin edeltävien kysymysten vastaukset. Tähän kysymykseen vastasi 27 henkilöä. 11 vastaajista valitsi ”Erinomainen”-vaihtoehdon, seitsemän vastaajista vastasi ”Hyvä” ja toiset seitsemän vastasi ”En osaa sanoa”. Kukaan ei valinnut ”Huono”-vaihtoehtoa, mutta sekä ”Tyydyttävä” että ”Neutraali” saivat molemmat yhden vastaajan. ”Asiakastietokone”-kysymykseen suurin osa vastaajista valitsi vaihtoehdon ”En osaa sanoa”, peräti 19 vastaajaa. Yksi valitsi ”Huono”, neljä ”Hyvä”-vaihtoehdon sekä loput kolme valitsi ”Erinomainen”. Kukaan 27 vastaajasta ei valinnut tyydyttävää tai neutraalia vastauksekseen.

Vastaanoton aulassa sijaitsevat juoma- ja välipala-automaatit saivat enimmäkseen hyvää palautetta, kun 15 vastaajaa valitsi vaihtoehdon ”Hyvä”. Vaihtoehdot ”Huono”, ”Tyydyttävä” sekä ”Neutraali” saivat kukin yhden vastaajan ja ”Erinomainen” sai kaksi. ”En osaa sanoa”-vaihtoehdon valitsi seitsemän vastaajaa. Vastaajia oli 27 kappaletta.

Kuten aiemmin jo todettiin, vastaanoton avoimessa osiossa tuli runsaasti positiivista palautetta henkilökunnasta ja asiakaspalvelusta. Vastaanottovirkailijoita on pidetty ystävällisenä sekä ammattitaitoisena. Osa kiitteli ja lähetti terveisiä työntekijöille. Yksi vastaaja ilmaisi, ettei pidä käytävillä olevista kokolattiamatoista. Myös pihalle toivottiin viihtyisää oleskelutilaa. Eräs vastaaja koki Eurohostelin olevan kodikas. Kaiken kaikkiaan kysymykseen ”Vastaanotto: toiveita, ruusuja, risuja? Sana on vapaa!” tuli 16 vastausta.

Seuraavissa kahdessa kysymyksessä selvitettiin yleistä siisteyttä sekä yleistä viihtyvyyttä koko hostellissa. ”Yleinen siisteys hostellissa”-kohtaan tuli eniten ”Hyvä”-vastauksia, jonka valitsi 14 vastaajaa. Kahdeksan vastaajaa valitsi ”Erinomainen”-vaihtoehdon, neljä neutraalin ja yksi tyydyttävän. Kukaan ei valinnut vaihtoehtoja ”Huono” tai ”Ei kokemusta”. Tähän sekä seuraavaan kysymykseen vastasi kaikki 27 vastaajaa.

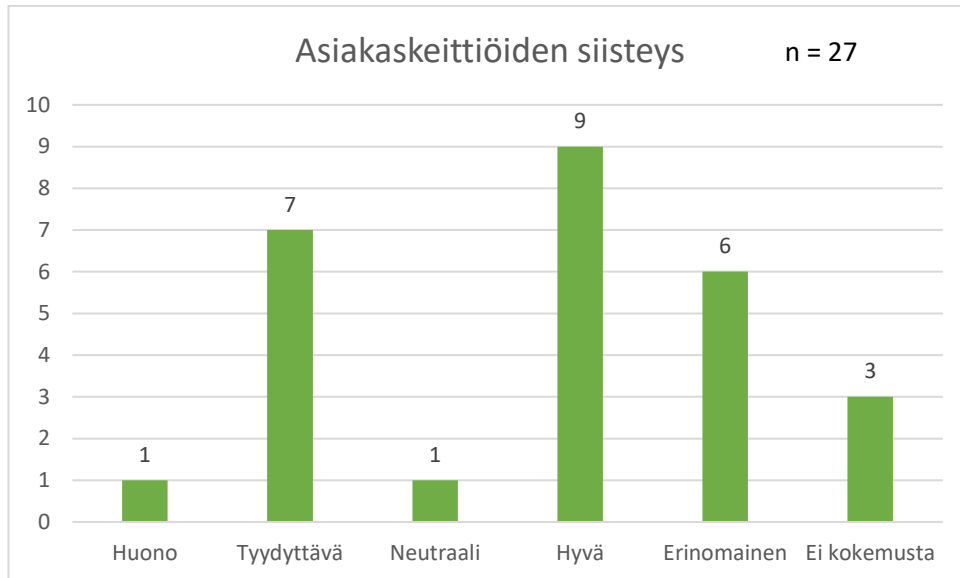
”Yleinen viihtyvyys hostellissa” kysymyksen vastaukset mukailivat siisteyttä koskevia vastauksia. ”Hyvä”-vaihtoehdon valitsi 14 henkilöä, ”Erinomaisen” kymmenen henkilöä, ”Tyydyttävä” sai kaksi vastaajaa ja ”Neutraali” yhden. Edellisen kysymyksen tapaan, kukaan 27 vastaajasta ei valinnut vaihtoehtoja ”Huono” tai ”Ei kokemusta”.

Seuraavat kaksi kysymystä koskivat WC- ja suihkutilojen siisteyttä ja viihtyvyyttä. Siisteyskysymykseen kymmenen vastaajaa oli valinnut ”Hyvä”-vaihtoehdon ja 11 vastaajaa puolestaan ”Erinomainen”-vaihtoehdon. Sekä ”Tyydyttävä” että ”Neutraali” saivat kukin kolme vastaajaa. Viihtyvyysskysymyksen vastaukset olivat melko samankaltaisia, kymmenen vastaajaa valitsi ”Hyvä”-vaihtoehdon ja 12 erinomaisen. Tyydyttäväksi viihtyvyyden koki kolme vastaajaa sekä neutraaliksi kaksi. Kummassakaan kysymyksessä ei valittu vastausvaihtoehtoja ”Huono” taikka ”Ei kokemusta”. Näihin molempiin WC- ja suihkutiloja koskeviin kysymyksiin vastasivat kaikki 27 vastaajaa.

Seuraavat kysymykset koskivat Eurohostelin kahta lounge-tilaa, jotka sijaitsevat toisessa ja kolmannessa kerroksessa. Molempien kysymyksien vastauksissa kävi ilmi, että suurimmalla osalla ei ole kokemusta lounge-tiloista. Kysymykseen ”2. kerroksen loungen viihtyvyys” peräti 14 vastaajaa valitsi ”Ei kokemusta”-vaihtoehdon ja kysymykseen ”3. kerroksen loungen viihtyvyys” 16 vastaajaa valitsi saman vastauksen. Toisen kerroksen loungen viihtyvyyttä viisi piti erinomaisena, kuusi hyvänä ja kaksi neutraalina. Kukaan vastaajista ei valinnut vaihtoehtoja ”Huono” tai ”Tyydyttävä”. Kolmannen kerroksen loungen viihtyvyys oli yhden vastaajan mielestä ”Neutraali”, kuuden vastaajan mielestä ”Hyvä” sekä neljän vastaajan mielestä ”Erinomainen”. Kuten edelliseenkin vastaukseen, tähänkään ei kukaan valinnut vaihtoehtoja ”Huono” tai ”Tyydyttävä”. Näihin molempiin kysymyksiin vastasi myös 27 henkilöä. Avoimeen kysymykseen ”Lounget: toiveita, ruusuja, risuja? Sana on vapaa!” vastasi yhdeksän henkilöä. Vastaukset olivat melko neutraaleja, osa sanoi kaiken olevan kunnossa, yksi vastaaja ilmaisi toiveen, että tiloissa olisi kirjoja mitä lukea ja yksi vastaaja kertoi, ettei ollut käynyt vielä kummassakaan lounge-tilassa, mutta aikoo käydä.

Seuraavat kolme kysymystä koskivat asiakaskeittiöitä, joita on Eurohostelissa yhteensä kolme ja ne sijaitsevat neljännessä, viidennessä ja kuudennessa kerroksessa. Kaikki kolme keittiötä ovat ulkonäöllisesti samanlaisia ja niihin kuuluvat samat perusvarusteet. Kaikkiin kolmeen kysymykseen vastasivat kaikki 27 vastaajaa. Ensimmäinen kysymys oli ”Asiakaskeittiöiden

siisteys”, joka jakoi mielipiteitä enemmän, kuin mikään muu kysymys tähän mennessä. Kuviossa 4 näkyy vastausvaihtoehdot vaakatasossa ja vastausten määrä pystypäin.

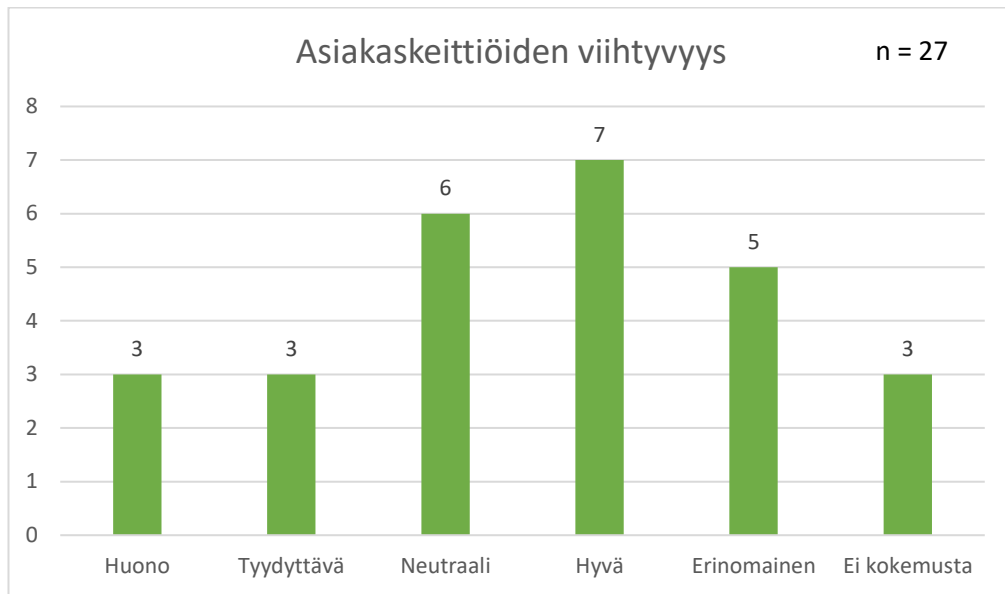


Kuvio 4: Asiakaskeittiöiden siisteys

Yksi vastaajista koki siisteyden huonona ja seitsemän vastaajaa tyydyttävänä. Yksi vastaaja jäi neutraalille kannalle, kun yhdeksän vastaajaa valitsi ”Hyvä”-vaihtoehdon ja kuusi ”Erinomaisen”. Kolmella vastaajalla ei ollut kokemusta keittiöiden siisteydestä.

Seuraava kysymys ”Asiakaskeittiöiden viihtyvyys” jakoi yhtä lailla mielipiteitä, jopa kolme vastaajaa piti viihtyvyyttä huonona, kolme tyydyttävänä, kuusi neutraalina, seitsemän hyvänä ja viisi erinomaisena. Kolmella vastaajalla ei ollut kokemusta keittiöiden viihtyvyydestä.





Kuvio 5: Asiakaskeittiöiden viihtyvyys

Kuvio 5 näyttää jakauman vastausten välillä, vaihtoehdot ovat vaakatasossa ja vastausten määrä pystypäin. Kolmannessa keittiöihin liittyvässä kysymyksessä kysyttiin asiakaskeittiöiden varustetasosta. Yksi vastaajista piti varustetasoa huonona, neljä tyydyttävänä ja kuusi neutraalina. Vastausvaihtoehdon ”Hyvä” oli valinnut 12 ihmistä sekä yksi piti varustetasoa erinomaisena. Kuten aikaisemmissa keittiökysymyksissäkin, kolmella vastaajalla ei ollut kokemusta.

Keittiöihin liittyvissä avoimissa vastauksissa oli laidasta laitaan mielipiteitä, osan mielestä varustelu ja siisteystaso on ollut riittävää, osa oli esittänyt erilaisia toiveita varusteista kuten esimerkiksi kokkiveitsiä, parempia keittolevyjä, uuni, juustohöylä ja leivänpaahdin. Osan mielestä siisteyteen voisi kiinnittää enemmän huomiota. Yhden vastaajan mielestä varusteet ovat huonoja ja vanhoja. Ehdotuksia tuotiin esille huonekalujen päivityksestä sekä keittiön äänieristyksestä. Toivottiin myös, että keittiö olisi auki myöhempään tai pääsisi edes jääkaapilla käymään. Kysymykseen ”Asiakaskeittiöt: toiveita, ruusuja, risuja? Sana on vapaa!” vastauksia tuli 17 kappaletta.

Itsepalvelupesulasta oli pääosin annettu positiivisia vastauksia, kuusi vastaajista piti itsepalvelupesulaa hyvänä ja kahdeksan erinomaisena. Yksi vastaaja valitsi vaihtoehdon ”Tyydyttävä” ja lopuilla 12 vastaajalla ei ollut kokemusta pesulasta. Yhteensä tähän kysymykseen vastasi 27 ihmistä.

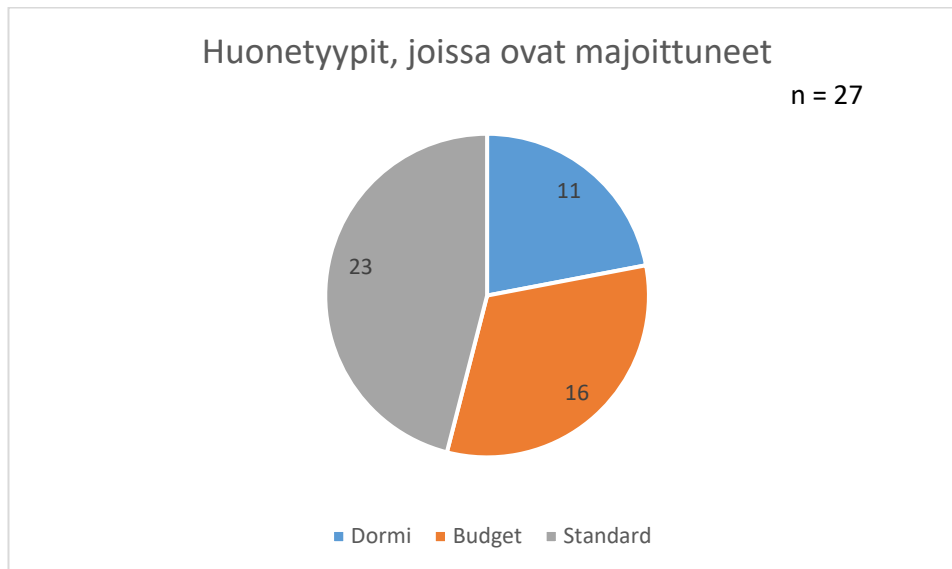
Seuraavat neljä kysymystä käsittelivät Eurohostelin saunatiloja. Ensimmäinen kysymys koski saunatilojen siisteyttä, jonka yksi koki neutraalina, viisi hyvänä ja 14 erinomaisena. Seitsemällä vastaajalla ei ollut kokemusta. Kukaan ei valinnut ”Huono”- eikä ”Tyydyttävä”-vaihtoehtoja. Kysymyksessä ”Saunatilojen viihtyvyys” suurin osa vastaajista piti viihtyvyyttä

erinomaisena, tämän vaihtoehdon valitsi 12 vastaajaa. Seitsemän vastaajaa piti hyvänä ja kahdeksalla ei ollut kokemusta viihtyvyydestä. Huonona, tyydyttävänä tai neutraalina ei pitänyt yksikään vastaaja viihtyvyyttä. Seuraavat saunoihin liittyvät kysymykset käsittelevät sekä aamu- että iltasaunan ajankohtaa. Aamusauna on kaikille asiakkaille ilmainen ja se on käytettävissä kello 7-10 välisenä aikana ja iltasauna kello 17-22. Iltasauna on kanta-asiakkaille ilmainen, jos he ovat saaneet ensimmäisen leimakorttinsa täyteen ja maksullinen Euron kämpä-asiakkaille. Kymmenen vastaajaa kertoi, ettei heillä ole kokemusta aamusaunasta, seitsemän piti ajankohtaa erinomaisena, kuusi hyvänä, yksi neutraalina, kaksi tyydyttävänä ja yksi huonona. Iltasaunan ajankohdasta taas yhdeksällä ei ollut kokemusta, 11 piti ajankohtaa erinomaisena, kuusi hyvänä ja yksi tyydyttävänä. Kukaan ei pitänyt iltasaunan ajankohtaa huonona tai neutraalina. Kaikkiin neljään kysymykseen saunatiloihin liittyen vastasi 27 vastaajaa. Pääosin avoimen kysymyksen ”Sauna: toiveita, ruusuja, risuja? Sana on vapaa!” kommentit olivat positiivisia ja todettiin kaiken olevan hyvin. Yksi vastaaja toivoi aamusaunan alkavan jo kello 6 aamulla, yksi taas toivoi sen olevan tunnin myöhempään ja kaksi vastaajaa toivoi iltasaunan kestävän kello 23 asti. Myös ulkoilumahdollisuutta toivottiin, kun tällä hetkellä asiakkaiden täytyy tulla seitsemännestä kerroksesta ensimmäiseen, jos haluavat ulkoilla saunomisen välissä. Iltasaunaa myös pidettiin hiukan kalliina, sen ollessa 7,50€/ilta/henkilö ja toivottiin pitkäaikaismajoittujille, eli Euron kämpä-asukkaille esimerkiksi kuukausihintaa iltasaunasta tai yhtä ilmaista saunakertaa Euron kämpä-tarjousta kohti. Avoimia vastauksia oli yhteensä 15.

Viimeinen kysymys tässä osiossa oli avoin kysymys ”Mitä palveluita toivoisitte Eurohosteliin?” ja tähän vastasi 11 henkilöä. Toiveita oli monenlaisia muun muassa parempaa aamiaista, pääsyä keittiöön kello 23 jälkeen, lisää televisiokanavia ja uusia huonekaluja huoneisiin, vastaanottoon pehmeitä sohvia, varausjärjestelmää itsepalvelupesulaan, pientä kuntosalia sekä erilaisia lisäpalveluita kuten hierontapalvelua. Lisäksi toivottiin enemmän ilmaisia öitä sekä enemmän tarjouksia pitkäaikaismajoitukseen. Osa toivoi ravintolaa hostelliin, joka siellä tosin jo on olemassa, mutta on pandemian aikana ollut enimmäkseen suljettuna.

### 6.3 Huoneet

Kyselylomakkeen seuraava osio koski huoneita. Ensimmäisellä kysymyksellä ”Missä seuraavissa huonetyypeissä olet majoittunut” pyrittiin selvittämään huonetyyppien jakaumaa. Kuviossa 6 sininen osuus on petipaikka jaetussa huoneessa (ts. ”dormi”), oranssi osuus merkitsee Budget-huonetta ja harmaa Standard-huonetta. Luvut merkitsevät kuinka monta vastaajaa valitsi kyseisen vaihtoehdon.

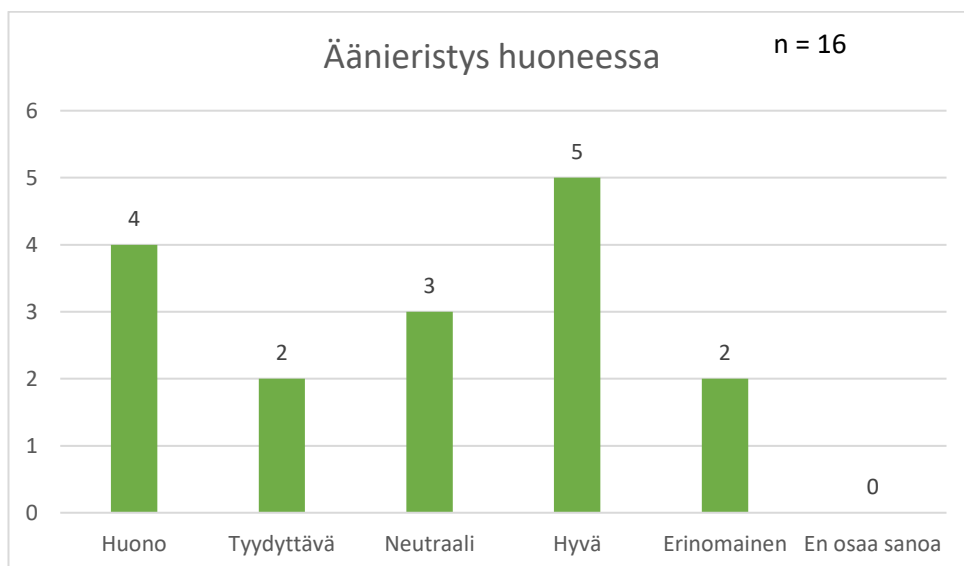


Kuvio 6: Huonetyyppien jakauma

Kysymykseen ”Missä seuraavissa huonetyypeissä olet majoittunut?” vastasi 27 henkilöä. 11 vastaajista oli majoittunut petipaikalla, 16 Budget-luokan huoneessa ja 23 Standard-luokan huoneessa. Tähän kysymykseen pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon, sillä asiakkaat ovat voineet majoittua erityyppisissä huoneissa. ”Euron kämppä”-tarjouksessa huonetyyppi on aina Standard.

Seuraavat viisi kysymystä koskevat jaettua petipaikkahuonetta ja näihin kysymyksiin vastasi 11 henkilöä, jotka kertoivat majoittuneensa tällaisessa huonetyypissä. Ensimmäisenä kysyttiin huoneen siisteydestä, jota kukaan vastaajista ei pitänyt huonona, yksi piti tyydyttävänä, kolme neutraalina, viisi hyvänä ja kaksi erinomaisena. Kukaan ei myöskään valinnut ”En osaa sanoa”-vaihtoehtoa. Seuraavaksi kysyttiin jaetun petipaikkahuoneen viihtyvyydestä, johon edellisen kysymyksen tavoin kukaan ei valinnut ”Huono”- taikka ”En osaa sanoa”-vaihtoehtoja. Yksi vastaaja koki viihtyvyyden olevan ”Tyydyttävä”, jopa seitsemän vastaajaa koki sen olevan ”Neutraali”, kaksi ”Hyvä” ja vain yksi ”Erinomainen”. Kolmas kysymys oli ”Sängyn mukavuus”, jota kukaan vastaajista ei pitänyt huonona, yksi piti tyydyttävänä, viisi neutraalina, kolme hyvänä ja kaksi erinomaisena. Tässäkään kysymyksessä kukaan ei valinnut ”En osaa sanoa”-vaihtoehtoa. Neljän kysymys oli ”Säilytystilojen riittävyys”. Yksikään vastaajista ei valinnut ”En osaa sanoa”- eikä ”Huono”-vaihtoehtoja. Yksi vastasi säilytystilojen riittävyyden olevan tyydyttävällä tasolla, yksi neutraalilla, kaksi valitsi ”Hyvä”-vastausvaihtoehdon. Peräti seitsemän vastaajaa yhdestätoista koki säilytystilojen riittävyyden olevan erinomaisella tasolla. Viides ja viimeinen kysymys petipaikoista oli ”Valaistus huoneessa”. Yksi vastaajista piti sitä huonona, kaksi tyydyttävänä ja kaksi neutraalina, kolme hyvänä ja toiset kolme erinomaisena. Kukaan ei valinnut tässäkään kysymyksessä vaihtoehtoa ”En osaa sanoa”.

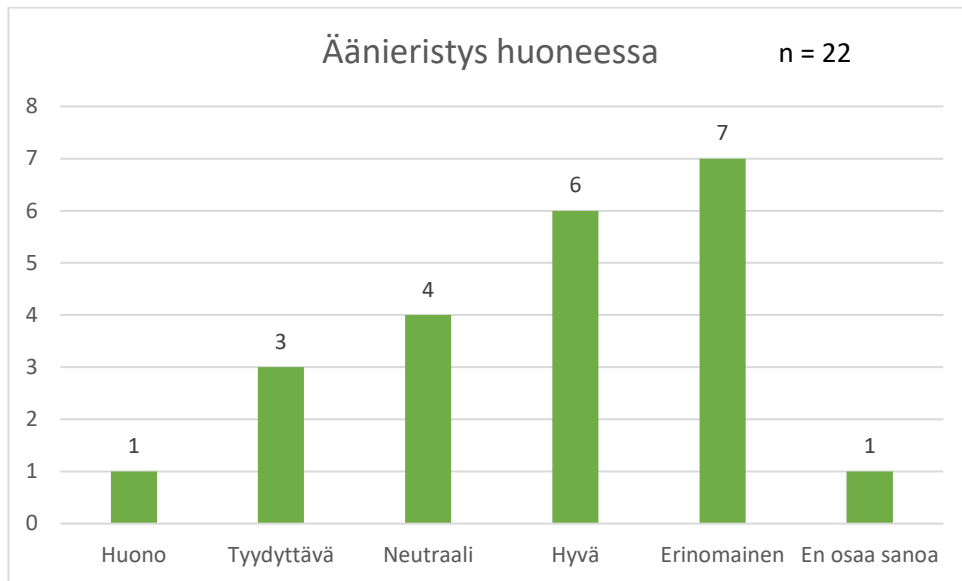
Seuraavat kuusi kysymystä olivat niille vastaajille, jotka ilmoittivat yöpyneensä Budget-luokan huoneessa. Kysymykset ovat muuten samat kuin kysymykset petipaikkahuoneista, mutta viimeisenä on yksi kysymys lisää koskien äänieristystä. Kaikkiin seuraaviin kuuteen kysymykseen vastasivat kaikki ne 16 henkilöä, jotka olivat ilmoittaneet majoittuneensa Budget-huoneessa. Kaksi ensimmäistä kysymystä selvittävät huoneen siisteyttä ja viihtyvyyttä. Yksi vastaajista piti siisteyttä tyydyttävänä, kaksi neutraalina, seitsemän hyvänä ja kuusi erinomaisena. Kukaan 16 vastaajasta ei ollut pitänyt siisteyttä huonona, eikä valinnut ”En osaa sanoa”-vaihtoehtoa. Budget-huoneen viihtyvyyttä huonona piti yksi vastaaja, tyydyttävänä yksi, neutraalina neljä, hyvänä viisi ja loput viisi erinomaisena. ”En osaa sanoa”-vaihtoehtoa ei tähän valinnut yksikään vastaaja. Kolmas kysymys koski sängyn mukavuutta, johon kaksi vastaajista valitsi ”Tyydyttävä”-vaihtoehdon, kuusi neutraalin, neljä hyvän ja neljä erinomaisen. Kukaan ei valinnut ”En osaa sanoa”- tai ”Huono”. vaihtoehtoja. Neljäs kysymys Budget-huoneesta oli ”Säilytystilojen riittävyys”, johon valtaosa, eli 11 henkilöä oli vastannut ”Erinomainen”. Huonona ei säilytystilojen riittävyyttä pitänyt kukaan vastaajista, yksi vastasi ”Tyydyttävä”, kaksi ”Neutraali”, kaksi ”Hyvä” ja kukaan ei vastannut ”En osaa sanoa”. Viiden kysymys oli ”Valaistus huoneessa”, jota kukaan vastaajista ei pitänyt huonona, kolme tyydyttävänä, kaksi neutraalina, kuusi hyvänä ja viisi erinomaisena. Kukaan ei tässäkään kysymyksessä valinnut ”En osaa sanoa”. Viimeinen kysymys Budget-huoneista oli ”Äänieristys huoneessa”, joka jakoi taas mielipiteitä vastaajien kesken. Kuviossa 7 näkyy vaakatasossa vastausvaihtoehdot ja pystypäin vastaajien lukumäärän.



Kuvio 7: Budget-huoneen äänieristys

Äänieristystä Budget-luokan huoneessa huonona piti neljä vastaajaa. Määrä on hiukan silmäänpistävä ottaen huomioon, ettei mikään muu vastaus tähän mennessä koko kyselylomakkeessa ole saanut näin monta ”Huono”-vastausta. Kaksi vastaajista piti äänieristystä tyydyttävänä, kolme neutraalina, viisi hyvänä ja kaksi erinomaisena. Kukaan ei valinnut ”En osaa sanoa”-vaihtoehtoa. Tämä oli viimeinen kysymys, joka koski Budget-luokan huoneita.

Seuraavat kuusi kysymystä koskevat Standard-luokan huoneita, joissa 23 vastaajaa ilmoitti majoittuneensa. Kuitenkin vain 22 henkilöä vastasi seuraavaan kuuteen kysymykseen Standard-luokan huoneista. Kysymykset ovat samat kuin kysymykset Budget-luokan huoneista. Ensimmäinen kysymys koskee huoneen siisteyttä, jota kukaan vastaajista ei pitänyt huonona, yksi tyydyttävänä ja yksi neutraalina. Jopa 11 vastaajista piti huoneen siisteyttä hyvänä ja yhdeksän erinomaisena. Kukaan ei vastannut ”En osaa sanoa”. Toinen kysymys koski huoneen viihtyvyyttä. Yksi vastaajista koki huoneen viihtyvyyden huonona, yksi tyydyttävänä, kolme neutraalina ja seitsemän hyvänä. Kymmenen vastaajaa piti viihtyvyyttä erinomaisena ja kukaan ei vastannut ”En osaa sanoa”. Kolmas kysymys oli sängyn mukavuudesta, jota yksi piti huonona, kolme tyydyttävänä, seitsemän neutraalina, viisi hyvänä sekä kuusi erinomaisena. Kukaan vastaajista ei valinnut vaihtoehtoa ”En osaa sanoa” tässä kysymyksessä. Kuten Budget-huoneen vastauksessakin, niin Standard-luokan huoneen säilytystiloja pidettiin riittävänä. Neljänteen kysymykseen säilytystiloista 15 vastaajaa valitsi vaihtoehdon ”Erinomainen. Kolme vastaajaa piti hyvänä, kaksi neutraalina ja loput kaksi vastaajaa piti tyydyttävänä. Kukaan vastaajista ei valinnut vaihtoehtoja ”Huono” eikä ”En osaa sanoa”. Viides kysymys oli ”Valaistus huoneessa”. Vastaajista yksikään ei pitänyt valaistusta huonona, mutta neljä vastaajaa piti sitä tyydyttävänä. ”Neutraali”-vaihtoehdon valitsi kaksi vastaajaa, ”Hyvä”-vaihtoehdon yhdeksän sekä seitsemän valitsi ”Erinomainen”-vaihtoehdon. Kukaan ei valinnut ”En osaa sanoa”. Viimeisenä kysymyksenä oli ”Äänieristys huoneessa” joka ei Standard-huoneissa koettu yhtä huonona kuin Budget-huoneissa (vrt. Kuvio 7.), mutta jakoi mielipiteitä. Kuviossa 8 näkyy vaakatasossa vastausvaihtoehdot sekä pystypäin vastausten määrä.



Kuvio 8: Standard-huoneen äänieristys

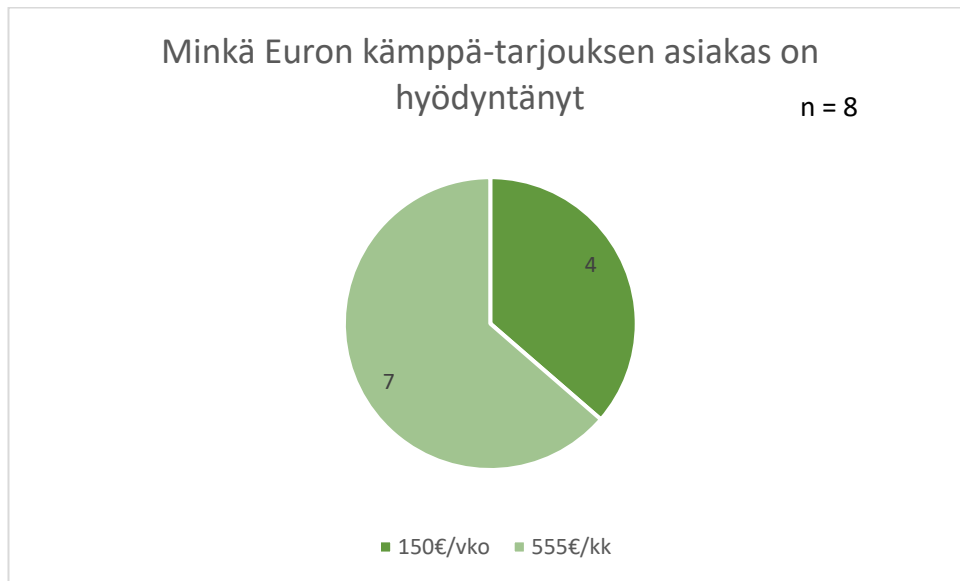
Yksi vastaajista oli sitä mieltä, että äänieristys Standard-huoneessa on huono, kolmen mielestä tyydyttävä, neljän mielestä neutraali ja kuuden mielestä hyvä. Seitsemän vastaajan mielestä äänieristys oli erinomaista ja yksi vastasi ”En osaa sanoa”.

Avoimen kysymyksen ”Huoneet: toiveita, ruusuja, risuja? Sana on vapaa!” vastauksia tuli yhteensä 13 kappaletta. Äänieristystä toivottiin lisää, kuten myös päivitystä huonekaluihin huoneissa. Standard-huoneeseen toivottiin omaa suihkua. Sängyn patjan sanottiin olevan ohut, sekä sen painuvan kasaan. Osa vastaajista kommentoi huoneissa olevan talvella ja syksyllä kylmä. Kaksi vastaajaa myös toivoi mattoa huoneisiin.

#### 6.4 Euron kämppä

Tässä osiossa, joka oli vain Euron kämppä-asiakkaille tarkoitettussa lomakkeessa, kysyttiin kysymyksiä Euron kämppä-tarjouksesta. Seuraavassa kappaleessa käsitellään kanta-asiakkaiden kyselylomakkeessa olleita kysymyksiä kanta-asiakasohjelmasta.

Yhdeksästä Euron kämppä-asiakkaasta, jotka vastasivat kyselylomakkeeseen, kahdeksan vastasi tähän osioon. Ensimmäinen kysymys oli ”Minkä Euron kämppä-tarjouksen olet hyödyntänyt?”. Tähän oli mahdollista valita molemmat vaihtoehdot, sillä on mahdollista, että on käyttänyt molemmat tarjoukset. Kuviossa 9 tummanvihreällä on merkitty ne, jotka ovat käyttäneet viikon tarjouksen (150€/vko) ja vaaleanvihreällä ne, jotka ovat käyttäneet kuukauden tarjouksen (555€/kk). Luvut kertovat, kuinka moni valitsi kyseisen vastausvaihtoehdon. Tähän vastasivat kaikki kahdeksan vastaajaa.



Kuvio 9: Jakauma Euron kämppä-tarjouksessa

Vastaajista seitsemän oli hyödyntänyt kuukauden tarjouksen ja neljä viikon tarjouksen. Tarkemmin tarkastellessa vastauksia näkee, että näistä kahdeksasta vastaajasta kolme on hyödyntänyt molemmat tarjoukset, neljä on hyödyntänyt ainoastaan kuukauden tarjouksen ja vain yksi on hyödyntänyt vain viikon tarjousta.

Seuraava kysymys oli ”Mistä sait tietää Euron kämppä-tarjouksesta” ja sen tarkoitus oli selvittää, mitä kautta tieto tarjouksesta päätyy asiakkaille. Yksi vastaajista oli saanut tiedon Eurohostelin kotisivuilta ja yksi Eurohostelin sosiaalisesta mediasta, johon hän tarkensi vielä, että Facebook-sivuilta. Kukaan vastaajista ei ollut saanut tietoa Eurohostelin vastaanotosta ennen majoittumista, mutta kaksi vastaajaa oli saanut tietää tarjouksesta, joko majoituksen aikana tai sen jälkeen. Neljä vastaajasta oli saanut tiedon muualta, yksi vastaaja selvensi saaneensa tiedon Hostellijärjestön uutiskirjeestä, yksi Suomi-seurasta ja kaksi Googlen kautta etsimällä. Kukaan vastaajista ei ollut saanut tietoa tarjouksesta tuttavaltaan. Tähän kysymykseen vastasi kahdeksan vastaajaa.

Avoimia vastauksia kysymykseen ”Euron kämppä: toiveita, ruusuja, risuja? Sana on vapaa!” tuli kuusi kappaletta. Kaksi vastaajaa sanoi tarjouksen olevan hyvä näin ja neljä vastaajaa toivoi tämän tarjouksen jatkuvan tulevaisuudessakin tai olisi muita vastaavanlaisia tarjouksia, jotka soveltuvat pitkäaikaismajoitukseen.

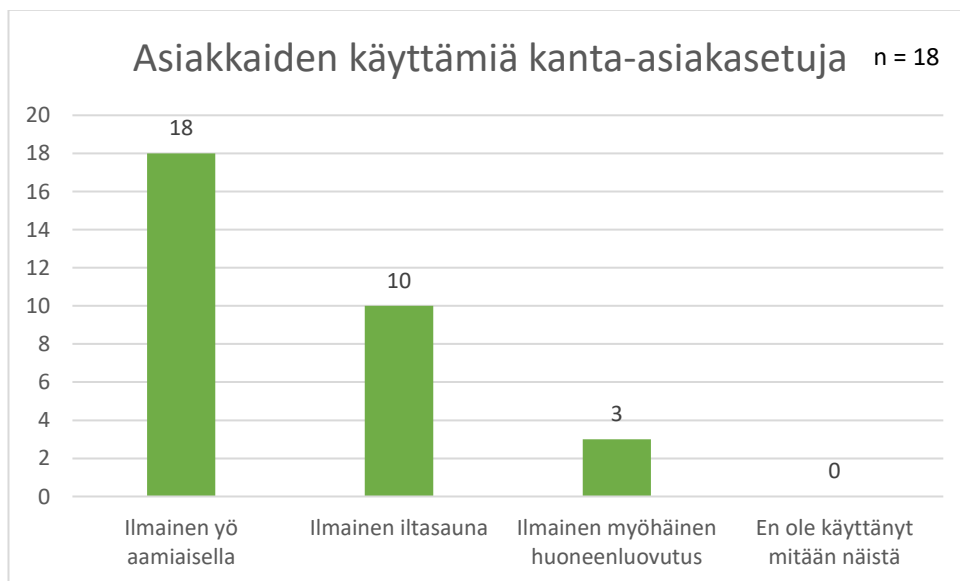
## 6.5 Kanta-asiakasohjelma

Tässä osiossa oli kysymyksiä kanta-asiakasohjelmassa oleville asiakkaille, jonka tarkoituksena oli selvittää tyytyväisyyttä nykyiseen kanta-asiakasohjelmaan Eurohostelissa. Kaikki 18 kanta-asiakasta, jotka vastasivat tähän kyselylomakkeeseen, vastasivat myös näihin kysymyksiin.

Ensimmäisellä kysymyksellä ”Mistä sait tietää Eurohostelin kanta-asiakasohjelmasta?” kartoitettiin sitä, miten tieto kanta-asiakasohjelmasta kulkeutuu asiakkaille. Valtaosa vastaajista oli saanut tietää suoraan Eurohostelin vastaanotosta, 14 vastaajaa valitsi tämän vaihtoehdon. Loput neljä vastaajaa olivat saaneet tiedon Eurohostelin kotisivuilta. Kukaan vastaajista ei ollut saanut tietää Eurohostelin sosiaalisesta mediasta, tuttavalta tai mistään muualta.

Seuraavassa kysymyksessä selvitettiin Likertin asteikolla 1-5 asiakkaiden tyytyväisyyttä kanta-asiakasohjelmaan tällä hetkellä. Yksi vastaaja oli valinnut likertin asteikolta luvun 3, joka on keskellä, kuusi vastaajaa oli valinnut luvun 4 ja 11 luvun 5. Lähes kaikki vastaajista oli siis jokseenkin tai todella tyytyväisiä kanta-asiakasohjelmaan, sillä kukaan vastaajista ei ollut valinnut lukua 1 tai 2. Tähän kysymykseen vastasi 18 henkilöä.

Kolmas kysymys kanta-asiakasohjelmaan liittyen koski kanta-asiakasetuja. Kysymys oli ”Mitä kanta-asiakasetuja olet hyödyntänyt?” ja tähän pystyi valitsemaan useamman vaihtoehdon. Kuvio 10 havainnollistaa, miten etuja on käytetty. Vaakatasossa näkyy vastausvaihtoehdot ja pystypäin vastausten määrä.



Kuvio 10: Asiakkaiden käyttämiä kanta-asiakasetuja



Kaikki 18 vastaajaa on käyttänyt edun ”Ilmainen yö aamiaisella”, kymmenen vastaajaa on käyttänyt ”Ilmainen iltasauna”-etua ja vain kolme on käyttänyt ”Ilmainen myöhäinen huoneenluovutus”-edun. Kukaan asiakkaista ei valinnut vaihtoehtoa ”En ole käyttänyt mitään näistä” eli jokainen kanta-asiakas on käyttänyt vähintään yhden edun, tässä tapauksessa ilmaisen yön aamiaisella.

Avoimeen kysymykseen ”Minkälaisia kanta-asiakasetuja toivoisit?” vastasi seitsemän henkilöä. Kolme vastaajaa oli sitä mieltä, että nykyiset edut ovat riittävät, eivätkä kaipaa muutosta. Toivottiin myös helpompaa varausjärjestelmää sekä etusijaa varaukseen tai ilmaista huoneentason korotusta riittävien yöpymisten jälkeen. Toivottiin myös, että ilmaisia öitä saisi useammin sekä lisäetuja kuten polkupyörän lainaamista.

## 6.6 Avoin palaute

Kyselylomakkeen lopuksi oli mahdollisuus vielä antaa avointa palautetta, siltä varalta, että vastaaja olisi halunnut antaa palautetta jostain, jota ei kysytty. Vastauksia tähän tuli yhteensä kymmenen kappaletta. Suurin osa vastauksista oli kiitoksia sekä terveisiä vastaanotolle sekä johdolle ja toiveita siitä, että pian nähdään taas.

Positiivista palautetta tuli WC- ja suihkutiloissa soivasta linnunlaulusta, kierrätysmahdollisuudesta, asiakaspalvelusta sekä turvallisesta ympäristöstä. Sijaintia sekä hintaa keuhuttiin myös.

Yksi vastaaja toivoi naisten kahden hengen jaettua huonetta nykyisen kolmen hengen jaetun huoneen tilalle. Toinen vastaaja kertoi huomanneensa miesten käyttävän naisten WC- ja suihkutiloja, joten toivoi vastaanoton sijoittavan heidät lähemmäs miesten WC- ja suihkutiloja kiusauksen pienentämiseksi. Sama asiakas esitti toiveen, että sisäänkirjautumisen yhteydessä muistutettaisiin kellonajoista, jolloin talossa on hiljaisuus.

## 6.7 Luotettavuus

Tutkimuksen tavoitteena on saada tietoa asiakkailta, jotka tuntevat Eurohostelin ja sen palvelut hyvin. Tästä syystä jopa kanta-asiakkaat rajattiin pienempään ryhmään, jotta niiltä, joille kysely tehdään, on tarpeeksi tuoreessa muistissa Eurohostel ja heidän kokemuksensa majoittuessaan. Rajauksesta huolimatta, osalla kyselyyn vastaajista voi olla jopa yli vuosi edellisestä majoittumiskerrasta ja muistikuvat ovat saattaneet hälvetä.

Covid-19 pandemian myötä hostellin käyttöaste on huomattavasti alhaisempi kuin normaalitilanteessa, ja matkustusrajoitusten vuoksi turisteja ulkomailta ei ole, jotka olisivat voineet tuoda erilaista näkökulmaa tähän. Tässä tutkimuksessa demografisessa jakaumassa enemmistössä on selkeästi keski-ikäiset suomalaiset miehet. Jakauma voisi olla erilainen, mikäli matkustusrajoituksia olisi niin paljon ja ihmiset olisivat matkustelleet enemmän

viimeisen vuoden aikana. Tällöin kanta-asiakkaiden määrä, jotka sopivat kyseisiin kriteereihin olisi voinut olla suurempi ja olisi ollut mahdollista saada enemmän vastauksia, etenkin eri kansalaisuuksilta.

On mahdollista, että kaikkia kanta-asiakasohjelmaan kuuluvia ei tavoitettu, sillä jokainen kanta-asiakas tulee merkitä hotellijärjestelmässä manuaalisesti kanta-asiakkaaksi, jonka lisäksi profiiliin kirjoitetaan tieto tästä. Osalla kanta-asiakkaista saattaa olla tieto kirjoitettu profiiliin, mutta ei ole merkitty silti kanta-asiakkaaksi, jolloin heitä ei tavoiteta. Toinen ongelma oli, että heidän tiedoistaan puuttui sähköpostiosoite tai se oli virheellisesti kirjoitettu, jolloin heitä ei tavoitettu.

Euron kämppä-asiakkaille jaetussa paperilomakkeessa oli joissain vastauksissa hiukan vajaavaisuuksia ja mahdollisuus jättää vastaamatta joihinkin kysymyksiin, joihin sähköisessä versiossa oli pakollista vastata. Tämä teki vastausten käsittelystä hiukan haastavampaa. Myös avoimissa vastauksissa oli ajoittain vaikeuksia saada käsialasta selvää, joka tarkoittaa sitä, että ne on voinut tulkita väärin.

## 7 Johtopäätökset ja kehitysehdotukset

Tässä kappaleessa esitellään tehdyn kyselytutkimuksen pohjalta koottuja johtopäätöksiä siitä, mikä on palvelun ja viihtyvyyden nykytila ja mitä asioita Eurohostel voisi tulevaisuudessa kehittää, jotta asiakkaat valitsisivat Eurohostelin majoituspaikakseen jatkossakin.

### 7.1 Johtopäätökset

Taustakysymysten perusteella suurin asiakasryhmä tällä hetkellä on keski-ikäiset suomalaiset miehet. Kuten edellisessä kappaleessa pohdittiin, jos maailman tilanne olisi erilainen tällä hetkellä, demografinen jakauma voisi olla erilainen. Vaikka suomalaiset ovat suurin ryhmä, vastausten perusteella asiakkaita kuitenkin tulee ympäri maailmaa Eurohosteliin, sekä Euroopasta että Euroopan ulkopuolelta.

Tutkimuksen perusteella suurin syy miksi asiakkaat valitsevat Eurohostelin on hintataso. Toisena syynä on sijainti. Eurohostel mainostaa tarjoavansa kohtuuhintaista majoitusta ja Katajanokka on keskeinen sijainti Helsingin keskustan läheisyydessä. Seuraavia syitä viihtyvyys, asiakaspalvelu sekä siisteys. Eurohostel nostaa esille sille tärkeänä arvona ympäristöystävällisyyden ja pyrkii olemaan ekologinen hostelli. Kuitenkin ympäristöystävällisyys oli vasta kuudenneksi suurin syy valita Eurohostel ja 27 vastaajasta vain neljä valitsi sen yhdeksi syyksi.

Tutkimuksessa kävi hyvin selvästi ilmi sekä suljetuissa kysymyksissä vastaanotosta että eri avoimissa kysymyksissä, että henkilökuntaan ollaan todella tyytyväisiä. Asiakaspalvelu sai ylistystä useassa avoimessa vastauksessa. Myös vastaanottovirkailijoiden ammattitaitoon oltiin tyytyväisiä. Yleisesti ottaen vastaanottoon ja sieltä löytyviin palveluihin on oltu tyytyväisiä tai niitä on pidetty riittävinä. Yleiseen siisteyteen, sekä WC- ja suihkutilojen, saunojen että huoneiden siisteyteen oltiin pääosin tyytyväisiä. Tutkimuksen perusteella asiakkailla on vähän tietoa ja kokemusta hostellissa olevista lounge-tiloista. Ne, joilla kokemusta oli, antoivat pääosin positiivista palautetta.

Vastausten perusteella, asiakaskeittiöiden siisteyteen sekä viihtyvyyteen tarvitaan uusia ratkaisuja. Kun siisteyteen muualla hostellissa oltiin tyytyväisiä, niin keittiöiden osalta kaivattiin lisää toimenpiteitä. Keittiöt toimivat tällä hetkellä sillä periaatteella, että jokainen siivoaa omat jälkensä, mutta käytännössä tulee aina olemaan asiakkaita, jotka eivät noudata näitä ohjeita. Siisteystasoa parantamalla voisi parantaa myös viihtyvyyttä. Vaikka vastaajat pitivät pääosin keittiöiden varustetasoa riittävänä, monenlaisia toiveita varusteista esitettiin.

Saunatilat saivat myös pääosin positiivista palautetta. Toiveita oli sekä aikaistaa että myöhäistää saunojen aukioloaikoja. Useampi toive koski iltasaunan ajankohtaa ja että se olisi käytettävissä kello 23 asti, kun nykyisin se on kello 22 asti. Euron kämpppä-asiakkaat ilmaisivat toiveita, joilla he saisivat edullisemmin iltasaunan käyttöön.

Huoneiden siisteys sai tutkimuksessa pääosin positiivista palautetta, mutta esimerkiksi petipaikkahuoneen ja Budget-huoneen viihtyvyys oli melko neutraalia vastaajien mielestä. Standard-huoneissa viihtyvyys oli parempi. Viihtyvyyttä parantamalla voisi parantaa asiakaskokemusta. Budget-huoneissa äänieristys sai melko negatiivista palautetta. Vastausten perusteella säilytystilat huoneissa koetaan erittäin riittäviksi.

Tämän tutkimuksen perusteella pitkäaikaismajoitukselle on kysyntää Eurohostelissa. Euron kämpppä-tarjouksen hyödyntäneet asiakkaat olivat tyytyväisiä tarjoukseen ja useat toivoivat vastaavanlaisia tarjouksia tulevaisuudessakin.

Eurohostelin kanta-asiakasohjelmassa olevat henkilöt, jotka vastasivat kyselyyn, olivat pääosin tyytyväisiä tämänhetkiseen tilanteeseen. Suurin osa oli todella tyytyväisiä ohjelmaan ja nykyiset kanta-asiakasedut miellettiin riittäviksi. Näin ollen kanta-asiakasjärjestelmään ei ole syytä tehdä muutoksia nyt.

## 7.2 Kehitysehdotukset

Tässä kappaleessa esitetään tutkimuksen tulosten ja johtopäätösten perusteella kehitysehdotuksia, joiden tavoite olisi parantaa asiakkaiden tyytyväisyyttä palveluihin sekä kehittää viihtyvyyttä ja sitä kautta saada asiakkaat valitsemaan Eurohostelin jatkossakin

majoituspaikakseen. Ehdotuksia luodessa on pyritty ottamaan huomioon niiden toteutettavuus, mutta on myös sellaisia ehdotuksia, jotka vaatisivat suurempia investointeja. Näitä ehdotuksia on ajateltu toteutettavan suuremman remontin yhteydessä, jos sellainen olisi tulevaisuudessa tulossa. Ehdotuksissa on kuitenkin myös sellaisia ratkaisuja, joita on helppo toteuttaa ja ovat edullisia Eurohostelille.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että suurella osalla vastaajista ei ollut kokemusta hostellin lounge-tiloista, joten yksi tavoite voisi olla niiden nostaminen asiakkaiden tietoisuuteen. Palautteen perusteella myös kirjoja voisi laittaa tarjolle lounge-tiloihin. Koronatilanteen niin salliessa lounge-tiloissa voisi pitää ohjattua ajanvietettä, kuten esimerkiksi tietovisa-iltoja. Vastaanotto voisi myös pitkäaikaismajoittujille kuten Euron kämpä-asiakkaille tuoda esille lounge-tiloja oleskelupaikkoina esimerkiksi sisäänkirjautumisen yhteydessä. Näin lounge-tilat saisivat enemmän käyttöä.

Seuraavat kehitysehdotukset koskevat asiakaskeittiöitä, jotka saivat palautetta siisteyden sekä viihtyvyyden osalta ja toiveita varusteista esitettiin. Keittiöiden siisteyttä voisi kehittää hiukan esimerkiksi laittamalla keittiöihin pienet ”siivouskorit”, jossa voisi olla pesusieniä, pesuainetta, pesurättejä sekä ehkä jopa pieni rikkalapio ja harja, joka helpottaisi siivoamista keittiöissä sekä asiakkaille että työntekijöille, jotka käyvät tarkistamassa keittiöitä. Paperitelineitä voisi myös laittaa ruokapöytien yhteyteen.

Keittiöiden viihtyvyyttä voisi myös parantaa esimerkiksi luomassa oman teeman kuhunkin kerrokseen ja sitä kautta tuomaan omaperäisyyttä ja eloa keittiöihin. Avoimessa palautteessa toivottiin päivitystä huonekaluihin, joka voisi parantaa viihtyvyyttä. Esitettiin myös keittiöiden äänieristyksen parantamisesta sekä keittiön käytöstä myöhempään, kun nykyinen aukioloaika on kello 06-23. Äänieristyksen parantaminen keittiöissä mahdollistaisi keittiön käytön myöhempääkin, ilman että se häiritsi hiljaisuutta hostellissa.

Siinä missä uuni olisi liian iso paloturvallisuusriski sekä kallis ratkaisu, pienempiä asioita, jotka olisivat toteutettavissa olisi leivänpaahtimet keittiöihin. Myös toimivampia keittolevyjä toivottiin keittiöihin, joten niihin voisi investoida tyytyväisyyden parantamiseksi.

Itsepalvelupesulaan toivottiin ajanvarausjärjestelmää avoimessa palautteessa. Helpon ajanvarausjärjestelmän voisi luoda esimerkiksi liitu- tai valkotaululla, joka laitetaan pesulan oveen ja sieltä voisi varata joko pesukoneen tai kuivausrummun tietyksi kellonajaksi. On mahdollista, että on asiakkaita, jotka eivät ajanvarauksesta välitä, mutta se voisi olla helppo tapa tuoda pientä järjestelmällisyyttä pesulan käyttöön.

Euron kämpä-asiakkaat, joille iltasauna on maksullinen, toivoivat alennuksia. Yksi ratkaisu voisi olla, että jokaiseen Euron kämpä-tarjoukseen kuuluisi yksi ilmainen saunakerta. Tällöin pitkäaikaismajoittajat saisivat käydä edes kokeilemassa iltasaunaa ja olisivat jatkossa

kiinnostuneet maksamaan siitä. Toinen ratkaisu voisi olla esimerkiksi viikkohinta tai kuukausihinta Euron kämppä-asiakkaille. Asiakas maksaa tietyn summan, jolla saisi käydä majoituksensa aikana iltasaunassa niin monta kertaa kuin haluaa. Yksi vaihtoehto olisi myös ottaa käyttöön leimakortti, jolloin esimerkiksi joka seitsemäs saunakerta olisi ilmainen. Saunaan toivottiin myös ulkoilutilaa, mutta tämä on kallis investointi ja haastava toteuttaa.

Huoneiden viihtyvyys ja äänieristys nousi esille tutkimuksessa kehityskohteina. Viihtyvyyttä voisi parantaa esimerkiksi tauluilla tai muilla persoonallisilla seinämaalauksilla tai jopa sisustustarroilla. Myös esimerkiksi tyylikkää, persoonalliset verhot voisivat tuoda luonnetta huoneisiin. Huonekalujen päivitys voisi piristää ja parantaa viihtyvyyttä huoneissa. Omaperäisyyttä toisi, jos jokaisessa kerroksessa olisi oma teema, joka näkyisi jollain tavalla huoneen sisustuksessa. Myös sängyn mukavuudesta tuli jokaisen huonetyypin kohdalla useita neutraaleja vastauksia, joten patjojen päivittäminen voisi olla ajankohtaista lähitulevaisuudessa. Jos Eurohostelissa suoritetaan tulevaisuudessa isompaa remonttia, huoneiden äänieristys olisi kohta, johon panostaa asiakaskokemuksen parantamiseksi.

Voimassa olevat koronarajoitukset estävät vielä matkailun elpymisen, joten Euron kämppä-kaltaiset tarjoukset tällä hetkellä ovat vielä järkeenkäyviä. Jos ja kun matkailu alkaa elpymään, niin alustavasti voisi pitää muutaman huoneen tai esimerkiksi yhden kerroksen vielä näille pitkäaikaismajoittujille ennen kuin käyttöasteet palaavat samanlaisiksi kuin ennen pandemiaa. Näihin tarjouksiin voisi ideoida lisäpalveluita, joita myydä erikseen, kuten edellä mainittuja saunan viikko- tai kuukausikortteja.

## 8 Yhteenveto

Tämän opinnäytetyön tavoite oli selvittää Eurohostelin palvelun, palveluiden ja viihtyvyyden nykytila sekä kehityskohteet. Tarkoituksena oli saada tietoa, jolla saadaan asiakkaat jatkossakin valitsemaan Eurohostelin muiden majoitusvaihtoehtojen joukosta. Tämän lisäksi kartoitettiin hiukan asiakkaiden tyytyväisyyttä pitkäaikaismajoitustarjouksiin kuten Euron kämppä-tarjoukseen sekä tyytyväisyyttä kanta-asiakasohjelmaan.

Tutkimus päätettiin tehdä asiakkaille, jotka tuntevat Eurohostelin ja sen palvelut parhaiten, joita tässä tapauksessa on Euron kämppä-tarjouksella majoittuvat pitkäaikaisasukkaat, eli epävirallisen kanta-asiakkaat, sekä kanta-asiakasohjelmaan kuuluvat viralliset kanta-asiakkaat. Molempia ryhmiä rajattiin edelleen, ”Euron kämppä”-asiakkaista valittiin asiakkaat, jotka olivat majoittuneet vähintään kaksi viikkoa ja kanta-asiakkaista valittiin ne, jotka ovat tammikuun 2019 ja maaliskuun 2021 välillä majoittuneet vähintään kymmenen yötä. Covid-19 pandemian myötä käyttöasteet ovat olleet pienempiä ja ihmiset eivät ole

päässeet matkustamaan kuten aiemmin, joten nämä rajaukset tehtiin, jotta vastaajilla olisi riittävästi tuoreessa muistissa olevaa kokemusta Eurohostelista.

Tutkimusmenetelmäksi valittiin kyselytutkimus, sen soveltuen parhaaksi tavaksi tavoittaa asiakkaat pandemian aikana. Kyselylomakkeet olivat sekä suomeksi että englanniksi. Pitkäaikaismajoittujille ja kanta-asiakkaille oli omat kyselylomakkeet, joissa kaksi ensimmäistä osiota olivat samanlaisia. Viimeiset osiot erosivat toisistaan siten, että ”Euron kämpä”-asiakkaille oli kysymyksiä tarjouksesta sekä pitkäaikaismajoituksesta ja kanta-asiakkaille oli kysymyksiä kanta-asiakasohjelmasta.

Tietoperusta tässä opinnäytetyössä koostui hostellitoiminnasta, asiakaspalvelusta, asiakasymmärryksestä, palvelun laadun muodostumisesta sekä asiakassuhteista ja kanta-asiakkuudesta. Tietoperusta toi näkemystä siitä, mikä rooli asiakaspalvelulla ja palvelun laadulla on asiakkuuksien luomisessa ja ylläpitämisessä sekä mitä etuja yritykselle pitkät, vahvat asiakassuhteet kuten kanta-asiakkuudet tuovat.

Tutkimuksen perusteella asiakkaat ovat erittäin tyytyväisiä Eurohostelin henkilökuntaan, asiakaspalveluun sekä vastaanottovirkailijoiden ammattitaitoon. Myös yleinen siisteystaso hostellissa koettiin hyväksi. Tutkimuksessa kävi ilmi, että viihtyvyyttä hostellissa voisi parantaa, johon esitettiin kehitysehdotuksina muun muassa huonekalujen päivytystä ja taiteen lisäämistä huoneisiin. Myös suurempia muutoksia ja remontteja ehdotettiin. Koronapandemia on vähentänyt merkittävästi asiakasmääriä, joka valitettavasti vaikuttaa hostellin tuloihin, jolloin suuret remontit ja investoinnit eivät välttämättä tässä tilanteessa ole ajankohtaisia.

Asiakaskeittiöiden siisteyteen ja viihtyvyyteen myös täytyisi kiinnittää huomiota. Sen lisäksi lounge-tilat ovat jääneet asiakkailta huomaamatta, joten näitä tiloja voisi mainostaa ja hyödyntää entistä enemmän. Varsinkin pandemian jälkeen näitä tiloja voisi käyttää yhteisöllisyyden parantamiseksi järjestämällä pieniä ohjattuja tilaisuuksia asiakkaille.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että asiakkaat ovat tyytyväisiä nykyiseen kanta-asiakasohjelmaan ja -etuihin. Esille tuli myös kysyntä pitkäaikaismajoitustarjouksille tulevaisuudessakin, joka voisi olla hyvä pitää osana hostellin toimintaa ennen kuin matkailu pääsee elpymään entiselle tasolleen. Kehitysehdotuksissa nostettiin esille, että pitkäaikaismajoittujille voisi ideoita lisäpalveluita, joita myydä, kuten saunakortteja.

Näin ollen tutkimuksessa saatiin tietoa hostellin parhaiten tuntevilta asiakkailta, saatiin tietää mitkä tekijät Eurohostelissa ovat kunnossa ja toimivia, kuten asiakaspalvelu ja siisteys, ja löydettiin kehityskohteita, kuten viihtyvyyden parantaminen huoneissa ja keittiöissä. Saatiin myös tietää, että kanta-asiakasohjelma ja sen edut ovat tällaisenaan toimivia ratkaisuja ja että pitkäaikaismajoitukselle löytyy kysyntää. Koska asiakaspalveluperusta on kunnossa, ja hintataso sekä sijainti, olivat pääsyitä, miksi asiakkaat valitsivat Eurohostelin,

viihtyvyyden parantamisella saisi yhä useamman asiakkaan palaamaan Eurohosteliin sekä suosittelemaan sitä muille.

## Lähteet

### Painetut

- Bagdan, P. 2013. Guest Service in the Hospitality Industry. Hoboken, N.J.: Wiley.
- Eurohostel. Helsinki City Hub. 2020. Helsinki.
- Hostel Information. Eurohostel. 2018. Helsinki.
- Rautiainen, M. Siiskonen, M. 2015. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Helsinki: Restamark Oy.
- Tervetuloa Eurohosteliin! Eurohostel. 2020. Helsinki.
- Valli, R. 2015. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Jyväskylä: PS-kustannus.
- Vehkalahti, K. 2014. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Finn Lectura.

### Sähköiset

- Bergström, S. & Leppänen, A. 2018. Yrityksen asiakasmarkkinointi. E-kirja. Helsinki: Edita.
- Eurohostel 2021. Ekologinen Eurohostel. Viitattu 25.3.2021.  
<https://eurohostel.eu/fi/ekologinen-eurohostel>
- Eurohostel 2021. Huoneet. Viitattu 23.3.2021. <https://eurohostel.eu/fi/huoneet>
- Eurohostel 2021. Kanta-asiakasohjelma. Viitattu 27.2.2021. <https://eurohostel.eu/fi/kanta-asiakasohjelma>
- Eurohostel 2021. Palvelut. Viitattu 17.3.2021. <https://eurohostel.eu/fi/palvelut>
- Grönroos, C. 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. E-kirja. Talentum.
- Hostellikortilla säästää majoituksesta. Suomen Hostellijärjestö Ry 2021. Viitattu 17.5.2021.  
<https://www.hostellit.fi/hostellikortti/>
- Hostellimajoittujan tietopaketti. Suomen Hostellijärjestö Ry. Viitattu 23.3.2021.  
<https://www.hostellit.fi/wp-content/uploads/2020/08/hostellimajoittujan-tietopaketti.pdf>
- Scandic Friends 2021. Scandic Hotels. Viitattu 17.5.2021.  
<https://www.scandichotels.fi/scandic-friends>
- S-Card 2021. Sokos Hotels. Viitattu 17.5.2021. <https://www.sokoshotels.fi/fi/s-card>
- Suomen Hostellijärjestö Ry 2021. Viitattu 22.2.2021. <https://www.hostellit.fi/meista/>



Suomen Hostellijärjestö Ry 2021. Viitattu 23.3.2021. <https://www.hostellit.fi/varaa/>

TEM toimialaraportit 2021. Matkailun suuntana kestävä ja turvallinen tulevaisuus. Viitattu 23.3.2021.

[https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162841/TEM\\_2021\\_01\\_t.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162841/TEM_2021_01_t.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Työ- ja elinkeinoministeriö 2021. Toimialaraportti: Matkailu kasvoi tasaisesti ennen koronaa - Suomella edelleen useita kilpailuvaltteja. Viitattu 23.3.2021. <https://tem.fi/-/toimialaraportti-matkailu-kasvoi-tasaisesti-ennen-koronaa-suomella-edelleen-useita-kilpailuvaltteja>

Julkaisemattomat

Repo, M. 2021. Henkilökohtainen tiedonanto 4.1.2021. Eurohostel Oy. Helsinki.

## Kuviot

Kuvio 1: Vastaajien ikäjakauma .....	19
Kuvio 3: Vastaajien kansalaisuudet .....	20
Kuvio 3: Asiakkaiden syitä valita Eurohostel .....	21
Kuvio 4: Asiakaskeittiöiden siisteys .....	24
Kuvio 5: Asiakaskeittiöiden viihtyvyys .....	25
Kuvio 6: Huonetyyppien jakauma .....	27
Kuvio 7: Budget-huoneen äänieristys .....	28
Kuvio 8: Standard-huoneen äänieristys .....	30
Kuvio 9: Jakauma Euron kämpä-tarjouksessa .....	31
Kuvio 10: Asiakkaiden käyttämiä kanta-asiakasetuja.....	32

## Taulukot

**Kuvaotsikkoluettelon hakusanoja ei löytynyt.**

## Liitteet

Liite 1: Kyselylomake, yhteinen osuus .....	44
Liite 2: Kyselylomake, kanta-asiakasohjelma .....	51
Liite 3: Kyselylomake, Euron kämppä .....	52

## Liite 1: Kyselylomake, yhteinen osuus

Ikäsi? \*

- ☐ 18-24
- ☐ 25-31
- ☐ 32-38
- ☐ 39-45
- ☐ 46-52
- ☐ 53-59
- ☐ 60+

Sukupuolesi? \*

- ☐ Nainen
- ☐ Mies
- ☐ Muu
- ☐ En halua sanoa

Kansalaisuutesi? \*

Oma vastauksesi

Majoittumisen syy? \*

- ☐ Vapaa-aika
- ☐ Työ
- ☐ Muu

Miksi olette valinneet Eurohostelin majoituspaikaksenne? \*

Valitse vähintään yksi vaihtoehto

- ☐ Sijainti
- ☐ Hintataso
- ☐ Viihtyvyyys
- ☐ Siisteys
- ☐ Asiakaspalvelu
- ☐ Suosittelun vuoksi
- ☐ Ympäristöystävällisyys
- ☐ Muu: \_\_\_\_\_

### Vastaanotto ja sen palvelut \*

Valitse väittämä, joka kuvaa mielipidettäsi parhaiten

	Huono	Tyydyttävä	Neutraali	Hyvä	Erinomainen	En osaa sanoa
Palvelun sujuvuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunnan ammattitaito	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vastaanoton siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Langattoman verkon toimivuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Juoma- ja välipala-automaatit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Asiakastietokone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Vastaanotto: toiveita, ruusuja, risuja? Sana on vapaa!

Oma vastauksesi



Asiakaskeittiöt: toiveita, ruusuja, risuja? Sana on vapaa!

Oma vastauksesi

Lounget: toiveita, ruusuja, risuja? Sana on vapaa!

Oma vastauksesi

### Sauna \*

Valitse väittämä, joka kuvaa mielipidettäsi parhaiten

	Huono	Tyydyttävä	Neutraali	Hyvä	Erinomainen	En osaa sanoa
Saunatilojen siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saunatilojen viihtyvyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aamusaunan ajankohta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iltasaunan ajankohta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sauna: toiveita, ruusuja, risuja? Sana on vapaa!

Oma vastauksesi

Mitä palveluita toivoisitte Eurohosteliin?

Oma vastauksesi





### Budget

Vastaa tähän, jos olet majoittunut Budget-tason huoneessa

	Huono	Tyydyttävä	Neutraali	Hyvä	Erinomainen	En osaa sanoa
Huoneen siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huoneen viihtyvyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sängyn mukavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Säilytystilojen riittävyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valaistus huoneessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Äänieristys huoneessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Standard

Vastaa tähän, jos olet majoittunut Standard-tason huoneessa

	Huono	Tyydyttävä	Neutraali	Hyvä	Erinomainen	En osaa sanoa
Huoneen siisteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Huoneen viihtyvyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sängyn mukavuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Säilytystilojen riittävyys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valaistus huoneessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Äänieristys huoneessa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Huoneet: toiveita, ruusuja, risuja? Sana on vapaa!

Oma vastauksesi

**Kiitos vastauksista!**

Jos haluatte osallistua Eurohostelin lahjakortin arvontaan, paina linkkiä jättääksesi yhteystietosi yhteydenottoa varten. Vastauksia ei yhdistetä yhteystietoihin.

<https://forms.gle/71pt2RODBHAaqDFx7>

Viimeisiä ajatuksia?

Oma vastauksesi \_\_\_\_\_

Liite 2: Kyselylomake, kanta-asiakasohjelma

Kanta-asiakasohjelma

Mistä sait tietää Eurohostelin kanta-asiakasohjelmasta \*

☐ Eurohostelin kotisivuilta
☐ Eurohostelin sosiaalisesta mediasta
☐ Eurohostelin vastaanotosta
☐ Tuttavalta
☐ Muu: \_\_\_\_\_

Tytyväisyys kanta-asiakasohjelmaan \*

12345

Todella tyytymätön
☐
☐
☐
☐
☐
Todella tyytyväinen

Mitä kanta-asiakasetuja olet hyödyntänyt? \*

☐ Ilmainen yö aamiaisella (joka 7. leima)
☐ Ilmainen iltasauna
☐ Ilmainen myöhäinen uloskirjautuminen klo 17:00 asti
☐ En ole käyttänyt mitään näistä

Minkälaisia kanta-asiakasetuja toivoisit?

Oma vastauksesi

### Euron kämppä

Minkä Euron kämppä-tarjouksen olet hyödyntänyt? \*

Valitse vähintään yksi vaihtoehto

- ☐ 150€/viikko
- ☐ 555€/kuukausi

Mistä sait tietää Euron kämppä-tarjouksesta? \*

- ☐ Eurohostelin kotisivuilta
- ☐ Eurohostelin sosiaalisesta mediasta
- ☐ Eurohostelin vastaanotosta ennen majoittumista
- ☐ Eurohostelin vastaanotosta majoittumisen aikana tai jälkeen
- ☐ Tuttavalta
- ☐ Muu: \_\_\_\_\_

Euron kämppä: toiveita, ruusuja, risuja? Sana on vapaa!

Minkälaisia tarjouksia pitkäaikaismajoitukseen toivoisitte tulevaisuudessa? Mitä kehitettävää Euron kämppä-tarjouksessa on?

Oma vastauksesi

\_\_\_\_\_