

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Mihkel Paapsi

**KLIENTIDE VÕIMALUSED JA EELISTUSED
NOORTEHOSTELITE VALIKUL TALLINNA NÄITEL**

Lõputöö

Juhendaja: Inna Bentsalo, MA

Pärnu 2013

SISUKORD

Sissejuhatus	3
1. Noortehostelite eripära ja kliendid	6
1.1. Noortehosteli mõiste ja eripära	6
1.2 Klientide võimalused ja broneerimissüsteemid noortehostelite valikul.....	11
1.3. Noortehosteli kliendi profiil ja eelistused	14
2. Klientide eelistused noortehostelite valimisel.....	18
2.1. Ülevaade noortehostelistest Tallinnas	18
2.2. Uuringu meetod ja korraldus.....	22
2.3. Uuringu tulemused ja analüüs	25
Kokkuvõte	37
Viidatud allikad.....	40
Lisad.....	44
Lisa 1. Ankeet eesti keeles	44
Lisa 2. Ankeet inglise keeles.....	46
Summary	48

SISSEJUHATUS

Noortehotelid kui majutusettevõtted on Eesti turul võrdlemisi uus nähtus. Pärast taasiseseisvumist ning piiride avamist 90-ndate alguses on kohalik turismisfäär kasvanud ning arenenud igal aastal nii mahu kui mitmekülgsuse poolest. Koos muude üleilmastumise elementidega on Tallinnas oma koha leidnud mitmed erinevad hostelid ning omal käel reisivad nii öelda seljakotituristid on vähemalt kesk- ja vanalinnas igapäevased külastajad. Lisaks suurepärasele hinnale ja asukohale iseloomustab noortehosteleid ka tihe sotsiaalne läbikäimine ning massiturismist eristumine. Kõike seda pakutakse inimestele, kes usuvad, et reisimine ei pea olema võimalikult mugav, kulukas või liigselt ette planeeritud. Pigem on tähtis võimalikult palju näha ja kogeda, avastada enda jaoks midagi uut ja autentset ning naasta koju parema, teadlikuma inimesena. Areng sellises suunas iseloomustab hetkel globaalsel tasandil turismimajanduses toimuvaid muutusi.

Paljud noortehostelite omanikud, juhatajad ja töötajad on endised seljakotireisijad, kes on maailmas reisimisega jõudnud sihtpunkti, kus nad on otsustanud pikemaks jääda või antud ettevõtlusplaani mõelnud teenida raha edasiseks reisimiseks. Hostelitöötajate muretu ja põnev elustiil on kogumas populaarsust üle maailma. Tihti puudub aga neil erialane haridus ja kogemus. Eesmärgiks ei ole tavaliselt niivõrd omaniku tulu maksimeerimine kui pigem eneseteostus ja alternatiivne elulaad. Ka uue hosteli rajamisel või olemasoleva igapäevasel majandamisel ja arendamisel lähtutakse pigem sisetundest ja soovist midagi erilist teha kui teoreetilistest mudelitest ja äriõpikutest.

Noortehotelid erinevad teistest traditsioonilistest majutusettevõtetest olulisel määral ning hetkel ei ole saadaval ühtegi üldiselt aktsepteeritud ning tunnustatud teadustööl põhinevat juhtimisõpikut just taolisele odavmajutustüübile. Oskusteave on killustatud kujul saadaval erinevatel spetsialiseerunud internetilehtedel. Ilma klientideta ei toimi ükski ettevõtte ning nende ootusi ja vajadusi peab tundma ning võimalikult hästi rahuldama.

Käesoleva töö eesmärgiks on välja selgitada klientide huvid, võimalused ja eelistused noortehostelite puhul ning sellest lähtuvalt esitada järeldused ja parendusettepanekud noortehostelitele Tallinnas. Seda eesmärgil, et nad saaksid oma ettevõtet ning pakutavaid tooteid-teenuseid paremini korraldada ja turundada, olla atraktiivsemad ja nähtavamad ning tänu sellele tulevikus rohkem kliente ettevõttesse tuua. Klientide eelistuste väljaselgitamiseks viiakse nende seas läbi uuring. Saadud tulemuste põhjal saavad nii olemasolevad kui ka uued, turule sisenevad noortehostelid oma juhtimis- ja arendustegevuses keskenduda sellele, mis on klientide jaoks tõeliselt oluline. Sellest lähtuvalt sõnastas autor uurimisküsimuseks: „Milliste tegurite alusel valivad kliendid omale noortehosteli?“

Vastavalt eesmärgile on uurimisülesanded järgnevad:

- Teemakohaste kirjandusallikate läbitöötamine ja analüüsi koostamine
- Uuringu ettevalmistamine, läbiviimine, analüüsi koostamine
- Uuringu põhjal järelduste ja parendusettepanekute tegemine

Uuringu läbiviimisel kasutatakse kvantitatiivset uuringut. Meetodiks on valitud ankeetküsitlus, kuna see võimaldab jõuda suure hulga inimesteni ning annab selged ja ühetimõistetavad tulemused. Autori poolt välja töötatud kompaktne küsimustik sisaldab 4 suletud küsimust. Küsimused on koostatud nii, et erinevaid võrreldavaid tegureid saaks olulisuse alusel järjestada. Saadud tulemused ei anna ainult mitmekülgsid vastuseid uurimisküsimusele, vaid võimaldavad neid eristada ka soo või vastajate päritolu alusel. Tänu sellele on järeldustest ja juhistest kasu ka erinevatele sihtgruppidele keskendunud noortehostelitele.

Töö jaguneb kaheks osaks. Esimeses osas võrreldakse noortehosteid teiste majutusasutustega, analüüsitakse klientide vaatenurgast erinevaid võimalusi ja kanaleid, mille kaudu hosteliteni on võimalik jõuda ning mis on nende head ning halvad küljed. Kirjeldatakse tüüpilist hostelikülastajat ja tema tarbimiskäitumist, et mõista tema valikuid ja eelistusi põhjalikumalt. Seejuures toetatakse võimalikult paljudele ja erinevatele erialastele raamatutele, väljaannetele, artiklitele, varasematele uuringutele ja internetilehekülgedele. Teises osas tutvustatakse Tallinna noortehosteid, tuuakse välja läbiviidud uuringu korraldus, tulemused ja analüüs. Saadud andmed korrastatakse,

esitletakse ja tehakse nende põhjal järeldused ning parendusettepanekud hostelite omanikele ja juhatajatele. Valim jaotatakse ka vastanute soo ja päritolu järgi ja analüüsitakse eraldi, saamaks täiendavaid ja mitmekülgsmaid tulemusi. Töö kokkuvõttele järgneb viidatud allikate loetelu ja lisades asub ankeetküsimustik nii eesti kui inglise keeles.

1. NOORTEHOSTELITE ERIPÄRA JA KLIENDID

1.1. Noortehosteli mõiste ja eripära

Erinevaid majutusettevõteliike on mitmeid ja nad kõik eristuvad üksteisest teatud kriteeriumite alusel nagu suurus, toodete-teenuste valik ja tase, sihtgrupid, hinnapoliitika jne. Töö autor on otsustanud keskenduda noortehostelitele, kuna neid on siiani võrdlemisi vähe eraldi uuritud. Samas on nende populaarsus järjepidevalt kasvamas. Inimeste teadlikkus ja usaldusväärsus nende vastu suureneb ning võib oodata, et tulevikus on sellist tüüpi odavmajutuse pakkujad esindatud kõikides turismihuvi pakkuvates linnades. Käesolev peatükk annab ülevaate noortehostelite ajaloost, defineerib noortehosteli kui mõiste ja kirjeldab selle eripära. Teatud aspekte on võrreldud ka teist tüüpi majutusettevõtetega.

Noortehosteli kui kontseptsiooni rajajaks oli saksa õpetaja Richard Schirrmann. Idee sündis vajadusest. Nimelt oli Schirrmann õpetaja ning kooliekskursioone läbi viies tundis ta puudust taolisest taskukohasest ja kompaktselt majutusteenusest. Varasemalt olid nad olnud sunnitud ööbima teistes koolides või isegi lautades. Oma idee avaldas ta 1907. aastal, see kogus kiirelt toetust ja annetusi ning aastal 1912 avas ta esimese noortehosteli Westfalenis, Lääne-Saksamaal. Nagu paljudel puhkudel tänapäeval, valis ta juba siis selleks esialgselt muuks otstarbeks ehitatud hoone, nimelt äsja renoveeritud Altea lossi. (Gavin 2012: 19)

Tema idee suuremast noortevahelisest läbikäimisest ning aktiivsest ja avatud eluviisist sai hoogu juurde esimese maailmasõja päevil, kus ta teenis reamehena Vosgese mägedes Ida-Prantsusmaal. 1915. aasta jõuludel pärast kirikukellade löömist juhtus rindel midagi erilist. Vastasleeride sõdurid kohtusid spontaanselt kaevikutes, vahetasid toitu, alkoholi ja sigarette ning soovisid üksteisele häid jõule. Kuigi sõjategevus peagi taastus, leidis seda kogunud Schirrmann, et maailm vajab sobilikke kohti, kus mõtlevad noored erinevatest riikidest ja kultuuridest saaksid kokku tulla ning üksteist tunda

õppida. Sellest tiivustatuna loobus ta peagi õpetajaametist, et keskenduda noortehostelite rajamisele ja populariseerimisele. 1919. aastal asutas ta Saksamaal rahvusliku noortehostelite ühingu ja 1933. Rahvusvahelise Noortehostelite ühingu, mis tänapäeval on tuntud kui Hostelling International. (Samas)

Hostelid on üks odavamajutuse tüüpe, kus tavaliselt lühiajalised individuaalkülastajad saavad üürida omale voodikoha ühiselamu stiilis tubades ning kus enamik teenuseid ja ruume on ühiskasutatavad (Definition of Hostel 2013). See soodustab klientide omavahelist läbikäimist ja nende seas tekkivat kogukonnatunnet. Leitakse uusi sõpru ja käiakse koos linna vaatamisväärsustega tutvumas.

Hosteleid on väga erinevaid ning eristumise eesmärgil tullakse pidevalt välja uute temaatikate ja ideedega. Leidub nii kodutute, palverändurite, narkosõitlaste, farmitöölise, hipide, kunstnike jms suunitlusega hosteleid (Teye, Timothy 2009: 213-224). Erinevate huvigruppide ja subkultuuride esindajatel on huvitav kohtuda oma mõttekaaslastega erinevates riikides ja regioonides ning hostelid pakuvad selleks suurepärase võimaluse.

Hosteleid on alati peetud nende hinnatasemele vastavalt üheülbalisteks, lihtsateks ja lisavõimaluste poolest tagasihoidlikeks majutusasutusteks. Neid peetakse isegi räpasteks, lärmakateks ja ebaturvalisteks. Kuid areng on toimunud ka eksklusiivsuse ja luksuslikkuse suunas. Stereotüüpse meeletu pidutsemise ja väikeste ülerahvastatud tubade vahelduseks pakutakse uuemates hostelites ka mugavustega privaattube, lisateenusteks näiteks mullivanne ja kaabeltelevisiooni (Gerstner 2013: 14). See võimaldab klientidel osa saada noortehostelites valitsevast rahvusvahelisest õhkkonnast ja organiseeritud ühistegevustest ning samal ajal nautida privaatset, turvalist ja rahulikku und. Ühe suurima broneerimissüsteemi Hostelz.com tegevjuht David Orr (Samas) on väitnud, et erinevus hotellide ja hostelite vahel on hägustumas.

Nagu ülalpool mainitud, keskendutakse antud töös ainult tavalistele noortehostelitele. Teistest hostelitest eristab neid külastajate omavahelise tutvumise ja läbi käimise soodustamine. Selleks luuakse tavaliselt noortehostelitesse suur ühisala diivanite ja laudadega, baar, kinotuba jne. Noortehostelite töötajad, kes tihti on välismaalased, viivad läbi mängu ja ühiseid külastusi vaatamisväärsuste juurde. Noortehostelisse ei

mindu lihtsalt magama, see on kogemus omaette. Neid leidub pea igas suuremas välismaailmaga ühendatud linnas üle terve maailma. Eestis lisaks Tallinnale veel Tartus ja Pärnus. Väljend pärineb ingliskeelsest sõnast *youth hostel*, tihti kasutatakse ka *backpacker hostel*, sest peamised kliendid on seljakotireisijad ehk inglise keeles *backpackers* (Tooman, Veldi 2006: 27, 196).

Noortehosteleid iseloomustab peamiselt hea asukoht, ühiskasutatavad ruumid-teenused ja teistest majutusasutustest oluliselt madalam hind. Asukohaks on tihti kesklinna äri- ja elumajade kõrgemad korrused, kuna esimeste korruste üürihinnad on oluliselt kallimad. Esindusliku fassaadi ja mugava ligipääsetavuse asemel saab pakkuda küllastajatele taskukohasemat hinda. Tavaliselt on ühiskasutuses tualetid, duširuumid, köök ja ühisruum (*common area*), olemasolul ka näiteks kinotuba, rõdu, arvutid jms (Teye, Timothy 2009: 213-224). Ühiskasutatavate ruumide ja teenuste taga ei nähta ainult kokkuhoidu, vaid ka võimalust teiste omasuguste seljakotireisijatega tutvuda ja koos aega veeta (Samas).

Teiste majutusasutuste puhul häirib kliente tihti toa hinna ebaratsionaalselt suur, tihti mitmekordne erinevus, mis on põhjustatud broneeringu tegemise ajast (Che jt 2011: 22-38). Noortehostelites seevastu on hinnad ühtlaselt madalad nii ette broneerimisel kui letist küsides, erinedes vaid mõnikümne protsendi ringis (Samas). See sobib seljakotireisistidele, kelle reisimarsruut ja graafik on vaba. Nad saavad mugavalt ja loovalt kujundada ning jooksvalt ümber muuta oma plaane, see teeb nende reisikogemuse põnevaks ja eriliseks. Näiteks osa võtta mõnest kohalikust muusikafestivalist, millest varem kuuldud poldud, või peatuda kuskil pikemalt ja teenida juhutööga reisimiseks lisaraha.

Negatiivse külje pealt peaks kindlasti mainima privaatsust, turvalisust ja puhtust. Ühiselamu stiilis tubades võib keegi igal hetkel ööpäevas sisse ja välja käia, segades sellega teiste und. Sama teevad varajased ärkajad, norskajad ning haruldane pole ka seksuaalne läbikäimine. Ka vargused on sagedased, selle vastu on paljud hostelid sisse seadnud individuaalsed lukustatavad kapid. Kuna enamikke teenuseid ja ruume jagatakse, siis on oht, et mõned kliendid ei tee seda vastutustundlikult. Enda järelt koristamist ja seadmete-vahendite otstarbelist kasutamist on raske koguaeg kontrollida. See loob eeldused ka parasiitide ja pisikute levikuks. Kõige keerulisem on ette näha

inimeste käitumist alkoholi mõju all. Üks lärmakas ja agressiivne külastaja võib rikkuda kõikide teiste heaolu. Noortehotelid ei sobi hästi peredele, äriklientidele ega tüüpilistele puhkajatele. (Teye, Timothy 2009: 213-224)

Noortehotelid on populaarsust kogumas üle maailma. 2012. aasta suvel reisiraamatute kirjastaja Lonely Planeti poolt läbi viidud uuringus „Travel Survey 2012“ vastasid oma reisiharjumuste ja eelistuste kohta 5600 inimest. Uuringust selgus, et tervelt 94 protsenti vastanutest kaaluvad oma reisi planeerides noortehotelis peatumist ja peaaegu pooled ei ole nõus ööbimisele kulutama rohkem kui 25 Ameerika dollarit. Samast uuringust selgus veel, et eelistatum hostelite broneerimissüsteem on Hostelworld.com, seda just usaldusväärsete kommentaaride ja reitingute tõttu. (Travel Survey... 2012)

Ameerika turismiajakirjanik ja arvamusiider Lisa Fickenscher (2007: 2-10) on kirjutanud artikli New York'i linna majutussfäärist, kus ta väidab, et noortehotelite kasvav populaarsus on otseselt seotud kinnisvara hindade üldise kasvu ja seeläbi tavaliste hotellide öömaksumuse kasvuga. Kuigi tema väide põhineb New Yorki'i näitel, võib paralleele tuua kõikide kasvavate linnadega. Samas artiklis toob ta veel välja, et üheks noortehotelite arvu kasvu põhjusteks on see, et investorid näevad selles kiire tulu allikat, sest hosteli rajamine ja tööle panemine nõuavad väiksemat algset investeeringut kui paljud muud ärid.

Ka paljud tavalised hotellid renoveerivad ennast kas täielikult või osaliselt ümber hosteliteks (Mastrelli 2009: 82-85). Seeläbi on suurendatud täituvust ja käivet ning oma majanduslikku seisu parandatud (Samas). Inimesed on muutunud hinnateadlikumaks –ja tundlikumaks, samas ollakse vastuvõtlikumad lihtsamatele tingimustele nagu näiteks ühiskasutatavad vannitoad. Ka võõraste inimestega toa jagamine võib mõne inimese jaoks alguses olla harjumatu ja tihti muretsetakse näiteks oma asjade turvalisuse. Enamikes noortehotelites on individuaalsed lukustatavad kapid, seega piisab selle stereotüübi ümberlukkamiseks vaid ühest positiivsest kogemusest. Pannes ühte tuppä rohkem inimesi, võib neilt küsida voodikoha eest väiksemat tasu. Klientidele sümpatiseerib ka ühiskasutatava köögi olemasolu ja see, et reeglina pakutakse noortehotelites tasuta teed ja kohvi. Seda mitte ainult raha kokkuhoiu, vaid ka mugavuse eesmärgil.

Ühiseid vaateid ja väärtushinnanguid jagavad inimesed kogunevad tihti ühingutesse, et koos ühiseid eesmärke seada ja saavutada. 1932. aastal asutatud Hostelling International (endise nimega International Youth Hostel Federation) on maailma suurim hosteleid koondav ühendus, millega on liitunud üle 4000 hosteli üheksakümnest riigist. Liidus olevad hostelid on nõustunud täitma kindlaks määratud tingimusi majutusteenus kvaliteedi, turvalisuse, sõbraliku suhtumise ja mõistliku hinna suhtes. Ühenduse liikmeks olemine tõstab kliendi silmis hosteli usaldusväärsust. Lisaks saavad programmiga liitunud 4 miljonit hostelikülastajat pidevaid soodustusi ja uudiskirju. (About us 2013)

Eesti Noortehostelite Ühendus tegutseb 1992. aastast ja on Hostelling International'i liige. Kodulehel saab teha individuaal –ja grupibroneeringuid erinevatesse Eesti hostelitesse, taotleda liikmekaarti ja pärida Eestit puudutavat turismiinfot. Kuna samu teenuseid pakuvad mitmed teised internetiportaalid ja Eestis pole eriti palju noortehosteleid, on selle mittetulundusühingu igapäevane vastutusala ja tegevuste maht väike. Ka oma kodulehte pole uuendatud 2005. aastast. (Teretulemast Eesti... 2013)

Alapeatükis jõuti järeldusele, et noortehostelid on omapärased ja kindlat stiili hoidvad värvika ajalooa majutusettevõtted. Leidub väga erinevate suunitlustega hosteleid, aga käesolev töö keskendub neist kõige levinumatele ehk noortehostelitele. Püsivalt madalad hinnad, hea asukoht, jagatavad teenused ja külastajate vahel tekkiv kogukonnatunne sobivad väga hästi hinnatundlikele ja avatud silmaringiga inimestele. Varasemalt on hosteleid peetud räpasteks ja ebausaldusväärseteks kohtadeks, kuid see kuvand on kadumas. Noortehostelid on populaarsust kogumas ja kuigi eestlaste jaoks on tegemist mõnevõrra uue nähtusega, on mujal maailmas hostelid omale kindla koha juba leidnud. Lisaks on pidevalt tekkimas uusi, kindlale sihtgrupile keskendunud hosteleid. Võimalusi eristumiseks on rohkelt. Noortehostelisse ei tulla ainult magama ja võib väita, et hostelmajutuse valikul huvitab olulisel määral kliente seal valitsev õhkkond. See tuleneb seal peatuvate, sarnaste huvide ja väärtushinnangutega inimeste omavahelisest läbikäimisest ja ühistest ettevõtmistest.

1.2 Klientide võimalused ja broneerimissüsteemid noortehostelite valikul

Turismitoodete müük on seoses interneti levikuga viimase paarikümne aastaga muutunud järjest kättesaadavamaks, mugavamaks ja sihtrühmapõhisemaks ning see protsess kestab katkematult edasi. Igal kliendigrupil on oma spetsiifilised tunnused, väärtushinnangud ja eelistused ning nendeni jõudmiseks peavad ettevõtted pidevalt oma pakutavaid teenuseid ja turunduskanaleid arendama. Antud peatükk toob välja, kuidas jõuavad kliendid hostelmajutuseeni, milliseid on kliendi jaoks peamised võimalused ja vahendid selle leidmisel, võrdlemisel ja broneerimisel.

Globaalsete jaotussüsteemide areng viimase 20 aastaga on teinud lisaks muudele valdkondadele täielikult muutnud ka majutus- ja turismiettevõtete turundamist ja juhtimist (O'Connor 2008: 186-207). Kui varem olid olulised personaalsed kliendisuhed ja silmast silma suhtlemisel täitsid arvamusliidri rolli reisibüroo töötajad, siis tänapäeval pakub seda kõike internet (Samas).

Interneti kasutamise sagedust ja eesmärki on väga keeruline mõõta ja analüüsida. Andmemahud on suured ja muutuvad kiiresti. Siiski on suudetud leida, et 2012. aastal kasutas peaaegu 80 % inimestest interneti abi omale sobiva majutusasutuse leidmiseks, omavahelisteks võrdlusteks ja ühe või teise kasuks otsustamiseks (Colaco 2010). Samal aastal moodustasid online-broneeringud 38,9 protsenti üle maailma tehtud majutusteenuste müügist, andes tulu 374 miljardit dollarit (Online Travel Market 2012). 2016. aastaks prognoositakse, et see protsent kasvab vastavalt 46,2 ja tulu 523 miljardi peale (Samas).

Kahjuks puudub statistika, mis hõlmaks ainult noortehostelite broneeringuid. Eeldatavasti kasutavad noortehostelite külastajad internetti oluliselt rohkem kui traditsioonilise majutuse külastajad, kuna neil on väike reisi eelarve ja ise omale majutuse leidmine ja broneerimine on soodsam ja mugavam kui läbi muude kanalite. Teadlikke klientidena oskavad nad kasutada broneerimissüsteeme, et leida omale just see õige majutusasutus. Lisaks on hostelites reeglina tasuta traadita internet ja ühiskasutatavad arvutid, kus on seda mugav teha.

Kliendi jaoks on majutusettevõtte leidmine, võrdlemine, broneeringute tegemine, tühistamine ning muutmine iga päevaga aina lihtsam, soodsam ja mugavam kui kunagi varem. Kodulehed, otsingusüsteemid, foorumid, blogid ja sotsiaalmeedia pakuvad selleks rohkelt informatsiooni ja võimalusi (Chapter 66... 2013). Lisaks on inimestel alati võimalik ennast pakutavate võimaluste ja hindadega lihtsalt kursis hoida, oodata hooajalisi ja kampaaniapakumisi, panna kokku erinevaid teoreetilisi pakette ilma midagi otsustamata või millegi eest maksmata. Seda kõike saab mugavalt ja tasuta teha ajahetkest hoolimata kus iganes. Vajalik on ainult internetiühendus. Iga huviline saab oma mobiiltelefonist, kaasaskantavast tahvel- või sülearvutist hetkega otsida parima hinnaga talle sobilikku majutust või muud teenust (Samas).

Majutusettevõtete omanike ja juhatajate vaatenurgast on seevastu kõik muutunud keerulisemaks ja raskemini hoomatavamaks. Broneerimissüsteemid ja reisiportaalid on koondanud endasse kõik turul pakutava ja see on koguaeg nähtav igale potentsiaalsele kliendile. Sellises konkurentsist eristumiseks tuleb pakutavaid teenuseid, hindasid ja nende esitlemist virtuaalmaailmas pidevalt arendada ja täiustada. Lisaks peab silma peal hoidma teistel sarnastel teenusepakujate nii antud piirkonnas ning mujal. Omanike ja juhatajate suurim väljakutse on õppida neid uusi ja pidevalt arenevaid kanaleid tundma, kontrollima ja enda kasuks pöörama (Litvin, Goldsmith, Pan 2008: 8). Edukas on majutusettevõtte, kes on internetis kergesti leitav ja atraktiivne (Samas).

Toimuvad muutused ei mõjuta üksnes majutusettevõtteid. Klassikalised turismiteenuste vahendajad reisibürood on selle surve all sunnitud oma ärimudelit oluliselt muutma ja arendama, kui nad soovivad karmis konkurentsist ellu jääda (Welch 2013: 8). Varasemalt aitasid suurtel ettevõtetel ja kettidel kliente hoida liikmestaatuse olemasolu, kuid ka sellised vahendid on nüüd oma eelist kaotamas (Polites jt. 2012: 37). Nimelt pakuvad reaalses toimivad jaotussüsteemid niigi alati soodsaimat võimalikku hinda vaatamata liikmestaatusele või varasemale koostööle (Samas).

Noortehostelite broneerimisel on kodulehtedest populaarsemad broneerimissüsteemid. Nendes saab erinevaid noortehosteid võrrelda erinevate tegurite järgi nagu hind, reiting ja lisavõimalused, neid on mugav kasutada ja reeglina ei küsita vahendustasu (Toh jt. 2011: 388-398). Reeglina on seal ka tutvustavad tekstid, pildid, kommentaarid ja interaktiivne kaart, uue lahendusena võib näha isegi pilti broneeritud toast (Samas).

Broneerimissüsteemide populaarsuse võtmeks on registreerunud kasutajate ehk päris inimeste reitingud ja kommentaarid. Reitingud tekivad, kui kliendid hindavad broneerimissüsteemis majutusasutust pärast seal ööbimist. Tavaliselt väljendatakse hinnanguid protsendina või 10-palli süsteemis. Tähtis on teada, et hinnata ja kommenteerida saavad ainult läbi antud süsteemi broneeringu teinud registreeritud kasutajad ja alles pärast seal peatumist. Majutusettevõtted võivad ennast virtuaalmaailmas reklaamida ja kuvada paremana kui nad tegelikud on. Just kaasreisijate aus ja vahetu tagasiside on see, mis iseloomustab kindlat asutust kõige paremini ja aitab teistel teha paremaid valikuid.

Suurim majutusteenuste vahendaja hetkel on Booking.com. Tüüpilised noortehosteli külastajad eelistavad spetsialiseerunud lehekülgi, sest sinna on koondunud regulaarsed hostelmajutuse kasutajad ja seega on reitingud ning kommentaarid asjakohasemad ja usaldusväärsemad. Enim levinud broneerimissüsteemid noortehostelitele on Hostelworld.com, Hostelz.com, Hostelbookers.com ja Hostelsclub.com. 2012. aastal läbiviidud uuringust selgus, et odavam neist oli Hostelz.com, mis oli keskmiselt 10.6 % odavam kui kõige kallim ehk Hostelworld.com (Which hostel... 2013). Teiseks kõige odavam oli Hostelbookers.com, kolmandaks Hostelsclub.com (Samas).

Internetireitingud omavad kahtlemata suurt rolli tänapäeva majutusettevõtete turundamisel. Näiteks on leitud, et reitingute 10-protsendilise positiivse tõusuga kasvab broneeringute arv 5 protsendi võrra (Ye jt 2011: 634-639). Samas on need kergelt manipuleeritavad ning neil on komme äärmusi võimendada. Nimelt selgus 2012. aastal läbiviidud uuringust, et inimestele on alateadlik suundumus teisi jäljendada ja seda ka internetis (Sridhar, Srinivasan 2012: 70-88). Nähes teiste poolt negatiivsed reitinguid ja hinnanguid on neil kalduvus ka ise vastavat hotelli negatiivselt hinnata (Samas). Seega on väga oluline hoida pidevalt kõrget kvaliteeti ja hoolitseda oma kuvandi eest ka virtuaalmaailmas.

Hostelite broneerimismootoreid- ja portaale on mitmeid ja nad kõik erinevad üksteisest nii hinna, ülesehituse, kasutusmugavuse poolest. Potentsiaalse kliendi jaoks on seega raske ja aeganõudev valida, millist neist kasutada. Selle probleemi on lahendanud internetiportaal nimega TFTHostels. Nimelt võimaldab see otsingumootor otsida ja

valida hosteleid kõikidest teistest broneerimissüsteemidest korraga. Tänu sellele saab külastaja alati teha mugavalt ja kiirelt parima valiku. (*About us - What is...* 2013)

Käesolevat lõiku kokku võttes võib väita, et noortehosteli kliendid leiavad reeglina omale sobiliku hosteli ise internetis asuvates broneerimissüsteemides ja teevad seal ise ka broneeringu. Broneerimiseks on loodud mitmeid otsingumootoreid, tavaliselt võimaldab seda ka iga hosteli koduleht. Tihti eelistavad külastajad just hostelitele spetsialiseerunud süsteeme, kuna sealsed reitingud ja kommentaarid on usaldusväärsed. Lisaks otsivad nad lisainformatsiooni reisiportaalidest, blogidest, ja sotsiaalmeediast. Internetis käib pidev võitlus parimate reitingute, kommentaaride ja soodsaima hinnakvaliteedi suhte pakkumise pärast. Iga väiksema impulsi võib viia kliendi konkurendi juurde. Väga kiire ja mugava viisi on loonud TFTHostels, mis koondab kõik otsingusüsteemid kokku. Hostelite broneerimisel omab suurt rolli alati mugavus ja lõplik hind.

1.3. Noortehosteli kliendi profiil ja eelistused

Eelnevatest alapeatükkidest selgus, et noortehostelid erinevad mitme olulise tunnuse poolest teistest majutusettevõtetest. Seda ka klientide olemuse ning tõekspidamiste poolest. Igal sihtrühmal on tunnusjooned, iseäralikud vajadused ja soovid. Iga ettevõtte huvides on oma kliente tunda, ilma selleta ei saa ju neile sobivat pakkuda. Käesolev peatükk iseloomustab noortehosteli tüüpilise külastaja profiili – tema valikute ja eelistused tagamaid. Millised on noortehostelite kliendid ja miks nad sellised on? Seejuures toetutakse ka üldistele trendidele turismimajanduses.

2013. aasta juulis avaldatud uuringu tulemustest selgus, et Euroopa hostelitesse jõuab kõige rohkem külastajaid läbi grupibroneeringute (Douglass 2013). Kogukülastajate arvust moodustab see 45 protsenti ja selle all mõistetakse peamiselt ametlikke üliõpilasesindusi, organisatsioonide esindajad, messide-suurürituste külastajaid, aga ka erinevaid sõpruskondi nagu näiteks poissmeeste õhtute pidajad (Samas). Individuaalsed ehk üksinda reisijad moodustavad 20 %, perekonnad 18 %, paarid 12 % ja ärikliendid 5 % (Samas). Mõnevõrra üllatuslikult on kasvanud just perekondade ja äriklientide osakaal, sest neid ei pea noortehostelid tihti oma sihtgrupiks. Arvatavasti on see

seotud eelmistes peatükkides mainitud hostelite kuvandi muutumisega positiivsus suunas. Teisest samalaadsest uuringust selgus, et kõige rohkem oli külastajaid vanusegrupis 25-34 eluaastat ja keskmine külastus kestis 2-3 päeva (Daly 2012: 1).

Raamatus *International Tourism Cultures and Behavior* (Reisinger 2009: 10-13) on kirjeldatud uut tüüpi turisti ja seeläbi ka turismi. Globaliseerumine ning arenev poliitilis-majanduslik olukord on loonud uue turisti profiili ning eelistused toodete-teenuste osas. Massturismi aeg on läbi saamas, kuna inimesed on muutunud maailma suhtes teadlikumaks ja vastutustundlikumaks. Suhtlus- ja infotehnoloogia areng on avanud inimeste silmad uutele ideedele ja vaatenurkadele. Uued turistid teavad, mida nad tahavad, kui palju see maksab ja kuidas seda saada. Oma reis planeeritakse ja broneeritakse ise vastavalt oma huvidele ja vajadustele, seda tänu just interneti tohutule arengule viimase 20 aasta jooksul. Reisimise eesmärgiks ei ole enam lihtsalt puhkamine ja taastumine, vaid uued teadmised ja elamused. Tähtsad märksõnad on ka reisielamuse autentsus ja keskkonnasõbralikkus. (Samas)

Noortehotelid ja nende külastajad on selle uue mõtteviisi üks parimaid näiteid. Hostelid loovad võimaluse kogeda lisaks kohalikele kultuurile ka teiste külastajate maailmavaadet, sest sõbrunemine ja ühistegevused on seal normaalne nähtus. Soodne hind tähendab väiksemat ressurside kulu ning seega on hostelis peatumisega kaasnev ökoloogiline jalajälg väiksem kui teistes majutusettevõtetes. Tüüpilised seljakotireisijad eelistavad autentsust ja erilisust ning kulutavad oma raha kohalikes väikeettevõtetes, seega võidab sellest kohalik kogukond, mitte suured korporatsioonid. Seega on noortehostelite külastajad sotsiaalselt ja keskkondlikult vastutustundlikumad kui teised, nii öelda tavalised turistid. (Cohen 2011: 1535–1555)

Hostelite ja nende külastajate olemust ja tegevusi võib esile tuua ka kui ülemaailmse rahu ja sallivuse algatajaid ning edasivijaid (Papis 2006: 593-600). Tüüpilised noortehosteli kliendid on avatud silmaringi ning suhtumisega ja nad soovivad kogeda vahetult kohaliku kultuuri ning sellest õppida (Samas). Aktiivselt suheldakse nii teiste sihtkohta külastavate turistide kui ka kohaliku kogukonnaga (Samas). Tihti tekivad nende vahel sõprussuhted. See soodustab negatiivsete stereotüüpide ümberlukkamist ja seeläbi erinevate rahvuste, religioonide ning rasside omavahelist mõistmist (Bibsan 2013: 55-60). Tagasi koju naastes jagavad nad õpitud ja kogemusi oma pere ning

tuttavatega, mõjutades ka neid olema tolerantsemad ja mõistvamad. Just sellisest maailmaparandavast ideest innustus ka noortehostelite kontseptsiooni looja Richard Schirrmann 20. sajandi algul.

Tüüpilise noortehosteli külastaja reisieelarve on oluliselt väiksem kui traditsioonilisel turistil. See võimaldab reisida pikemat aega ja motiveerib inimest leidma loovalt soodsaid mooduseid kohaliku elu-olu kogemiseks. Sel puhul võib alati abi küsida noortehostelite töötajatelt, kes reeglina oskavad soovitada parimaid taskukohaseid vaatamisväärsusi ja vaba aja veetmise võimalusi. Teisest küljest on oht, et väikse reisieelarve tõttu jäädakse ilma mõnest ainulaadsest kogemusest nagu näiteks festivalid või kallimad muuseumid-vaatamisväärsused.

Romantiline idee muretust mööda maailma sihitult ringi kulgevast seljakotituristist on tänapäevases kiiretempolises ja rangelt reglementeeritud maailmas üha enam populaarsust kogumas. Samas ei julge või ei raatsi paljud seda päriselt läbi elada, vaid soovivad seda proovida kui vaheldust tavaelust. See on tekitanud uue mõiste, millele eesti keeles veel vastet ei ole. *Flashbacker*´id (aka *poshbacker*´id) on turistid, kes veedavad oma puhkuse näiliselt vaese seljakotireisijana, kuid kes tegelikult suudaksid lubada omale midagi palju kallimat ja eksklusiivsemat. Nad ööbivad noortehostelites ja käivad läbi teiste seljakotituristidega lihtsalt seetõttu, et korrakski osa saada sellest rändurite elulaadist, mida nad igapäevaselt omale lubada ei saa. Nende reisimine kujuneb tihti siiski päris kulukaks, sest hostelis ööbimisega säästetud raha kulutatakse baarides, restoranides ja teistes turismiasutustes. (Flashbacking... 2013)

Reeglina on hosteliküllastajate ja nii öelda omapäi reisijate seas rohkem meesoost isikuid, kuna nad nende jaoks ei ole turvalisus ja mugavus niivõrd tähtsad kui naissoo esindajate puhul, kuid ka need trendid on muutumas. 2009. aastal viidi läbi uuring üksinda reisivate naiste seas ja sellest selgus, et koguni 76 % neist ei välista noortehostelis ööbimist ja 60 % ei pea oluliseks ainult naistele mõeldud tuba (*Women Travel Survey Results* 2009). Samas selgus, et naised peavad väga oluliseks seda, et nende hostel asuks turvalises piirkonnas ja soovituseks teistele tuuakse välja ümbritseva valvsat ja tähelepanelikku pidevat jälgimist (Samas).

Kokkuvõtvalt võib öelda, et hostelikülastajaid ühendab palju rohkem kui lihtsalt soov maksta nii vähe kui võimalik. Seda võib vaadata kui ülemaailmset trendi turismimajanduses, kus inimesed on järjest rohkem hinnatundlikumad, eneseteadlikumad ja autentsust otsivad. Koos ühiseid teenuseid jagades hoitakse kokku mitte ainult rahas vaid ka ressursides, mis on selle taga. Jagades ja teiste reisijatega läbi käies on ka kogu reisielamus intensiivsem ja väljakutsuvam. Seega võib hostelite külastamist ja kogu selle kogemuse eelistamist ja nautimist pidada tinglikult maailmavaateliseks eneseväljenduseks.

2. KLIENTIDE EELISTUSED NOORTEHOSTELITE VALIMISEL

2.1. Ülevaade noortehostelistest Tallinnas

Tallinnast on pärast Eesti taasiseseisvumist saanud paarikümne aastaga arvestatav turismilinn. Hea ühendus välismaailmaga, keskaegne vanalinn ja rohked üritused on turistide arvu ja nende pealt saadavat tulu kasvatanud pea igal aastal. Näiteks 2000. aastal majutas Tallinn 950 000 turisti (majutusega ööbijat) ning pakkumisel oli 5606 voodikohta (Tallinna välisturism 2000). Samuti rekordilisel 2011. aastal ööbis Tallinna majutusettevõtete 15377 pakutavas voodikohas 1 498 500 turisti (Tallinna turism 2011). Kahjuks puudub statistika, mis hõlmaks ainult hosteleid. Käesolev peatükk annab ülevaate Tallinna vanalinna ja kesklinna hostelitest 2013. aasta 25. oktoobril. Võrreldud on reitinguid erinevates broneerimissüsteemides ja saadavalolevaid rajatisi-vahendeid. Booking.com ja Hostelz.com kasutavad reitinguna 10-punkti skaalat, Hostelworld.com ja Hostelbookers.com protsentsüsteemi.

Arvestatavaid noortehosteleid on Tallinnas hetkel 11. Nendeks on Monks Bunk, Viru Backpackers, Tallinn Backpackers, Euphoria, FeelGood Hostel, 16EURO Hostel, ALUR Old Town hostel, Tabinoya Traveller's House, Red Emperors, GIDIC Hostel ja Fat Margarets Hostel. Kõik on end nii kodulehel kui broneerimissüsteemides positsioneerinud kui noortehostelid. Lisaks ühendab neid hea asukoht, täpsemalt Tallinna Vanalinn ja Kesklinn. Kõik pakuvad lisaks teistele võimalustele ühiselamustiilis jagatud tualettide ja duširuumidega majutusteenust ning voodikoha hind ei ületa neis 14 eurot. Broneerimissüsteemides on neid hinnatud piisavalt, et neil oleks reiting.

Monks Bunk on oma kodulehel positsioneerinud ennast kui sotsiaalne hostel (*social hostel*). Korraldatakse ekskursioone ja väljasõite, ühisruumis tegevusi ja pidusid. Asub aadressil Tatari 1. Reitingud erinevates broneerimissüsteemides on järgnevad: Booking.com 8.3, Hostelworld 88 %, Hostelbookers.com 86.5%, Hostelz.com 8.9. Hind

ühikasutatavas toas on 9 € öö kohta. Hostelis asuvad järgnevad rajatised-vahendid: suur ühisala, avatud 24H, wifi, kinotuba, tasuta arvutid, linad hinnas, lukustatavad kapid, pesupesemise võimalus, föön, pakihoid, organiseeritud tegevused, tasuta tee/kohv, lauamängud, TV, DVD, piljard, tuuride broneerimine, baar, raamatuvahetus, ühised õhtusöögid. (*Welcome to Monks...* 2013)

Viru Backpackers on nõ butiikhostel, mis asub aadressil Viru 5. Reitingud on vastavalt: Booking.com 8.3, Hostelworld 91%, Viru backpackers 86.7 %, Hostelz.com 8.9. Öö ühikasutatavas toas maksab 14 €. Hostelis asuvad järgnevad rajatised-vahendid: wifi, pagasihoid, pesupesemise võimalus, paljundusmasin, ühisala, tasuta kaardid-voldikud, föön, hommikusöök hinnas, tasuta kohv/tee, linad hinnas, tuuride broneerimise võimalus, rätik hinnas. (*Viru backpackers...* 2013)

16EUR Hostel, asub aadressil Roseni 9. Reitingud erinevates broneerimissüsteemides on järgnevad: Booking.com 7.4, Hostelworld.com 79%, Hostelbookers.com 77.4 %, Hostelz.com'is pole esindatud. Öö hind 10 €. Avatud 24, TV, tasuta wifi, linad hinnas, tasuta parkimine, rätik hinnas, ühisala, lukustatavad kapid, bassein, pesupesemise võimalus, baar, kaardid-voldikud, föön, pakihoid, tuuride broneerimine. (*Friendly hostel...* 2011)

ALUR Old Town Hostel, paikneb Lai 20. Reitingud: Booking.com 7.3, Hostelworld.com 73 %, Hostelbookers.com 78.2%, Hostelz.com 8.0, 12 €. Avatud 24H, kaardid-voldikud, föön, wifi, lukustatavad kapid, rõdu/terrass, lauamängud, pakihoid, tasuta kohv/tee, ühisala, linad hinnas, grillahi. (*Tere tulemast...* 2013)

Tallinn Backpackers on pidutsemishostel, seal korraldatakse igaõhtuseid joomismänge ja pubituure, saabumisel pakutakse tervitusjooki. Kodulehel ja broneerimissüsteemides rõhutatakse, et juhatajad ja töölised on austraallased. See mõjub reisivatele kaasmaalastele turvaliselt ja koduselt. Tallinn Backpackers asub aadressil Olevimägi 11. Reitingud on järgnevad: Booking.com 9.0, Hostwelworld.com 91 %, Hostelbookers.com 94.9 %, Hostelz.com 9.4, 10 €. Hostel on avatud 24H, kaardid-volikud, föön, saun, wifi, linad hinnas, tasuta arvutid, ühised õhtusöögid, tuuride broneerimine, pesupesemise võimalus, baar, konsolid, lukustatavad kapid, ühisala, tasuta tee/kohv. (*Welcome to Tallinn...* 2013)

Fat Margaret's Hostel aadressil Põhja Puiestee 27. Reitingud: Booking.com 7.3, Hostelworld.com'is ei ole esindatud, Hostelbookers.com 79.5 %, Hostelz.com 8.1. Maksumus öö eest on 8 €. Hostel on avatud 24H, lisavõimalusteks on wifi, linad hinnas, tasuta tee/kohv, pakihoid, baar, kaardid-voldikud, foon, parkimine, pesupesemise võimalus. (*Fat Margaret's... 2013*)

Euphoria on eristumisel läinud kunsti valdkonda. Nimelt on seal loodud võimalused ühiselt koos muusikat mängida ja tegeleda kaunite kunstidega nagu maalimine ja käsitöö. Asub Roosikrantsi 4. Ei ole esindatud Booking.com'is, Hostelworld.com 88%, Hostelbookers.com'is ei ole esindatud, Hostelz.com 8.7. Öö ühiskasutatavas toas maksab 13.8 €. Hostelis on Baar, ühisala, parkimine, foon, lukustatavad kapid, kaardid-voldikud, wifi, pakihoid, pesupesemise võimalus, tasuta tee/kohv, raamatuvahetus, konsoolid, linad, hinnas, tuuride broneerimine. (*Home for... 2013*)

Tabinoya Traveller's House asub aadressil Nunne 1 ja on end positsioneerinud kui butiikhostel, mille omanik ja juhataja on jaapanlane. See mõjub koduselt ja kutsuvalt teistele reisivatele jaapanlastele. Reitingud: Booking.com 9.1, Hostelworld.com 91 %, Hostelbookers.com 97.7 %, Hostelz.com 9.3. Öö maksab 14 €. Ühisala, wifi, linad hinnas, lugemistuli, raamatuvahetus, kaardid-voldikud, foon, pakihoid, tasuta tee/kohv, hommikusöök hinnas, tuuride broneerimine. (*Welcome to Tabinoya... 2013*)

Red Emperor Hostel aadressil Aia 10 on austraallaste poolt asutatud ja enamik töötajatest on samuti Austraaliast pärit. Reitingud: Booking.com 8.4, Hostelworld.com 91 %, Hostelbookers.com 93.1%, Hostelz.com 9.1. Hind ühiskasutatavas toas 9 €. Hostelis asub suur baar, wifi, foon, tasuta arvutid, lukustatavad kapid, piljard, ühisala, pakihoid, tasuta tee/kohv, kaardid-voldikud, linad hinnas, parkimine, tuuride broneerimine. (*Hostel rooms... 2013*)

Gidic Hostel, aadressil Tartu mnt 31. Reitingud: Booking.com 7.7, Hostelworld.com'is ei ole esindatud, Hostelbookers.com'is ei ole esindatud, Hostelz.com 9.0. Öö hind 12 €. Tasuline wifi, 24H, pakihoid, lukustatavad kapid, lauamängud, parkimine, pesupesemisevõimalus, tuuride broneerimine, kaardid-voldikud, TV, kinotuba. (*About us... 2013*)

FeelGood Hostel, Kaarli pst 11. Booking.com 8.3, Hostelworld.com 86%, Hostelbookers.com 88.3 %, Hostelz.com 8.8, 10 €. 24H, lauamängud, TV, DVD, wifi, töökuulutused, pakihoid, tasuta tee/kohv, tasuta arvutid, pesupesemise võimalus, raamatuvahetus, kaardid-voldikud, konsoolid, tuuride broneerimine, hommikusöök hinnas, ühisala, lukustatavadapid, lugemistuled. (*FeelGood Hostel... 2013*)

Tallinnas on rohkelt erinevaid noortehosteleid. Leidub lihtsaid ja võimalikult odavaid kui ka kalleimaid nõ butiikhosteleid. Sihtrühmapõhiselt üritatakse eraldi tabada nii pidutsejaid kui kunstiinimesi, asutajate ja juhatajate päritolule rõhudes soovitakse paista atraktiivsed kaasmaalastele. Keskmised reitingud on vastavalt broneerimissüsteemidele: Booking.com 8.1, Hostelworld.com 86.4 %, Hostelbookers.com 86.9 % ja Hostelz.com 8.8. Parimate reitingutega on Tabinoya Traveller's House ja Tallinn Backpackers. Halvimad reitingud on ALUR Old Town Hostelil ja 16EUR Hostelil. Pea kõik noortehotelid on avatud ööpäevaringselt ja seal levib tasuta internet. Erilisemate lisavõimalustena pakutakse basseini, sauna ja terrassi grillimise võimalusega.

2.2. Uuringu meetod ja korraldus

Uuring viidi läbi ajavahemikul 1. kuni 31. märts 2013. Üldkogumiks olid kõik noortehostelite külastajaid Tallinnas. Valimiks osutus neli noortehostelit Tallinnas ehk ankeete paluti täita külastajatel neljas Tallinna noortehostelis, milleks olid Monk's Bunk, Viru Backpackers, ALUR Old Town ja Tabinoya Traveller's House. Eesmärgipäraselt täidetuna jõudis töö autorile tagasi 146 ankeeti. Soolises võrdluses oli meessoost vastanuid 20 võrra rohkem kui naissoost, suhteline erinevus on 3,42 protsentpunkti.

Uuring viidi läbi ankeetküsitluse vormis. Ankeet on eesti keelsena käesoleva töö lõpus Lisas 1 ja inglise keelsena Lisas 2. Läbiviidava uuringu eesmärgiks oli uurida noortehostelite klientide ootusi ja eelistusi, ehk milliste kriteeriumite põhjal ühe või teise kasuks otsustatakse. Küsitlus koosneb suletud küsimusest. Suletud küsimused annavad selged, piiritletud ja üheselt tõlgendatavad vastused (Patti 2012: 15-17). Lisaks küsitakse vastaja päritoluriiki ja sugu, et anda täpsustavaid juhiseid kindlale kliendigrupile spetsialiseerunud hostelitele.

Esimese küsimuse kriteeriumiteks on autor valinud hinna, asukoha, sõprade-tuttavate soovitusel, broneerimisportaalides ja kodulehtedel leiduvad lühikirjeldused, pildid, reiting ja kommentaarid ning hostelis pakutavad lisavõimalused. Kuna paljude külastajate reisi eesmärgiks on meelelahutus ja puhkus, siis on sellesse võrdlusesse toodud ka baari olemasolu hostelis. Kriteeriumite omavaheliseks võrdluseks ja tulemuste lihtsamaks analüüsimiseks põhineb küsimustiku esimene küsimus 5-osalisel Likerti skaalal. Likerti skaala on suurepärane vahend mõõtmaks inimeste arvamust või hinnangut millegi suhtes (Hammond, Wellington 2013: 170). Teises küsimuses uuritakse kliendi arvamust õiglase hinna kohta ühiskasutatavas toas ühe öö kohta. Kolmandas palub autor vastajatel välja tuua, millised lisavõimalused –ja teenused peaksid saadaval olema igas hostelis. Nende kolm küsimust annavad piisava ülevaate klientide eelistustest hosteli valimisel. Lisaks on lühikese ja kiire küsimustikuga võimalik leida rohkem vastajaid, sest paljud inimesed ei soostu oma puhkuseks mõeldud aega küsitluste täitmisele kulutada.

Vastanute hulgas oli inimesi pärit 31 erinevast riigist. Enim vastajaid, kokku 19, tuli Saksamaalt. Järgnesid vastavalt Eesti, Prantsusmaa, Suurbritannia ja Belgia. Veel on esindatud Hispaania, Austraalia, Leedu, USA, Soome, Itaalia, Poola, Läti, Kanada, Venemaa, Hiina, Lõuna-Korea, Tšehhi, Iisrael, Šveits, LAV, Ukraina, Uus-Meremaa, Gruusia, Küpros, Kolumbia, Brasiilia, Portugal, Guatemala, Argentiina ja Holland. Vastanute täpsed arvud ja protsendid on esitatud töö järgmisel leheküljel Tabelis 2.

Tabel 2. Vastanute koosseis päritoluriigi järgi (Allikas: autori koostatud)

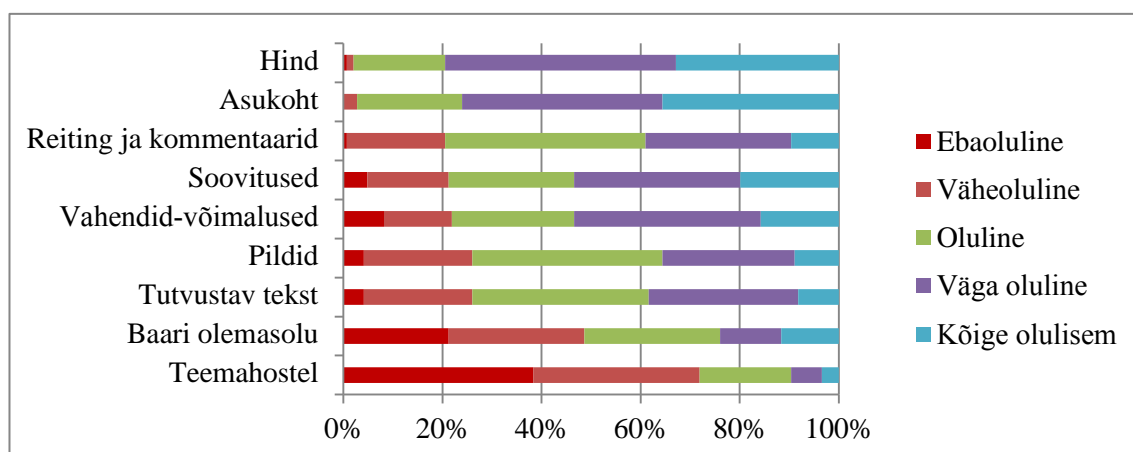
Riik	Vastanute arv	%	Riik	Vastanute arv	%
Saksamaa	19	13,0%	Hiina	3	2,1%
Eesti	16	11,0%	Lõuna-Korea	3	2,1%
Prantsusmaa	13	8,9%	Tšehhi	2	1,4%
Suurbritannia	10	6,8%	Iisrael	2	1,4%
Belgia	10	6,8%	Šveits	1	0,7%
Hispaania	9	6,2%	LAV	1	0,7%
Austraalia	9	6,2%	Ukraina	1	0,7%
Leedu	6	4,1%	Uus-Meremaa	1	0,7%
USA	6	4,1%	Gruusia	1	0,7%
Soome	5	3,4%	Küpros	1	0,7%
Itaalia	4	2,7%	Kolumbia	1	0,7%
Poola	4	2,7%	Brasiilia	1	0,7%
Läti	4	2,7%	Portugal	1	0,7%
Vastamata	3	2,1%	Guatemala	1	0,7%
Kanada	3	2,1%	Argentiina	1	0,7%
Venemaa	3	2,1%	Holland	1	0,7%
			Kokku	146	100,0%

Lõputöö raames läbiviidavaga sarnane uuring viidi läbi Šotimaal 2006. aastal. Uuringust selgus, et hostelikülastajate peamised informatsiooni otsimise allikad on (tähtsuse järjekorras) kaardid, reisiraamatud, internet ja sõprade soovitusel. Kõige tähtsamad tegurid hostelikülastuse puhul on madal hind, hea asukoht ja Šotimaa Noortehostelite Assotsiatsiooni liikme-staatus. Kliendi rahulolu perspektiivist peeti olulisemaks tubade puhtust, hinna-kvaliteedi suhet ja toiduvalmistamise võimalust. (Nash, Thyne, Davies 2006: 6)

Uuringu läbiviimine läks autori hinnangul väga hästi. Tihti on sarnaste uuringute puhul raske see, et vastajad ei vaevu oma aega nende kulutama. Käesoleva uuringu ankeetide täitmisest ei keeldunud kordagi, pigem oli vastajatel hea meel, et nende arvamusest hoolitakse ning neil on võimalus anda oma panus millegi parendamisse. Ainsaks probleemiks ankeetide täitmisel oli see, et külastajad unustasid või ei pannud tähele, et küsimustik on kahepoolne ja täitsid neist vaid ühe. Neist kolmel oli vastaja teadmata põhjustel jätnud täitmata päritoluriigi lahtri, kuid uuringu peamisi tulemusi see ei mõjuta ning Tabelis 2 on need märgitud kui Vastamata.

2.3. Uuringu tulemused ja analüüs

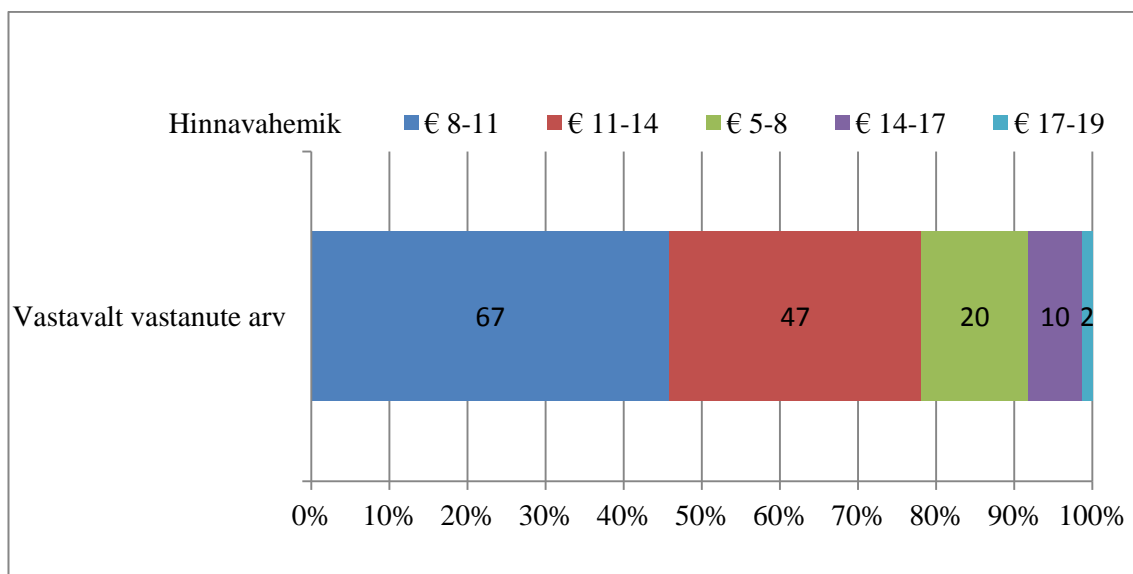
Esimese küsimuse tulemuste kokkuvõtmisel ja olulisuse alusel reastamisel on töö autor kokku liitnud vastused valikutest „Oluline“, „Väga oluline“ ja „Kõige olulisem“ ehk eesmärgiga koondada kõik „oluline“ ja teha järjestus selle alusel. Tulemused on esitatud Joonisel 1.



Joonis 1. Hosteli valiku kriteeriumid olulisuse alusel (allikas: autori koostatud)

Uuringust selgus, et noortehostelite valikul lähtuvad külastajad kõige rohkem hinnast. Teiseks teguriks on asukoht, esimesed kaks on seega samad, mis käesoleva uuringu tutvustuses mainitud sarnasest Šotimaal läbi viidud uuringust välja tulid. Kolmandaks on reiting ja kommentaarid broneerimissüsteemides ning kodulehel, mille kasvavat tähtsust mainiti korduvalt teoreetilises osas. Järgnevad sõprade soovitusel, pakutavad vahendid-võimalused, pildid broneerimissüsteemides ning kodulehel, tutvustavad tekstid broneerimissüsteemides ja kodulehel, baari olemasolu ja viimasel real on välja toodud teatud temaatikast lähtuva hosteli vastu huvi.

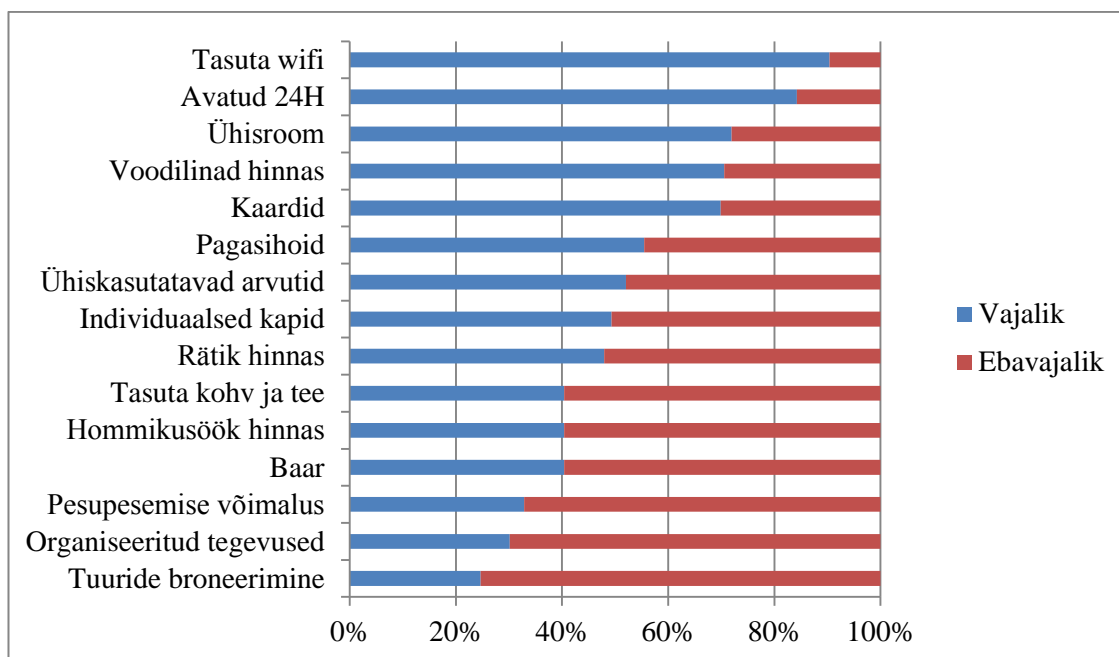
Vastavalt ülalpool esitatud tabeli järgi on olulisimaks valikukriteeriumiks hostelikülastajatel hind. Ankeedis paluti vastajatel valida mõistlik hind noortehostelite põhilisele teenusele, milleks on voodikoht ühele inimesele ühiskasutatavas toas. Täpsustuseks oli ka märgitud, et nimetatud toas on koos nii mehed kui naised, sest mõned hostelid on osade tubade jaotuse teinud külastajate soo alusel ning sellest võib sõltuda ka teenuse maksumus. Tulemused on kajastatud lõigule järgnevas tabelis. Hinnavaheemikke oli ankeedis 5 ja need koostas autor ise.



Joonis 2. Mõistlikuim hind peamisele majutusteenusele

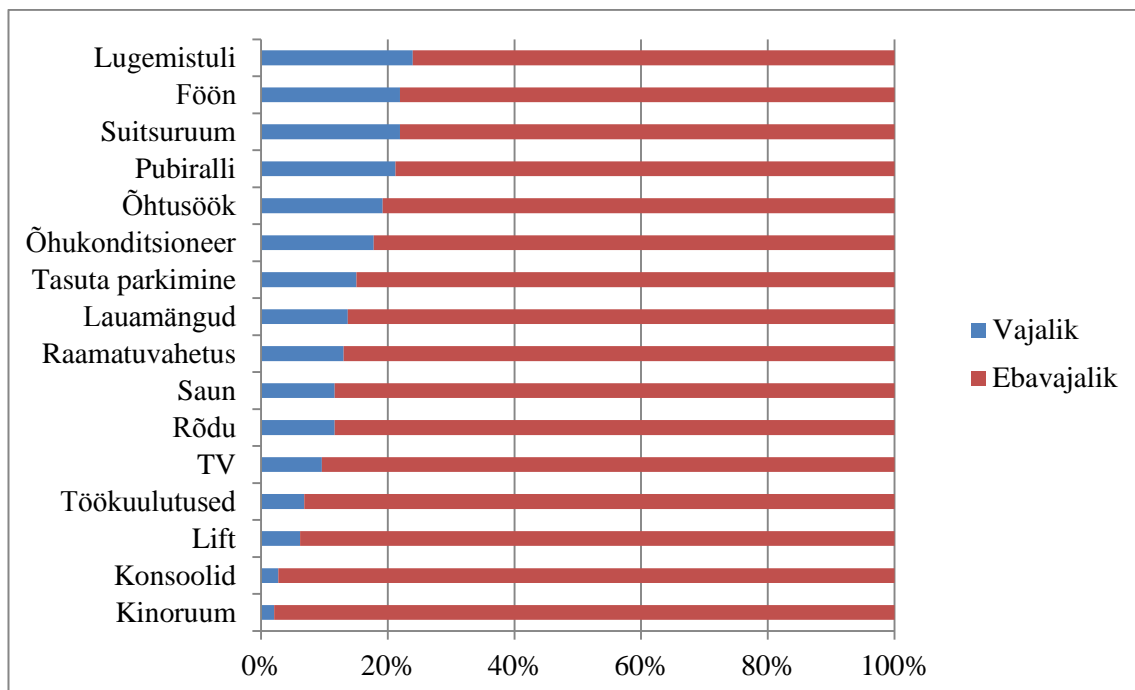
Uuringust selgus, et nimetatud kriteeriumitele vastava majutusteenuse mõistlikuim hind küllastajate arvates on 8-11 eurot, nõnda vastas koguni 67 inimest 146st. Teisel kohal on hinnavahemik 5-8 eurot ja viimased kolm vahemikku (€ 5-8, € 14-17, € 17-19) moodustavad kokku väiksema summa kui eelneva vahemiku eelistajate arv.

Ankeetküsitluse kolmandas suuremas küsimuses paluti küllastajatel ära märkida hostelites pakutavad lisavõimalused-teenused. Kokku oli neid valikus 31. Täitjal oli ka võimalus lisada sinna tegur, mis tema jaoks veel võiks olla oluline, mida valikus ei olnud. Tulemused on esitatud Joonistel 3 ja 4. Esimeses neist on 15 olulisemat, teises 16 vähemolulisemat.



Joonis 3. Olulisemad lisavõimalused hostelites

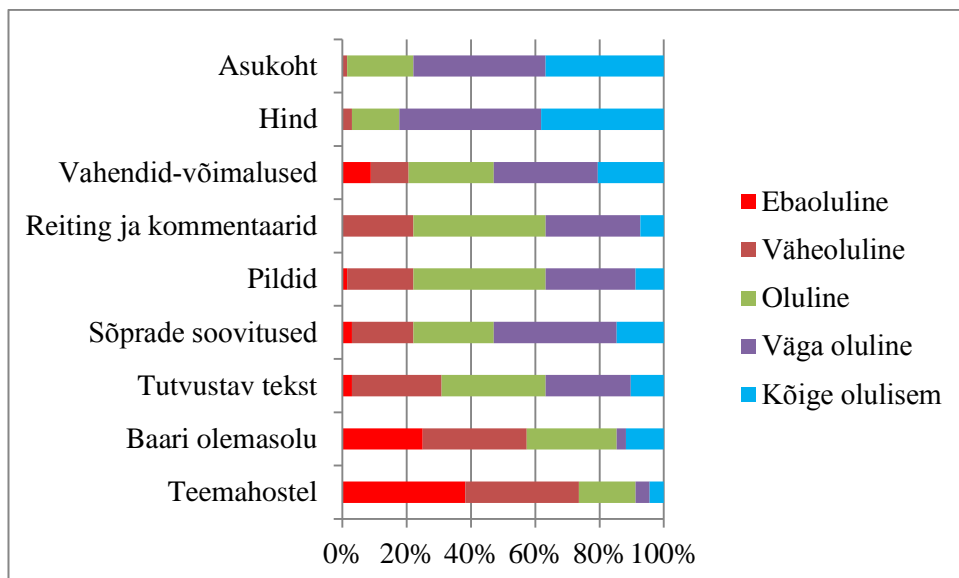
Olulisematest lisavõimalustest-teenustest väärivad eraldi mainimist tasuta traadita interneti ja ööpäevaringset lahtiolekut, kuna need ületasid ainsana kaheksakümne protsendi künnise. Tasuta interneti nõue ilmestab väga hästi teoreetilises osas iseloomustatud tüüpilise hostelikülastaja vajadust olla pidevas ühenduses maailma ja ümbritsevaga, reisil olles otsida ja leida veebist põnevaid ning taskukohaseid võimalusi transpordi, tegevuste või ürituste osas. Üle poole külastajatest pidas vajalikuks ka ühisruumi, hinnas sisalduvaid voodilinasid, vastuvõtus pakutavaid kaarte ja voldikuid, pagasihoidu ja ühiskasutatavaid arvuteid.



Joonis 4. Vähemolulised lisavõimalused hostelites

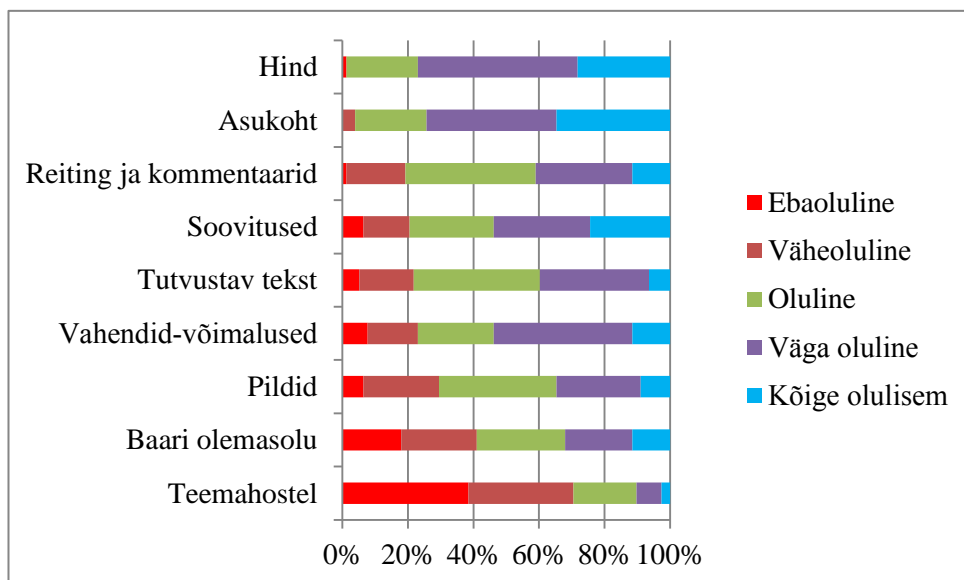
Viimased 16 klientide jaoks olulised lisavõimalused-teenused ei ületanud 25 protsenti. Tabeli teist osa järgi võib öelda, et Tallinna noortehostelite külastajad ei ole huvitatud oma aega sisustama filmide ega televisiooni vaatamise-, konsoolide- ega lauamängude mängimisega. Ei ole ka tähtsad mugavused nagu lift, rõdu või saun. Valdav osa neist ei suitseta ega külasta Tallinna autoga.

Järgnevalt esitatakse tulemused, mis saadi valimi jaotamisel erinevate tunnuste alusel. Esimeses võrdluses on välja toodud erinevused meeste ja naiste vahel. Võrreldakse üldiseid tegureid ja sobilikumat hinda.



Joonis 5. Naiste eelistused hosteli valikul

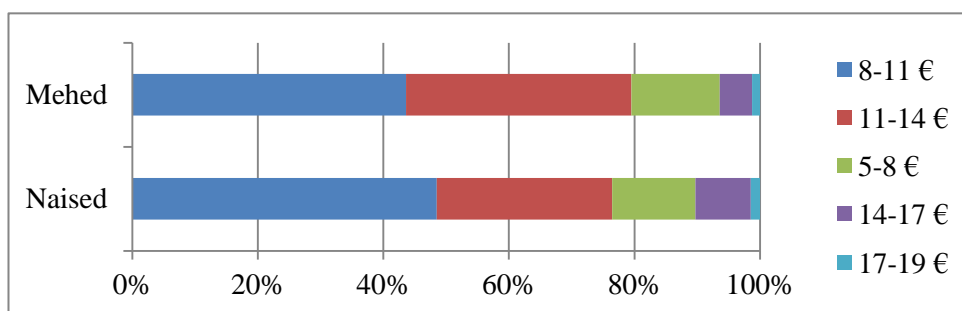
Joonis 5 näitab, et 2 kõige olulisemat tegurit hosteli valiku puhul on asukoht ja hind, nagu see oli ka kogu valimi puhul (Joonis 1). Sama kehtib ka kolme vähem olulise teguri kohta. Võrreldes meestega (Joonis 6) on naiste jaoks olulisemad vahendid-võimalused ja pildid. Mehed usaldavad pigem sõprade-tuttavate soovitusi ja tutvustavat teksti kodulehel või broneerimisportaalides.



Joonis 6. Meeste eelistused hosteli valimisel

Meeste puhul võib eraldi välja tuua, et asukohale eelistatakse hinda, kuigi vahe on väike. Lisaks saab tõdeda, et pildid pole neile väga olulised. Nii selle kui ka eelmise

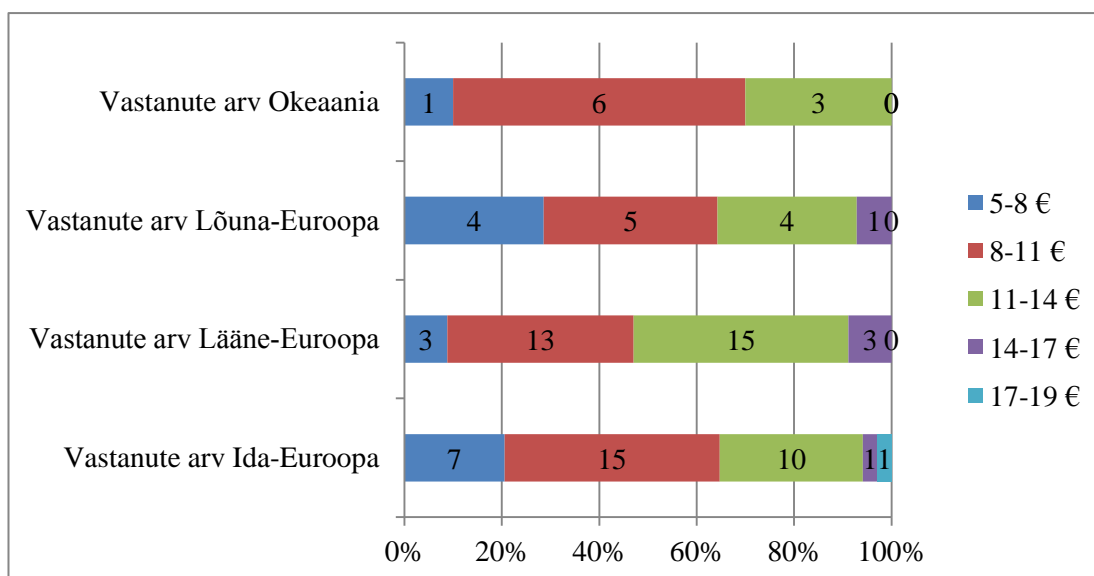
joonise puhul tuleb arvestada, et järjestamisel on arvestatud vastuste „Kõige olulisem“, „Väga oluline“ ja „Oluline“ koondsummat.



Joonis 7. Sobiv hind öö kohta. Meeste ja naiste võrdlus

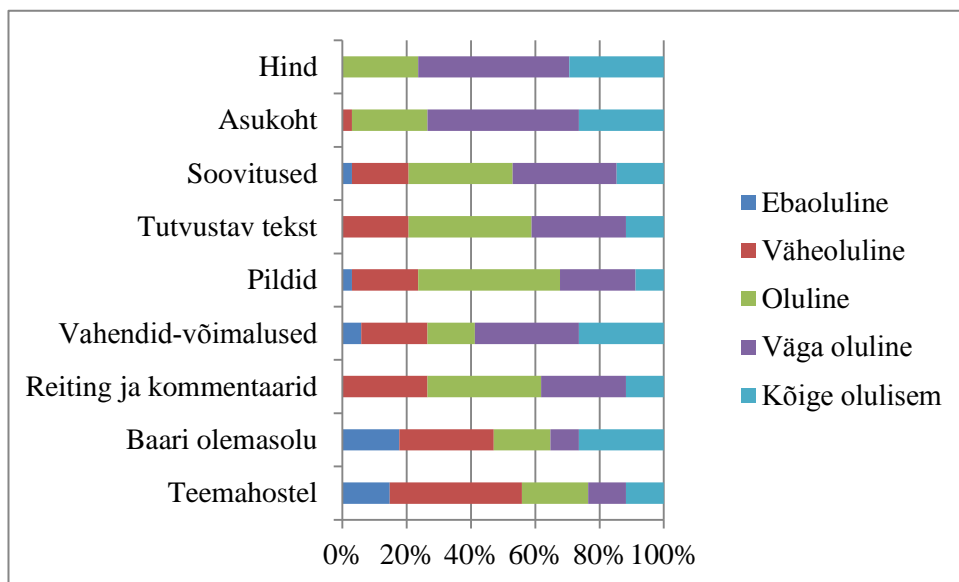
Jooniselt 7 on näha, et nii meeste kui naiste arvates on sobilikum hind 8-11 eurot. Arvestatav osa on nõus maksma ka 11-14 eurot. Teised hinnavahemikud on juba oluliselt väiksemad. Üldiselt võib öelda, et soo alusel hinnale suurt mõju ei ole.

Järgneb analüüs ja uuringu tulemused regioonide alusel. Töö autor jagas vastanud 4 gruppi: ida-eurooplased, lääne-eurooplased, lõuna-eurooplased ja okeaanlased. Iga regiooni esindab vähemalt 10 vastanut. Järgnevad joonised mõistliku ühe öö hinna kohta ühiskasutatavas toas (koondjoonis) ja klientide eelistused noortehostelite valimisel regioonide kaupa.



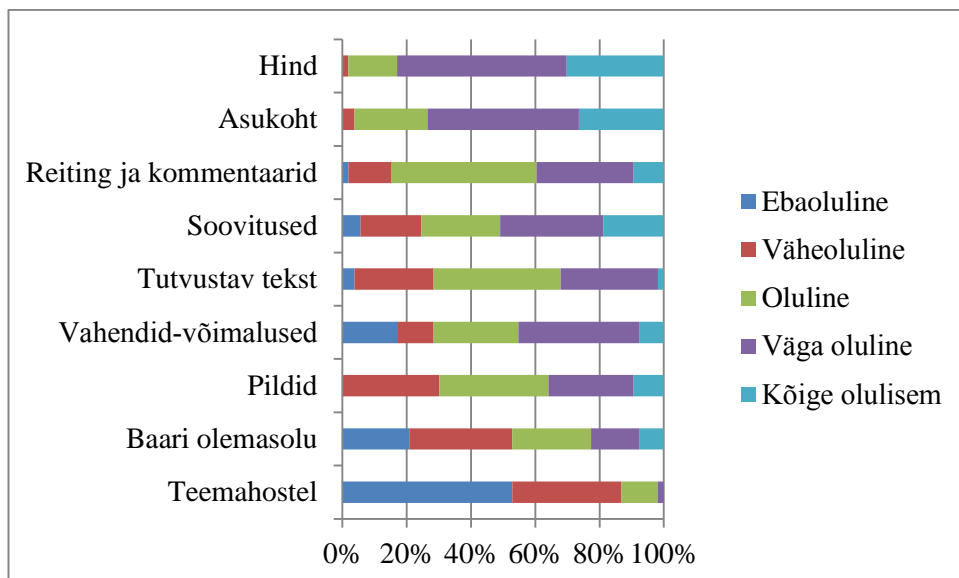
Joonis 7. Mõistlik hind ühe öö eest ühiskasutatavas toas regioonide lõikes

Joonisel 7 on näha, et pea kõik vastanute grupid eelistavad hinnavaheemikku 8-11 €, nagu see oli ka üldvalimi puhul. Ainsaks erandiks on lääne-eurooplased, kellest suurem osa oleks nõus maksma rohkem, täpsemalt 11-14 €. Kõige väiksemat hinda ootavad aga austraallased ja uus-meremaalased.



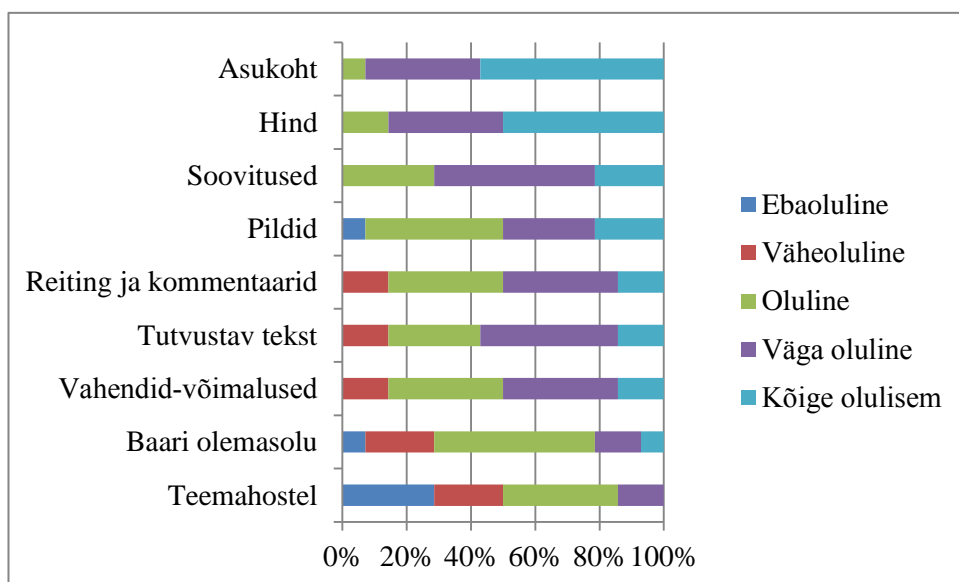
Joonis 8. Ida-eurooplaste eelistused noortehostelite valikul

Joonis 8 näitab, et ida-eurooplaste (eestlased, lätlased, leedukad, venelased, poolakad, ukrainlased) eelistusi noortehostelite valimisel. Ida-eurooplasi osales uuringus kokku 34, kellest kõige rohkem (16) oli eestlasi. Kõige olulisemad tegurid nende jaoks on hind, asukoht, sõprade-tuttavate soovitused ja tutvustav tekst. Kõige vähem tuntakse huvi baari ja teemahosteli vastu.



Joonis 9. Lääne-eurooplaste eelistused noortehostelite valikul

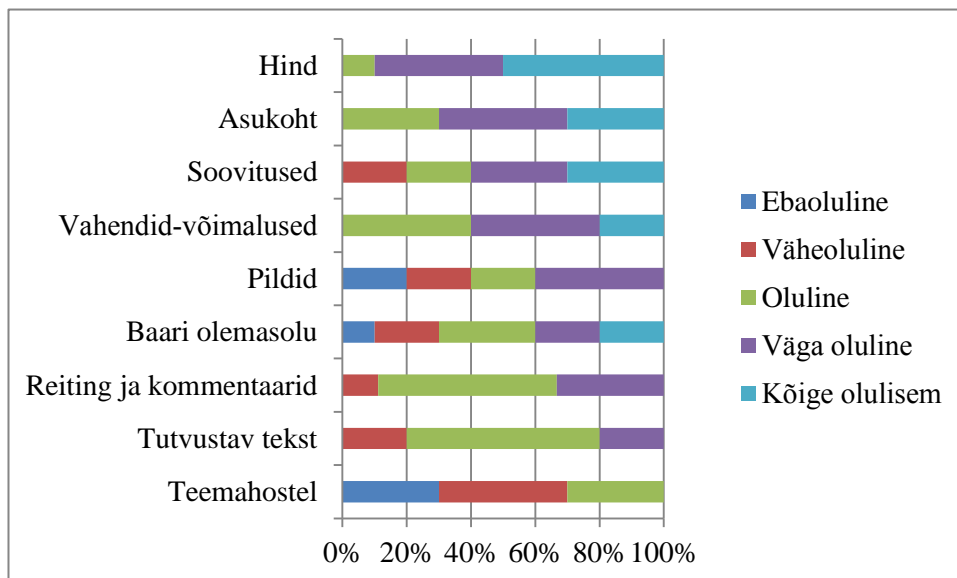
Joonis 9 toob esile, et lääne-eurooplaste (Ühendkuningriigid, Prantsusmaa, Belgia, Holland, Saksamaa) eelistusi noortehostelite valimisel. Lääne-eurooplasi osales uuringus kokku 53, kellest kõige rohkem (19) oli sakslasi. Kõige olulisemad tegurid nende jaoks on hind, asukoht, reitingud ja kommentaarid broneerimissüsteemides ja sõprade-tuttavate soovitused. Ebaolulisimaks osutusid jälle baar ja teemahostel.



Joonis 10. Lõuna-eurooplaste eelistused noortehostelite valikul

Joonis 8 näitab, et lõuna-eurooplaste (Portugal, Hispaania, Itaalia) eelistusi noortehostelite valimisel. Ida-eurooplasi osales uuringus kokku 14, kellest kõige

rohkem (9) oli hispaanlasi. Kõige olulisemad tegurid nende jaoks on asukoht, hind, sõprade-tuttavate soovitused ja pildid. Kõige vähem hoolitakse baari olemasolust ja teemahostelist.



Joonis 11. Okeaanlaste eelistused noortehostelite valikul

Joonis 9 toob esile, et okeaanlaste (austraallased ja uus-meremaalased) eelistusi noortehostelite valimisel. Kokku osales uuringus 9 austraallast ja 1 uus-meremaalane. Kõige olulisemad tegurid nende jaoks on hind, asukoht, sõprade-tuttavate soovitused ja vahendid-võimalused. Ebaolulisimaks osutusid tutvustav tekst ja teemahostel.

2.4. Järeldused ja parendusettepanekud Tallinna noortehostelitele

Käesolev peatükk toob välja eelnevalt toodud teooria ja uuringu tulemuste põhjal tehtud järeldused ja parendusettepanekud Tallinna noortehostelitele. Kuna Tallinnas on mitmeid erinevaid noortehosteleid ja uuring viidi läbi neljas nimetatud ettevõttes, siis tehakse parendusettepanekuid enamjaolt uuritud noortehostelitele, kuid samuti võiksid need ettepanekud huvi pakkuda ka kõikidele olemasolevatele ja uutele hostelmajutuse turule sisenejatele. Antud järelduste ja parendusettepanekute tegemiseks keskendubki töö autor läbiviidud uuringu tulemuste põhjal küsimusele: „Milline peaks olema üks noortehostel, et rahuldada külastajate ootusi ja eelistusi?“ Lisaks üldistele ettepanekutele on välja toodud ka erinevused soo ja regiooni alusel, et vastavatele

sihtrühmadele keskenduvad noortehostelid saaksid täpsustavaid järeldusi. Ülevaade Tallinn noortehostelistest asub peatükis 2.1.

Noortehostelid peavad olema esindatud internetis. Enamik kliente valivad omale sobiva majutuse just seal. Lisaks sotsiaalmeediale ja atraktiivsele, broneerimisvõimalusega kodulehele peaks asutus olema kättesaadav erinevates broneerimissüsteemides. Lisaks universaalsele Booking.com'ile tuleks oma asutust pakkuda ka spetsialiseerunud süsteemides: Hostelworld.com, Hostelbookers.com ja Hostelz.com. Et kodulehel ja broneerimissüsteemides klientide tähelepanu ja usaldust võita, peab nende sisu ja pilte pidevalt uuendama. Seal saab jooksvalt reklaamida ja tutvustada käivad üritusi ja pakutavaid lisateenuseid. Kindlasti tuleks vältida olukorda, kus kliendi asutusse jõudmisel ootab teda miski muu kui see, mida ta internetis luges ja nägi.

Tähtsaim tegur noortehosteli valikul klientide jaoks on hind. Ühes edukas Tallinna noortehostelis maksab öö ühiselamusstiilis toas jagatud tualettide-duširuumidega 8-11 €, sobilik on ka 11-14 €. Teiseks olulisim tegur on asukoht. Noortehostel peab asuma vana- või kesklinnas, lähedal transpordisõlmpunktidele ja peamistele vaatamisväärsustele.

Erinevates broneerimissüsteemides on hostelil tugev reiting ja positiivsed kommentaarid, mis on saavutatud järjekindlalt kvaliteetset teenust pakkudes. Reitingud ja kommentaarid on otsene tagasiside klientidelt ning nende nimel saab ja peab igapäevaselt pakkuma kvaliteetset ning vähemalt ootuspärast teenust. Seda enam, et juba kord negatiivsuse poolde kaldunud arvustusi-hinnanguid on raske parandada, kuna inimestel on alateadlik komme teisi jäljendada. Keskmised Tallinna noortehostelite reitingud on vastavalt: Booking.com 8.1, Hostelworld.com 86.4 %, Hostelbookers.com 86.9 % ja Hostelz.com 8.8. Potentsiaalsete klientide tähelepanu äratamiseks tuleks kindlasti pakkuda üle keskmise olevaid reitinguid.

Veel on hostelis mitmekülgsed ja heas korras ruumid, vahendid ja võimalused nende kasutamiseks. Ei ole oluline, et noortehostel iseloomustaks ja kirjeldaks end kodulehel või broneerimissüsteemides ega jälgiks oma kujunduses ja igapäevatöös mingisugust temaatikat või stiili. Samuti ei pea kliendid oluliseks, et seal oleks baar.

Noortehostelis peab kindlasti olema tasuta traadita internet ja hostel peaks olema avatud ööpäevaringselt. Ettevõttes peab olema suur ühisala vaba aja veetmiseks või organiseeritud tegevusteks. Kliendid eeldavad, et voodilinate eest lisatasu ei küsita ning vastuvõtus pakutakse tasuta linna kaarte ja voldikuid. Hostelis peaks olema tuba või kindel koht, kuhu kliendid saaksid turvaliselt jätta oma pagasi enne sisse- või pärast väljaregistreerimist. Klientidele peaksid olema tasuta kasutamiseks arvutid ning individuaalsed kapid isiklike asjade turvaliseks hoidmiseks. Muud noortehostelite omadused ja lisavõimalused (rätik hinnas, tasuta tee-kohv, hommikusöök, pesupesemise võimalus, tuuride broneerimine jne.) on vähem olulised ja pigem rakendatavad juhul, kui soovitakse tabada kindlat sihtrühma või luua eristuv kuvand.

Kui olemasoleva või rajatava hosteli peamiseks või ainsaks sihtrühmaks on naissoost isikud tuleks eraldi tähelepanu panna hoonete-ruumide ja pakutavate vahendite-võimaluste kvaliteedile ning kodulehel ja broneerimiskanalites üles seada neist kvaliteetsed ja pilkupüüdvad pildid. Meessoost klientide puhul peab rõhuasetus olema igapäevaselt kõrgel majutus-ja muude teenuste kvaliteedil ning isiklike kontaktide loomisel, kuna nad usaldavad rohkem reitinguid-kommentaare ja sõprade-tuttavate soovitusi.

Kui kliendid on peamiselt pärit Ida-Euroopast või Okeaniast (Austraalia, Uus-Meremaa), tuleks keskenduda isiklike tutvuste baasil võrgustiku loomisele – nimelt peavad nad väga oluliseks sõprade-tuttavate soovitusi. Hostelit tuleks ka kodulehel ja broneerimissüsteemis võimalikult täpselt ja atraktiivselt kirjeldada. Sobivaim hind ida-eurooplaste ja okeaanlaste jaoks on 8-11 eurot.

Lääne-eurooplased puhul on tarvis olla võimalikult positiivse kajastusega broneerimissüsteemides ning vastuvõetavam maksumus öö kohta on nende jaoks 11-14 €. Lõuna-eurooplaste sihtrühmale keskendudes peaks tähelepanu pöörama jällegi isiklike kontakti loomisele, eesmärgiga panna neid oma ettevõtet sõpradele-tuttavatele ja reisimise käigus kohatavatele soovitama. Lisaks tuleks neis huvi äratada rohkete ilusate ja huvitavate piltidega kodulehel ja broneerimissüsteemides.

Uuring viidi läbi 4 erinevas Tallinna noortehostelis. Ühele neist pole esitada ühtegi parendusettepanekut. Nimelt vastab Monks Bunk noortehostel juba kõikidele

käesolevas uurimustöös välja toodud eduka hosteli kriteeriumitele. Järgnevad parendusettepanekud teistele uuringus osalenud hostelitele.

Viru Backpackers'ile ja Tabinoya Traveller's House'ile esitati samad parendusettepanekud. Peaks muutma oma lahtiolekuaega ööpäevaringseks. Hetkel ollakse avatud vaid päeval, ning klientidele antakse maja ja toa võti. Peaks alandama hinda ühiskasutatavas toas. Soovituseks oleks muuta praegu hinna sees olev hommikusöök lisatasuliseks. Tubades peaks turvalisuse huvides üles seadma individuaalsedapid.

ALUR Old Town Hostel peab parandama oma reitinguid kõikides broneerimissüsteemides. Soovituseks oleks meeskonna välja vahetamine või koolitus. Tuleks ka pakkuda klientidele tasuta arvuti kasutamise võimalust.

KOKKUVÕTE

Noortehotelid erinevad suurel määral teistest majutustevõtetest, seda nii majutusteenuse eripära, külastajate vajaduste ja soovide rahuldamise, tüüpilise kliendi ja turunduse poolest. Tallinnas on noortehostelimajutuse turg juba võrdlemisi hästi välja kujunenud, pakkumisel on umbes 11 noortehostelit ja enamikul neist on taotluslikult väljakujunenud kuvand. Laias plaanis on nende kõigi eesmärk üks: pakkuda soodsat majutust heas asukohas koos nii tasuta kui tasuliste organiseeritud tegevuste ja lisavõimalustega.

Tüüpiline hosteli majutusteenus tähendab elamist ühiskasutatavas toas. Külastajad jagavad ka tualett- ja duširuume ning kööki. Tavaliselt on noortehostelites ka ühisala koostegevusteks. Hosteli töötajad, kellest suur osa on endised seljakotireisijad, korraldavad regulaarselt ühiseid pubirallisid, pidusid, vaatamisväärsuste külastusi, õhtusööke ja kõike muud sellist. Klientide leidmise seisukohalt on oluline olla esindatud kõikides suuremates broneermissüsteemides, sest valdav osa kliente leiab oma tee hostelisse just läbi nende. Edu aluseks on sealsed kõrged reitingud ja positiivsed kommentaarid, samas on ka pildid ja tutvustavad tekstid olulised.

Koos ülemaailmse trendiga turismimajanduses on jõutud olukorda, kus seni valitsenud massiturism on loovutamas oma juhtpositsiooni. Nii öelda uut tüüpi turistid on hinnateadlikud, vastutustundlikud ja igaüks neist spetsiifiliste huvidega. Nad teavad, mida nad tahavad ja kuidas seda saada. Reisimise eesmärk ei ole enam füüsiline puhkus ja oma sotsiaalse staatuse tõestamine, vaid soov saada uusi kogemusi ja teadmisi.

Lõputöö raames viidi läbi uurimus ankeetküsitluse vormis Tallinna noortehostelites. Küsimustiku eesmärgiks oli välja selgitada külastajate eelistused Tallinna noortehostelite valikul. Uuringu eesmärgiks oli järelduste ja parendusettepanekute tegemine. Sellest lähtuvalt sõnastati uurimiküsimuseks: „Milliste tegurite alusel valivad kliendid omale noortehosteli?“ Uuring viidi läbi 2013. aasta 1. kuni 31. märtsini neljas Tallinna noortehostelis. Üldkogumiks olid kõik Eesti pealinna hostelikülastajad,

valimiks sel perioodil neis neljas erinevas noortehostelis peatunud kliendid. Töö autorini jõudis tagasi 146 täidetud ankeeti.

Vastavalt uuringu tulemustele, on kõige olulisem tegur noortehosteli valikul hind. Sellele järgnesid asukoht ja reitingud-kommentaariid broneerimissüsteemides. Tallinn noortehostelite ülevaatest selgus, et nende keskmised reitingud on vastavalt broneerimissüsteemidele: Booking.com 8.1, Hostelworld.com 86.4 %, Hostelbookers.com 86.9 % ja Hostelz.com 8.8. Kõige vähem oluliseks peeti seda, et hostelis asub baar ning et hostel on kujundatud mingi kindla stiili järgi. Kõige mõistlikumaks hinnaks ühe öö kohta ühiskasutatavas pidasid külastajad hinnavahemikku 8-11 €, samas 11-14 € oli samuti populaarne vastus. Ankeedis paluti ära märkida hostelite teenused ja lisavõimalused, ilma milleta kliendid oma vajadusi ja soove rahuldatud ei saa. Kolm olulisemat neist olid tasuta traadita internet, ööpäevaringne lahtiolekuaeg ja ühisruumi olemasolu. Üle 60 % vastanutest pidas vajalikuks ka vastuvõtus pakutavaid kaarte ja linna tutvustavaid voldikuid ning seda, et voodilinate eest eraldi lisatasu ei võeta. Külastajad ei pea noortehostelites oluliseks ajaveetmisvõimalusi nagu televisioon, konsolid või kinotuba.

Käesolevas töös analüüsis autor tulemusi ka vastanute soo ja päritolu järgi. Eraldi toodi välja ida-eurooplaste, lääne-eurooplaste, lõuna-eurooplaste ja Austraaliast ning Uus-Meremaalt pärit külastajate eelistused. Teistest regioonidest oli vastajaid liiga vähe, et teha piisavalt järeldusi. Neid tulemusi saavad hostelite omanikud ja juhatas kasutada oma ettevõtte alustamisel ja arendamisel, kui nad on keskendunud vastavatele sihtgruppidele. Eestis on kindla suunitlusega noortehosteleid vähe, kuid mujal maailmas leidub rohkelt näiteks ainult naistele mõeldud hosteleid. Tihti eelistavad seljakotituristid võimalusel ööbida hostelis, mille on rajanud ning mida juhatavad nende kaasmaalased, seda eriti austraallaste ning Aasiast pärit turistide puhul.

Töö valmimise käigus tekkisid autoril mitmed mõtted edasisteks uuringuteks. Kiiresti muutuv maailmas on edu võtmeks just eristumine ja uudsete lahenduste ära kasutamine, tihti ei jõua teaduspõhine teooria ja analüüs sellega kaasas käia. Noortehostelite vaatenurgast võiks uurida erinevaid broneerimissüsteeme, nende kasutatavust ja tugevusi ning nõrkusi kasutajate silmis. Kui vastuvõtlikud oleksid kliendid uudsetele teemahostelitele, kus ööbimine oleks omaette elamus (vangla,

raudteevagunid, kaevandus, vanad sõjalaevad, puuonnid jne)? Kas ja mil määral kasutavad kliendid majutusettevõtete puhul sotsiaalmeediat ja teisi interaktiivseid turismialaseid keskkondi (Tripadvisor, LikeaLocal)? Kas ja kui palju mõjutavad reitingud ja kommentaarid külastatavust ja käivet?

Sellise mahuga kirjalike tööde valmimisel tekivad tihti ettenägematud probleemid. Erialase kirjanduse läbitöötamisel oli raske leida just hosteleid puudutavat teoreetilist materjali. Samas kõik kokkuvõtavad järeldused ja tõekspidamised, milleni oli töö sooritamiseks vajalik jõuda, said tehtud. Uurimusküsimus sai vastuse, töö ja uuringu eesmärk ning uurimisülesanded said täidetud. Uuringu planeerimise, läbiviimise ja tulemuste analüüsi ning kokkuvõttega märkimisväärseid probleeme ei tekkinud. Selliste ankeetküsitluste läbiviimisel on tihti raske motiveerida inimesi seda täitma oma vabast ajast, eriti puhkusel olles. Käesoleva uuringu puhul oli tendents pigem vastupidine, vastajad olid rõõmuga nõus küsimustikke täitma ja neil oli hea meel, et nende arvamus on hostelitele oluline. Ka uuringu eesmärgiks olnud parendusettepanekud hostelitele said tehtud ja tagasiside oli positiivne. Kokkuvõtvalt võib öelda, et autor täitis lõputööga seatud eesmärgid.

VIIDATUD ALLIKAD

About us - What is TFTHostels.com exactly?. TFTHostels.
[http://www.tfthostels.com/about_tfthostels.html] 26.04.2013

About us. Gidic Hostel. [<http://www.gidic.ee/about-us/>] 25.10.2013

About us. Hostelling International. [<http://www.hihostels.com/web/about.en.htm>]
26.04.2013

Bibsanz, J. M. 2013. The school and the youth hostel. Journal of Educational Sociology. Vol 14, pp 55-60.

Chapter 66: online travel planning & booking. Travel & Tourism Market Research Handbook. Comscore Inc, pp 419-422.

Che, A., Radzi, S., Zahari, M., Muhammad, R., Aziz, A., Ahmad, A. 2011. The effect of factors influencing the perception of price fairness towards customer response behaviors. Journal of Global Management. Vol 2, pp 22-38

Cohen, S. 2013. Lifestyle travellers: Backpacking as a Way of Life. Annals of Tourism Research. Vol 38, pp 1535–1555

Colaco, P. Five reasons why holiday rentals are becoming mini-hotels. Tnooz.
[<http://www.tnooz.com/2010/08/26/news/five-reasons-why-holiday-rentals-are-becoming-mini-hotels/>] 26.08.2010

Daly, L. 2012. The Youth Travel Accommodation Industry Survey. STAY WISE Association.

Definition of Hostel. Hostelmanagement.
[<http://www.hostelmanagement.com/glossary/hostel.html>] 18.09.2013

Douglass, H. 2013. The sharing market commercial hostels in europe. HVS Global Hospitality Report.

Fat Margaret's Hostel. Fat Margaret's Hostel.
[<http://www.fatmargarets.ee/eng/firstpage/>] 25.10.2013

FeelGood Hostel Tallinn. Hostelbookers.
[<http://www.hostelworld.com/hosteldetails.php/FeelGood-Hostel-Tallinn/Tallinn/66247>] 25.10.2013

Flashpacking: The New Backpacking. How to travel the world.

[<http://www.how-to-travel-the-world.com/>] 25.10.2013

Fickenscher, L., 2007. Hostel takeover. Crain's New York Business. Vol 23, pp 2-10.

Gavin, E. 2012. College students' knowledge of hostels and what factors influence their intent to stay. Department of Hospitality Management and Dietetics. Kansas State University.

Gerstner, L. 2013. Hostels go upscale. Kiplinger's Personal Finance. Vol 67, pp 14

Hammond, M., Wellington, J. 2013. Research Method The Key Concepts. Routledge.

Home for the art. Euphoria. [<http://euphoria.traveller.ee/>] 13.02.2013

Hostel rooms & prices. Red Emperor Hostel. [<http://www.redemperorhostel.com/room-prices/>] 25.10.2013

Litvin, S. W., Goldsmith R. E., Pan, B. 2008. Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. College of Charleston: Department of Hospitality and Tourism Management

Mastrelli, T. 2009. Hip hostel. Hospitality design. Vol 31, pp 82-85

Nash, R., Thyne, M., Davies, S. 2006. An investigation into customer satisfaction levels in the budget accommodation sector in Scotland: a case study of backpacker tourists and the Scottish Youth Hostels Association. Aberdeen Business School

O'Connor, P. 2008. Distribution channels and e-commerce. Handbook of Hospitality Marketing Management. Oxford: Elsevier

Online Travel Market. New Media Trend Watch. European Travel Commission. [<http://www.newmediatrendwatch.com/world-overview/91-online-travel-market?start=1>] 29.04.2013

Papis, J. 2006. Understanding the workforce: the key to success in a youth hostel in Scotland. Emerald Group Publishing Limited. Vol 18, pp 593-600.

Patti, S. 2012. Getting the Answers You Need: Designing Good Surveys and Survey Questions. Canadian Learning Journal. Vol 16, pp 15-17.

Polites, G., Williams, C., Karahanna, E., Seligman, L. 2012. A theoretical framework for consumer e-satisfaction and site stickiness: an evaluation in the context of online hotel reservations. Journal of organizational computing and electronic commerce. Taylor & Francis Inc, pp 37.

Reisinger, Y. 2009. International Tourism Cultures and behavior. Oxford: Elsevier

Sridhar, S., Srinivasan, R. 2012. Social Influence Effects in Online Product Ratings. Journal of Marketing. Vol 76, pp 70-88.

Welcome to Tabinoya. Tabinoya – Tallinn's Traveller House. [<http://www.tabinoya.com/>] 25.10.2013

Tallinna turism 2011. Tallinna Ettevõtlusameti turismiosakond. [http://www.tourism.tallinn.ee/static/files/092/tallinna_turism_2011_1.pdf] 13.02.2013

Tallinna välisturism 2000. Tallinna Ettevõtlusameti turismiosakond. [http://www.tourism.tallinn.ee/static/files/037/tallinna_vlisturism_2000.pdf] 13.02.2013

Teretulemast Eesti Noortehostelite Ühenduse kodulehekülgele! Eesti noortehostelite ühendus. [<http://www.balticbookings.com/eyha/?ln=ee>] 12.10.2013

Tere tulemast Alur Hostel kodulehele. ALUR Hostel Tallinn Old Town. [<http://hostel.alur.ee/>] 25.10.2013

Teye, V. B., Timothy, J. D. 2009. Tourism and the Lodging Sector. Oxford: Elsevier Linacre House

Travel survey 2012. 2012. Lonely Planet & Hostelworld.
[<http://staywyse.org/2012/08/20/hostelworld-lonely-planet-travel-survey-2012/>]
17.09.2013

Toh, R., Dekay, C., Raven, P. 2011. Travel Planning: Searching for and Booking Hotels on the Internet. Cornell Hospitality Quarterly. Vol 52, pp 388-398

Tooman, H., Veldi, E. 2006. Inglise-eesti ja eesti-inglise turismisõnastik. Tartu: Kirjastus Studium

Viru Backpackers has a superb location on Tallinn's main Old Town street. Viru Backpackers. [www.tallinnbackpackers.com/our-hostels/viru-backpackers/] 25.10.2013

Welcome to Tallinn Backpackers. Tallinn Backpackers.
[<http://www.tallinnbackpackers.com/Tallinn-Backpackers-Hostel/>] 13.02.2013

Welcome to the Monks Bunk: Tallinn's Premier social hostel. The Monk's Bunk.
[<http://www.themonksbunk.com/social-hostel/>] 13.02.2013

Welch, S. 2013. Travel agencies chart alternate routes to compete with online deals. Crain's Detroit Business. Vol 29, pp 8.

Women Travel Survey Results. Hostelworld.
[<http://blog.hostelbookers.com/travel/budget-travel/women-travel-survey-results/>]
17.09.2013

Which hostel booking website has the best prices?. Hostelz.com.
[<http://www.hostelz.com/articles/cheapest-hostel-booking-website>] 20.02.2013

Ye, Q., Law, R., Gu, B., Chen, W. 2011. The influence of user-generated content on traveler behavior: An empirical investigation on the effects of e-word-of-mouth to hotel online bookings. Computers in Human Behavior. Vol 27, pp 634-639.

LISAD

Lisa 1. Ankeet eesti keeles

Lugupeetud vastaja,

käesolev küsitlus on suunatud hosteli külastajatele Tallinnas ja see viiakse läbi TÜ Pärnu Kolledži turismitudengi Mihkel Paapsi lõputöö „Klientide eelistused noortehostelite valimisel Tallinna näitel“ raames. Küsitluse eesmärgiks on uurida klientide eelistusi ja selle tulemustest lähtuvalt tehakse parendusettepanekud Tallinna noortehostelitele. Küsimustiku täitmiseks kulub umbes 3 minutit ja see on anonüümne.

1. Kui olulised on järgnevad tegurid Teile noortehostelite valikul? Tõmmake ring ümber sobivaima variandi. 1 – ebaoluline, 2 – vähe oluline, 3 – oluline, 4 – väga oluline, 5 – kõige olulisem

Hind	1	2	3	4	5
Asukoht	1	2	3	4	5
Tutvustav tekst kodulehel ja broneerimisportaalil	1	2	3	4	5
Reiting ja kommentaarid broneerimisportaalides	1	2	3	4	5
Pildid kodulehel ja broneerimisportaalil	1	2	3	4	5
Sõprade-tuttavate soovitusel	1	2	3	4	5
Baari olemasolu	1	2	3	4	5
Vahendid ja võimalused*	1	2	3	4	5
Teemahostel**	1	2	3	4	5

* Pakutavad lisateenused nagu pubiralli, fooni laenus, pesu pesemise võimalus jne.

** Hostel, mis lähtub teenuse pakkumisel ja sisekujundusel mingist temaatikast.

2. Kui palju on Teie arvates mõistlik maksta voodikoha eest ühiskasutatavas toas?

Tõmmake ring ümber sobivaimale variandile.

a) 5-7 EUR

b) 8-10 EUR

- c) 11-13 EUR
- d) 14-16 EUR
- c) 17-19 EUR

3. Millised lisateenused -ja võimalused peaksid olema hostelis? Tõmmake ring ümber sobivatele variantidele.

- | | |
|---|--|
| 1) 24 tundi avatud vastuvõtt | 2) Baar |
| 3) Kinotuba | 4) Pesupesemise võimalus |
| 5) Suur ühisala vaba aja veetmiseks | 6) Suitsuruum |
| 7) Rõdu | 8) Saun |
| 9) Lift | 10) Individuaalsed lukugaapid |
| 11) Tasuta wifi | 12) Arvutid tasuta kasutamiseks |
| 13) Päevane pagasihoid | 14) Hommikusöök hinna sees |
| 15) Tasuta kohv ja tee | 16) Tasuta parkimine |
| 17) Voodilinat hinna sees | 18) Rätik hinna sees |
| 19) Tasuta fööni laenutus | 20) Lugemistuli voodis |
| 21) Konditsioneer tubades | 22) TV |
| 23) Lauamängud | 24) Konsoolid |
| 25) Raamatuvahetus | 26) Töökuulutuste tahvel |
| 27) Pubiralli | 28) Organiseeritud peod ja koostegevused |
| 29) Hosteli õhtusöögid | 30) Tasuta kaardid ja brošüürid vastuvõtus |
| 31) Ekskursioonide ja tuuride broneerimine vastuvõtus | |
| 32) Muu. Palun täpsustage! _____ | |

4. Teie päritoluriik: _____

5. Teie sugu: (Märgi õige kast risti või linnukesega)

Naine **Mees**

Täna, et leidsite aega küsimustiku täitmiseks!

Lisa 2. Ankeet inglise keeles

Dear hostel visitor,

this questionnaire is part of a final thesis called „Costumer preferences in choosing a youth hostel in Tallinn“. It is carried out by Mihkel Paapsi, who is currently on his last year studying Tourism and Hotel Management in University of Tartu Pärnu College. The aim of this research is to improve the services and facilities of youth hostels in Tallinn. The questionnaire is anonymous and takes about 3 minutes to complete.

1. How important are the following features for You when choosing a youth

hostel? Circle the most correct answer for each feature. 1 – Not important at all, 2 – A little important, 3 – Important, 4 – Very Important, 5 – The Most Important

Price	1	2	3	4	5
Location	1	2	3	4	5
Introductory information on home page and on booking site	1	2	3	4	5
Rating and comments on home page and booking site	1	2	3	4	5
Pictures on home page and booking site	1	2	3	4	5
Recommendations from friends	1	2	3	4	5
Hostel having a bar	1	2	3	4	5
Facilities and services*	1	2	3	4	5
Hostel having a theme**	1	2	3	4	5

* Such as pubcrawl, laundry service, bicycle rent etc.

** Such as party hostel, art hostel, hippie hostel etc.

2. How much do You think is a reasonable price for a 1-night stay in a single bed in a mixed dormitory room? Circle the most correct answer.

- 1) € 5-8 = \$ 6,7-9,4 = £ 4,3-6,9
 2) € 8-11 = \$ 9,4-13,8 = £ 6,9-9,5
 3) € 11-14 = \$ 13,8-17,4 = £ 9,5-12,1
 4) € 14-17 = \$ 17,4-21,4 = £ 12,1-14,7
 5) € 17-19 = \$ 21,4-25,4 = £ 14,7-16,4

3. Which of the following facilities and services should a hostel have? Circle all the correct answers.

- | | |
|----------------------------------|--------------------------------------|
| 1) Open 24 hours | 2) Bar |
| 3) Cinema room | 4) Laundry service |
| 5) Common area | 6) Smoking room |
| 7) Balcony | 8) Sauna |
| 9) Elevator | 10) Individual lockers |
| 11) Free wifi | 12) Free computers |
| 13) Luggage storage | 14) Breakfast included |
| 15) Free coffee and tea | 16) Free parking |
| 17) Bed linen included | 18) Towel included |
| 19) Free hair dryer | 20) Reading lights |
| 21) Air condition | 22) TV |
| 23) Board games | 24) Consoles |
| 25) Book exchange | 26) Jobs board |
| 27) Pubcrawls | 28) Organized activities and parties |
| 29) Hostel dinners | 30) Free maps and booklets |
| 31) Tours/travel desk | |
| 32) Other. Please specify! _____ | |

4. Your nationality: _____

5. Your gender: Tick the box

Female **Male**

Thank you!

SUMMARY

COSTUMERS' OPTIONS AND PREFERENCES ON CHOOSING YOUTH HOSTELS IN TALLINN

Mihkel Paapsi

Youth hostel is a form of budget accommodation where most of the facilities and rooms are shared. They are usually a lot cheaper than other forms of accommodation and located in the center or old towns of bigger towns. Usual guests and/or workers are backpackers and it is the welcoming social atmosphere that attracts guests to youth hostels. This kind of accommodation was introduced by Richard Schirrmann in the beginning of the 20th century. Nowadays youth hostels are abundant all around the world, yet very little has been studied. Most of the know-how on managing a hostel and other information about them are scattered on the internet.

The aim of this final thesis was to find out what factors do visitors consider the most when choosing a youth hostel. For that purpose a variety of relevant articles and previous studies were analyzed and a research in a form of a questionnaire was formed and carried out among hostel visitors. The research was carried out in April, 2013 in 4 youth hostels in Tallinn: Monks Bunk, Viru Backpackers, ALUR Old Town Hostel and Tabinoya Travellers House. 146 correctly filled questionnaires returned to the author. Findings and improvements were presented to the hostel owners and managers.

The study showed that visitors choose and book their hostel online and the most important factor for them is the price, followed by the location, ratings and comments and recommendations from friends and/or fellow travellers. Most reasonable price for a 1-night stay in a single bed in mixed dormitory room is 8-11 euros. In order to satisfy their needs, visitors pointed out that a hostel should definitely have (top 5): free wifi, open 24H, common area, linen included and free maps at the reception.

Lihtlitsents lõputöö reprodutseerimiseks ja lõputöö üldsusele kättesaadavaks tegemiseks

Mina

Mihkel Paapsi

(autori nimi)

(sünnikuupäev:

23.06.1989)

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) enda loodud teose:

KLIENTIDE VÕIMALUSED JA EELISTUSED NOORTEHOSTELITE VALIMISEL

TALLINNA NÄITEL,

(lõputöö pealkiri)

mille juhendaja on

Inna Bentsalo,

(juhendaja nimi)

- 1.1.reprodutseerimiseks säilitamise ja üldsusele kättesaadavaks tegemise eesmärgil, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace-is lisamise eesmärgil kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni;
 - 1.2.üldsusele kättesaadavaks tegemiseks Tartu Ülikooli veebikeskkonna kaudu, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace'i kaudu kuni autoriõiguse kehtivuse tähtaja lõppemiseni.
2. olen teadlik, et punktis 1 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
 3. kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei rikuta teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse seadusest tulenevaid õigusi.

Pärnus, **13.11.2013**