

Hanna Vuorenmaa

HOSTELLIMAJOITUKSEN TARVE – TUTKIMUSKOHTENA
AIKUISOPISKELIJAT

Matkailun koulutusohjelma
2013

HOSTELLIMAJOITUKSEN TARVE – TUTKIMUSKOHTEENA AIKUISOPISKELIJAT

Vuorenmaa, Hanna
Satakunnan ammattikorkeakoulu
Matkailun koulutusohjelma
Toukokuu 2013
Ohjaaja: Blomroos, Marja-Leena
Sivumäärä ilman liitteitä: 49
Liitteitä: 4

Asiasanat: kvantitatiivinen tutkimus, aikuisopiskelu, markkinointi, e-lomake

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, onko Porissa opiskelevilla aikuisopiskelijoilla tarvetta hostellimajoitukselle. Opinnäytetyön toimeksiantajana oli porilainen hostelli, Hostel River. Tarkoituksena oli myös selvittää, kuuluvatko aikuisopiskelijat Hostel Riverin kohderyhmään vai pitääkö hostellin suunnata markkinointiaan muille kohderyhmille.

Opinnäytetyössä käsiteltiin markkinointia, aikuisopiskelua, hyvän kyselylomakkeen laatimista sekä E-lomaketta. Lisäksi käytiin läpi Suomen Retkeilymajajärjestön ja Hostel Riverin toimintaa sekä perehdyttiin opinnäytetyössä käytettyyn tutkimusmenetelmään.

Opinnäytetyö tehtiin käyttämällä määrällistä eli kvantitatiivista tutkimusmenetelmää. Kyselylomake lähetettiin sähköpostitse yhteensä 249:lle aikuisopiskelijalle seitsemään Satakunnan ammattikorkeakoulun koulutusohjelmaan. Vastausaikaa oli 3.12.2012 – 17.12.2012 välinen aika. Vastauksia saatiin 70 kappaletta, ja kyselyn vastausprosentti oli 28,11%.

Tutkimustuloksien perusteella Satakunnan ammattikorkeakoulussa opiskelevilla aikuisopiskelijoilla ei ollut suurta tarvetta hostellimajoitukselle. Kyselyn avulla saatiin kuitenkin paljon rakentavia vastauksia, joiden avulla Hostel River voi kehittää toimintaansa tulevaisuudessa. Vastausten perusteella Hostel Riverin tulee panostaa yrityksensä markkinointiin sekä korostaa Hostel Riverin laadukkuutta. Mainonnan suhteen yrityksen pitää panostaa nettisivuihin ja hakukoneisiin, kuten Hostel River onkin tehnyt. Hostel Riverin kannattaa suunnata markkinointiaan muille kohderyhmille, kuten esimerkiksi reppumatkaajille, kotimaisille asiakkaille, jotka matkustavat työnsä takia sekä yleisesti kaikille opiskelijoille.

THE NEED FOR HOSTEL ACCOMMODATION – ADULT STUDENTS AS RESEARCH SUBJECTS

Vuorenmaa, Hanna

Satakunnan ammattikorkeakoulu, Satakunta University of Applied Sciences

Degree Programme in Tourism

May 2013

Supervisor: Blomroos, Marja-Leena

Number of pages: 49

Appendices: 4

Keywords: quantitative research, adult education, marketing, e-form

The purpose of this thesis was to find out if the adult students who study in Pori, have need for hostel accommodation. The client of this thesis was Hostel River, which is located in Pori. The purpose of this thesis was also to find out if adult students are Hostel River's target group or does the hostel need to steer its marketing towards other target groups.

This thesis consisted of marketing, adult education, making a good questionnaire and E-form. The operations of Hostelling International Finland and Hostel River were also explained and the research method of this thesis was clarified.

The thesis was made by using quantitative research method. The questionnaire form was sent via e-mail to 249 adult students in seven of Satakunta University of Applied Sciences' degree programmes. The time period to answer the questionnaire was 3.12.2012 – 17.12.2012. The questionnaire was answered by 70 adult students and the response percent was 28,11%.

According to the results, the adult students studying in SUAS don't have a great need for hostel accommodation. The questionnaire produced many constructive answers, which can help Hostel River develop its operations in the future. According to the results, Hostel River should invest in marketing their business and accent the quality of the hostel. When it comes to marketing, a business needs to focus on their web site and search engines, as Hostel River has done. Hostel River should steer its marketing towards other target groups, for example to backpackers, domestic customers who travel because of their work and students in general.

SISÄLLYS

1	JOHDANTO.....	6
2	TYÖN TAVOITE, RAJAUS JA TUTKIMUSONGELMA	7
3	YRITYSESITTELY: HOSTEL RIVER	8
3.1	Majoitustilat ja palvelut	9
3.2	Asiakkaat.....	10
4	KVANTITATIIVINEN TUTKIMUS JA PERUSTELUT TUTKIMUSMENETELMÄN VALINNALLE.....	10
4.1	Määrällinen tutkimus	11
4.2	Perustelut tutkimusmenetelmän valinnalle	12
5	SUOMEN RETKEILYMAJAJÄRJESTÖ JA MARKKINOINTI.....	13
5.1	Suomen Retkeilymajajärjestö	13
5.2	Markkinointi kohderyhmälle	15
6	AIKUISOPISKELUN NYKYTILA JA TULEVAISUUS.....	17
6.1	Yleistä tietoa aikuiskoulutuksesta.....	17
6.2	Aikuisopiskelun kehitys.....	18
7	KYSELYLOMAKKEEN LAATIMINEN JA JAKAMINEN	18
7.1	Hyvän kyselylomakkeen edellytykset.....	18
7.2	E-lomake	20
7.2.1	Yleistä tietoa E-lomakkeesta	20
7.2.2	Lomakkeen luominen	21
7.2.3	Lomakkeen rakenteen luominen.....	21
7.2.4	Lomakkeen asetusten muokkaaminen.....	22
7.2.5	Lomakkeen julkaisu.....	23
7.2.6	Raportointi ja tietojen siirto Excelille.....	23
7.3	Tutkimuksessa käytetyn kyselylomakkeen laatimisprosessi	24
7.4	Kyselylomakkeen jakaminen	26
8	TUTKIMUSTULOKSET JA NIIDEN ANALYSOINTI	27
8.1	Vastaajien taustatiedot	27
8.1.1	Ikä	27
8.1.2	Sukupuoli	28
8.1.3	Asuinpaikka	29
8.2	Lähiopetuksen määrä kuukaudessa.....	30
8.3	Yöpyminen lähiopetuksen aikana	31
8.4	Vastaajien aiemmat yöpymiset hostelleissa.....	32

8.5	Mitä kautta vastaajat saavat tietoa majoitusyrityksistä?	34
8.6	Hostel Riverin opiskelija-alennus	35
8.7	Asiat, jotka ovat tärkeitä hostellimajoituksessa	35
8.8	Muut palvelut, joita asiakkaat toivoisivat hostellimajoituksessa	37
8.9	Varausjärjestelmät	38
8.10	Porin majoitusyritykset	39
9	TUTKIMUSTULOSTEN YHTEENVETO	41
10	TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS	43
11	POHDINTA	45
	LÄHTEET	48
	LIITTEET	

1 JOHDANTO

Tämän opinnäytetyön aihe saatiin syyskuussa 2012, jolloin tutkimuksen tekijä otti yhteyttä porilaiseen majoitusyrittäjään, Hostel Riveriin, ja tarjoutui tekemään yritykselle kyselyn aikuisopiskelijoille. Sirkka-Liisa Peni, joka on Hostel Riverin omistaja ja tämän opinnäytetyön toimeksiantaja, antoi opinnäytetyölle aiheen ja kohderyhmän. Aloimme yhdessä kehitellä kyselylomakkeessa kysyttäviä kysymyksiä ja pyrin selvittämään, mitkä olivat tärkeimpiä asioita, joita Sirkka-Liisa Peni haluaa kyselyssä saada selville. Peni halusi saada tietää, kuinka paljon Porissa opiskelevilla aikuisopiskelijoilla on tarpeita väliaikaiselle hostellimajoitukselle, miten heille tulisi markkinoida, ja mitkä ovat tälle kohderyhmälle tärkeitä asioita majoituksessa. Työ oli ajankohtainen ja tarpeellinen, sillä opiskelijat ja aikuisopiskelijat ovat käyttäneet paljon Hostel Riverin palveluita ja lisäksi Hostel Riverille ei ole aiemmin tehty minkäänlaisia tutkimuksia.

Tässä tutkimuksessa käsitellään yrityksen markkinointia, hyvän kyselylomakkeen edellytyksiä, E-lomakkeen käyttämistä, sekä lyhyesti aikuisopiskelua. Lisäksi selvitetään, mikä on kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä sekä tutustutaan Hostel Riverin sekä Suomen Retkeilymajajärjestön toimintaan. Itse kyselylomake löytyy liitteestä yksi.

Tutkimus suoritettiin kvantitatiivista tutkimusmenetelmää käyttäen, ja sähköinen kyselylomake lähetettiin sähköpostitse 249:lle Satakunnan ammattikorkeakoulun (myöhemmin SAMK) aikuisopiskelijalle ajanjaksolla 3.12.2012 – 17.12.2012. Kyselylomake lähetettiin aikuisopiskelijoille SAMKin sähköpostiosoitteisiin, jotka löytyivät ryhmätunnusten kautta. Sähköpostin mukana oli linkki E-lomake-sivustolle, jossa vastaajat pääsivät täyttämään lomakkeen. Vastauksia saatiin yhteensä 70 kappaletta, ja vastausprosentti oli 28,11%. Tuloksien avulla tutkitaan, onko aikuisopiskelijoilla tarvetta hostellimajoitukselle, mitkä asiat ovat heille tärkeitä hostellimajoituksessa, miten heille tulisi markkinoida ja miten Hostel River voisi kehittää toimintaansa.

2 TYÖN TAVOITE, RAJAUS JA TUTKIMUSONGELMA

Halusin tehdä opinnäytetyöni pienemmälle porilaiselle majoitusyritykselle, koska suuremmille paikallisille yrityksille (esim. Sokos Hotel Vaakuna ja Yyterin kylpylä-hotelli) on jo tehty melko paljon opinnäytetöitä. Otin yhteyttä Hostel Riverin omistajaan, Sirkka-Liisa Peniin, joka innostuikin ideasta tehdä opinnäytetyö hostelille. Uskon, että opinnäytetyöstäni on paljon hyötyä kyseiselle yritykselle, ja opinnäytetyöni avulla Sirkka-Liisa Peni pystyy kehittämään majoitustoimintaansa tulevaisuudessa.

Hostellin omistaja haluaa saada lisätietoa Porissa koulua käyvistä aikuisopiskelijoista ja heidän majoitustottumuksistaan ja -tarpeistaan. Opiskelijoista on tullut Hostel Riverille melko suuri asiakassegmentti, ja tällaiselle tutkimukselle olisi tällä hetkellä tarvetta. Monet aikuisopiskelijat asuvat opintojensa ajan muualla kuin Porissa ja matkustavat Poriin lähiopetuksensa ajaksi, jota on yleensä pari kertaa kuukaudessa. Hostel Riveristä onkin tullut kätevä ja edullinen majoitusvaihtoehto myös tälle asiakassegmentille.

Käytän opinnäytetyössäni kvantitatiivista tutkimusmenetelmää, sillä aion tehdä Hostel Riverille sähköisen aikuisopiskelijakyselyn, joka jaetaan opiskelijoille seuraaviin SAMKin aikuiskoulutusohjelmiin: Kuntoutusohjaus ja –suunnittelu (Pori) sekä Vanhustyö (Pori). Lisäksi kyselylomake lähetetään seuraaviin ylemmän AMK-tutkinnon koulutusohjelmiin: Yrittäjyys ja liiketoimintaosaaminen (Pori), Hyvinvointiteknologia (Pori), sekä Kuntoutus (Pori ja Turku).

Valitsin juuri nämä koulutusohjelmat sen vuoksi, että kyseisissä koulutusohjelmissä on lähiopetusta vain noin 2-4 kertaa kuukaudessa, joten nämä opiskelijat ovat ideaalisia tutkimuskohteita. Koulutukset sisältävät myös paljon monimuoto-opetusta, jolloin kontaktitunteja ei välttämättä ole paljoakaan. (Satakunnan ammattikorkeakoulun www-sivut 2012.) Ylemmän AMK:n opiskelijat ovat myös sopivia tutkimuskohteita, koska he ovat myös ns. aikuisopiskelijoita ja heillä ei ole paljon lähiopetusta, joten he saattaisivat tarvita väliaikaista majoitusta.

Tässä opinnäytetyössä käsitellään kyselylomakkeen suunnittelemista ja toteuttamista, kvantitatiivisen tutkimuksen tekemistä, markkinointia kohderyhmälle, E-lomaketta, aikuisopiskelua, sekä kyselylomakkeen vastausten analysointia. Olen valinnut nämä aiheet, koska ne liittyvät tämän opinnäytetyön tekemiseen ja auttavat muokkaamaan kyselylomakkeen kysymyksiä. E-lomakkeen käyttöä käsitellään melko laajasti sen takia, että Sirkka-Liisa Peni voisi mahdollisesti hyödyntää tulevaisuudessa E-lomakkeen kaltaista työkalua oman yrityksensä kehittämisessä.

Työn tavoitteena on saada tietää, kuinka suuri tarve aikuisopiskelijoilla on väliaikaiselle majoitukselle, miten tälle asiakassegmentille tulisi markkinoida ja mitä yrityksen tulee kehittää toiminnassaan, jotta aikuisopiskelijat löytäisivät hostellin ja viihtyisivät siellä. Mikäli kyselyn avulla huomataan, että aikuisopiskelijoilla ei ole tarvetta väliaikaiselle majoittumiselle, auttaa se Hostel Riveriä kohdistamaan markkinointiansa muille kohderyhmille.

3 YRITYSESITTELY: HOSTEL RIVER

Hostelli on majoitusliike, jossa painotetaan edullisuutta, välittömyyttä, siisteyttä ja turvallisuutta. Huonekoot vaihtelevat yhden hengen huoneista kuuden-kaheksan hengen yhteishuoneisiin, mutta varsinkin uusimmissa hostelleissa on myös yhden-neljän hengen huoneita. Useimmiten suihkut ja wc:t ovat käytävillä. Tyypillisesti hostelleissa on itsepalvelukeittiö ja vaatteidenpesumahdollisuus sekä säilytystilaa matkatavaroille. Yöpymisen hinta vaihtelee, mutta yhteismajoitushuoneessa vuodepaikan hinta on keskimäärin 20€, pienemmissä huoneissa hinta on korkeampi. (Suomen Retkeilymajajärjestön www-sivut 2012.) Hostellitoiminta alkoi vuonna 1909 Saksassa ja alkoi leviää muualle Eurooppaan varsin nopeasti. Vuonna 1932 perustettiin Kansainvälinen hostellijärjestöjen liitto IYHF. (Hostelliviestin www-sivut 2010.)

Hostel River sijaitsee Porin Karjarannassa aivan Kirjurinluodon kupeessa. Sirkka-Liisa Peni perusti Hostel Riverin vuoden 2011 toukokuussa, joten yritys on vielä suh-

teellisen nuori. Peni halusi ryhtyä yrittäjäksi majoitusalaan ja idea hostellin perustamisesta tuli hänen pojaltaan, joka oli tutustunut hostelleihin interrail-matkallaan Itä-Euroopassa. Peni matkusti Keski-Eurooppaan ja tutustui paikallisiin hostelleihin saadakseen ideoita omaan majoitustoimintaansa. (Hostelliviestin www-sivut 2011.) Sirkka-Liisa Peni hoitaa majoitusyritystään yksin ja on Hostel Riverin ainoa työntekijä. Suomen Retkeilymajajärjestö valitsi Hostel Riverin vuoden 2013 hostelliksi (Hostelliviestin www-sivut 2011).

Hostel River tekee yhteistyötä pienempien porilaisyriyten kanssa. Hostel Riverin muita yhteistyökumppaneita ovat Porin Seudun Matkailu Oy Maisa sekä Suomen Retkeilymajajärjestö. Hostel Riverin löytää myös Facebook-yhteisöpalvelusta. (Hostel Riverin www-sivut 2012.)

3.1 Majoitustilat ja palvelut

Hostel Riverissä on yhteensä 38 vuodepaikkaa (10 huonetta), jotka jakautuvat yhden neljän hengen huoneiksi. Buffet-aamiainen, lakanat ja pyyheliinat sisältyvät hintaan. Hostellissa on myös yhteistiloja, mm. asiakaskeittiö, jossa on tarjolla kahvia ja teetä (itsepalveluna) ja olohuone, jossa on TV sekä ilmainen internet. Yhteiset WC:t ja suihkutilat sijaitsevat käytävällä. Asiakkailla on myös mahdollisuus vuokrata auto, vene tai polkupyörä. Ilmaiset autopaikat löytyvät talon edestä ja pihalta. Hostel River tarjoaa lisäksi hyvät kokouksetilat 40 henkilölle tarvittavine välineistöineen. (Suomen Retkeilymajajärjestön www-sivut 2012.)

Esimerkkejä Hostel Riverin majoitushinnoista: yhden hengen yksityishuone (aamiainen sisältyy hintaan) maksaa 45€, ja kahden hengen yksityishuone maksaa 70€. Vuodepaikka (ei aamiaista) naisten kolmen hengen huoneessa maksaa 30€, ja vuodepaikka miesten kolmen hengen huoneessa maksaa myös 30€. (Hostel Riverin www-sivut 2012.)

3.2 Asiakkaat

Hostel Riverin asiakaskunta koostuu enimmäkseen suomalaisista asiakkaista. Opiskelijat ovat myös yksi suurimmista asiakasryhmistä. Jotta nähtäisiin, kuinka suuren osuuden opiskelijat muodostavat Hostel Riverin majoitustoiminnassa, seuraavassa on tilastotietoa:

Taulukko 1. Hostel Riverin majoittujamäärät ja osuudet lokakuu 2011 – syyskuu 2012. Huom! Ammattiin liittyvät majoittajat sisältävät myös opiskelijat.

Suomalaisia oli 1489, heistä vapaa-aikaa 425 ja ammattiin liittyen 1065.
Ulkomaalaisia oli 468, heistä vapaa-aikaa 159 ja ammattiin liittyen 309.
Ulkomaalaisten osuus oli 24 % ja suomalaisten 76 %.

(Peni, S. 27.9.2012. Henkilökohtainen tiedonanto.)

Hostel River on ottanut opiskelija-asiakaskuntansa huomioon myös antamalla heille opiskelija-alennusta. Näyttämällä opiskelijakorttia, joka on varustettu Suomen Retkeilymajajärjestön logolla, saa 10%:n alennuksen koko majoituksesta (Peni, S. 27.9.2012. Henkilökohtainen tiedonanto).

4 KVANTITATIIVINEN TUTKIMUS JA PERUSTELUT TUTKIMUSMENETELMÄN VALINNALLE

Kvantitatiivinen tutkimus tarkoittaa määrällistä tutkimusta, jossa kerätään tutkimusaineistoa kyselylomakkeen, systemaattisen havainnoinnin tai valmiiden rekistereiden ja tilastojen käytön avulla. Tässä tutkimuksessa on valittu tutkimusmenetelmäksi kyselylomake. Määrällisessä tutkimuksessa tutkimuskohteiksi soveltuvat ihmiset ja kulttuurituotteet, eli kaikki ihmisen tuottamat teksti- ja kuva-aineistot. (Vilka 2005, 73.)

4.1 Määrällinen tutkimus

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa yleistetään asioita, ja perusideana on kysyä pieneltä joukolta tutkimusongelmaan liittyviä kysymyksiä. Tämän pienen joukon, jota kutsutaan myös otokseksi, edellytetään edustavan koko joukkoa. Täten voidaan katsoa, että myös tutkimustulokset edustavat koko joukkoa. (Kananen 2008, 10.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käsitellään mittauksen tuloksia tilastollisilla menetelmillä. Mittaukset tarkoittavat havaintoyksiköiden määrää, ja kvantitatiiviseen tutkimukseen tarvitaan ”riittävä” määrä havaintoyksiköitä, jotta tulokset olisivat luotettavia. Tulokset täytyy myös pystyä siirtämään koskemaan koko perusjoukkoa. (Kananen 2008, 10.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen pohjana on positivismi, joka pyrkii objektiiviseen ja absoluuttiseen totuuteen. Positivismissa korostetaan myös tiedon perustelua, luotettavuutta ja yksiselitteisyyttä. Positivismi perustuu mittaamiseen, jolla pyritään tuottamaan luotettavaa, perusteltua ja yleistettävää tietoa. (Kananen 2008, 10.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen lähtökohtana on tutkimusongelma, johon haetaan vastausta tai ratkaisua. Tutkimusongelman ratkaisemiseksi tarvitaan tietoa, jonka määrittämisen jälkeen valitaan, mistä tieto hankitaan ja miten se kerätään. Kun on ratkaistu, mitä tietoa tarvitaan, voidaan siitä johtaa kysymykset. Kysymykset ovat mittareita, joiden avulla selvitetään tutkittavaa ilmiötä. (Kananen 2008, 11-12.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa käsitteet pitää määritellä niin, että niitä voidaan mitata. Mittaaminen tehdään mittayksiköllä varustetulla mittarilla. Mittayksikköinä käytetään lukuja, joilla mitataan ilmiötä. Lukuja, jotka saadaan mittauksen tuloksena, käsitellään tilasto-ohjelmalla. Kvantitatiivisen tutkimuksen oleellisin käsite on muuttuja, eli se ominaisuus, jota mitataan. Muuttujia ovat esim. ikä, sukupuoli ja pituus. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa muuttuja eli mittari muutetaan kysymykseksi. Muuttuja auttaa mm. täsmentämään tutkittavaa ilmiötä ja pitämään analyysissä erillään erilaiset ilmiöt ja käsitteet. (Kananen 2008, 16-19.)

Kvantitatiivisen tutkimuksen avulla kerätään numeerista tietoa. Tutkijan tulee osata tulkita kyselylomakkeen numeerista tietoa, ottaen huomioon virhemarginaalin. Tutkijan tulee myös osata tunnistaa muuttujien välisiä suhteita, testata hypoteeseja ja teorioita, ja tehdä johtopäätöksiä, jotka perustuvat saatuihin tuloksiin. (Grix 2010, 118.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tulee ottaa huomioon se, että otosjoukko ei välttämättä vastaakaan todellista kohderyhmää, jolloin saadut tuloksetkin ovat virheellisiä. Otoksen valinta ei kvantitatiivisessa tutkimuksessa useinkaan onnistu, joten tähän tulee kiinnittää huomiota. Tutkijan pitää myös muistaa koko ajan tarkkailla työn luotettavuutta eli reliabiliteettia ja pätevyyttä eli validiteettia. (Kananen 2008, 13.)

4.2 Perustelut tutkimusmenetelmän valinnalle

Valitsin tähän opinnäytetyöhön kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän, koska mielestäni kyselylomakkeen avulla saataisiin luotettavimmat tutkimustulokset tähän aiheeseen liittyen. Numeerisen tiedon saaminen on tässä tapauksessa paras tapa tutkia aikuisopiskelijoiden tarvetta väliaikaiselle majoitukselle.

Kyselylomakkeen sähköinen muoto oli melko selvä asia alusta asti kohderyhmää miettien. Paras tapa tavoittaa monen eri koulutusohjelman opiskelijat on käyttää sähköpostia. Paperinen kyselylomake ei mielestäni olisi kovin järkevä valinta, koska ongelmia tulisi niin jakelussa kuin kohderyhmän tavoittamisessakin. Lisäksi sähköpostitse lähetettävä kyselylomake on helppo lähettää, sillä SAMKin sähköpostin osoitteisto etsii nopeasti kaikki valitut ryhmät ja tämä tekee sähköpostin lähettämisestä todella nopeaa ja helppoa.

E-lomakkeen valinta kyselylomakkeen muodoksi oli myös melko helppo valinta. Itselleni on usein tullut sähköpostitse viestejä, joissa opiskelijat pyytävät vastaamaan kyselylomakkeisiin, ja viesteissä on ollut linkki E-lomake-sivulle. Tämä on vaikuttanut todella kätevältä tavalla toteuttaa kysely, joten aloin itsekin tutkia E-lomaketta ja tämän järjestelmän käyttöä. E-lomake-järjestelmä vaikutti todella helppokäyt-

töiseltä ja lisäksi olin vaikuttunut siitä, että E-lomakkeen kautta saa siirrettyä kyselylomakkeen vastaukset suoraan Excel-muotoon. Uskoin tämän helpottavan vastausten analysointiosuutta huomattavasti.

5 SUOMEN RETKEILYMAJAJÄRJESTÖ JA MARKKINOINTI

Suomen Retkeilymajajärjestö (myöhemmin SRM) on erittäin tärkeä järjestö varsinkin suomalaisille hostelleille. SRM asettaa hostelleille standardeja ja laadullisia velvollisuuksia sekä auttaa hostelleja tavoittamaan asiakkaansa niin omien internet-sivujensa kautta kuin hihostels.com-varausjärjestelmän kautta. SRM auttaa hostelleja myös markkinoinnissa, mutta hostellien tulee hoitaa markkinointiaan muillakin tavoilla. (Suomen Retkeilymajajärjestön www-sivut 2012.)

5.1 Suomen Retkeilymajajärjestö

Suomen Retkeilymajajärjestö perustettiin vuonna 1935 usean nuoriso-, liikunta- ja retkeilyjärjestön toimesta. Mallia otettiin Keski-Euroopasta ja tavoitteena oli kehittää Suomeen edullisia majoituspalveluja tarjoava verkko, joka olisi osa kansainvälistä retkeilymajajärjestelmää. Nykyään 46 valtakunnallista nuoriso-, opiskelija-, liikunta-, ammatti-, eläkeläis- ja matkailujärjestöä kuuluvat SRM:n jäseniin. SRM:llä on edustajisto, joka käyttää ylintä päätäntävaltaa. Tämä edustajisto valitsee hallituksen, joka on toimeenpaneva elin. (Suomen Retkeilymajajärjestön www-sivut 2012.)

53 suomalaista hostellia kuuluvat SRM-verkostoon, mukaan lukien Hostel River. SRM on tehnyt näiden hostellien kanssa yhteistoimintasopimuksen, joka asettaa perusvaatimukset toiminnalle ja tiloille sekä määrittää hostellien toimintaperiaatteet. Eurohostel, Stadion Hostel Helsingissä, sekä Finnhostel Lappeenrannassa ovat SRM:n omia hostelleja. (Suomen Retkeilymajajärjestön www-sivut 2012.)

SRM kuuluu kansainväliseen Hostelling International-majoitusverkostoon, joka koostuu noin neljästä tuhannesta hostellista noin yhdeksässäkymmenessä maassa.

SRM-verkoston kuuluvat hostellit saavat jäsenyydestä paljon etuja ja hyötyjä. Kyseiset hostellit saavat esimerkiksi käyttää rekisteröityä Hostelling International-logoa, SRM-tunnusta sekä eri sopimuksesta rekisteröityä Finnhostel / retkeilyhotellinimeä. Kuuluessaan SRM-verkoston, hostelli liitetään myös SRM:n ehdotuksesta kansainväliseen hihostels.com-varausjärjestelmään, jonka kautta asiakkaat voivat helposti tehdä ennakkovarauksen haluamaansa hostelliin. Myös Hostel River kuuluu tähän varausjärjestelmään. (Suomen Retkeilymajajärjestön www-sivut 2012.)

SRM auttaa myös markkinoinnissa ja tiedotustoiminnassa internetissä. SRM:llä on omat internet-sivustonsa, jonka kautta voi tutustua jokaiseen verkostoon kuuluvaan hostelliin. Tällä sivustolla julkaistaan myös tietoa hostellien matkailupaketeista ja uutisista. Sivuston kautta pääsee myös hihostels.com-varausjärjestelmään, jossa jokaisella hostellilla on oma sivu englanniksi, saksaksi, ranskaksi, espanjaksi, japaniksi, portugaliksi ja kiinaksi. Tällä varausjärjestelmä-sivustolla on päivittäin 38 000 kävijää. SRM:n internet-sivujen kautta pääsee myös hostelliviesti.fi-sivustolle, jossa on kirjoituksia hostelleista, matkailusta ja matkakohteista. SRM löytyy myös Facebookista. (Suomen Retkeilymajajärjestön www-sivut 2012.)

Kuuluessaan SRM-verkoston hostellilla on erilaisia velvollisuuksia. Hostellissa täytyy olla vähintään neljäkymmentä vuodepaikkaa, siellä tulee olla yhteistiloja asiakkaille ja hostellin tulee täyttää SRM:n laatuvaatimukset. Laatuvaatimuksissa on neljä tasoa: hyvätasoiset hostellit, keskitasoiset hostellit, perustasoiset hostellit ja korphostellit. Luokitus perustuu mm. huoneisiin, palveluihin ja yleisiin tiloihin. Hyvätasoisissa hostelleissa, eli neljän tähden hostelleissa, on mm. yli 40 vuoteen vuodekapasiteetti, vastaanotto, joka on auki klo 7.00-24.00 ja asiakkaiden käytettävissä oleva internet-yhteys. Keskitasoisissa hostelleissa, eli kolmen tähden hostelleissa, on mm. vastaanotto, joka on auki vähintään klo 8.00-10.00 ja 17.00-22.00, sekä yhteismajoituksen lisäksi 1-2 hengen huoneita. Perustasoisissa, eli kahden tähden hostelleissa, on mm. vastaanotto, jossa on rajoitetut aukioloajat, sekä majoitus on yleensä isoissa, jaetuissa huoneissa. Korphostelleissa on muun muassa alle 25 vuodepaikkaa, eikä siellä ole sähköä tai vesijohtovettä. (Suomen Retkeilymajajärjestön www-sivut 2012.)

5.2 Markkinointi kohderyhmälle

Hostellit ovat yleensä melko pieniä yrityksiä, joiden tärkein tapa tavoittaa kohdeasiakkaat on markkinointi. Hostellit houkuttelevat reppumatkaajia ja lähinnä nuoria ihmisiä, tosin nykyään hostellien asiakaskunta on selvästi laajentunut. Hostel Riverin kaltaisen yrityksen tulisikin miettiä, mikä olisi paras tapa markkinoida yritystä kohderyhmälle, tässä tapauksessa siis nuorille ihmisille, opiskelijoille, kotimaisille asiakkaille, jotka matkustavat työnsä takia sekä ulkomaalaisille asiakkaille.

Yrityksen menestyksen avain ovat asiakkaat ja kyky tunnistaa heidän todelliset tarpeensa. Kun yritys tyydyttää nämä tarpeet, asiakkaat ovat valmiita maksamaan heidän päättämänsä käyvän markkinahinnan. Asiakkaiden tarpeiden tyydyttämiseen liittyvät tuhannet asiat kuuluvat markkinointiin, joka on hyvin laaja käsite ja kaikista yrityksen toiminnoista tärkein. (Rissanen 2005, 50.)

Markkinointi tarkoittaa toimintaa, joka tähtää asiakkaan tarpeiden tyydytykseen palvelu- tai tavaratuotteella vaihdannan avulla. Suomessa markkinoinnin teoria-perusta on melko tuntematon ja markkinointi yritetään usein korvata sen osatoiminnoilla: mainonnalla. Yrityspuolella markkinointia käytetään esim. silloin, kun myynti laskee dramaattisesti, kehitetään uusi palvelukeskeinen asiakasajattelu tai asiakkaiden ostotottumukset muuttuvat. Markkinoinnin merkitys on kaikin tavoin suuri, sillä sen avulla tunnistetaan tarpeita ja kohdennetaan sen tyydytykseen sopiva tavara- tai palvelutuote. (Rissanen 2005, 51-52.)

Oleellinen osa yrityksen markkinointia on hinnoittelu. Hinnan tulee olla sellainen, että kohderyhmä hyväksyy sen, sillä liian matala tai liian korkea hinta ehkäisee tuotteen ostohalukkuutta. Hinnoittelussa on otettava myös huomioon kuluttajan tarpeet ja tottumukset sekä kilpailijoiden hinnoittelutekniikat ja –strategiat. (Raatikainen 2008, 148.) Hostel Riverissä hinta-laatusuhde on kohdillaan ja hinnat ovat melko edullisia, mutta hotelliyön hinta Porissa ei ole paljonkaan kalliimpi kuin hostellimajoituksen hinta. Mikäli asiakkaat puntaroivat hotellimajoituksen ja hostellimajoituksen välillä, he luultavasti valitsevat hotellin, sillä hintaero ei ole kovin suuri. Hostel Riverin

tulisikin panostaa yrityksensä markkinointiin, jotta hostelli tulisi asiakkaille tutuksi majoitusvaihtoehdoksi.

Nykyaikana yksi tärkeimmistä markkinointikeinoista on internet. “Internet mahdollistaa läheisen yhteistyön asiakkaan kanssa ja johtaa asiakaskeskeisyyteen” (Rissanen 2005, 71). Internetin avulla voidaan myös hoitaa jälkimarkkinointia ja kehittää ydinpalvelun ympärille lisäpalveluita. Www-sivut ovat yritykselle hyvin tärkeät ja niiden luomisessa ja kehittämisessä täytyy aina pitää mielessä asiakkaan näkökulma. (Rissanen 2005, 71.) Hostel River on panostanut internet-sivuihinsa todella paljon; ne ovat helppokäyttöiset, toimivat ja ulkoasultaan laadukkaat. Hostel Riverin löytää myös nopeasti Google-hakukoneen kautta, esimerkiksi jos hakusanaksi laittaa “majoitus Pori”, mainosten jälkeen ensimmäinen hakutulos on Porin Seudun Matkailu Oy Maisan internet-sivut, joiden kautta löytyy myös linkki Hostel Riverin internet-sivuille.

Yksi osa markkinointia on mainonta. Yritykset käyttävät mainontaa, kun ne haluavat tehdä yritystään tunnetuksi, kohentaa asemaansa markkinoilla, lisätä tuotteiden menekkiä tai nostaa tuotteiden hintaa. Mainonnalla täytyy kuitenkin olla selkeä tavoite, jotta se hyödyttää yritystä. Nämä tavoitteet voivat olla esimerkiksi valitun asiakasryhmän huomion herättäminen, halutun mielikuvan aikaansaaminen, tunnettuuden lisääminen tai yrityksen imagon kohottaminen. Mainontaa voidaan toteuttaa muun muassa päivälehtien, television, radion, suoramainonnan tai internetin kautta. (Rissanen 2005, 74-76.) Hostel River on mainonnassaan keskittynyt lähinnä internetiin, mikä onkin kätevin keino tavoittaa hostellin kohdeasiakkaat. Hostel River voisi kuitenkin panostaa mainontaan vielä enemmän, esimerkiksi televisio- tai radiomainonnan kautta tai julkaisemalla mainoksia koulujen lehdissä.

Hostel River on hyödyntänyt markkinoinnissaan myös muita porilaisia yrityksiä. Hostel River tekee yhteistyötä pienien porilaisyritysten, kuten Ravintola Andalucian ja Kaupunkikahvila Brunssin kanssa (Hostel Riverin www-sivut 2012). Yhteistyö paikallisten yritysten kanssa on varsinkin pienille yrityksille erittäin tehokas markkinointikeino.

6 AIKUISOPISKELUN NYKYTILA JA TULEVAISUUS

Seuraavat tiedot perustuvat Tilastokeskuksen tekemään aikuiskoulutustutkimukseen, joka on tehty vuonna 2006. Tilastokeskus on tehnyt aikuiskoulutustutkimuksia jo vuodesta 1980. Näissä tutkimuksissa selvitetään aikuisväestön oppimista, koulutukseen osallistumista sekä osaamista. Uusin tutkimus on tehty vuonna 2012, mutta tuon tutkimuksen tuloksia ei ole vielä julkaistu. (Suomen virallinen tilasto 2013.)

6.1 Yleistä tietoa aikuiskoulutuksesta

Vuonna 2006 aikuiskoulutukseen osallistui yli 1,7 miljoonaa henkeä, eli puolet 18-64 vuotiaasta väestöstä. Aikuiskoulutuksella tarkoitetaan erityisesti aikuisia varten järjestettyä koulutusta. 1980-1990 lukujen taitteessa sekä 2000-luvulle tultaessa aikuiskoulutukseen osallistuminen lisääntyi huomattavasti, mutta nyt kasvu on pysähtynyt. (Suomen virallinen tilasto 2013.)

Vuonna 2006 naiset osallistuivat aikuiskoulutukseen selkeästi enemmän kuin miehet. Tosin jo vuodesta 1980 lähtien naisten ja miesten välinen ero aikuiskoulutukseen osallistumisen suhteen on ollut vähintään 10 prosenttiyksikköä naisten eduksi. 25-54-vuotiaat osallistuivat eniten aikuiskoulutukseen. 18-24-vuotiaiden osallistumisaktiivisuus on laskenut vuosina 2000-2006. (Suomen virallinen tilasto 2013.)

Yleisimmät sisällöt aikuiskoulutuksessa vuonna 2006 olivat liiketalous, oikeustieteet, sekä koulutukset, jotka liittyivät turvallisuusalaan, palveluihin sekä harrastuksiin. Tietotekniikan opiskelu on huomattavasti vähentynyt. Palkansaajista noin 60 prosenttia osallistui työnantajan tukemaan koulutukseen vuonna 2006. (Suomen virallinen tilasto 2013.)

Satakunnassa aikuiskoulutusta tarjoavat muun muassa seuraavat oppilaitokset: Sataedu – Satakunnan koulutuskuntayhtymä, WinNova – Länsirannikon koulutus Oy, Satakunnan ammattikorkeakoulu, Huittisten ammatti- ja yrittäjäopisto sekä Porin Yliopistokeskus (Satakunnan www-sivut 2009).

6.2 Aikuisopiskelun kehitys

Vuonna 2000 noin 54 prosenttia työikäisistä (18-64 vuotiaista) suomalaisista koki tarvitsevänsä lisäkoulutusta, mutta vuonna 2006 samainen luku oli noin 43 prosenttia. Ammatillisen lisäkoulutuksen tarve on siis huomattavasti vähentynyt niiden kuuden vuoden aikana. Vaikka lisäkoulutuksen tarve onkin vähentynyt, useampi kuin kuusi kymmenestä työikäisestä suomalaisesta arvioi lisäkoulutuksen auttavan heitä urakehityksessä ja uuden työpaikan saamisessa. (Suomen virallinen tilasto 2013.)

Vuonna 2006 lisäkoulutusta kaivattiin eniten liiketalous- ja oikeustieteiden alalla, sekä tekniikan, tuotannon, rakentamisen, sekä tietotekniikan aloilla. Joka kolmas työikäinen suomalainen oli kiinnostunut vapaa-aikaan tai harrastuksiin liittyvästä koulutuksesta. Tämä tarve oli samalla tasolla myös vuonna 2000. Vapaa-aikaan tai harrastuksiin liittyvää koulutusta kaipasivat eniten naiset, yrittäjät, kaupunkimaisissa kunnissa asuvat ihmiset, pitkän pohjakoulutuksen omaavat ihmiset sekä toimihenkilöt. (Suomen virallinen tilasto 2013.)

7 KYSELYLOMAKKEEN LAATIMINEN JA JAKAMINEN

Kyselylomaketta on hyvä käyttää silloin, kun kysely jaetaan suurelle ja hajallaan olevalle joukolle ihmisiä. Ideointivaiheessa täytyy varmistaa, että tutkittava asia on testattavissa ja mitattavissa. (Vilka 2005, 74, 81.) Kaikkein tärkein asia kvantitatiivisessa tutkimuksessa on kyselylomakkeen suunnittelu, jonka perustana on tutkimussuunnitelma. Kyselylomakkeessa tulisikin kysyä vain niitä asioita, joita tutkija on tutkimussuunnitelmassaan kertonut mittaavansa. (Vilka 2005, 84.)

7.1 Hyvän kyselylomakkeen edellytykset

Kyselylomakkeen suunnittelussa on monia erilaisia vaiheita. Tutkijan tulee muun muassa tietää, mitä informaatiota hän kyselyn avulla hakee, päättää kysymyksien sisältö, suunnitella kyselylomake niin, että vastausprosentti on mahdollisimman

korkea, päättää kysymysten rakenne ja järjestys, suunnitella kyselylomakkeen ulkoasu ja testata lomake ennen sen varsinaista lähetystä. (Malhotra 2010, 336.)

Kyselylomaketta suunnitellessa, tutkijan tulee tietää mihin kysymyksiin hän on etsimässä vastauksia. On hyvä määritellä ensin taustamuuttujat, kuten esimerkiksi sukupuoli, asuinpaikka ja koulutus, joilla on vaikutusta tutkittaviin asioihin. Kyselylomakkeessa voidaan kysyä kysymyksiä joko monivalintakysymyksinä, avoimina kysymyksinä tai sekamuotoisina kysymyksinä. (Vilkkä 2005, 84, 86.)

Monivalintakysymysten muoto on vakioitu ja vastaajille annetaan valmiit vastausvaihtoehdot. Avoimissa kysymyksissä ideana on saada mahdollisimman spontaaneja vastauksia ja vastauksia ei juurikaan rajata. Sekamuotoisissa kysymyksissä on annettu vastausvaihtoehtoja, mutta mukana on myös yksi tai useampi avoin kysymys. Tämän tyyppinen kysymys on hyvä silloin, kun tutkija ei ole varma tunteeeko hän kaikkia vastausvaihtoehtoja. (Vilkkä 2005, 86, 87.)

Tutkijan tulee tuntea kohderyhmä, jotta hän voi muotoilla kysymykset vastaajille tutulla tavalla. On myös tärkeää käyttää sanoja hyvin yksiselitteisesti. Kysymyksien tulee olla järkevissä järjestyksessä, sillä se helpottaa vastaamista. Kysymyksissä kannattaa yleensä edetä yksittäisistä asioista yleisiin tai päinvastoin. Kysymyksistä kannattaa myös muodostaa kokonaisuuksia asiasisältöjen perusteella. (Vilkkä 2005, 87.)

On tärkeää lähettää kyselylomake muutamalle henkilölle ennen kuin se varsinaisesti lähetetään vastaajille, sillä tämä auttaa tutkijaa näkemään jos kyselylomakeessa on virheitä tai ongelmia. Henkilöiden, joille kysely lähetetään kokeilumielessä, tulisi olla samaa kohderyhmää kuin kyselyn kohderyhmä. Kun korjaukset on tehty kyselylomakkeeseen, tulisi kyselylomake lähettää eri henkilöille. Näin kyselylomakkeesta saadaan mahdollisimman luotettava. (Malhotra 2010, 354.)

7.2 E-lomake

E-lomake on Eduix Oy:n ohjelmistotuote. Vuonna 1996 perustettu Eduix Oy on tehnyt omaa ohjelmistotuotantoa ja kehittänyt useita erilaisia ohjelmistoja, mm. E-lomakkeen. E-lomaketta käyttävät useat yliopistot, ammattikorkeakoulut, kaupungit, kunnat ja yritykset. Ohjelmiston käyttäjämäärä on tällä hetkellä kymmenissä tuhansissa. (Eduix Oy:n www-sivut 2012.) Seuraavassa on ohjeita E-lomakkeen käyttöön, joiden mukaisesti loin myös oman kyselylomakkeeni.

7.2.1 Yleistä tietoa E-lomakkeesta

E-lomake on ollut asiakkaiden käytössä jo vuodesta 1997. Uusin E-lomakeversio on E-lomake 3. E-lomake 3 on selainkäyttöinen ohjelmisto, joka auttaa määrittelemään ja julkaisemaan erilaisia verkkolomakkeita ja käsittelemään niihin tulleita vastauksia. Vastaukset ja niistä saadut tiedot pystytään siirtämään taulukkolaskenta- ja tilasto-ohjelmistoihin, kuten Exceliin. Vastaajien tai vastausten lukumäärää ei ole rajoitettu, joten ohjelmisto tukee todella isoja vastausmääriä. (E-lomakkeen www-sivut 2009.)

Satakunnan ammattikorkeakoulun E-lomakkeelle pystyy kirjautumaan omilla koulun antamilla tunnuksilla. Kun E-lomakkeelle kirjautuu, avautuu näkymä etusivulle. Etusivulla näkyy käsittelyvaiheessa olevat tehtävät, sekä välilehdet, jotka ovat: "lomakkeet", "uusi lomake", "asetukset", "ryhmät", "ohjeet", sekä "kirjaudu ulos". (E-lomakkeen www-sivut 2009.)

Lomakkeet-välilehdellä on kaikki lomakkeet, jotka käyttäjä on luonut. Tämän välilehden kautta voi hallinnoida lomakkeen julkaisua ja julkisuudesta poistamista, muokata olemassaolevia lomakkeita, luoda kopioita lomakkeista sekä tarkastella tallennuksia. Asetukset-välilehdellä voi muokata omia tietoja ja muuttaa salasanaa. Ryhmät-välilehden kautta voi tallentaa E-lomakkeelle erilaisia ryhmiä ja kutsua heidät täyttämään lomakkeen. Ohjeet-välilehdeltä löytyvät E-lomakkeen käyttö-ohjeet, sekä käyttäjätuen yhteystiedot. (E-lomakkeen www-sivut 2009.)

7.2.2 Lomakkeen luominen

Uusi lomake luodaan klikkaamalla “Luo uusi lomake”-linkkiä kotisivulla. Lomakkeen muokkaamisen voi aloittaa heti ja muutokset tallentuvat lomakkeelle sitä mukaan kun lomaketta muokkaa. Muokkaus onnistuu klikkaamalla sinistä ympyrää, joka on jokaisen kentän ja otsikon vieressä. Lomakkeella on oletusotsikko, joka kannattaa muuttaa heti klikkaamalla sinistä ympyrää. Lisäksi lomakkeelle voidaan antaa nimi, joka näkyy vain ylläpitäjille. (E-lomakkeen [www-sivut 2009.](#))

Kun luodaan uutta lomaketta, oikeassa laidassa näkyy kaksi välilehteä: “Lomake” ja “Kentät”. Näiden välilehtien avulla lomake muokataan julkaisukuntoon. Ylälaidassa on myös linkki “Esikatselu”, jonka avulla voidaan nähdä, miltä valmis lomake tulee näyttämään. Lomakkeen voi luoda missä tahansa järjestyksessä, mutta lomakkeen luomisessa on kolme vaihetta:

- 1) Lomakkeen rakenteen luominen
- 2) Lomakkeen asetusten muokkaaminen
- 3) Lomakkeen julkaisu

(E-lomakkeen [www-sivut 2009.](#))

7.2.3 Lomakkeen rakenteen luominen

Lomakkeen rakenne luodaan lisäämällä lomakkeeseen kenttiä, se onnistuu klikkaamalla “Kentät”-välilehdellä halutun kenttätyyppin nimeä. Monissa kenttätyypeissä voi valita erikseen näkyvän arvon ja valinnan arvon. Esimerkiksi lomakkeen täyttäjä näkee arvot “Erittäin hyvä”, “Hyvä” ja “Tyydyttävä”, kun taas valinnan arvot ovat raportissa “1”, “2” ja “3”. E-lomakkeen kenttätyyppit ovat: “Tekstikenttä”, “Pudotusvalikko”, “Valintaruuturyhmä”, “Tekstikenttätaulu”, “Tekstialue”, “Valintaruutu”, “Radionapit” sekä “Seliteteksti”. (E-lomakkeen [www-sivut 2009.](#))

Tekstikenttä on yhden rivin pituinen, ja se sopii esimerkiksi yhteystietojen keräämiseen. Pudotusvalikossa / alasetelaatikossa on valmiit vaihtoehdot. Valinta-

ruuturyhmä sisältää rastitettavia kenttiä, joista vastaaja valitsee useita vaihtoehtoja tai ei yhtään vaihtoehtoa. Tekstikenttätaulun avulla muodostetaan Excel-tyyppinen näkymä, jossa riveillä ja sarakkeilla on otsikot. Tekstialue sopii vastauksille, jotka ovat hieman pitempiä. Valintaruutu on yksittäinen kenttä, joka rastitetaan. Radio-napit ovat hyvä valinta, kun halutaan vastaajan arvioivan jotakin asiaa jollakin asteikolla (esim. “Erittäin hyvä”, “Hyvä”, “Tyydyttävä” jne.). Selitetekstin avulla lomakkeen luoja voi antaa vastaajalle lisätietoja ja ohjeita. (E-lomakkeen www-sivut 2009.)

Yhteen kenttäryhmään voidaan lisätä monta eri kenttää, jotka liittyvät samaan aiheeseen. Kenttiä ja kenttäryhmiä voidaan lomaketta luodessa siirrellä helposti vetämällä valittua kohdetta ylös- tai alaspäin, ja niitä voidaan myös helposti poistaa painamalla punaista rastia, joka on jokaisen kentän otsikon vieressä. (E-lomakkeen www-sivut 2009.)

7.2.4 Lomakkeen asetusten muokkaaminen

Lomakkeen asetusten muokkaaminen on myös melko helppoa, asetuksia voidaan muokata “Lomake”-välilehden kautta. Välilehdeltä löytyvät tärkeimmät asetukset ovat: “Lomakkeen tekstit”, “Rinnakkaislomakkeet”, ”Palaute”, “Ulkoasu”, “Oikeudet”, “Riippuvuudet” ja “Tallennus ja tiedostot”. (E-lomakkeen www-sivut 2009.)

Lomakkeen tekstejä asettaessa voidaan määrittää lomakkeen nimi, joka näkyy vain ylläpitäjälle, otsikko, joka näytetään vastaajille lomakkeen otsikkona, johdanto, alkuteksti ja lopputeksti. Rinnakkaislomakkeen avulla voidaan luoda lomakkeesta eri kieliversioita ja ohjeistaa lomakkeen täyttö eri ryhmille eri tavoin. Palautetta asettaessa määritetään millaisen www-sivun ja tekstin lomakkeen täyttäjä näkee vastausten lähettämisen jälkeen. Ulkoasua muokatessa voidaan päättää lomakkeen esitystapa, määritellään tyyli ja lomakkeen ja kenttien mitat. Oikeuksien asettaminen on tärkeää; sen avulla valitaan lomakkeen ylläpitäjät, sekä käyttäjät, jotka voivat lukea lomakkeen raportteja. (E-lomakkeen www-sivut 2009.)

7.2.5 Lomakkeen julkaisu

Lomakkeet-välilehdellä nähdään kaikki luodut lomakkeet ja lomakkeet, joihin käyttäjällä on käyttöoikeus. Lomakelistauksesta nähdään lomakkeen otsikko, lomakkeen www-osoite, lomakkeen muokkaus, kopiointi ja poistaminen, sekä lomakkeen tila. (E-lomakkeen www-sivut 2009.)

Lomakkeen tila on joko “Ei käytössä”, “Käytössä” tai “Julkisessa käytössä”. “Ei käytössä” tarkoittaa, että lomaketta ei ole julkaistu ja lomakkeen voi nähdä vain ne henkilöt, jotka ovat kirjautuneet lomakkeelle ja joilla on siihen määritetyt oikeudet. Tässä tilassa lomakkeelle ei voi tehdä tallennuksia. “Käytössä” tarkoittaa, että kaikki ne, jotka ovat kirjautuneet E-lomakkeelle ja joilla on oikeus lomakkeelle näkevät lomakkeen. Kirjautuneet käyttäjät voivat tehdä tallennuksia lomakkeelle. “Julkisessa käytössä” tarkoittaa, että kuka tahansa voi tehdä lomakkeelle tallennuksen, jos tietää lomakkeen www-osoitteen. Lomakkeen tilaa voi muuttaa koska tahansa valitsemalla “tila”-riviltä linkkiä “muuta”. Lisäksi “Ajastus”-linkistä voidaan määrittää ajanjakso, jolloin lomake on julkinen. (E-lomakkeen www-sivut 2009.)

Lomake voidaan lähettää vastaajille suoraan E-lomakkeen kautta “Ryhmät”-välilehden kautta tai sähköpostitse liittämällä viestiin lomakkeen www-osoite. Ryhmäkutsua käytettäessä luodaan uusi ryhmä, lisätään ryhmän sähköpostiosoitteet ja lähetetään kyseiselle ryhmälle kutsu täyttämään lomake. (E-lomakkeen www-sivut 2009.) Itse lähetin vastaajille sähköpostitse lomakkeen www-osoitteen, koska minusta se oli kätevämpää. SAMK:in sähköpostia käyttäen löysin nopeasti kaikkien ryhmien tunnukset ja pystyin lähettämään sähköpostin halutulle kohderyhmälle.

7.2.6 Raportointi ja tietojen siirto Excelille

Kun lomake on julkaistu, ja sille tulee vastauksia, ylläpitäjä pääsee katsomaan raporttia. “Lomakkeet”-sivulle tulee tässä vaiheessa uusi kohta nimeltään “Tallennuksia”, jossa on myös linkki “n kpl”, jota klikkaamalla pääsee tarkastelemaan raporttia. Raporttinäkymässä voidaan tarkastella kaikkia lomakkeelle tulleita

vastauksia, muokata ja poistaa tallennuksia, viedä tallennuksia esimerkiksi Excelliin ja tehdä kuvaajia eli graafeja. (E-lomakkeen www-sivut 2009.)

Perusraporttinäkyvässä nähdään kaikki tallennukset, ja niiden vieressä vasemmalla puolella on ikoneita, joiden avulla voidaan käsitellä yksittäistä tallennusta. Näiden ikonien kautta pääsee muokkaamaan ja poistamaan tallennusta, ja voidaan myös nähdä jos tallennus on keskeneräinen. Jokaisen kentän yläpuolella on hakukenttä, jonka avulla voidaan rajata tietoja ja tehdä laskutoimituksia. Hakukenttiin voidaan laittaa matemaattisia funktioita, joiden avulla saadaan yhteenvetoja tietyistä kentistä. Funktioita ovat muun muassa: “@@min – pienin arvo”, “@@max – suurin arvo”, “@@avg – keskiarvo”. (E-lomakkeen www-sivut 2009.)

Tallennusten tietoja voidaan ladata käyttäjän omalle tietokoneelle xls- tai sav-tiedostona Excel- tai SPSS-ohjelmalla (Excel-tyyppinen tilasto-ohjelma) käsiteltäväksi. Lataus käy helposti painamalla raporttisivulla näkyvää Excel- tai SPSS-painiketta. (E-lomakkeen www-sivut 2009.)

Radionappi-, valintaruutu- ja pudotusvalikko-tyyppisillä kentillä saatuja tietoja voidaan havainnollistaa myös graafisesti. Raporttisivulla on näiden kenttien sarakeotsikoissa linkki graafiseen esitykseen. Painamalla linkkiä nähdään vastauksien absoluuttinen ja suhteellinen jakauma. Oletuksena sivulla on sektoridiagrammi png-muotoisena kuvana. Tietoja voidaan myös ristiintaulukoida valitsemalla “Ristiintaulukointi”-sivulla kentät, joita halutaan ristiintaulukoida toistensa suhteen. Jakauma- ja ristiintaulukointigraafit, absoluuttisina tai suhteellisina, voidaan tallentaa omalle koneelle painamalla “Absoluuttinen-” tai “Suhteellinen”-painiketta ja lataamalla kuva. (E-lomakkeen www-sivut 2009.)

7.3 Tutkimuksessa käytetyn kyselylomakkeen laatimisprosessi

Laadin kyselylomakkeen kysymykset yhteistyössä Sirkka-Liisa Penin kanssa. Kyselylomakkeen tärkeimmiksi teemoiksi muodostuivat vastaajien mielipiteet tärkeimmistä asioista hostellimajoituksessa, vastaajien aiemmat kokemukset hostelleista, vastaajien yöpymispaikka lähiopetuksen aikana, mainonta ja varaus-

järjestelmät. Lähdin suunnittelemaan kyselylomaketta näiden teemojen pohjalta ja lisäsin lomakkeeseen kysymykset taustatiedoista (ikä, sukupuoli, asuinpaikka). Tämän jälkeen lähetin Sirkka-Liisa Penille alustavan version lomakkeesta.

Alustavassa versiossa oli kysymys siitä, mikä olisi sopiva hinta yhdeltä hostelliöltä. Päädyimme kuitenkin poistamaan kysymyksen, koska useimmat vastaajat luultavasti valitsisivat halvimman hintavaihtoehdon, joten vastauksista ei olisi suurta hyötyä. Kohdassa 6., jossa kysytään vastaajien aikaisempia kokemuksia hostelleista, oli pieni informatiivinen teksti hostelleista, ja Peni halusi lisätä tähän kohtaan hieman enemmän tekstiä. Asuinpaikkaan liittyviä vaihtoehtoja oli aluksi mm. Pori, Harjavalta, Rauma, muu Satakunta, muu Suomi yms., mutta Peni halusi laajentaa näitä vaihtoehtoja muotoon: Satakunta / Varsinais-Suomi, Pohjanmaa, Uusimaa yms.

Peni halusi myös saada tietää, ovatko opiskelija-alennukset tärkeitä asiakkaille, joten tein kysymyksen: ”Onko mielestänne tärkeää, että majoituksesta saa opiskelija-alennusta?” Penin ehdotuksesta päädyimme muuttamaan kysymyksen muotoon: ”Tiesittekö, että Hostel Riveristä saa opiskelija-alennusta?” Suunnittelin myös kysymyksen, jossa kysytään tärkeimmistä asioista hostellimajoituksessa, ja laadin kysymykseen eri vastausvaihtoehtoja. Peni ehdotti vielä muutamaa lisäystä vaihtoehtoihin, jotta saataisiin mahdollisimman monesta eri asiasta mielipiteitä.

Ehdotin yhdeksi kysymykseksi jonkinlaista vertailevaa kysymystä Hostel Riverin ja toisen porilaisen hostellin, Hostel Buiston välillä, mutta Peni halusi ennemminkin saada tietää vastaajien mielipiteitä muista porilaisista majoitusyrityksistä. Laadin kysymyksen, jossa pyysin vastaajia valitsemaan annetuista vaihtoehdoista kolme tunnetuinta porilaista majoitusyritystä. Penin pyynnöstä muutin tämän kysymyksen niin, että sen avulla saadaan selville, missä yrityksissä vastaajat ovat aiemmin yöpyneet, ja mitä mieltä he olivat näistä majoitusyrityksistä. Tämän kysymyksen avulla Peni saisi tietää, mihin asioihin majoituksessa kannattaa panostaa, ja mitä Hostel River voisi kehittää omassa toiminnassaan.

Tein kyselylomakkeesta kaiken kaikkiaan kolme versiota. Sirkka-Liisa Penin apu kyselylomaketta suunnitellessa oli korvaamaton, sillä hänellä oli erittäin hyviä ideoita ja pyrin parhaani mukaan tekemään kyselylomakkeesta sellaisen, jonka avulla

hän saisi hyödyllisiä vastauksia. Lopullisesta kyselylomakkeesta tuli erittäin hyvä, ja sain mahdutettua kyselylomakkeeseen kaikki asiat, joita Peni toivoi. Kyselylomakkeessa oli monipuolisesti monivalintakysymyksiä, avoimia kysymyksiä ja sekamuotoisia kysymyksiä. Pyrin kyselylomaketta tehdessäni siihen, että kysymykset ovat erilaisia ja mielenkiintoisia.

7.4 Kyselylomakkeen jakaminen

Kyselylomake lähetettiin yhteensä seitsemään SAMKin koulutusohjelmaan. Ennen kyselylomakkeen varsinaista lähettämistä lähetin lomakkeen sähköpostitse kahdelle ystävälleni, jotka ehdottivat muutamaa parannusehdotusta lomakkeeseen. Tehtyäni korjaukset lomakkeeseen aloin lähettää itse lomaketta vastaajille. Vastausaikaa oli 3.12.2012 – 17.12.2012 välinen aika. AMK-tutkintojen aikuiskoulutuspuolelle kyselylomake lähetettiin Kuntoutuksen ohjauksen ja –suunnittelun koulutusohjelmaan (yhteensä 41:lle opiskelijalle) sekä Vanhustyön koulutusohjelmaan (yhteensä 49:lle opiskelijalle). Ylempien AMK-tutkintojen puolelle kyselylomake lähetettiin Yrittäjyyden ja liiketoimintaosaamisen koulutusohjelmaan (yhteensä 71:lle opiskelijalle), Hyvinvointiteknologian koulutusohjelmaan (yhteensä 40:lle opiskelijalle) sekä Kuntoutuksen koulutusohjelmaan (yhteensä 25:lle opiskelijalle).

10.12.2012 mennessä vastauksia oli tullut vain noin kuusikymmentä kappaletta, joten lähetin sähköpostia uudelleen edellämainituille ryhmille, jossa pyysin vielä niitä ihmisiä vastaamaan kyselyyn, jotka eivät olleet vielä niin tehneet. Lisäksi lähetin kyselyn Ylemmän AMK:n puolelle Automaatioteknologian (yhteensä neljälletoista opiskelijalle) sekä Merenkulun hallinnon (yhteensä yhdeksälle opiskelijalle) koulutusohjelmiin.

Kaiken kaikkiaan lähetin kyselylomakkeen 249:lle opiskelijalle. Koska AMK-opiskelijoiden keskuudessa vastausprosentti sähköisiin kyselylomakkeisiin on noin 40% (Tilastokeskuksen www-sivut 2004), laskin, että saisin vastauksia noin 99 kappaletta. Tässä tapauksessa sain kuitenkin vain 70 vastausta, joten tämän kyselyn osalta vastausprosentti oli 28,11%.

8 TUTKIMUSTULOKSET JA NIIDEN ANALYSOINTI

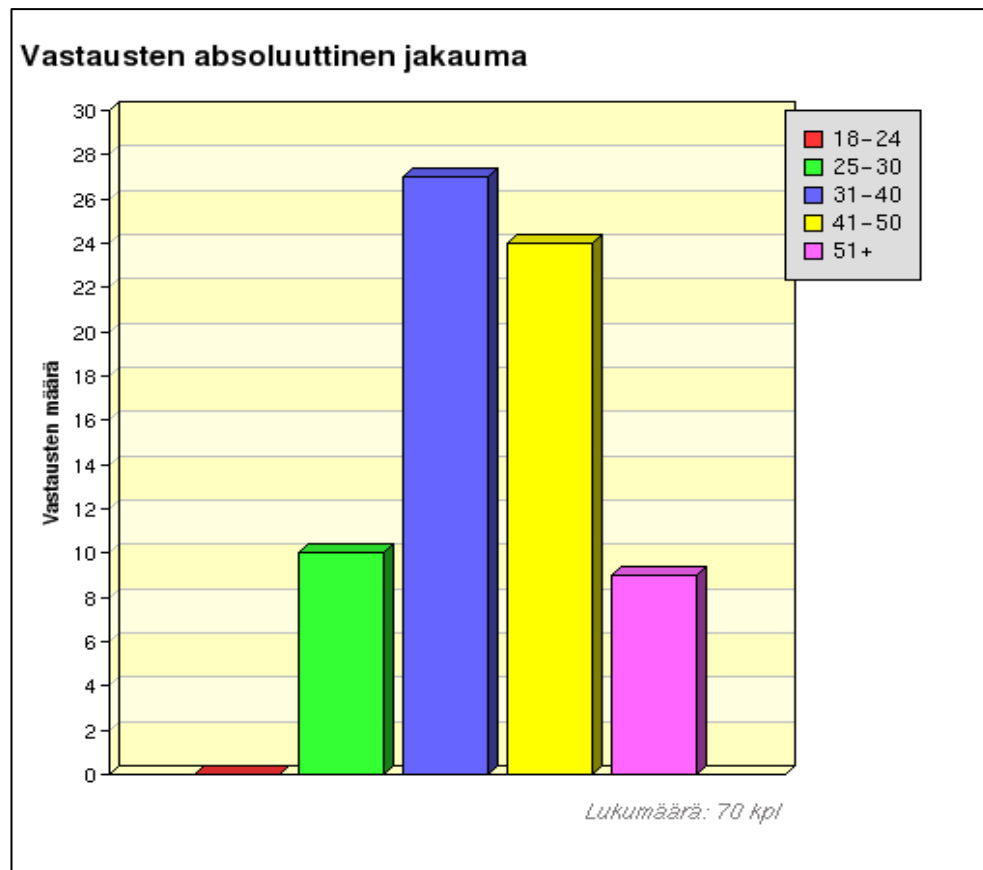
Vastauksia saatiin yhteensä 70 kappaletta, joka on hieman vähemmän kuin mitä toivottiin, mutta vastauksia saatiin kuitenkin riittävästi analysointia varten. Tutkimustuloksien analysoinnissa on käytetty apuna E-lomakkeen kautta saatuja graafisia taulukoita.

8.1 Vastaajien taustatiedot

Vastaajien taustatietoihin kuuluvat ikä, sukupuoli ja asuinpaikka.

8.1.1 Ikä

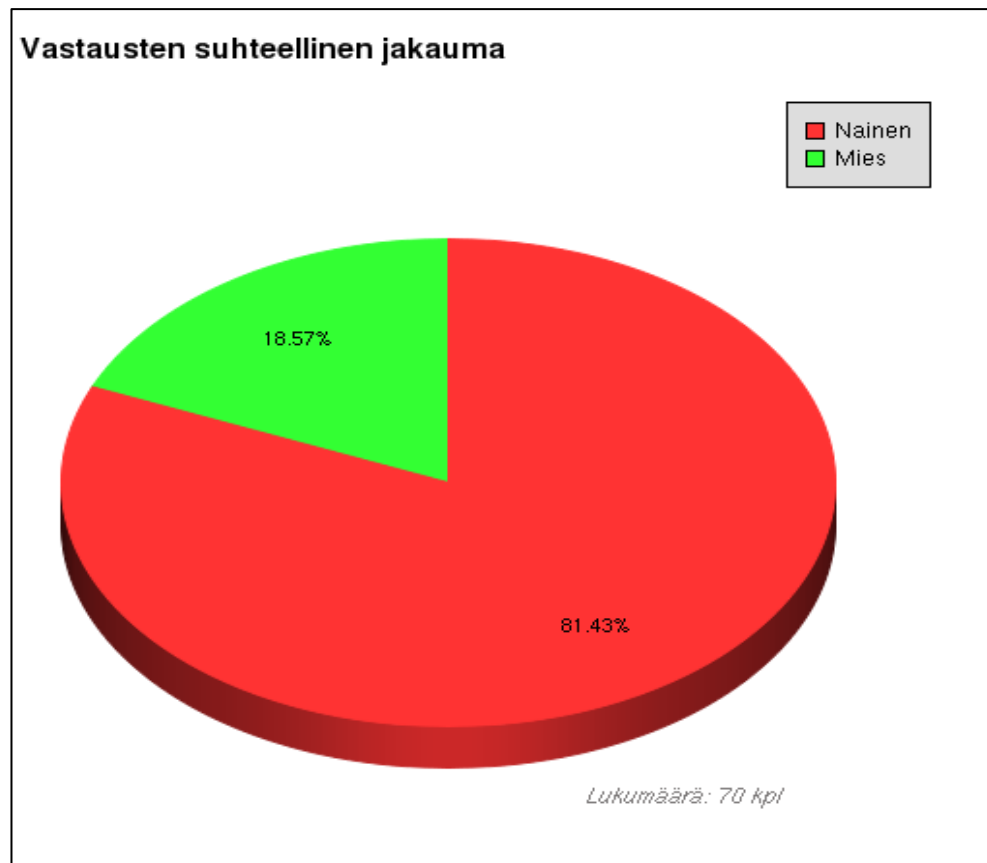
Tutkimusta varten laadin ikäjakaumaluokat seuraavasti: 18-24, 25-30, 31-40, 41-50, 50+. Vastaajista 0% kuului luokkaan 18-24, noin 14% kuului luokkaan 25-30, noin 39% kuului luokkaan 31-40, noin 34% kuului luokkaan 41-50, ja noin 13% kuului luokkaan 50+. Vastaajista suurin osa, eli 73%, oli siis 31-50-vuotiaita. Tämä ei ollut yllättävä tulos, sillä vuoden 2006 aikuiskoulutustutkimuksen mukaan 25-54-vuotiaat osallistuivat eniten aikuiskoulutukseen.



Kuvio 1. Vastaajien ikä.

8.1.2 Sukupuoli

Vastausvaihtoehdot tässä kysymyksessä olivat: mies ja nainen. Vastaajista noin 81% oli naisia, noin 19% oli miehiä. Tämä tulos oli odotettavissa, sillä vuoden 2006 aikuiskoulutustutkimuksen mukaan naiset osallistuivat aikuiskoulutukseen miehiä aktiivisemmin.



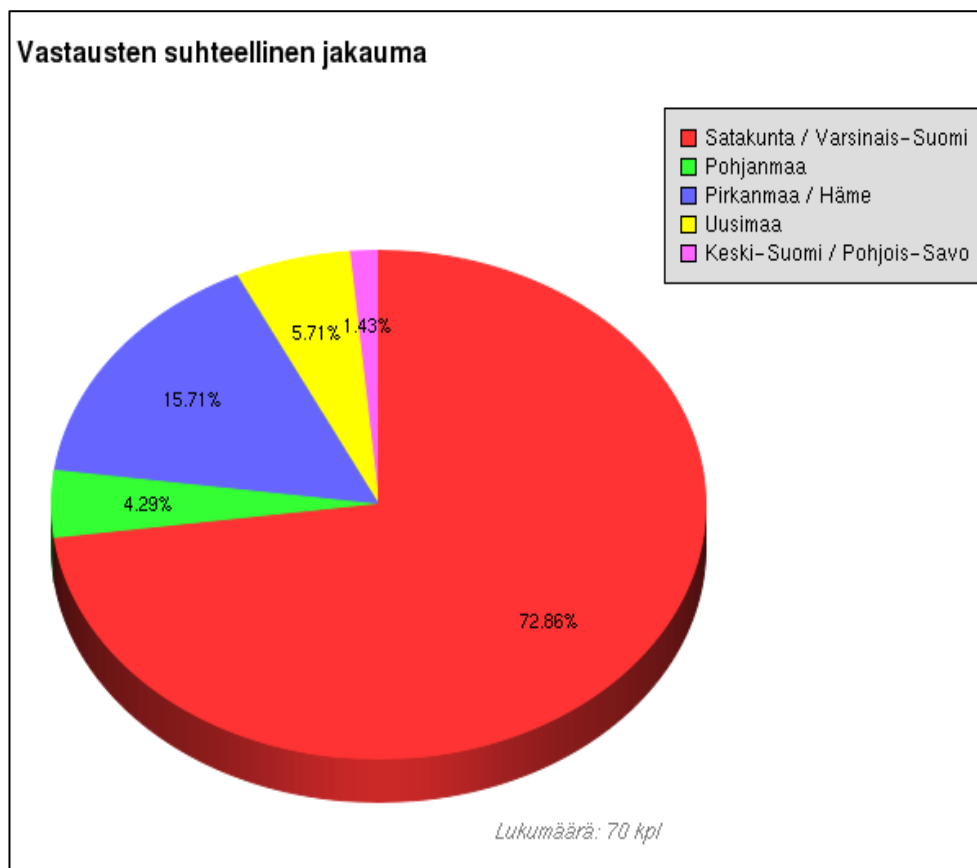
Kuvio 2. Vastaajien sukupuoli.

8.1.3 Asuinpaikka

Tutkimusta varten laadin asuinpaikkaluokat seuraavasti: Satakunta / Varsinais-Suomi, Pohjanmaa, Pirkanmaa / Häme, Uusimaa, Keski-Suomi / Pohjois-Savo, Kymenlaakso / Etelä-Karjala / Etelä-Savo, Kainuu / Pohjois-Karjala, Lappi, sekä Ahvenanmaa.

Vastaajista noin 73% kuului luokkaan Satakunta / Varsinais-Suomi, noin 4% kuului luokkaan Pohjanmaa, noin 16% kuului luokkaan Pirkanmaa / Häme, noin 6% kuului luokkaan Uusimaa, noin 1% kuului luokkaan Keski-Suomi / Pohjois-Savo, ja luokkiin Kymenlaakso / Etelä-Karjala / Etelä-Savo, Kainuu / Pohjois-Karjala, Lappi, sekä Ahvenanmaa kuului 0%.

Huomattavasti suurin osa vastaajista asui Satakunnassa / Varsinais-Suomessa, mikä oli tutkimuksen kannalta hieman huono asia, sillä kyseisellä alueella asuvilla opiskelijoilla on tuskin suurta tarvetta väliaikaiselle majoitukselle. Pirkanmaa / Häme oli toiseksi suurin vastausvaihtoehto.

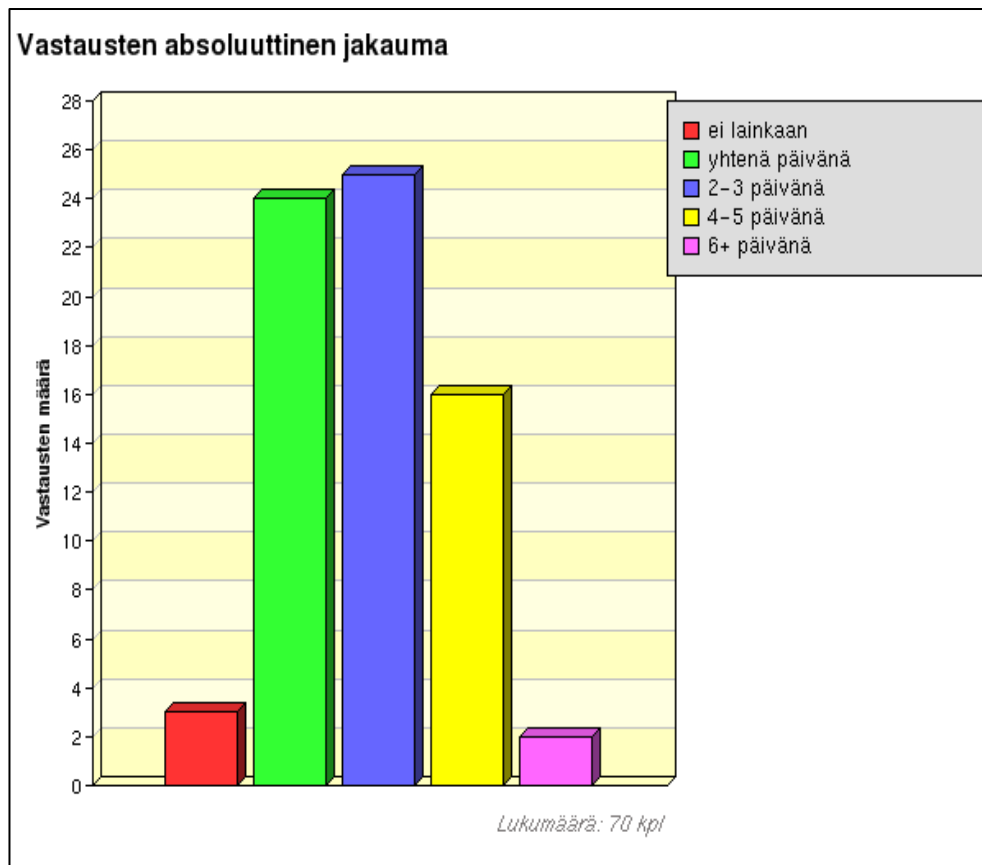


Kuvio 3. Vastaajien asuinpaikka.

8.2 Lähiopetuksen määrä kuukaudessa

Tässä kysymyksessä kysyttiin, kuinka paljon vastaajilla on lähiopetusta kuukaudessa. Tutkimusta varten laadin kysymyksen luokat seuraavasti: ei lainkaan, yhtenä päivänä, 2-3 päivänä, 4-5 päivänä, 6+ päivänä. Noin 4% vastaajista kuului luokkaan ”ei lainkaan”, noin 34% kuului luokkaan ”yhtenä päivänä”, noin 36% kuului luokkaan ”2-3 päivänä”, noin 23% kuului luokkaan ”4-5 päivänä”, ja noin 3% kuului luokkaan ”6+ päivänä”.

Yhteensä 70% vastaajista vastasi, että heillä on lähiopetusta yhtenä päivänä tai kahtena-kolmena päivänä kuukaudessa. Tämä oli odotettavaa, sillä vastaajien valinta perustui siihen, että heillä ei ole paljon lähiopetusta.

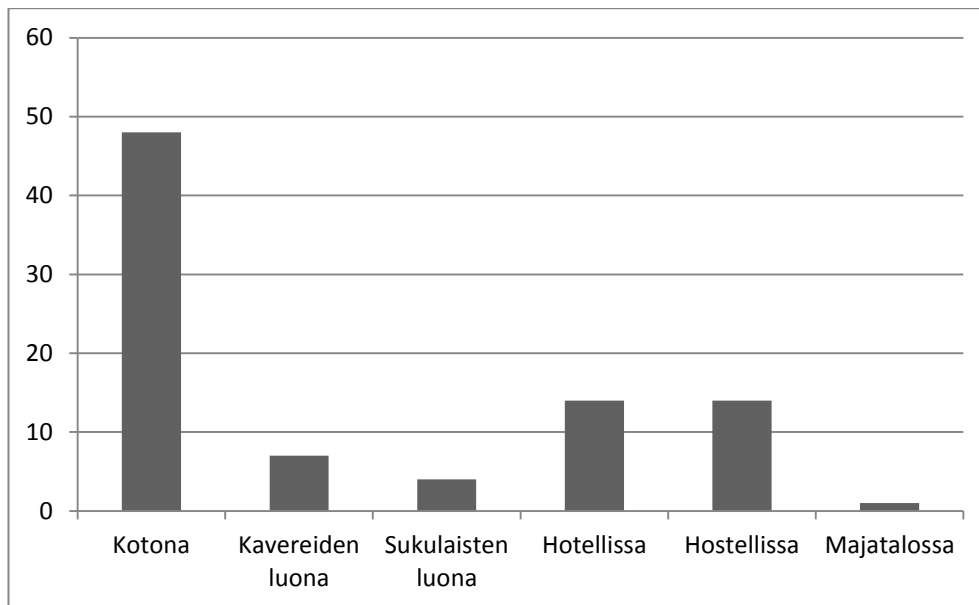


Kuvio 4. Lähiopetuksen määrä kuukaudessa.

8.3 Yöpyminen lähiopetuksen aikana

Tässä kysymyksessä kysyttiin, missä vastaajat yöpyvät lähiopetuksen aikana. Tutkimusta varten laadin kysymyksen luokat seuraavasti: kotona, kavereiden luona, sukulaisten luona, hotellissa, hostellissa, sekä majatalossa. Vastaajista noin 63% kuului luokkaan ”kotona”, noin 9% kuului luokkaan ”kavereiden luona”, noin 5% kuului luokkaan ”sukulaisten luona”, noin 18% kuului luokkaan ”hotellissa”, noin 3% kuului luokkaan ”hostellissa”, ja noin 1% kuului luokkaan ”majatalossa”. Vastauksia tuli yhteensä 76 kappaletta.

Tässä kysymyksessä sai valita useamman kuin yhden vaihtoehdon. Suurin osa vastaajista sanoi, että he yöpyvät lähiopetuksensa aikana kotona, mikä oli odotettavaa ottaen huomioon sen, että useimmat vastaajista ovat Satakunnan ja Varsinais-Suomen alueelta.



Kuvio 5. Yöpyminen lähiopetuksen aikana.

Joku muu, mikä?

”Diakonissalaitoksen soluasunnossa.”

”Motelli.”

”Ei tarvetta yöpymiseen.”

8.4 Vastaajien aiemmat yöpymiset hostelleissa

Seitsemänkymmentä prosenttia vastaajista (49 kpl) vastasi, ettei ole aiemmin yöpynyt hostellissa. Kolmekymmentä prosenttia vastaajista (21 kpl) vastasi yöpyneensä aiemmin hostellissa.

Vastaajat saivat halutessaan perustella lyhyesti, miksi he ovat aiemmin valinneet hostellin majoituspaikakseen. Monet mainitsivat majoittumisen syyksi halvan

hinnan, mistä hostellit useimmiten tunnetaan. Kaikki vastaukset löytyvät liitteestä 2. Vastaajat kommentoivat muun muassa näin:

”Edullinen, tasokas, vaatii valinnan, mutta palkitsee, kotoinen.”

”Hinta.”

”Edullinen, mutta silti viihtyisä ja toimiva majoitusratkaisu (Hostel River nimenomaan).”

”Halpa majoitusvaihtoehto, jos ei kaipaa muuta kuin sängyn ja lämpimän suihkun. Mukava myös, kun on mahdollisuus laittaa pientä purtavaa, jos ei mene ulos syömään.”

”Edullisuus.”

”Hinta-/laatusuhde ok!”

”Olen yöpynyt hostellissa ulkomailla (New Yorkissa). Valitsin hostellin sen edullisen hinnan ja hyvän sijainnin takia. Kyseinen hostelli kuului isoon amerikkalaiseen hostelliketjuun, joten pidin majoitusta myös luotettavana vaihtoehtona.”

Vastaajat saivat halutessaan perustella lyhyesti, miksi he eivät ole aiemmin yöpyneet hostellissa. Vastauksista tuli ilmi se, että monet eivät ole olleet tietoisia hostellitarjonnasta ja eivät edes ole aiemmin ajatelleet hostellia majoitusvaihtoehdoksi. Vastauksissa korostui myös se, että ihmiset kokevat saavansa hotellissa enemmän yksityisyyttä kuin hostellissa. Kaikki vastaukset löytyvät liitteestä 3. Vastaajat kommentoivat muun muassa näin:

”Ei ole ollut tarvetta eikä Suomessa kauheasti ole ollut tarjontaakaan.”

”Hinta ei ole ollut hotelliin verrattuna kovinkaan paljon edullisempi.”

”Ei ole tullut mieleen. Perhe mukana. Mukavuussyyt.”

”Koen saavani hotellissa enemmän yksityisyyttä. Tämä siis mielikuva, koska en ole yöpynyt ikinä hostellissa.”

”En ole ollut tietoinen vaihtoehtoista, hotelli on helppo varata.”

”Hostellin laadullinen maine on mielestäni huonompi kuin hotellin.”

”Hinta lähes sama hotelliyön kanssa ja hotelliin kuuluu aamiainen.”

”Maksan siitä, että saan laadukasta majoituspalvelua sekä asiantuntevaa palvelua.”

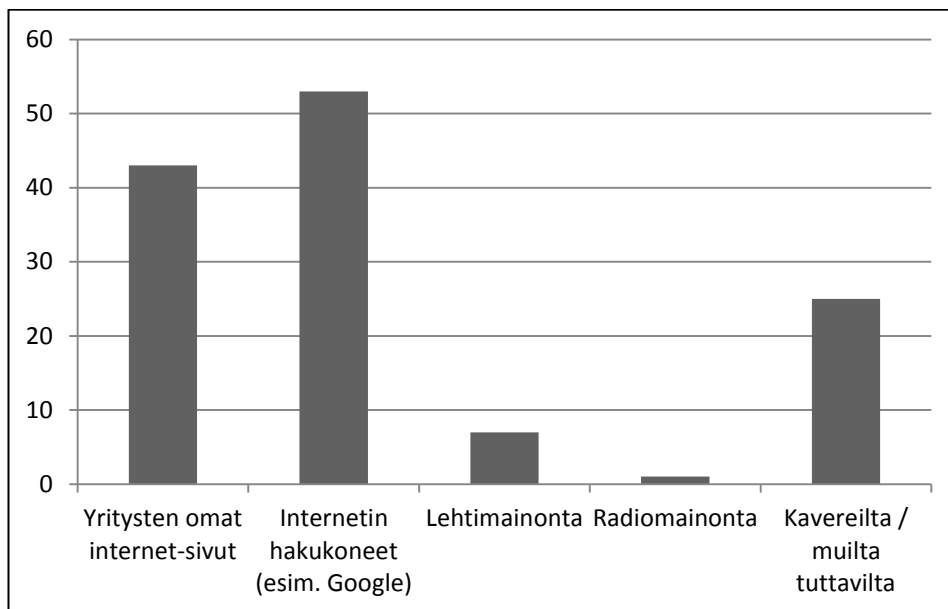
”Ei ole ollut tarvetta ja valitsen mieluummin hotellin. En pidä yhteismajoituksesta vieraiden ihmisten kanssa.”

”Hotellissa yksityisyys ja oma rauha parempi.”

8.5 Mitä kautta vastaajat saavat tietoa majoitusyrityksistä?

Tutkimusta varten laadin kysymyksen luokat seuraavasti: yritysten omat internet-sivut, internetin hakukoneet (esim. Google), lehtimainonta, radiomainonta, sekä kavereilta / muilta tuttavilta. Vastauksia tuli yhteensä 129 kappaletta. Vastaajista noin 33% kuului luokkaan ”yritysten omat internet-sivut”, noin 41% kuului luokkaan ”internetin hakukoneet”, noin 5% kuului luokkaan ”lehtimainonta”, noin 0,8% kuului luokkaan ”radiomainonta”, ja noin 19% kuului luokkaan ”kavereilta / muilta tuttavilta”.

Tässä kysymyksessä vastaajat saivat valita useamman kuin yhden vaihtoehdon. Vastauksista näkee selvästi, että majoitusyrityksen tulisi panostaa omiin verkkosivuihinsa, sekä tehdä yhteistyötä internetin hakukoneiden kanssa. Hostel River on panostanut kumpaankin asiaan.



Kuvio 6. Mitä kautta vastaajat saavat tietoa majoitusyrityksistä?

Joku muu, mikä?

”Työnantajan matkustuspalvelut.”

”Hotellivaraussivustot, Porin matkailun sivustot.”

”Televisiomainonta.”

”Matkailua koskevista lehdistä.”

8.6 Hostel Riverin opiskelija-alennus

Vastaajilta kysyttiin, tietävätkö he, että Hostel Riveristä saa opiskelija-alennusta. Selvästi suurin osa vastaajista ei ollut tietoisia tästä asiasta. Vastaajista noin 94% (66 kpl) vastasi “Ei” ja vastaajista noin 6% (4 kpl) vastasi “Kyllä”. Tämä ei välttämättä tarkoita sitä, että Hostel River ei mainosta opiskelija-alennustaan tarpeeksi, vaan jos vastaajat eivät tunne hyvin koko yritystä, on vaikea tietää myöskään sen palveluita.

8.7 Asiat, jotka ovat tärkeitä hostellimajoituksessa

Tässä kysymyksessä kysyttiin, kuinka tärkeinä vastaajat pitävät joitakin asioita hostellimajoituksessa. Arvioitavat asiat olivat hinta, sijainti, aamiainen sisältyy hintaan, mahdollisuus ostaa aamiainen, ilmainen internet-yhteys, ruuanlaitto-mahdollisuus, olohuone / TV, lukulehdet, pyykinpesumahdollisuus, opiskelija-alennus, henkilökunta koko ajan paikalla ja henkilökunta tavoitettavissa puhelimitse. Edellä mainitut asiat piti arvioida asteikolla “Erittäin tärkeä”, “Melko tärkeä”, “Ei niin tärkeä”, “Ei lainkaan tärkeä” ja “En osaa sanoa”.

Hinta:

Hintaa arvioidessa ei tullut yllätyksiä, sillä suurin osa vastaajista arvioi hinnan olevan hostellimajoituksessa joko “Erittäin tärkeä” tai “Melko tärkeä”. Hostellit ovat yleensä tunnettuja edullisuudestaan.

Sijainti:

Suurin osa vastaajista arvioi sijainnin joko ”Erittäin tärkeäksi” tai ”Melko tärkeäksi”. Tämä ei ollut yllättävä tulos, sillä sijainti on yleensä kaikenlaisissa majoitusvaihtoehtoisissa tärkeä asia.

Aamiainen sisältyy hintaan:

Suurin osa vastaajista piti aamiaisen sisällymistä hintaan joko ”Erittäin tärkeänä” tai ”Melko tärkeänä”. Vaikka hostellimajoituksessa on yleensä mahdollisuus tehdä ruokaa itse, on mielenkiintoista huomata, että suurin osa haluaa silti aamiaisen kuuluvan majoituksen hintaan.

Mahdollisuus ostaa aamiainen:

Suurin osa vastaajista piti mahdollisuutta ostaa aamiainen ”Melko tärkeänä”. Vaikkei aamiainen kuuluisikaan hintaan, vastaajat pitivät tärkeänä, että heillä on mahdollisuus ostaa aamiainen hostellista.

Ilmainen internet-yhteys:

Oli yllättävää, että suurin osa vastaajista vastasi ilmaisen internet-yhteyden olevan ”Ei niin tärkeä”. Tosin vaihtoehdot ”Erittäin tärkeä” ja ”Melko tärkeä” saivat myös kannatusta. Internet-yhteys löytyy nykyään useimmista hotelleista, joten luulisi, että se on tärkeää myös hostellimajoituksessa.

Ruuanlaittomahdollisuus:

Suurin osa vastaajista arvioi ruuanlaittomahdollisuuden olevan joko ”Ei niin tärkeä” tai ”Ei lainkaan tärkeä”. Tämä on jokseenkin yllättävää, sillä monissa hostelleissa on panostettu siihen, että asiakkailta on mahdollisuus laittaa itse ruokaa.

Olohuone / TV:

Suurin osa vastaajista arvioi olohuoneen / TV:n olevan joko ”Melko tärkeä” tai ”Ei niin tärkeä”. On varmasti etu, että hostellissa on jonkinlainen oleskelutila, mutta sen perusteella ei valita hostellia.

Lukulehdet:

Suurin osa vastaajista arvioi lukulehtien olevan joko “Ei niin tärkeä” tai “Ei lainkaan tärkeä”. Lisäpalvelut, kuten mahdollisuus lukea lehtiä, ovat varmasti asiakkaiden mielestä bonusta, mutta tämä ei ole majoituksessa se tärkein asia.

Pyykinpesumahdollisuus:

Suurin osa vastaajista arvioi pyykinpesumahdollisuuden olevan joko “Ei niin tärkeä” tai “Ei lainkaan tärkeä”. Hostellimajoitus on yleensä melko lyhytaikaista, joten silloin ei välttämättä ole niin väliä, pystyykö hostellissa pesemään pyykkiä vai ei.

Opiskelija-alennus:

Opiskelija-alennusta arvioitaessa kaikkia vastausvaihtoehtoja (paitsi “En osaa sanoa”) valittiin tasapuolisesti. Suurin osa vastaajista piti opiskelija-alennusta “Melko tärkeänä”, mutta muutkin vaihtoehdot olivat suosittuja. Joidenkin mielestä opiskelija-alennus on siis hyvinkin tärkeä asia, mutta osalle sillä ei ole paljonkaan merkitystä.

Henkilökunta koko ajan paikalla:

Suurin osa vastaajista arvioi, että on joko “Melko tärkeää” tai “Ei niin tärkeää”, että henkilökunta on koko ajan paikalla hostellimajoituksessa. Missä tahansa asiakas majoittuukin (hotelli, hostelli, motelli jne.), turvallisuudentunne lisääntyy, jos henkilökuntaa on paikalla majoituttaessa.

Henkilökunta tavoitettavissa puhelimitse:

Selkeästi suurin osa vastaajista arvioi, että on joko ”Erittäin tärkeää” tai ”Melko tärkeää”, että henkilökunta on tavoitettavissa puhelimitse. Vaikkei henkilökunta olisi fyysisesti paikalla, on kuitenkin tärkeää, että henkilökunnan saa kiinni tarvittaessa.

8.8 Muut palvelut, joita asiakkaat toivoisivat hostellimajoituksessa

Tässä kysymyksessä kysyttiin: “Mikäli majoittuisitte hostellissa, onko joitain muita palveluita, joita odotatte tai toivotte saavanne?” Mikäli vastaaja vastasi kyllä, he saivat halutessaan kertoa, mitä he toivoisivat. Suurin osa, eli noin 87% vastaajista (61

kpl) vastasi, ettei ole mitään muita palveluita, joita he odottavat tai toivovat saavansa hostellimajoituksessa. Noin 13% vastaajista (9 kpl) vastasivat ”Kyllä”. Nämä vastaajat sanoivat muun muassa toivovansa henkilökunnalta hyvää opastusta ja neuvontaa, sekä ravintolasuosituksia.

Jos vastasitte kyllä, mitä?

”Huoneessa oma suihku ja wc.”

”Missä on suositeltavat ruokapaikat ja nimenomaan paikalliset, ketjut ei kiinnosta.”

”Riippuu tilanteesta, mutta olen esimerkiksi käyttänyt seuraavia palveluita: kaupungin kartta, polkupyörä, tulostaminen. Lukolliset kassien säilytyskaapit / laatikot ovat ehdottoman tärkeitä.”

”Kuuluuko lakanat hintaan vai ei?”

”Parkkipaikka.”

”Hyvä ja mukava vastaanotto tai hyvät opasteet.”

”Mahdollisesti jonkinlaisia teemailtoja / -bileitä, esim kesäaikaan grillibileet. Alennuskuponkeja paikallisiin ravintoloihin.”

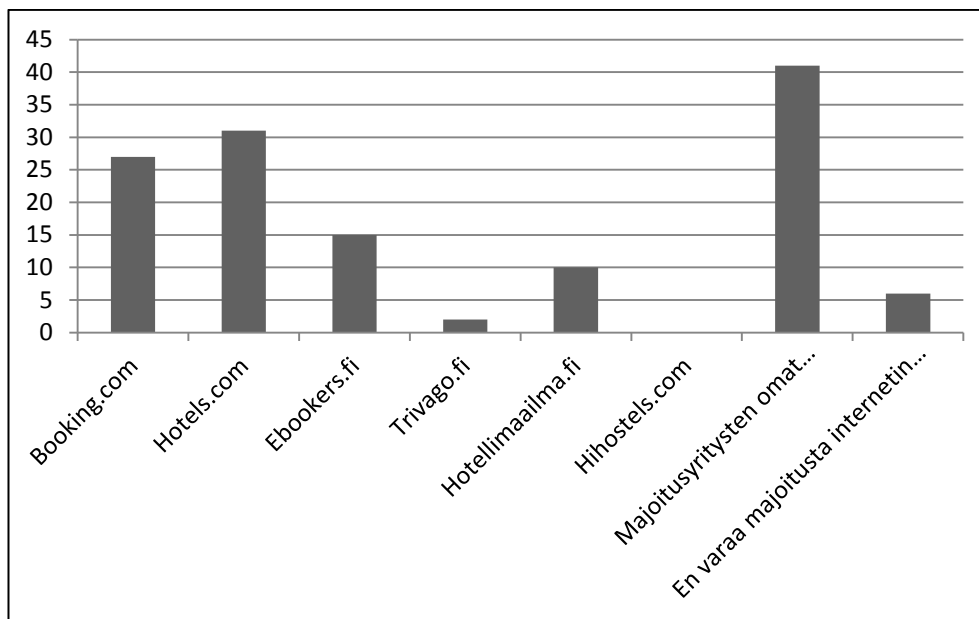
”Sauna.”

”Matkailuneuvontaa henkilökunnalta.”

8.9 Varausjärjestelmät

Tässä kysymyksessä kysyttiin: ”Mikäli varaatte majoitusta internetin kautta, mitä varausjärjestelmää käytätte? Vastaajat saivat valita yhden tai useamman vaihtoehdon. Tutkimusta varten laadin kysymyksen luokat seuraavasti: Booking.com, Hotels.com, Ebookers.fi, Trivago.fi, Hotellimaailma.fi, Hihostels.com, Majoitusyritysten omat internet-sivut, sekä En varaa majoitusta internetin kautta. Vastauksia tuli yhteensä 132 kappaletta. Vastaajista noin 20% kuului luokkaan ”Booking.com”, noin 23% kuului luokkaan ”Hotels.com”, noin 11% kuului luokkaan ”Ebookers.fi”, noin 2% kuului luokkaan ”Trivago.fi”, noin 8% kuului luokkaan ”Hotellimaailma.fi”, 0% kuului luokkaan ”Hihostels.com”, noin 31% kuului luokkaan ”Majoitusyritysten omat internet-sivut”, ja noin 5% kuului luokkaan ”En varaa majoitusta internetin kautta”.

Valitsin vastausvaihtoehdoiksi suosituimpia ja tunnetuimpia internetin varausjärjestelmiä, sekä otin mukaan myös hostellivarausjärjestelmä hihostels.com:in. Suurin osa vastaajista vastasi ”Majoitusyrityksen omat internet-sivut”, ”Booking.com” ja ”Hotels.com”. Hostellivarausjärjestelmää ”Hihostels.com”, jota myös Hostel River käyttää, ei valinnut kukaan. Majoitusyrityksen kannattaa siis ehdottomasti panostaa omiin internet-sivuihinsa ja siihen, että yrityksen internet-sivujen kautta pääsee helposti varaamaan majoituksen.



Kuvio 7. Mikäli vastaajat varaavat majoitusta internetin kautta, mitä varausjärjestelmää he käyttävät?

Joku muu, mikä?

”En ole käyttänyt paljon.”

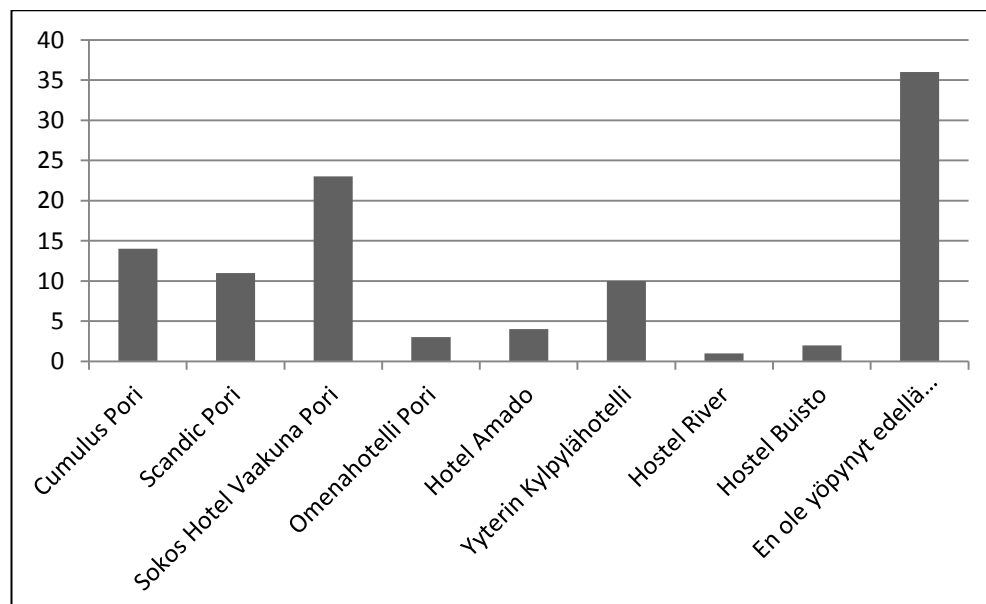
”Soittamalla.”

8.10 Porin majoitusyritykset

Tässä kysymyksessä vastaajat saivat valita annetuista vaihtoehdoista ne majoitusyritykset, joissa he ovat itse yöpyneet. Tässä sai valita useamman kuin yhden vaihtoehdon. Tutkimusta varten laadin kysymyksen luokat seuraavasti: Cumulus Pori, Scandic Pori, Sokos Hotel Vaakuna Pori, Omenahotelli Pori, Hotel Amado, Yyterin

Kylpylähotelli, Hostel River, Hostel Buisto, En ole yöpynyt edellä mainituissa majoitusyrityksissä. Vastauksia tuli yhteensä 104 kappaletta. Vastajista noin 13% kuului luokkaan ”Cumulus Pori”, noin 11% kuului luokkaan ”Scandic Pori”, noin 22% kuului luokkaan ”Sokos Hotel Vaakuna Pori”, noin 3% kuului luokkaan ”Omenahotelli Pori”, noin 4% kuului luokkaan ”Hotel Amado”, noin 10% kuului luokkaan ”Yyterin Kylpylähotelli”, noin 1% kuului luokkaan ”Hostel River”, noin 2% kuului luokkaan ”Hostel Buisto”, ja noin 35% kuului luokkaan ”En ole yöpynyt edellä mainituissa majoitusyrityksissä”.

Valitsin vastausvaihtoehdoiksi tunnetuimpia porilaisia majoitusyrityksiä, sekä molemmat porilaiset hostellit: Hostel Riverin ja Hostel Buiston. Selkeästi suosituimmat vaihtoehdot olivat: ”En ole yöpynyt edellä mainituissa majoitusyrityksissä”, ”Sokos Hotel Vaakuna Pori”, ”Scandic Pori”, ”Cumulus Pori” ja ”Yyterin Kylpylähotelli”. Ei ollut yllättävää, että suurin osa ei ollut yöpynyt missään majoitusyrityksissä, jotka annettiin vaihtoehdoiksi, sillä vastaajista suurin osa asuu Satakunnassa tai Varsinais-Suomessa, joten majoitustarpeita ei ole. Vastajista vain yksi oli yöpynyt Hostel Riverissä, kun taas kilpailevassa yrityksessä, Hostel Buistossa, oli yöpynyt kaksi vastaajaa.



Kuvio 8. Majoitusyritykset, joissa vastaajat ovat yöpyneet.

Vastaajilta kysyttiin myös: Mikäli olette yöpyneet edellä mainituissa majoitusyrityksissä, kertokaa lyhyesti, olitteko tyytyväinen majoitukseen? Jos olitte, miksi? Jos ette olleet, miksi? Tällä haluttiin selvittää, mitkä asiat tekevät asiakkaat tyytyväisiksi ja mistä asioista asiakkaat eivät ole pitäneet. Kaikki vastaukset löytyvät liitteestä 4. Vastaajat kiinnittivät huomiota muun muassa siihen, että öisin kaupungin keskustasta kantautuu melua hotellihuoneisiin, jotka myös sijaitsevat keskustassa. Monien majoitusyritysten aamiaiset keräsivät paljon kiitosta, vastaajat kehuivat myös sitä, että monista hotelleista saa opiskelija-alennusta.

9 TUTKIMUSTULOSTEN YHTEENVETO

Tutkimustuloksista voi päätellä, että SAMKissa opiskelevilla aikuisopiskelijoilla ei ole suurta tarvetta hostellimajoitukselle. Kyselyn avulla saatiin kuitenkin paljon rakentavia vastauksia, joiden avulla Hostel River voi kehittää toimintaansa tulevaisuudessa.

Ottaen huomioon vuoden 2006 aikuiskoulutustutkimuksessa saadut tilastotiedot, joiden mukaan naiset osallistuivat aikuiskoulutukseen huomattavasti aktiivisemmin kuin miehet, ei ollut yllättävää, että tämänkin kyselyn vastaajista suurin osa oli naisia. Oli myös odotettavaa, että suurin osa tähän kyselyyn vastanneista olivat 31-50-vuotiaita, sillä aikuiskoulutustutkimuksen mukaan vuonna 2006 25-54-vuotiaat osallistuivat eniten aikuiskoulutukseen.

Suurin osa tämän kyselyn vastaajista asuu Satakunnassa. Tästä voidaan päätellä, että aikuisopiskelijat asuvat yleensä melko lähellä oppilaitostaan ja täten heillä ei ole tarvetta majoittua mihinkään majoitusyritykseen lähiopetuksensa ajaksi. Useimmat vastaajat kertoivat myös majoittuvansa lähiopetuksensa aikana kotona.

Vastaajista kolmekymmentä prosenttia kertoi yöpyneensä aiemmin hostellissa. Useimmat vastaajat, jotka olivat aiemmin yöpyneet hostellissa kertoivat valinneensa hostellin majoituspaikakseen hinnan vuoksi. Vastaajat kertoivat myös syitä sille,

miksi he eivät ole aiemmin yöpyneet hostellissa. Näissä vastauksissa tuli selkeästi ilmi, että vastaajat eivät ole olleet tietoisia hostellitarjonnasta. Monet myöskin mainitsivat sen, että hostelli ei ole perheille se kaikkein parhain majoitusvaihtoehto. Vastauksissa korostui myös se, että monet kokevat saavansa hotellissa enemmän yksityisyyttä kuin hostellissa ja hintaero ei ole hotellimajoitukseen verrattuna kovinkaan suuri.

Näiden vastausten perusteella Hostel Riverin tulisi panostaa yrityksensä markkinointiin ja korostaa sitä, että Hostel River on laadukas ja perheystävällinen majoitusvaihtoehto, jossa tarjotaan myös asiakkaiden kaipaamaa yksityisyyttä ja omaa rauhaa. Vastauksista tulee selkeästi ilmi, että mainonnan suhteen yrityksen pitäisi panostaa nettisivuihin ja hakukoneisiin, kuten Hostel River onkin tehnyt. Hostel Riverin kannattaisi myös tarkastella muiden porilaisten majoitusyritysten hintoja ja käyttää niitä vertailupohjana omassa hinnoittelussa.

Vastauksien perusteella tärkeimpiä asioita hotellimajoituksessa ovat hinta, sijainti, aamiainen ja se, että henkilökunta on ainakin puhelimitse tavoitettavissa. Muut palvelut hostellissa ovat lisäpalveluita ja tuovat palveluun lisäarvoa. Muita palveluita, joita vastaajat toivoisivat olivat esimerkiksi, sauna, parkkipaikka ja matkailuneuvonta. Nämä kaikki asiat löytyvät Hostel Riveristä.

Internetin varausjärjestelmistä kysyttäessä vastauksista kävi ilmi, että vastaajat käyttävät mieluiten majoitusta varattaessa joko majoitusyrityksen omia internet-sivuja tai sivustoja "Hotels.com" tai "Booking.com". Hostel Riverin omien internet-sivujen kautta pääsee helposti linkkiä seuraamalla varaamaan majoituksen hihostels.com-varausjärjestelmästä. Hostel Riverin löytää myös sivustolta "Booking.com", joten Hostel River tavoittaa asiakkaita melko laajasti.

Kysyttäessä Porissa sijaitsevista majoitusyrityksistä, useimmat vastaajat eivät olleet yöpyneet mainituissa majoitusyrityksissä. Tämä oli selvää, koska useimmat vastaajat olivat Satakunnasta. Useimmat niistä, jotka olivat yöpyneet mainituissa Porissa sijaitsevilla majoitusyrityksissä, olivat yöpyneet joko Sokos Hotel Vaakunassa, Scandicissa tai Cumuluksessa. Vastaajat saivat myös kertoa kokemuksiaan majoitusyrityksistä, ja varsinkin edellä mainitut yritykset saivat paljon kehuja. Vastaajat

kehuivat varsinkin Yyterin Kylpylähotellin ruokia ja Scandicin, Sokos Hotel Vaakunan ja Cumuluksen aamupaloja. Vastaajat kommentoivat myös meluhaittoja, jotka kantautuvat keskustassa sijaitsevien hotellien huoneisiin.

Yksi vastaajista kehui myös Hostel Riveriä ja kertoi olleensa erittäin tyytyväinen hinta-laatusuhteeseen, aamiaiseen ja ystävälliseen henkilökuntaan. Kaikkien majoitusyritysten kannattaa vastausten perusteella panostaa ainakin aamiaiseen ja siihen, että majoitusympäristö on rauhallinen. Hostel Riverissä on hyvä buffet-aamiainen, ja yrityksen sijainti on melko ihanteellinen, koska se on lähellä keskustaa, mutta Karjarantaan ei kantaudu niin paljon melua kuin ydinkeskustan majoitusyrityksiin.

Kaiken kaikkiaan kyselylomakkeen vastauksista selviää se, että Porissa opiskelevilla aikuisopiskelijoilla ei ole suurta tarvetta hostellimajoitukselle. Hostel Riverin kannattaa siis suunnata markkinointiaan muille kohderyhmille, kuten esimerkiksi reppumatkaajille, ulkomaalaisille asiakkaille, kotimaiselle asiakkaille, jotka matkustavat työnsä takia sekä yleisesti kaikille opiskelijoille.

10 TUTKIMUKSEN LUOTETTAVUUS

Kun arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta, käytetään käsitteitä validiteetti ja reliabiliteetti. Validiteetti tarkoittaa, että tutkimusongelman kannalta tutkitaan oikeita asioita. Tämä varmistetaan käyttämällä sopivaa tutkimusmenetelmää, oikeaa mittaria ja mittaamalla oikeita asioita. Jos mittari mittaa sitä, mitä sen pitääkin mitata, on mittari validi. Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimustulosten pysyvyyttä, eli kun tutkimus toistetaan, siitä saadaan samat tulokset. Reliabiliteetti ei kuitenkaan takaa validiteettia. Kvantitatiivisessa opinnäytetyössä tulee aina arvioida työn luotettavuus. (Kananen 2008, 79, 81.)

Työn validiteetin ja reliabiliteetin voi taata siten, että työn tekijä dokumentoi työn eri vaiheet tarkasti ja perustelee ratkaisunsa, jotta arvioitsija voi todeta prosessin olleen

täysin aukoton. Tutkimuksen vaiheet tulee pystyä tarvittaessa toistamaan tarkan dokumentoinnin avulla. Opinnäytetyössä ei kuitenkaan kannata lähteä tekemään uusintamittauksia, jotka osoittaisivat tulosten pysyvyyden. (Kananen 2008, 83.)

Käyttämäni lähteet olivat tuoreita ja pyrin käyttämään monipuolisesti niin suomen- kuin englanninkielistä materiaalia, sekä internet-lähteitä. Jouduin tukeutumaan ehkä liiankin paljon internet-lähteisiin, koska tämän opinnäytetyön aiheisiin liittyvää kirjallisuutta oli melko vaikea löytää. Varsinkin aikuisopiskelijoista ja hostelleista kertovaa kirjallisuutta ei löytynyt juuri lainkaan. Toisaalta käytin melko luotettavia internet-sivustoja, kuten Tilastokeskuksen internet-sivuja, sekä Hostel Riverin ja Suomen Retkeilymajajärjestön omia internet-sivuja.

Laadin kyselylomakkeen kysymykset huolella ja varmistin, että kysymykset ovat yksiselitteisiä ja ymmärrettäviä. Tärkeää oli myös se, että vastaukset pystyttiin mittaamaan ja että niistä saatiin tilastollisia tuloksia. Testasinkin tätä monesti ja muokkasin lomaketta useaan kertaan saadakseni varmasti luotettavat tilastolliset tulokset. Pidin huolta myös siitä, että vastaajat innostuisivat vastaamaan kyselyyn ja että kysely ei ole liian pitkä. Pyrin tekemään kyselylomakkeesta helppokäyttöisen ja ulkoasultaan houkuttelevan. Kyselyn otosjoukko vastasi mielestäni hyvin tavoiteltua kohderyhmää. Valitsin monen eri koulutusohjelman opiskelijoita ja kiinnitin huomiota siihen, että vastaajilla ei ole opetuksessaan paljon kontaktitunteja.

Luotettavuudessa tulee ottaa huomioon se, että kyselylomakkeesta saatuja vastauksia tuli paljon vähemmän kuin mitä odotin. Kyselylomakkeen vastausprosentti oli 28,11%, mikä on melko alhainen tulos. Odotin saavani noin sata vastausta, mutta sain vain seitsemänkymmentä vastausta. Vastauksia tuli kuitenkin tarpeeksi paljon analysoitavaksi. Alhaiseen vastausprosenttiin on voinut vaikuttaa se, että kyselyyn ei liitetty minkäänlaista arvontaa, mikä olisi voinut houkutella useampaa opiskelijaa vastaamaan. Keskenäisiä lomakkeita ei palautettu yhtään, ja vastaajat olivat kiittävästi myös vastanneet avoimiin kysymyksiin, joten vastausten laatu oli mielestäni erittäin hyvä. Luotettavuutta parantaakseni lähetin vastaajille sähköpostitse myös muistutusviestin, jossa pyysin niitä ihmisiä vastaamaan kyselyyn, jotka eivät olleet vielä niin tehneet. Vastaukset olivat melko yhdenmukaisia ja niissä korostui se, että

vastaajilla ei ollut tarpeita hostellimajoitukselle. Vastaukset ovat suuntaa antavia, mutta mielestäni melko luotettavia.

Tutkimuksessa saatiin vastaukset tutkimusongelmaan, lisäksi kyselyn avulla saatiin paljon avoimia vastauksia, joista saatiin selville vastaajien mielipiteitä majoituksesta ja hostelleista ylipäätään. Vastausten tarkastelu oli luotettavaa, koska E-lomakkeen kautta sain taulukot graafisesti tallennettua suoraan koneelleni. Taulukoiden avulla oli myös helppo laskea vastausluvut numeraalisesti.

11 POHDINTA

Halusin opinnäytetyölläni auttaa pienempää porilaista majoitusyritystä, jolle olisi oikeasti hyötyä työstäni. En ole koskaan aikaisemmin yöpynyt hostellissa, joten koin, että hostellitoimintaan perehtyminen olisi minulle uusi ja hyödyllinen kokemus. Minulla oli hieman ennakkoluuloja hostelleista, joten halusin myös avartaa omaa ajatusmaailmaani aiheesta. Sain aiheen työlleni syyskuussa 2012, jonka jälkeen pidimme Sirkka-Liisa Penin kanssa pari tapaamista, joissa keskustelimme kyselylomakkeen kysymyksistä ja työn vaiheista. Lisäksi sain Peniltä paljon hyödyllistä tietoa Hostel Riveristä. Minulle tärkeintä oli selvittää, mihin kysymyksiin Peni haluaa saada vastauksia tämän opinnäytetyön avulla ja halusin pyrkiä mahdollisimman hyvin saamaan vastauksia näihin kysymyksiin.

Aloitin opinnäytetyön tekemisen lokakuun lopussa, jolloin olin jo rajannut aiheet ja etsinyt materiaalia varsinaiseen tekstiosuuteen. Aloin tehdä kyselylomaketta E-lomakkeen avulla marraskuun alussa. Tutustuin hyvin E-lomakkeen käyttöohjeisiin ja niiden avulla itse kyselylomake tuli valmiiksi todella nopeasti. Mielestäni E-lomaketta oli todella helppo käyttää, ja lomakkeesta tuli juuri sellainen kuin mitä halusin sen olevan.

Aloin lähettää kyselylomaketta 3.12.2012. Sain opettajilta opiskelijoiden ryhmätunnukset, joten kyselylomakkeen lähettäminen sujui todella nopeasti ja vaivat-

tomasti. Aloin tarkastella kyselylomakkeesta saatuja vastauksia tammikuun alussa, ja vastausten analysointi E-lomakkeen avulla oli mielestäni melko helppoa. Harmittavaa on se, etten saanut kyselylomakkeesta haluamaani noin sataa vastausta, mutta vastausten analysoinnin jälkeen huomasin, että saamani vastaukset alkoivat olla hyvinkin yhtäläisiä ja vastaukset olivat täten mielestäni melko luotettavia. Olin todella tyytyväinen siihen, miten moni oli vastannut avoimiin kysymyksiin ja kertonut omia mielipiteitään. Ainoa asia, mikä minua harmittaa kyselylomakkeen suhteen on se, etten kysynyt vastaajilta, ovatko he tietoisia siitä, että tällainen yritys kuin Hostel River on olemassa. Tuon kysymyksen avulla olisi voitu selvittää tarkemmin yrityksen tunnettuutta tällä hetkellä.

Kyselylomakkeesta saadut vastaukset vastasivat mielestäni hyvin tutkimuksen tavoitteisiin. Vastausten avulla huomattiin, ettei aikuisopiskelijoilla ole suurta tarvetta hostellimajoitukselle ja Hostel Riverin tulisi siis kohdistaa markkinointiaan muille kohderyhmille. Vastauksista tuli ilmi, että Hostel Riverin tulisi lisätä tunnettuuttaan ja mainostaa yrityksen laadukkuutta. Hostel River sai vastausten avulla myös tietää, mitä asioita asiakkaat arvostavat hostellimajoituksessa. Sirkka-Liisa Peniä varmasti myös hyödyttää tieto siitä, miten asiakkaat suhtautuvat hostelleihin ylipäätään ja millainen mielikuva aikuisopiskelijoilla on hostelleista.

Yrityksen tulevaisuus näyttää omasta mielestäni hyvinkin valoisalta; Hostel River valittiin vuoden 2013 hostelliksi, joten Peni on selvästikin tehnyt asioita oikein omassa liiketoiminnassaan. Tärkeintä tulevaisuuden kannalta on se, että asiakkaat löytävät hostellin ja ovat tyytyväisiä majoitukseen. Kohdeasiakkaita voisi tulevaisuudessa kartoittaa vielä tarkemmin erilaisten kysely- / palautelomakkeiden avulla. Yhteistyö porilaisten yritysten kanssa on todella tärkeää, joten siihen kannattaa panostaa jatkossakin.

Haastavinta tämän opinnäytetyön tekemisessä oli varsinkin kirjallisen materiaalin löytäminen tästä aiheesta. Hostelleista kertovaa kirjallisuutta en löytänyt juurikaan, ja vaikka hostelleista on tehty muutama opinnäytetyö, en voinut käyttää niitä julkaisuja lähdemateriaalina. Olisin halunnut kertoa työssäni vähän enemmän hostellitoiminnasta Suomessa ja Keski-Euroopassa, mutta olisin joutunut turvautumaan pelkästään internet-lähteisiin ja hostellien kotisivuihin, joista monista en edes löytänyt sellaista

tietoa, joka olisi auttanut minua työssäni. Aikuisopiskelusta kertovan osion piti aluksi olla paljon laajempi, mutta koska se ei ole opinnäytetyössäni se keskeisin asia, päätin kertoa asiasta vain lyhyesti.

Olen tietoinen siitä, että työni teoriaosuus on hieman puutteellinen, mutta minulle oli tärkeintä se, että toimeksiantaja eli Sirkka-Liisa Peni kokisi työni olevan hyödyllinen hänelle itselleen ja yritykselleen. Keskityin työssäni pääasiallisesti kyselylomakkeeseen ja tutkimustulosten analysoimiseen. Peniltä saamani palaute oli erittäin positiivista, ja hänen mielestään opinnäytetyöni oli hyvin tehty ja hän sai vastaukset haluamiinsa kysymyksiin.

Hostellitoimintaan tutustuminen oli kaiken kaikkiaan mielenkiintoinen kokemus. Olin positiivisesti yllättynyt siitä, miten tasokkaita ja upeita hostelleja Suomessa on. Varsinkin Sirkka-Liisa Peni on panostanut omaan yritykseensä ihailtavan paljon, ja hän on tehnyt Hostel Riveristä persoonallisen ja laadukkaan hostellin. Ennakko-luuloni hostelleista todistettiin täysin vääriksi. Olen iloinen, että tein tämän työn, sillä opin paljon uusia asioita, ja tärkeintä oli se, että Peni oli tyytyväinen työhöni.

Haluaisin lopuksi kiittää Sirkka-Liisa Peniä ja opinnäytetyöni ohjaajaa Marja-Leena Blomroosia suuresta avusta ja tuesta tämän opinnäytetyöprosessin aikana.

LÄHTEET

Eduix Oy:n www-sivut. 2012. Viitattu 24.11.2012.

<http://www.eduix.fi/confluence/pages/viewpage.action?pageId=29591031>

E-lomakkeen www-sivut. 2009. Viitattu 24.11.2012. <https://e-lomake.fi/web/ohjeet/>

Grix, J. 2010. The foundations of research. 2nd edition. New York, Palgrave Macmillan.

Hostelliviestin www-sivut. 2011. Hostel River on Poriin matkustavalle toinen koti.

Viitattu 4.11.2012. <http://hostelliviesti.fi/2011/10/hostel-river-on-poriin-matkustavalle-toinen-koti/>

Hostelliviesti www-sivu. 2010. 75 vuotta hostellitoimintaa Suomessa. Viitattu

20.12.2012. <http://hostelliviesti.fi/2010/03/75-vuotta-hostellitoimintaa-suomessa/>

Hostel Riverin www-sivut. 2012. Toimeksiantajan kotisivut. Viitattu 4.11.2012.

<http://www.hostelriver.fi/>

Kananen, J. 2008. Kvantti, kvantitatiivinen tutkimus alusta loppuun. Jyväskylä, Jyväskylän ammattikorkeakoulu.

Malhotra, Naresh, K. 2010. Marketing research, an applied orientation. Sixth edition. Upper Saddle River, NJ, Pearson Education.

Peni, S. 27.9.2012. Toimeksiantajan henkilökohtainen tiedonanto. Hostel Riverin yrittäjä.

Raatikainen, L. 2008. Asiakas, tuote ja markkinat. Helsinki, Edita Publishing Oy.

Rissanen, T. 2005. Hyvän palvelun kehittäminen. Vaasa, Kustannusyhtiö Pohjantähti Polestar Ltd. Fram.

Satakunnan www-sivut. 2009. Ammatillinen ja aikuiskoulutus Satakunnassa. Viitattu 12.2.2013. <http://www.satakunta.fi/site.aspx?taso=1&id=272>

Satakunnan ammatikorkeakoulun www-sivut. 2012. Opiskele AMK-tutkinto aikuiskoulutuksena. Viitattu 23.12.2012. http://www.samk.fi/hakijat/amk-tutkinnot_aikuiskoulutus

Suomen Retkeilymajajärjestön www-sivut. 2012. Viitattu 19.12.2012. <http://www.hostellit.fi/>

Suomen virallinen tilasto (SVT): Aikuiskoulutustutkimus [verkkojulkaisu]. Helsinki: Tilastokeskus. Viitattu 5.2.2013. <http://www.stat.fi/til/aku/index.html>

Tilastokeskuksen www-sivut. 2004. INTERNET tutkijan työkaluna. Taru Berndtson & Jouni Lounasmaa. Viitattu 18.12.2012. http://www.stat.fi/tup/tieto aika/tilaajat/ta_06_04_internet_tyokalu.html

Vilka, H. 2005. Tutki ja kehitä. Helsinki, Kustannusosakeyhtiö Tammi.

LIITELUETTELO

- LIITE 1 KYSELYLOMAKE
- LIITE 2 VASTAUKSET KYSELYLOMAKKEEN KYSYMYKSEEN:
”HALUTESSANNE PERUSTELKAA LYHYESTI, MIKSI OLETTE
AIEMMIN VALINNEET HOSTELLIN MAJOITUS-
PAIKAKSENNE.”
- LIITE 3 VASTAUKSET KYSELYLOMAKKEEN KYSYMYKSEEN:
”HALUTESSANNE PERUSTELKAA LYHYESTI, MIKSI ETTE
OLE AIEMMIN YÖPYNEET HOSTELLISSA.”
- LIITE 4 VASTAUKSET KYSELYLOMAKKEEN KYSYMYKSEEN:
”MIKÄLI OLETTE YÖPYNEET EDELLÄ MAINITUISSA
MAJOITUSYRITYKSISSÄ, KERTOKAA LYHYESTI, OLITTEKO
TYYTYVÄINEN MAJOITUKSEEN? JOS OLITTE, MIKSI? JOS
ETTE OLLEET, MIKSI?”

Hostel River - kysely aikuisopiskelija-asiakkaille

Tämän kyselyn tavoitteena on saada tietoa aikuisopiskelijoiden majoitustottumuksista ja tarpeista. Vastaamalla autatte porilaista majoitusyriystä, Hostel Riveriä, kehittämään toimintaansa. Kysely on osa restonomiopiskelija Hanna Vuorenmaan Satakunnan ammattikorkeakoululle tekemää opinnäytetyötä. Mielenpiteenne ovat tärkeitä, kyselyyn vastaaminen vie vain noin viisi minuuttia. Kysymyksiin vastataan valitsemalla sopiva/sopivat vaihtoehdot ohjeistuksen mukaisesti, tai kirjoittamalla vastaus sille varatulle viivalle tai alueelle. Vastaukset käsitellään luottamuksellisesti, ja vastaaja pysyy tuntemattomana. Vastauksia käytetään vain osana tätä opinnäytetyötä. Muistathan vastata KAIKKIIN kysymyksiin! Kiitos!

1. Ikä

2. Sukupuoli

3. Asuinpaikka

4. Kuinka monena päivänä kuukaudessa Teillä on lähiopetusta?

5. Missä yöytte koulutuksenne lähiopetuksen aikana?

Valitkaa yksi tai useampi vaihtoehto

- Kotona
- Kavereiden luona
- Sukulaisten luona

- Hotellissa
- Hostellissa
- Majatalossa

Joku muu, mikä?

6. Oletteko joskus yöpynyt hostellissa?

Kansainvälinen hostelliverkosto kattaa koko maailman. Yhteensä noin 4.000 hostellia noin 90 maassa muodostavat maailman suurimman majoitusalan verkoston - vuosittain yöpymisiä on noin 38 miljoonaa.

- Hostelli on turvallinen, persoonallinen ja edullinen majoitusvaihtoehto.
- Huonekoot vaihtelevat hostellista riippuen yhden hengen huoneista useamman hengen yhteismajoitushuoneisiin (dormitory). Myös perhehuoneita on saatavana useimmissa hostelleissa.
- Suihkut ja WC:t ovat yleensä käytävillä; ei siis majoitushuoneissa
- Hostelleissa on säilytystilaa matkatavaroille / vuokralokeroita.
- Itsepalvelukeittiöt ja vaatteiden pesu- ja kuivausmahdollisuus on useimmissa hostelleissa.
- Hostelleissa voi olla kahviloita, ravintoloita, kokoustiloja yms.

--Valitse tästä--

Halutessanne perustelkaa lyhyesti, miksi olette aiemmin valinneet hostellin majoituspaikaksenne

Halutessanne perustelkaa lyhyesti, miksi ette ole aiemmin yöpyneet hostellissa

7. Mitä kautta saatte tietoa majoitusyrityksistä?

Valitkaa yksi tai useampi vaihtoehto

- Yritysten omat internet-sivut
- Internetin hakukoneet (esim. Google)
- Lehtimainonta
- Radiomainonta

Kavereilta/muilta tuttavilta
 Joku muu, mikä?

8. Tiesittekö, että Hostel Riveristä saa opiskelija-alennusta?

--Valitse tästä--

9. Kuinka tärkeitä seuraavat asiat ovat mielestänne hostellimajoituksessa?

Valitkaa asteikolta: Erittäin tärkeä, Melko tärkeä, Ei niin tärkeä, Ei lainkaan tärkeä, En osaa sanoa

	Erittäin tärkeä	Melko tärkeä	Ei niin tärkeä	Ei lainkaan tärkeä	En osaa sanoa
Hinta	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sijainti	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aamiainen sisältyy hintaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mahdollisuus ostaa aamiainen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ilmainen Internet-yhteys	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ruuanlaittomahdollisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Olohuone / TV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lukulehdet	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pyökinpesumahdollisuus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opiskelija-alennus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunta koko ajan paikalla	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Henkilökunta tavoitettavissa puhelimitse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

10. Mikäli majoittuisitte hostellissa, onko joitain muita palveluita, joita odotatte tai toivotte saavanne?

--Valitse tästä--

Jos vastasitte kyllä, mitä?



11. Mikäli varaatte majoitusta internetin kautta, mitä varausjärjestelmää käytätte?

Valitkaa yksi tai useampi vaihtoehto

- Booking.com
- Hotels.com
- Ebookers.fi
- Trivago.fi
- Hotellimaailma.fi
- Hihostels.com
- Majoitusyritysten omat internet-sivut
- En varaa majoitusta internetin kautta

Joku muu, mikä?

12. Valitkaa seuraavista Porissa sijaitsevista majoitusyrityksistä ne, joissa olette itse yöpyneet

Valitkaa yksi tai useampi vaihtoehto

- Cumulus Pori
- Scandic Pori
- Sokos Hotel Vaakuna Pori
- Omenahotelli Pori
- Hotel Amado
- Yyterin Kylpylähotelli
- Hostel River
- Hostel Buisto
- En ole yöpynyt edellä mainituissa majoitusyrityksissä

Mikäli olette yöpyneet edellä mainituissa majoitusyrityksissä, kertokaa lyhyesti, olitteko tyytyväinen majoitukseen? Jos olitte, miksi? Jos ette olleet, miksi?



Tietojen lähetys

Kiitos vastauksistanne!

Vastaukset kyselylomakkeen kysymykseen: ”Halutessanne perustelkaa lyhyesti, miksi olette aiemmin valinneet hostellin majoituspaikaksenne”:

”Yhteismajoitus muiden opiskelukavereiden kanssa.”

”Edullinen, tasokas, vaatii valinnan, mutta palkitsee, kotoinen.”

”Luokkaretkellä Saksassa ja Hollannissa.”

”En valinnut itse. Kielimatkan järjestäjä oli valinnut majoituksen.”

”Hotelli oli täynnä.”

”Hinta.”

”Sattui kohdalle.”

”Edullinen, mutta silti viihtyisä ja toimiva majoitusratkaisu (Hostel River nimenomaan).”

”Hinta.”

”Halpa majoitusvaihtoehto, jos ei kaipaa muuta kuin sängyn ja lämpimän suihkun. Mukava myös, kun on mahdollisuus laittaa pientä purtavaa, jos ei mene ulos syömään.”

”Edullisuus.”

”Hinta-/laatusuhde ok!”

”Olen yöpynyt hostellissa ulkomailla (New Yorkissa). Valitsin hostellin sen edullisen hinnan ja hyvän sijainnin takia. Kyseinen hostelli kuului isoon amerikkalaiseen hostelliketjuun, joten pidin majoitusta myös luotettavana vaihtoehtona.”

Vastaukset kyselylomakkeen kysymykseen: ”Halutessanne perustelkaa lyhyesti, miksi ette ole aiemmin yöpyneet hostellissa”:

”Hostellit eivät ole olleet lapsiperheelle se paras majoitusvaihtoehto.”

”Tähän ei ole mitään erityistä syytä.”

”Hotellimajoitus on vielä matkoillani ollut parempi vaihtoehto.”

”Ei ole ollut tarvetta eikä Suomessa kauheasti ole ollut tarjontaakaan.”

”Ei ole tullut mieleen.”

”Ei ole sattunut olemaan sellaista tarjolla.”

”Hinta ei ole ollut hotelliin verrattuna kovinkaan paljon edullisempi.”

”Äänekäs lähiympäristö.”

”Ei ole tullut mieleen. Perhe mukana. Mukavuussyyt.”

”Ei ole ollut tarvetta.”

”En ole ollut tietoinen vaihtoehdosta.”

”Koen saavani hotellissa enemmän yksityisyyttä. Tämä siis mielikuva, koska en ole yöpynyt ikinä hostellissa.”

”Yhteiset suihkut ja WC:t eivät houkuttele.”

”En ole ollut tietoinen vaihtoehdoista, hotelli on helppo varata.”

”Hostellin laadullinen maine on mielestäni huonompi kuin hotellin.”

”Hinta lähes sama hotelliyön kanssa ja hotelliin kuuluu aamiainen.”

”Maksan siitä, että saan laadukasta majoituspalvelua sekä asiantuntevaa palvelua.”

”En ole oikein tiennyt hostelleista mitään, ei ole missään yhteydessä tullut vastaan kyseistä juttua.”

”Ei ole ollut tarvetta ja valitsen mieluummin hotellin. En pidä yhteismajoituksesta vieraiden ihmisten kanssa.”

”Tullut aina yövyttyä hotellissa jos tarvetta ollut.”

”Silloin harvoin, kun yövyn hotellissa haluan luxusta.”

”Hotellissa yksityisyys ja oma rauha parempi.”

Liite 4

(1/2)

Vastaukset kyselylomakkeen kysymykseen: ”Mikäli olette yöpyneet edellä mainituissa majoitusyrityksissä, kertokaa lyhyesti, olitteko tyytyväinen majoitukseen? Jos olitte, miksi? Jos ette olleet, miksi?”:

”Kyllä, rauhallista, siistiä, matka sopiva ja aamiainen mukana.” (Sokos Hotel Vaakuna Pori)

”Hinta ja laatu ok.” (Scandic Pori, Omenahotelli Pori)

”Hinta-laatu ei aivan kohdannut ja torilta kuului lähes koko yön kestävä mopoautojen meteli huoneeseen.” (Sokos Hotel Vaakuna Pori)

”EN ole majoittunut Porissa, koska asun täällä, mutta jos en asuisi laadullisesti voisin olla kaikissa. Todennäköisin vaihtoehto olisi Scandic tai Hostel River. Asiakkaani majoittuvat Scandiciin, mutta ovat business asiakkaita. Itse nautin myös laadukkaasta reppumajoituksesta, vaikka on reppuikä ohi, liekö moottoripyörämatkailulla osansa tähän.”

”Kyllä, Yyterin kylpylässä erittäin hyvä ruoka v. 2009.” (Yyterin Kylpylähotelli)

”Erittäin tyytyväinen.” (Yyterin Kylpylähotelli)

”Cumuluksesta olen saanut hyvän opiskelijahinnan. Hintaan kuuluu hyvä aamiainen, josta saa kahvia myös mukaan. Lisäksi hotellilla on ilmainen parkkipaikka (tosin täynnä joskus).” (Cumulus Pori, Scandic Pori, Sokos Hotel Vaakuna Pori, Yyterin Kylpylähotelli, Hostel Buisto)

”Vaakuna oli hyvä, joskus naapurihuoneissa yöllä melua. Hostellissa lähiympäristössä ravintola, mistä häiriötä, muuten hyvä.” (Sokos Hotel Vaakuna, Hostel Buisto)

”Melko tyytyväinen, koska oli siistiä.” (Cumulus Pori, Scandic Pori, Sokos Hotel Vaakuna Pori, Omenahotelli Pori, Yyterin Kylpylähotelli)

”Kyllä.” (Sokos Hotel Vaakuna Pori, Yyterin Kylpylähotelli)

”Tuttuja hotelleja.” (Cumulus Pori, Sokos Hotel Vaakuna Pori, Scandic Pori)

”Yöpymisistä on aikaa, mutta silloin kaikki toimi moitteettomasti.” (Sokos Hotel Vaakuna Pori, Yyterin Kylpylähotelli)

”Erittäin tyytyväinen! Todella hyvä hinta-laatusuhde, erinomainen aamiainen ja ystävällinen henkilökunta =).” (Hostel River)

(2/2)

”Ihan ok. Hintataso ei ehkä täysin vastaa laatua.” (Scandic Pori, Sokos Hotel Vaakuna Pori)

”Omaan kotiin on noin 80 km matkaa, eikä sen matkan ajaminen tunnu pahalta.” (Ei ole yöpynyt em. majoitusyrityksissä)

”Olen ollut tyytyväinen, koska yleensä majoittuminen on ollut lyhytaikaista. Pisin aika on ollut viikko.” (Cumulus Pori, Scandic Pori, Hotel Amado)

”Olen ollut tyytyväinen, palveluun, sijaintiin, ruokaan. Myös kuntosali on ok.” (Sokos Hotel Vaakuna Pori, Yterin Kylpylähotelli)

”Olin tyytyväinen majoitukseen. Sokos oli kallein, mutta siellä oli paras aamupala. Cumulukselta sai sovittua opiskelija-alennuksen.” (Cumulus Pori, Sokos Hotel Vaakuna Pori, Hotel Amado)

”Tämä kysely oli melko turha, koska asun paikkakunnalla ja en käytä em. palveluita. En myöskään käytä Porin muita majoituspalveluita tai yleensäkään kuin kerran 5 vuodessa. Olisi pitänyt olla myös se, ettei käytä vaihtoehtona ja ei olisi tullut turhia kysymyksiä sen jälkeen.” (Ei ole yöpynyt em. majoitusyrityksissä)

”Cumuluksessa opiskelija-alennus ja kohtuullinen aamupala. Sokos kallis, mutta ruhtinaallinen aamupala.” (Cumulus Pori, Sokos Hotel Vaakuna Pori)

”Ok.” (Cumulus Pori, Scandic Pori, Sokos Hotel Vaakuna Pori)

”Kyllä. Scandic lähellä oppilaitosta. Sokoksella opiskelijahinnat.” (Scandic Pori, Sokos Hotel Vaakuna Pori)

”Tyytyväinen.” (Cumulus Pori, Sokos Hotel Vaakuna Pori)

”Olin tyytyväinen. Aamupala hyvää, asiakaspalvelu ystävällistä, huoneet tilavia.” (Cumulus Pori)

”Olin täysin tyytyväinen sijaintiin ja hintaan.” (Cumulus Pori)

”Asun Porissa niin ei ole ollut tarvetta.” (Ei ole yöpynyt em. majoitusyrityksissä)

”Kyllä olin.” (Sokos Hotel Vaakuna Pori)

”Tyytyväinen. Normipalvelut ok.” (Sokos Hotel Vaakuna Pori)