

**Kundernas åsikter om hotell i Helsingfors-  
En undersökning av Tripadvisor**

Fredrik Roslander och Emma Waller

Lärdomsprov

Utbildningsprogrammet i turism

15.10.2014



<b>Skribent eller skribenter</b> Fredrik Roslander och Emma Waller	<b>Gruppkod eller startår</b> Resto10
<b>Rapportens namn</b> Kundernas åsikter om hotell i Helsingfors- En undersökning av Tripadvisor	<b>Antal sidor och bilagor</b>
<b>Lärare eller handledare</b> Eva Holmberg, Marina Karlqvist	
<p>Detta är en undersökning av 10 stycken hotell i Helsingfors. Undersökningen baseras på kommentarer på Tripadvisor. Alla kommentarer har tagits i beaktande från det senaste halvåret och på detta sätt fått en bättre bild av varje hotell.</p> <p>Många faktorer påverkar hotellbranschen så som till exempel konkurrens och kvalitet. Därför innehåller rapporten också teori om service kvalitet, konkurrenskraft, undersökningsmetoder och annat som har stor påverkan på hotellbranschen. Detta ger en grundligare förklaring vad hotellbranschen omfattar.</p> <p>Både kvalitativa och kvantitativa metoder har använts i undersökningen. Kvalitativa undersökningen definierar kommentarerna på Tripadvisor som lästs igenom och gett ett resultat för varje hotell. Kvantitativa metoder har även använts för att jämföra hotellen sinsemellan för att se vem som varit bäst på vad. Den kvantitativa undersökningsdelen används i rapporten för att få resultat över vilket hotell har best service, detta görs med hjälp av en tabell som gjorts på basis av den kvalitativa undersökningen.</p>	
<b>Nyckelord</b> Tripadvisor, turism, hotelbranschen, Helsingfors	

Degree programme

<p><b>Authors</b></p> <p>Fredrik Roslander and Emma Waller</p>	<p><b>Group or year of entry</b></p> <p>Resto10</p>
<p><b>The title of thesis</b></p>	<p><b>Number of pages and appendices</b></p>
<p><b>Supervisor(s)</b></p> <p>Eva Holmberg, Marina Karlqvist</p>	
<p>This is a survey of 10 hotels in Helsinki. The survey is based on comments from TripAdvisor. All comments were taken into account from the last six months for each hotel. This made an overall image of each hotel, and their strengths and weaknesses.</p> <p>Many factors affect the hotel industry for example competition and quality of service. Therefore the survey also includes theory of service quality, competitiveness, survey methods and other things that have a major impact on the hotel industry. This gives a more thorough explanation what the hotel industry encompasses.</p> <p>Both qualitative and quantitative methods where used in this study. Qualitative study defines the comments on TripAdvisor that has been gone through to get an image of each hotel. Quantitative methods have also been used to compare the hotels with each other to see who was best at what. The quantitative method used in the survey to get results over what hotel has best service , this is done using a table made on the basis of the qualitative survey.</p>	
<p><b>Key words</b></p> <p>Tripadvisor, hotels, Helsinki</p>	

## Innehåll

1	Introduktion.....	1
1.1	Syftet med rapporten .....	2
2	Hotell som en del av destinationens konkurrenskraft.....	3
2.1	Olika former av inkvartering .....	3
2.2	Service kvalitet som konkurrensfördel .....	6
2.3	Upplevelsernas betydelse.....	8
2.4	En modell för destinationens konkurrenskraft .....	9
3	Undersökningsmetoder .....	12
3.1	Kvalitativa metoder.....	12
3.2	Kvantitativa metoder .....	13
3.3	Innehållsanalys.....	14
3.4	Tripadvisor .....	17
4	Undersökningens resultat.....	19
4.1	Helsingfors som destination .....	19
4.2	Helsingfors statistik över inkvarteringssektor .....	20
4.3	Kommentarer om hotellen på Tripadvisor.....	22
4.3.1	Fabian Hotel.....	22
4.3.2	Scandic Paasi .....	24
4.3.3	Hotel Haven.....	26
4.3.4	Radisson Blue Plaza .....	27
4.3.5	Best Western Premier Hotel Katajannokka .....	29
4.3.6	Hotel Kämp.....	31
4.3.7	Hilton Helsinki Kalastajatorppa .....	33
4.3.8	Hotel Glo Helsinki Kluuvi.....	35
4.3.9	Klaus K Hotell.....	37
4.3.10	Hotell Glo Art.....	39
5	Jämförande analys .....	43
5.1	Frukost och restaurang.....	43
5.2	Läge.....	45
5.3	Service.....	46

5.4	Pris.....	48
5.5	Personal .....	49
5.6	Renlighet.....	50
5.7	Design .....	52
5.8	Störande ljud .....	53
5.9	Språk .....	55
5.10	Lobbyn & lobbybar.....	56
5.11	Internet .....	57
5.12	TV.....	59
5.13	Minibar/extras .....	60
5.14	Hotellets historia .....	62
5.15	Rum.....	63
5.16	Atmosfär.....	64
5.17	Badrum .....	65
5.18	Allmänna utrymmen för hotellgäster.....	66
5.19	Business .....	67
6	Slutledning.....	68

# 1 Introduktion

Enligt World Tourism Organisation (WTO) är turismbranschen den största industrin i världen som ökar regelbundet varje år med ca 4%.. Turismindustrin bidrog med 10 procent av jordens BNP under år 2002 vilket är 198.668.000 arbetsplatser. Under samma år 2002 fanns det ca 702,6 miljoner internationella turister. (Penderet al 2005, 2-4.)

I Helsingfors regionen finns det 67 hotell som tillsammans stod för 3 263 982 stycken övernattningar 2013. Detta är hela 16,1% av hela landets inkvarteringar under år 2013. År 2013 fick Helsingfors 3% mindre inkvarterade besökare än året innan då staden hade hela 3 366 667 inkvarterade. (Helsingissä yöpyvien, 2014.)

VisitHelsinki huvudsakliga funktion är att öka standarderna och omgivningen och dessutom upprätthålla kvalitén på alla aktiviteter som Helsingfors har att erbjuda utan att påverka intäkterna för hotellbranschen, marknadsföra program, butiker, restauranger, muséer och mycket mera som är väsentligt i Helsingfors under den kommande tiden. VisitHelsinki håller även statistik över antal turister som kommit under året. ( VisitHelsinki 2013C.)

Under år 2012 övernattade över 3,3 miljoner turister i Helsingfors. De flesta utländska turisterna som besöker Finland kommer från Ryssland med cirka 315 511 turister under hela året. Tyskland kommer som andra plats med 162 713 besökaren men ändå dubbelt färre i antal än de ryska turisterna. Allt som allt övernattade cirka 1,5 miljoner finländaren i Helsingfors regionen gentemot 1,8 miljoner utländska turister. Problemet med turismen i Helsingfors är att turisterna övernattar i medeltal enbart 1,9 nätter under deras visit. En orsak för detta kan vara att 1,5 miljoner av besökarna var på business resa vilket både förkortar visiten men även mängden pengar spenderade. ( VisitHelsinki, 2013C.)

## 1.1 Syftet med rapporten

Syftet med rapporten är att undersöka hur de största hotellen i Helsingfors stöder Helsingfors konkurrenskraft som turistdestination. Vi vill veta vad kunderna har tyckt att är positivt och vad som är negativt med hotellen och vad är tyngdpunkterna för ett bra hotell. Vi kommer notera om det nämns något speciellt om ett hotell, negativt eller positivt. Vi vill få en uppfattning över vad hotellen har som gör att de är rankade som de bästa hotellen i Helsingfors på Tripadvisor.

Med hjälp av TripAdvisor sidan kommer vi att läsa igenom recensioner från 10 hotell i Helsingfors (de 9 högst rankade och 1 av eget intresse) från det senaste halvåret och grundligt försöka samman-ställa en röd tråd varför hotellen har fått bra vitsord på sidan och finns det något ge-mensamt bland användarnas kommentarer. Vad var det besökarna värdesatt med ser-vice, skillnaderna mellan priset och läget, hur mycket de lägger märke på de sanitära och personalen.

Negativa kommentarer kommer också och tas i beaktan på samma sätt som de positiva. Det kunderna bemärkt som negativt för hotellet ger oss en möjlighet att försöka hitta ett samband bland andra hotell om varför vissa besökare värdera en sak och varför vissa ansåg andra saker mindre värdefulla

## 2 Hotell som en del av destinationens konkurrenskraft

### 2.1 Olika former av inkvartering

Nästan alla som reser utomlands behöver en plats att övernatta på detta gör att inkvarteringssektorn, speciellt hotell, är en viktig del för turismen i Helsingfors. Fast hotell är den vanligaste och kännbaraste sättet att övernatta hörs även till denna grupp, bed-and-breakfast, uthyrnings lägenheter, camping och även kryssnings-fartyg och tåg resor.

Hotell är inte enbart en övernattnings metod utan också en stor del av upplevelsen för hela resan, så som; sanitära orsaker, maten, läget, personalen och priset. I medeltal består övernattningskostnader av 1/3 av rese budgeten. Som undantag hörs hit "all-inclusive" semesterorter vilka oftast har mera tyngdpunkten inom tjänstekvalitén än till exempel hotell kedjor, flygfälts hotell eller hotell i städerna. (Pender et al 2005, 14-19.)

Av alla hotell i världen är 85 % privatägda som oftast får sina kunder och business av "walk-in" situationer. I USA hör 70 % av alla hotell till någon sorts kedja som till exempel Best Western, Hilton eller Marriott. (Pender et al 2005, 14-19.)

Alla hotell strävar efter vinster. Vare sig det är fråga om ett 5-stjärnigt hotell eller en liten bed-and-breakfast så är de flesta uppbyggda efter en viss stil, reception, sovrummen och restaurang/bar. Alla dessa faktorer påverkar hotellets succé och kräver därför nya investeringar och förbättringar konstant. Eftersom området som hotellet finns på också förändrar sig konstant måste hotellet även uppdatera och restorera enligt förändringarna i närmiljön. Områden vid naturreservat så som Galapagos eller Helderberg som kan påbjuda serviser som safari måste ta mera faktorer i beaktan som att upprätthålla reservatet, inte störa eller skada djuren, all skräp och avföring måste skötas individuellt av hotellet eftersom de kan vara flera hundra kilometer till nästa bebodda område. (Pender et al 2005, 14-19.)

Hotellbranschen är väldigt stor och det är den vanligaste inkvarteringen. Hotell är företag som hyr ut rum åt gäster för ett par nätter för ett pris. Hotellbranschen har utvecklats mycket under de senaste åren. Att bo på hotell numera betyder inte bara att man får en säng att sova i och tak över huvudet. Hotell erbjuder numera en mängd med



tjänster som kunderna får använda. Många hotell erbjuder gym, simbassäng, servering till rummet och en massa andra tjänster som kunden kan använda sig av. Det är oftast dessa tjänster som får hotellet att stå ut ur mängden och på så sätt vara mest eftertraktat. (Hospitalitynet 2014.)

Uthyrnings av semesterbostäder är hela bostäder som man kan hyra. Bostäderna är oftast fullt möblerade och har de nödvändigheter för att man skall klara sig. Det är mycket vanligt att bostäderna har full köksutrustning och tvättmaskin eller möjlighet till tvättstuga. Denna variant av inkvartering passar bra till de som vill få smaka på hur det är att bo i staden. Man är mera självständig på sin resa och har inte en reception till hjälp dygnet runt. Priserna på semesteruthyrningsbostäderna varierar väldigt mycket på bostadens läge och för hur lång tid man vill hyra bostaden. (The Wall Street Journal 2014.)

BB står för det engelska ordet Bed and Breakfast vilket betyder Säng och Frukost. BB's och Inn är mycket liknande. De är som hotell bara att mycket mindre vilket gör att det är ett mer socialt inkvarteringssätt, kunderna är färre och har lättare att bekanta sig med varandra och ägaren. Då hotell oftast är större kedjor med många olika tjänster är BB's och Inn oftast egen företagare. BB's och Inn hittar man oftast ute på landsbygden. BB's och Inn har mycket få rum, upp till 10 rum vilka ibland kan ha delad dusch och sällskapsrum. BB's och Inns inkvarterings koncept varierar ofta eftersom det oftast är mindre företag som sköter om businessen. BB's innehåller frukost medan Inn kan vara med eller utan. Detta inkvarterings koncept hittar man mycket av i Storbritannien och Irland. (Time 2014.)

En billigare och mera ungdomsinriktad inkvarteringsvariant är hostell. Hostell har oftast rum för många personer vilket betyder att de som sover i samma rum inte nödvändigtvis känner varandra från förut. I många hostell kan man dock välja om man vill bo i flick-, pojk- eller mix rum. Hostell har också ofta gemensam dusch och gemensam sällskapsrum. Denna inkvarteringsvariant är ett mycket effektivt sätt att träffa nya människor. I Helsingfors finns det inte så många hostell det är mer populärt i södra

Europa och Australien, men efterfrågan på hostell ökar i Helsingfors hela tiden. (Destination NSW 2014.)

Ett ganska nytt inkvarteringssätt är också fenomenet ”couch surfing”. Man kan registrera sig på deras hemsida och på så sätt få bo gratis hos folk runt om i världen. Då man registrera sig erbjuder man med samma sitt hem som inkvarteringsval för andra medlemmar. Detta ger resenärer en möjlighet att uppleva det lokala livet. Detta är utmärkt för ensamma resenärer som är väldigt sociala och vill lära känna den lokala kulturen. (Couchsurfing 2014.)

## 2.2 Service kvalitet som konkurrensfördel

Vårt samhälle är väldigt tävlingsinriktad. Då vi är små tävlade vi om vem som fick högsta vitsord, som äldre tävlar eller konkurrerar liknande företag med varandra. I dagens läge kan man hitta tävlingar om nästan allt, skönhet, sport, ekonomi och så vidare. Förutom de självklara tävlingar som t.ex. visas på TV så som Olympiska Spelen, Americas Next Top Model och The Apprentice finns tävlandet eller konkurrensen överallt i vårt samhälle. (Ritchie et al 2003, 9-11.)

Människan vill helt enkelt vara bäst på någonting och samma gäller ute i arbetslivet. I arbetslivet kallas tävlandet för det konkurrens. Varje företag konkurrerar med något annat liknande företag. För att ett företag ska vara bäst och mest framgångsrikt måste det erbjuda något som är bättre än dess konkurrenter. (Ritchie et al 2003, 9-11.)

Inom hotellbranschen är det stor konkurrens om vem som erbjuder det bästa för ett rimligt pris. Vilket hotell har de finaste rummen och faciliteter. vad som ingår i rumspriset till exempel bastu-, gym- eller ”room service” möjligheter, alla dessa faktorer kan vara avgörande för att ett hotell är bäst bland sina konkurrenter. (Ritchie et al 2003, 9-11.)

Service kvalitet spelar en stor roll när det gäller konkurrens mellan tjänsteföretag. Kunderna är allt mer krävande med att de betalar för en kvalitets tjänsteprodukt. Tjänstekonkurrens är något som är allmänt inom tjänsteföretag så som hotell, banker och restauranger. (Grönroos 2008, 24-26.)

Tjänsteföretag vill skapa långsiktiga kundrelationer vilket de får genom att ha en tjänsteprodukt som tillfredsställer kunden och får kunden att vilja återvända och rekommendera tjänsten för andra. Tjänsteföretag vill ha skapa kontinuerlig konsumtion av tjänsteföretagets produkt. För hotell innebär detta att skapa stamkunder som kommer tillbaka till hotellet under deras nästa vistelse till destinationen. Stamkunder får hotell

genom att se till att nå kundens förväntningar och erbjuda ännu lite mer. Detta kräver att hotellet har en grundligt strukturerad kärnprodukt. (Grönroos C 2008, s 24-26.)

Kärnprodukten hotellet innebär vilka tjänster hotellet erbjuder. Tjänsterna som hotellet erbjuder hör alla till hotellets koncept vare sig det är rummets kvalitet eller frukostbuffén. När kunden köper inkvarteringstjänsten av ett hotell köper de inte bara ett ställe att bo för en viss tid de betalar också för alla tjänster som gör det möjligt för kunden att vistas en viss tid på hotellet. (Grönroos 2008, 24-26.)

Alla tjänster ett tjänsteföretag säljer måste sammanfatta möjligheten för de tjänster de vill att ingår i deras kärnprodukt. Detta innebär för hotell att de definierar vilka tjänster de har möjlighet att ge sina kunder. Hotellen måste noggrant definiera och besluta vill de satsa på kvaliteten av tjänster eller kvantitet av tjänster. (Grönroos 2008, 24-26.)

Kvalitet av tjänsterna är allt mer efterfrågat eftersom dagens kunder är mer erfarna och krävande. Kunderna vet vad för tjänster det finns på marknaden och vad de betalar för. Kunderna vill mycket gärna betala för en tjänst de ser värda priset. Till exempel om kunden anser ett rum på hotellet är dyrt antar de att till priset hör vissa tjänster så som frukost, room service, gym och så vidare. Kunderna vill oftast att deras vistelse skall ske utan problem detta underlättar då om tjänsterna som hotellet erbjuder kan snabbt och effektivt lösa problem som möjligen kan uppstå. (Grönroos 2008, 24-26.)

Dagens kund har utvecklats drastiskt med hjälp av mobilisering, sociala media och internet som påverkar hela vårt samhälle. Globalisering påverkar också mycket dagens tjänsteföretag. Kunderna är allt mer globaliserade och jämför inte bara tjänsteföretagens konkurrenter på hemmaplan utan också från andra länder och världsdelar. Detta är speciellt viktigt att ta i beaktande på hotellbranschen eftersom de är i direkt kontakt med kunder runt om världen. Mobilisering, sociala media och internet ger också både kunden och tjänsteföretaget mer möjligheter, detta betyder att det är viktigt att tjänsteföretagen håller sig uppdaterade så de kan komma emot kunderna i deras globaliserade värld. Hotellrum kan bokas från en mängd olika bokningskanaler vilka alla har olika

internettjänster, för att dessa skall nå hotellet i fråga måste hotellet ha uppdaterade system så kunden når hotellet på ett praktiskt sätt. (Grönroos 2008, 24-26.)

Marknadsföring innebär att skapa och vidmakthålla kundrelationer. Från tjänsteföretagets synvinkel innebär detta all kontakt kunden har med företaget och att denna kontakt då helst skall vara så positiv som möjligt. Ofta har större företag en marknadsföringsavdelning och eventuellt en marknadsföringschef, vilka då är ansvariga för vad som informeras till offentligheten om tjänsteföretaget, detta är oftast sociala media, pressen, internetsidor. Eftersom mobilisering, internet och sociala media är en så stor del av vårt samhälle och påverkar mycket tjänsteföretagens verkan är funktionen för marknadsföringsavdelning och – chef i teorin en enkel del, men i praktiken en lite mer komplicerad del, att förverkliga. Om man tar som exempel ett hotells e-mail adress dit flera kunder skickar e-mail om reservationer, transporter och andra frågor de kan ha gällande hotellet. Om bara en liten del av företaget har tillgång till e-maileden gör det svårt för hotellet att kunna besvara alla kundernas frågor. (Grönroos 2008, 24-26.)

Information och kunskap är bränsle för service konceptet. Har personalen extremt gott kunnande och eventuellt är högt utbildade ger det ett professionellt intryck för tjänsteföretaget. Kunnande betyder inte alltid bara kunnande om branschen utan också lokala, service, ekonomiska kunskaper är alltid positiva kunskaper en kan ha inom hotell branschen. Till exempel räcker det inte alltid att en receptionist är utbildad till yrket, det hjälper också om de har kunskaper om området så de kan rekommendera vad kunden skall göra under sin vistelse. Detta kan ha stor inverkan på kundens bild av hotellet och hur tillfredsställd kunden är med servicen. (Grönroos 2008, 24-26.)

### **2.3 Upplevelsernas betydelse**

Upplevelser är en händelse i livet som på något vis sätter spår hos dig personligen. Det är ofta svårt att definiera skillnaden mellan en upplevelse och erfarenhet. En av orsakerna varför erfarenheter och upplevelser är svåra att definiera och urskilja från varandra är att dessa två begrepp oftast sker samtidigt hos turisterna eller kunden. I boken ”Matkailuyrityksen tuotekehitys” definieras en upplevelse efter emotionella hän-

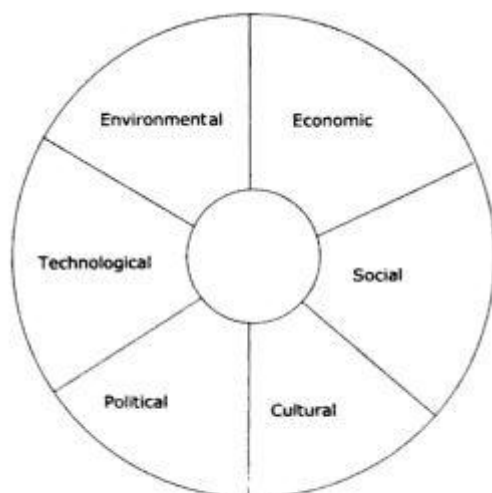
dels medan erfarenhet bygger på det mer rationella antagande. När man åskådar eller deltar i någonting sker det inlärning medan man också berörs av en del olika känslomässiga och fysiska aspekter. Tarssanens och Kylänens upplevelsepyramid är en modell som väl demonstrerar en individs beteendeprocess. Pyramiden visar teoretiskt hur en kund upplever en turismprodukt och är därför en enkel metod för företag att klargöra sin turismprodukts idé. (Komppula & Boxberg 2002, 26-30.)

Det är alltmer vanligt att hotell inte bara erbjuder en säng och tak över huvudet utan många andra tjänster så som gym, restaurant och ”room service”, de säljer också upplevelser. I priset på hotellrummet ingår också själva upplevelsen att få bo bekvämt och njuta av hotellets alla tjänster. Upplevelser är den så kallade osynliga produkten. Hotell gör därför allt för att ge en så speciell och unik upplevelse åt sina kunder. För att besöka ett hotell krävs inte bara ett rum utan också upplevelser. (Komppula & Boxberg 2002, 26-30.)

## **2.4 En modell för destinationens konkurrenskraft**

Svenska akademins ordlista definierar konkurrens som en slags tävling och konkurrenter är medtävlande, det vill säga någon som tävlar inom samma område. Konkurrens inom turismbranschen är dock inte alltid så enkelt och konkret. (Saol, 2014.)

När man pratar om konkurrens går tankarna oftast genast till den ekonomiska delen av konkurrens, till exempel två hotell som är i konkurrens med varandra mäts oftast i vilket hotell går mer på vinst. Konkurrensen mellan två destinationer påverkas av många olika faktorer, som också kan ses i figur 1, den ekonomiska-, miljömässiga-, teknologiska-, politiska-, kulturella- och den sociala faktorn. Alla dessa faktorer påverkar en destinations efterfråga och utveckling. (Ritchie et al 2003, 2.)



**Fig. 1.1.** The multidimensional strengths of a tourism destination.

Figur 1. Faktorer som en destinations attraktionskraft (Ritchie et al 2003, 2.)

Även destinationer konkurrerar med varandra för att vara bäst, för att nå framgång. För att nå framgång ur ett destinationsperspektiv finns det många steg att ta. Dessa steg (Ritchie et al 2003, s 29-30) definieras nedan och i figur 2.

*Steg 1* är att känna till vad för resurser destinationen har och vilka tillgångar de har att arbeta med. Detta inkluderar att man går igenom vad de har till exempel för mänskliga resurser, ekonomiska tillgångar och naturtillgångar destinationen har. De måste veta vad de har att börja med.

*Steg 2* är att mobilisera och placera ut rätt resurser till destinationens olika delar.

*Steg 3* går ut på att man inom destinationen måste förstå den efterfråga som finns på marknaden. Dessutom erbjuder turismtjänster på destinationen fundera på hur de kan möta den här efterfrågan. Strävar man efter att man vill locka till sig turister med pengar som kräver hög service kvalitet så måste de kunna erbjuda kunderna en fem stjärnig service. (Ritchie et al 2003, 29-30.)

*Steg 4* noterar ens konkurrenter. Denna punkt har mycket att göra med destinationens attraktionskraft och läge. Destinationer som ligger långt borta från flygplatser har t.ex svårt att konkurrera med Helsingfors centrum. Det är bra att för destinationen att veta vad andra destinationer i området erbjuder för att kunna uppnå ett bättre koncept.

*Steg 5* poängterar att man bör nå egna mål. Destinationen måste etablera ett mål de vill nå och kan sträva till. Om det då är att utveckla inkvarteringssektorn så bör man samla de företag som erbjuder inkvarteringstjänster och fundera på hur service eller rummen kunde förbättras.

*Steg 6* är då destinationen har fullfört dess mål och är i det läget att de inte har något mer att förbättra på. Detta steg är dock väldigt svårt att nå och hållas på eftersom turistmarknaden förändras hela tiden och påverkas av kundernas behov, vilket i sin tid påverkas av trender, kultur, ekonomi och mycket mer. (Ritchie et al 2003, s 29-30.)



**Fig. 2.4.** Steps to destination success.

Figur 2. Vägen till framgång för hotell på en destination (Ritchie et al 2003, s 29.)



### 3 Undersökningsmetoder

För att göra en undersökning kan man använda sig av olika undersökningsmetoder. Till exempel genom att personligen intervjuar eller också samla statistisk data från internetet är två olika metoder man kan basera en undersökning på. I stora drag talar man om kvalitativa och kvantitativa undersökningar. (Holme 1997, 92 – 95.)

#### 3.1 Kvalitativa metoder

*”Kvalitativa metoder får inte framstå som något man alltid ska använda utan det är något som ibland kan ge bättre insikter, beroende på vad det är man studerar (Broch m fl, 1979)”*

Det vill säga att forskaren skall undvika och överskrida den subjektiva eller objektiva förhållandet. Detta uppnår man genom att försöka sätta sig in i den undersöktes situation och se på problemet genom hans eller hennes perspektiv. Med denna utgångspunkt kan man skapa en djupare och mer fullständig uppfattning av själva problemet som undersöks. Problemet som ofta uppstår är att inte kunna växla fram och tillbaka mellan detta inre perspektiv och yttre perspektiv, som forskare inom ett ämne måste man kunna förklara ett ämne och förstå sig på ett ämne. (Holme 1997, 92 – 95.)

Det finns ingen regel som säger vilket är det korrekta sättet att använda en kvalitativ undersökning men dessa 4 principer bör det utgå ifrån för att kunna klassa det som en kvalitativ undersökning.

1. Närhet till undersökningsenheterna, vilket menas att forskaren skall vara närvarande under transaktionen, mötas vis-a-vis. Detta skapar tillit bland båda parterna vilket krävs för att kunna skaffa personlig och objektiv synvinkel på problemet.
2. Det skall vara en riktig eller sann återgivning av vad som skett. Det vill säga man antecknar ner i rapporten precis vad som har beskrivits och forskaren skall inte själva ta några självständiga åsikter om saken.

3. Rapporten bör ha klara instruktioner så personen som svarar på frågorna har en klar bild av vad det är som de försöker få klart utan att ha svar som lutar åt ett viss håll för att få problemet i ett positivt eller negativt ljus.
4. För att få de bästa möjliga svaren bör rapporten innehålla direkta citat som visar individens egna åsikter med individens egna ord.

Med hjälp av dessa 4 utgångspunkter får man en autentisk bild av deltagarna i undersökningen. Strukturer, handlingsmönster och social ordning skapar ett svar som sedan återgivs till själva rapporten av forskaren som utvecklat och förfinat för forskningens och problemets lösning. (Holme 1997, 92 – 95.)

### **3.2 Kvantitativa metoder**

Största delen av all forskning som görs består av kvantitativa metoder. Kvantitativa metoder är lättare att utföra i en forskning, lättare att samla in svar till och svaren uppstår oftast i siffror och tabeller vilket gör resultatet lättare att direkt kunna läsa eller se. Fast kvantitativ undersökning ger ett mera ”direkt” svar så går det inte att använda för alla undersökningar, bara för att man kan uttrycka sitt svar i siffror och tabeller gör det inte svaret mera objektivt eller mera sant men ifall man känner igen och vet hur informationen som man får behandlas och analyseras kan man lätt undvika att forskningen blir partisk. (Holme 1997, 92 – 95.)

Till skillnad från kvalitativa undersökningar skall forskaren istället för att skapa en relation med vem som blir forskade ska forskaren hålla ett ”Jag – De” förhållande till undersökningsobjekten. Det vill säga han eller hon ska hålla avstånd och observera och inte själv bli en del av det som studeras, det är under denna fas som det är ytterst viktigt att kunna hålla sig värdeneutral och objektiv. (Holme 1997, 92 – 95.)

Största problemet med kvantitativ forsknings metod är den stora tilltron människor har över allting som visas både i tabeller och siffror, detta innebär att informationen som används i kvantitativ forskning kan väldigt lätt bli feltolkat och missbrukad. Både kvalitativa och kvantitativa metoder bygger på förutsättningar som rör värderingar och kunskaper, därför är det viktigt att både forskarna och läsarna klargör problemformuleringen ända till slut-rapporten så att materialet som samlas in faktiskt handlar

och är väsentlig för själva resultatet. När allting är färdigstrukturerat så kommer själva bearbetningen av informationen, teori- och problemformuleringsfasen att gå mycket enklare och själva resultatet värka mera logisk. (Holme 1997, 92 – 95.)

### **3.3 Innehållsanalys**

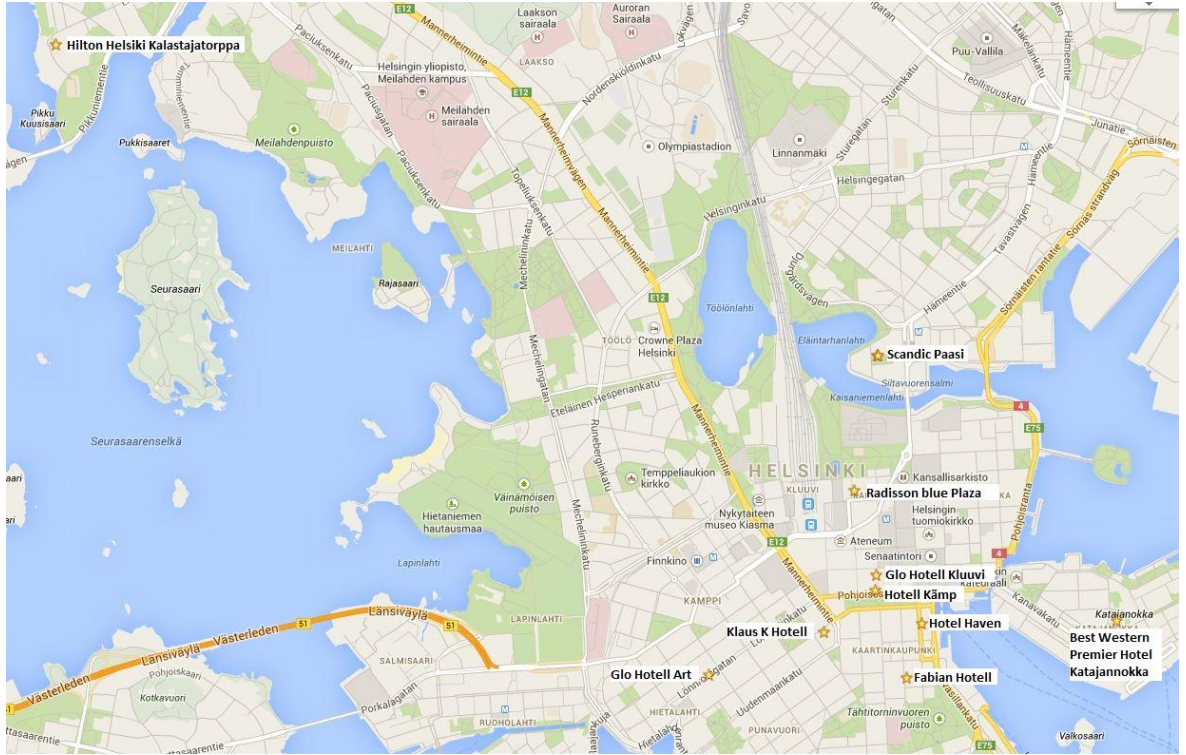
Metoden vi har använt är innehållsanalys. Vi har läst igenom på Tripadvisor kommentarer från 6 månader tillbaka. Vi har valt att analysera 10 hotell, de 9 högst rankade och så Hotell Glo Art av eget intresse. Mängden av kommentarer varierar lite från hotell till hotell, också mängden av svar kommentarerna har fått av hotellen. Till exempel Radisson Blue Plazas personal är väldigt duktiga på att svara på kommentarerna medan Fabian Hotell inte svarat på så många. Vi har gjort en tabell som visar vad som nämns bland kommentarerna och om det är positiv eller negativ feedback hotellet får. Till exempel Klaus K Hotels frukost och restaurang nämns 21 gånger, varav 17 nämnde något positivt och 4 nämnde något negativt om frukosten. (Tripadvisor 2013b)

Vi har använt oss av både kvalitativa och kvantitativa undersökningsmetoder i vår undersökning. Kvalitativ undersökningsmetod har vi använt oss av då vi läst igenom kommentarerna och på basen av det fått en uppfattning av hotellet. Tabellen som vi gjort för att hålla reda på hur många kommentarer ett hotell har fått av till exempel sin frukost, ger ett kvantitativt resultat. Tabellen visa hur många som kommenterat om ett visst ämne och också hur många procent (positivt eller negativt). Tabellen ser ni nedan som Figur 3. Vi har ytterligare undersökt procentantalet för varje tjänst och på så sätt fått en uppfattning av vilket hotell som erbjuder bäst tjänster av dessa 10 hotell genom att skapa ett diagram för varje tjänst. Dessa diagram syns nedan vid rubrik 7 Resultat.

Rankingsnummer på Tripadvisor	1		2		3		4		5		6		7		8		9		15		
Antal kommentarer under 6 mån	54		94		37		81		42		51		34		62		26		58		
	Fabian Hotel		Scandic Paasi		Hotel Haven		Radisson Blue Plaza		Best Western Premier Hotel Katajannokka		Hotel Kämp		Hilton Helsinki Kalastajatorppa		Hotel GLO Helsinki Kluuvi		Klaus K Hotel		Hotel Glo Art		
	st	%	st	%	st	%	st	%	st	%	st	%	st	%	st	%	st	%	st	%	
Frukost och restaurang	+	31	57,4	21	61,8	23	62,2	49	60,5	33	78,6	21	41,2	16	47,1	27	43,5	17	65,4	20	34,5
Läge	-	3	5,6		0,0	6	16,2	5	6,2	7	16,7	5	9,8		0,0	10	16,1	4	15,4	6	10,3
Service	+	33	61,1	19	55,9	26	70,3	62	76,5	30	71,4	34	66,7	17	50,0	52	83,9	12	46,2	24	41,4
Pris	-	1	1,9		0,0		0,0		0,0		0,0		3	8,8		0,0				6	10,3
Personal	+	12	22,2	6	17,6	11	29,7	18	22,2	6	14,3	18	35,3	5	14,7	9	14,5	7	26,9	8	13,8
Sanitär	-		0,0	1	2,9		0,0	5	6,2		0,0	4	7,8		0,0	2	3,2	2	7,7	4	6,9
Design	+	2	3,7	4	11,8	5	13,5	4	4,9	9	21,4	2	3,9	1	2,9	9	14,5	3	11,5	4	6,9
Ljud	-	1	1,9	1	2,9	7	18,9	4	4,9	2	4,8	10	19,6		0,0		0,0	1	3,8	9	15,3
Språk	+	36	66,7	21	61,8	21	56,8	41	50,6	23	54,8	27	52,9	16	47,1	24	38,7	8	30,8	35	60,3
Lobbyn/lobbybar	-		0,0	1	2,9		0,0	5	6,2		0,0	2	3,9		0,0	6	9,7	2	7,7	2	3,4
Internet	+	19	35,2	7	20,6	9	24,3	24	29,6	5	11,9	5	9,8	8	23,3	20	32,3	4	15,4	21	36,2
TV	-		0,0	1	2,9		0,0	2	2,5	1	2,4	1	2,0		0,0	3	4,8		0,0	3	5,2
Minibar/extras	+	19	35,2	15	44,1	10	27,0	26	32,1	20	47,6	7	13,7	5	14,7	37	59,7	8	30,8	25	43,1
Historia	-		0,0	2	5,9	1	2,7		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0	1	3,8	3	5,2
Rum	+	13	24,1	4	11,8	1	2,7	3	3,7	8	19,0	3	5,9	6	17,6	11	17,7	3	11,5	5	8,6
Atmosfär	-	1	1,9	1	2,9	1	2,7	2	2,5		0,0	3	5,9		0,0	5	8,1	5	19,2	1	1,7
Badrum	+	3	5,6	1	2,9		0,0	1	1,2	2	4,8	1	2,0		0,0	1	1,6		0,0	4	6,9
Allmänna utrymmen för hotellgäster	+		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0				0,0
Business	-	4	7,4	2	5,9	16	43,3	10	12,3	4	9,5	9	17,6	1	2,9	1	1,6	2	7,7	11	19,0
Badrum	-		0,0		0,0	1	2,7	3	3,7		0,0		0,0	1	2,9	2	3,2				0,0
Internet	+	9	16,7	2	5,9	1	2,7	11	13,6	4	9,5	1	2,0	2	5,9	6	9,7	3	11,5	3	5,2
TV	-	1	1,9	1	2,9		0,0		0,0	5	11,9	6	11,8		0,0	5	8,1		0,0	3	5,2
Minibar/extras	+	1	1,9		0,0	5	13,5	4	4,9	1	2,4	1	2,0		0,0	5	8,1		0,0	3	5,2
Historia	-		0,0	2	5,9		0,0		0,0	1	2,4		0,0		0,0	1	1,6	1	3,8	1	1,7
Rum	+	4	7,4	2	5,9	2	5,4	14	17,3	2	4,8	1	2,0	1	2,9	5	8,1	2	7,7	2	3,4
Atmosfär	-	2	3,7	1	2,9	3	8,1	1	1,2		0,0	4	7,8		0,0	3	4,8	3	11,5	12	20,7
Historia	+	1	1,9	3	8,8		0,0	3	3,7	11	26,2	4	7,8		0,0		0,0		0,0	2	3,4
Rum	+	26	48,1	17	50,0	29	78,4	42	51,9	20	47,6	30	58,8	16	47,1	40	64,5	11	42,3	17	29,3
Atmosfär	-		0,0	1	2,9	1	2,7	2	2,5	1	2,4	4	7,8	1	2,9	11	17,7	4	15,4	15	25,9
Badrum	+	11	20,4	1	2,9	2	5,4	5	6,2	23	54,8	9	17,6	6	17,6	4	6,5	3	11,5	4	6,9
Allmänna utrymmen för hotellgäster	+		0,0		0,0		0,0	2	2,5		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0	1	1,7
Business	-	15	27,8	8	23,5	7	18,9	10	12,3	11	26,2	19	37,3	2	5,9	19	30,6	3	11,5	12	20,7
Badrum	-		0,0	1	2,9		0,0	2	2,5	1	2,4		0,0		0,0	7	11,3	3	11,5	7	12,1
Allmänna utrymmen för hotellgäster	+		0,0	3	8,8	2	5,4	3	3,7	2	4,8	11	21,5	14	41,2	7	11,3	2	7,7		0,0
Business	-	1	1,9	7	20,6	2	5,4		0,0	1	2,4	1	2,0		0,0	2	3,2		0,0	1	1,7
Business	+		0,0	3	8,8	4	10,8	8	9,9		0,0	1	2,0	4	11,8	2	3,2		0,0		0,0
Business	-		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0		0,0

Figur 3 Hotellens ranking på Tripadvisor (Tripadvisor Fabian Hotel 2014. Tripadvisor Scandic Paasi 2014. Tripadvisor Hotel Haven 2014. Tripadvisor Radisson 2014. Tripadvisor BW Katajannokka 2014. Tripadvisor Kamp 2014. Tripadvisor Hilton 2014. Tripadvisor Glo Hotel Kluuvi 2014. Tripadvisor Klaus K 2014. Tripadvisor Glo Hotel Art 2014.)

För att få en bättre uppfattning av var hotellen befinner sig i Helsingfors har vi gjort en karta där alla 10 hotellen är märkt ut med stjärnor. Denna karta hittar ni som Figur 4.



Figur 4. Karta över de undersökta hotellen. (Fabian Hotel 2014. Scandic Paasi 2014. Hotel Haven 2014. Radisson 2014. BW Katajannokka 2014. Kamp 2014. Hilton 2014. Glo Hotel Kluuvi 2014. Klaus K 2014. Glo Hotel Art 2014.)

På basen av informationen vi fått från hotellens olika internet sidor har vi gjort ytterligare en tabell över vad för tjänster hotellet erbjuder, som ses nedan som figur 5. Överst står vilket hotell i fråga och till näst står det under varje hotell antalet rum de har, med undantag av Hilton Hotel Kalastajatorppa och Klaus K Hotel som inte har det skrivet på sina hemsidor. Sedan listas olika sorters tjänster och vilka som erbjuder dessa och till sist hittas hotellens kontaktuppgifter. (Fabian Hotel 2014. Scandic Paasi 2014. Hotel Haven 2014. Radisson 2014. BW Katajannokka 2014. Kamp 2014. Hilton 2014. Glo Hotel Kluuvi 2014. Klaus K 2014. Glo Hotel Art 2014.)

Service	Fabian Hotel	Scandic Paasi	Hotel Haven	Radisson Blu Plaza Hotel	Best Western Premier	Hotel Kämp	Hilton Helsinki Kalastajatorppa	Glo Hotel Kluuvi	Klaus K Hotel	Glo Hotel Art
Antal Rum	58	170	77	302	106	179		184		171
Gym		1	1	1	1	1	1	2	1	2
Restaurant		1	1	1	1	1	1	1	1	1
Frukostbuffet	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Room service				1	1	1				
Laundry service	1			1		1		1	1	1
Egen parkering				2	1	1	1	1	1	1
Mötesutrymmen		1	1	1	1	1	1	1	1	1
Spa						1		2	1	
Gratis internet	1	1		1	1		1	1	1	1
Adress	Fabiansgatan 7	Paasivuorikatu 5 b	Unionsgatan 17	Mikaelsgatan 23	Marinkaserنگatan 1	Norra Esplanaden	Fiskartorpsvägen 1	Glogatan 4	Bulevarden 2-4	Lönnrotsgatan 29
Hemsida	<a href="http://www.hotelfabian.fi/en/general-information">http://www.hotelfabian.fi/en/general-information</a>	<a href="http://www.scandichotels.fi/Hotels/Suomi/Helsinki/Paasi/#.UwhoXvmSwuc">http://www.scandichotels.fi/Hotels/Suomi/Helsinki/Paasi/#.UwhoXvmSwuc</a>	<a href="http://www.hotelhaven.fi/">http://www.hotelhaven.fi/</a>	<a href="http://www.radissonblu.fi/plazahotelli-helsinki/">http://www.radissonblu.fi/plazahotelli-helsinki/</a>	<a href="http://www.bwkatajanokka.fi/">http://www.bwkatajanokka.fi/</a>	<a href="http://www.hotelkamp.fi/">http://www.hotelkamp.fi/</a>	<a href="http://hiltonnordics.com/fi/suomi/helsinki/hilton-kalastajatorppa-hotel.html?WT.mc_id=MWWAA0EA1WW2PSH3Search4DGGeneric7GW842004&amp;WT.srch=1&amp;utm_source=AdWords&amp;utm_medium=ppc&amp;utm_campaign=paidsearch">http://hiltonnordics.com/fi/suomi/helsinki/hilton-kalastajatorppa-hotel.html?WT.mc_id=MWWAA0EA1WW2PSH3Search4DGGeneric7GW842004&amp;WT.srch=1&amp;utm_source=AdWords&amp;utm_medium=ppc&amp;utm_campaign=paidsearch</a>	<a href="http://glohotels.fi/hotelli/glo-hotel-kluuvi">http://glohotels.fi/hotelli/glo-hotel-kluuvi</a>	<a href="http://www.klauskhotel.com/en/">http://www.klauskhotel.com/en/</a>	<a href="http://glohotels.fi/hotelli/glo-hotel-art">http://glohotels.fi/hotelli/glo-hotel-art</a>
Kod	Betydelse									
1	har									
2	samarbet									

Figur 5. Tjänster på de undersökta hotellen. (Fabian Hotel 2014. Scandic Paasi 2014. Hotel Haven 2014. Radisson 2014. BW Katajannokka 2014. Kamp 2014. Hilton 2014. Glo Hotel Kluuvi 2014. Klaus K 2014. Glo Hotel Art 2014.)

### 3.4 TripAdvisor

TripAdvisor grundades februari år 2000 av Stephen Kaufer och har sitt huvudkvarter i Boston, Massachusetts. TripAdvisor är världens största reseforum där resenärer får skriva inlägg angående resor och hotell de har besökt. Resenärerna kan poängsätta hotellet mellan 1-5 stjärnor och skriva meddetsamma vad de anser att hotellet lyckades eller respektive misslyckades med. TripAdvisor är inte enbart en sida var man kan skriva om sina upplevelser utan också boka hotell, flygresor och andra aktiviteter var man än befinner sig. Webbplatserna under TripAdvisor-varumärket utgör tillsammans världens största reseforum med cirka 260 miljoner besökare varje månad med mera än 44 miljoner marknadsmässiga medlemmar och 125 miljoner inlägg angående allting från hotell, flygbolag, aktiviteter och restauranger. Webbplatserna finns i 30 länder runt om i världen och är översatt till 33 språk. (TripAdvisor 2013C.)

Enligt en undersökning i juli 2011 av PhoCusWright med 3,641 enkäter i TripAdvisor ansåg 92 % att TripAdvisor hjälpte resenärerna att välja rätta hotell för sin resa och 83 % säger att de alltid tittar på inläggen från TripAdvisor före de väljer sitt hotell.  
(Tnooz 2013A.)

Tyvärr har hotell även försökt utnyttja sidan med att själva fa in och skriva positiva inlägg om deras hotell eller aktiviteter. Runt 30 hotell har blivit bannlysta från sidan på grund av misstänksamma revyer eller att muta gästerna att lämna in ett gott ord.  
(TripAdvisor 2013C.)

## 4 Undersökningens resultat

Helsingfors är Finlands huvudstad och är bebott av 600 000 invånare. En stor del av Helsingfors är dess inkvarteringssektor det vill säga tjänster som erbjuder tillfällig boende åt folk. Helsingfors erbjuder många olika inkvarteringstjänster. Den vanligaste inkvarteringstjänsten är hotell men hit hör också camping, B&B, semesteruthyrningsbostäder, hotell och andra tjänster som erbjuder boende för en kortare tid. I Helsingfors finns det 67 hotell, 6 B&B/Inn och 82 semesteruthyrnings bostäder. (Tripadvisor 2014A.)

### 4.1 Helsingfors som destination

Helsingfors är grundat år 1550 och har varit Finlands huvudstad sedan 1812. Idag bor det över 600 000 invånare i Helsingfors. (Visithelsinki 2014B.)

Helsingfors är en stad med historia och har därför många historiska attraktioner. Sveaborg är ett bra exempel på en historisk sevärdhet i Helsingfors. Sveaborg är en fästning som byggdes på 1700-talet för att försvara Helsingfors från den ryska flottan. Sveaborg har en lång historia och fästningen har genomgått mycket. Delar och hela byggnader av den gamla fästningen finns kvar vilket gör Sveaborg till en väldigt unik fästning. (Suomenlinna 2013.)

Domkyrkan är också en historisk sevärdhet byggd i början av 1800-talet under den ryska tiden. Kyrkan är ritad av den tyska arkitekten Carl Ludvig Engel. Kyrkan besöks årligen av ca 500 000 besökare varav ca hälften är finländare. Den används i dagens läge för många betydliga tillställningar så som till exempel Luciatåget 13.12 varje år. (Visithelsinki 2013D. Tuomiokirkko 2013.)

I Helsingfors ordnas också många andra evenemang så som Flow festivalen i augusti i Södervik. Flow festivalen har ordnats i Helsingfors sedan år 2004 och år 2013 lockade festivalen till sig 61 500 besökare. Detta påverkar också hotelbranschen. (Flowfestival 2013.)



Helsingfors är en stad som mest besöks sommartid och juletid. Under höstmånaderna oktober och november samt våren från februari till april är turismen mycket mindre än under juni, juli och augusti. Sommarmånaderna är varma i Helsingfors, runt 20 grader Celsius, vilket gör Helsingfors till en behaglig stad att besöka just då. (Visithelsinki 2013 B; Visithelsinki 2013C.)

Helsingfors är också en hamnstad och ligger rätt vid Finska viken vilket ger en möjligheten att få en glimt av den unika skärgården vi har i Finland. Många restauranger är belägna just för att besökarna skall få uppleva den finska skärgården så som Restaurant Saari och Restaurant Saaristo som bara är öppna under sommarmånaderna. (As Restaurants 2013 A; As Restaurants 2013B.)

#### **4.2 Helsingfors statistik över inkvarteringssektor**

Det är stor konkurrens inom inkvarteringssektorn. Kunderna jämför ständigt priser, utbud, belägenhet, service och så vidare. Därför försöker varje enhet inom inkvarteringssektorn förnya sitt utbud så att de skall vara mest efterfrågade i branschen.

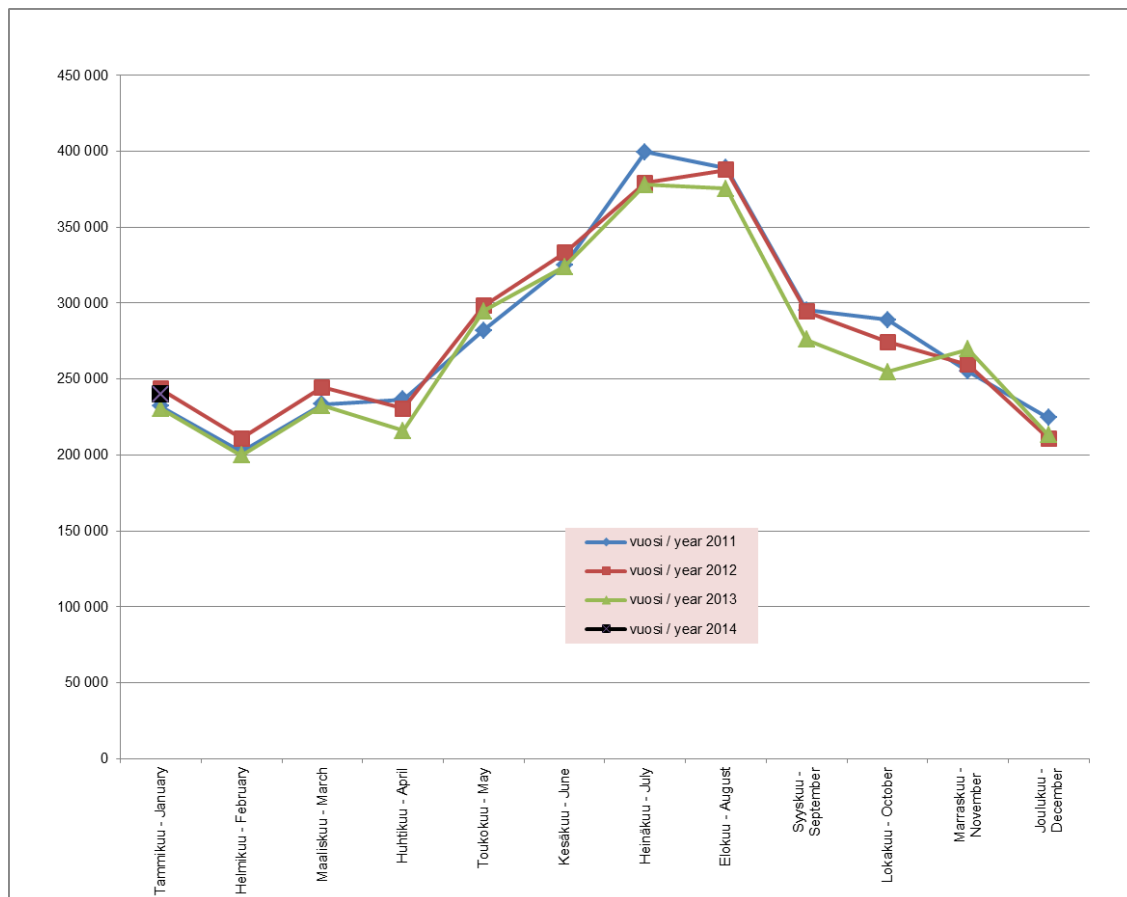
I Helsingfors finns det 67 hotell som tillsammans inkvarterat 3 263 982 stycken rum år 2013. Detta är hela 16,1% av hela landets inkvarteringar under det året. År 2013 fick Helsingfors 3% mindre inkvarterade besökare än året innan då staden hade hela 3 366 667 inkvarterare. (Helsingissä yöpyvien 2014. Tripadvisor 2014, A.)

	yöpymiset / nights	osuus koko maan yöpymisistä / market share of the nights in whole country	muutos abs. edellisestä vuodesta change abs. from previous year	muutos % edellisestä vuodesta change % from previous year
2001	2 563 101	15.3 %		
2002	2 504 411	15.2 %	-58 690	-2.3 %
2003	2 512 172	15.2 %	7 761	0.3 %
2004	2 497 505	15.0 %	-14 667	-0.6 %
2005	2 555 470	14.8 %	57 965	2.3 %
2006	2 757 769	15.2 %	202 299	7.9 %
2007	2 984 115	15.7 %	226 346	8.2 %
2008	3 082 217	15.8 %	98 102	3.3 %
2009	2 908 441	15.7 %	-173 776	-5.6 %
2010	3 187 136	16.6 %	278 695	9.6 %
2011	3 363 971	16.8 %	176 835	5.5 %
2012	3 366 337	16.6 %	2 366	0.1 %
2013	3 263 982	16.1 %	-102 355	-3.0 %
2014	240 210	17.4 %	9 558	4.1 %

Figur 6. Övernattningar i Helsingfors (Helsingissä yöpyvien 2014.)

Figur 6 visar antalet övernattningar i Helsingfors åren 2011 till 2014. Sommarmånaderna är helt klart de populäraste månaderna för turister att besöka Helsingfors. Det märks också på statistiken för inkvarteringssektorn. Till exempel hade år 2013 under juli månad 377 915 medan år 2014 i januari bara 240 210 övernattat i Helsingfors. Juli har de senaste tre åren varit den mest eftertraktade av alla sommarmånader och är därför också mest hektisk för hotellen. (Helsingissä yöpyvien 2014.)

De senaste tre åren har i genomsnitt varit ganska lika, sommarmånadernas populäraste månad är lite olika från år till år men generellt ser det mycket lika ut. Det är i stora drag juli och augusti som för med sig mest övernattare till Helsingfors och i september faller övernattarnas antal drastiskt i jämförelse med antalet övernattare i augusti. I början av sommaren växer antalet långsammare, från maj till juli är skillnaden från månad till månad inte lika drastisk som i slutet av sommaren. Allt detta visas tydligt i figur 7 nedan. (Helsingissä yöpyvien 2014.)



Figur 7. Övernattningar i Helsingfors per månad (Helsingissä yöpyvien 2014.)

### 4.3 Kommentarer om hotellen på Tripadvisor

#### 4.3.1 Fabian Hotel

Hotellet Fabian ligger på Fabiansgatan 7 nära Kaserntorget i Helsingfors (se figur 4). Hotellet har 58 rum varav man kan välja mellan rumstyperna Comfort, Style och Lux. Alla hotellets rum är rökfria och är utrustade med kassaskåp, luftkonditionering, hårtork, stryklod och – ställ, toalett nödvändigheter, minibar, trådlöst internet, TV och radio möjligheter. Hotellets reception är 24h öppet, ”check out” tiden är före 12:00 och ”check in” tiden från och med 14:00. (Fabian Hotel 2014.)

Fabian Hotell är högst rankad på Tripadvisor av alla Finska hotell. Få människor hade något negativt att kommentera om Fabian och ingen tycks vara missnöjd med deras vistelse. (Tripadvisor Fabian Hotel 2014; Fabian Hotel 2014.)

Några av kommentarerna nämnde frukosten och de sköna sängarna så som *Perfector* kommenterade 12 februari:

*”Small, coysy hotel the walking distance from Helsinki city center. Friendly staff and stylishly decorated rooms. Comfortable beds and total quietness. Breakfast is special: you are kind of sitting on your friends kitchen and getting served.”*

Rosie C kommenterade 17 februari:

*”Warm, efficient service with an extremely comfortable bed in a very comfortable room. Only stayed one night and couldn't work out the shower and was surprised that there were no tea/coffee making facilities in the room ... is this just a peculiarity in UK?”*

Negativt som nämnts om hotellet under de senaste halvåret är finns det allt som allt listat 3 stycken kommentarer under “Poor” och “Terrible” och dessa alla tre är skrivna på antingen tyska, ryska eller koreanska och där är kunderna missnöjda med utsikten, servicen eller att de inte kunde avboka sin reservation. Det som oftast nämns som ett litet minus att hotellets fönster inte går att öppnas så som *Sm0Aggy* kommenterat 21 februari ”..

*My only small criticism was the size of the breakfast area, I found it quite small and cramped. I felt quite uncomfortable having to squeeze past people chairs to get to the breakfast buffet...”. (Tripadvisor Fabian Hotel 2014)*

Maten och frukosten fick flest minus i kommentarerna eftersom vissa var chockade över att hotellet inte erbjuder någon lunch eller middag, men personalen var alltid villiga att rekommendera närvarande restauranger för kunderna. Mini-baren fylls inte under vistelsen vilket vissa ansåg vara underligt men den är gratis så det var både ett plus och minus. (Tripadvisor Fabian Hotel 2014. Fabian Hotel 2014.)

En eller två kommentarer om läget eller mera specifikt ett visst rum vid gatunivån nära

en bar ansågs skapa för mycket oljud för att kunna sova. Beröm fick hotellet dock för att kunderna själva kunde ändra på temperaturen i rummet vilket inte är oerhört vanligt i Finland. (Tripadvisor Fabian Hotel 2014. Fabian Hotel 2014.)

Rummen och designen i hotellet hade ingen något negativt att kommentera om. Rummen är stora och badrummen var golvvärmda med en bra fungerande dusch. Vissa nämnde att lobbyn och korridorerna är av den mindre sorten men ingen ansåg de som ett problem eftersom de tyckte att atmosfären, personalen och designen övervägde allt annat. (Tripadvisor Fabian Hotel 2014. Fabian Hotel 2014.)

### 4.3.2 Scandic Paasi

Scandic Paasi ligger på Paasivuorigatan 5b nära Hagnäs torg. Hotellet har hela 170 rum av vilka alla är rökfria. Hotellet är bara ett par år gammalt, sen augusti 2012, och har inspirerats av Borgholmens färggranna och händelserika historia. Detta syns i inredningen och designen i hotellet, vilket är väldigt färgstarkt inrett. Rummen på hotellet är delat in i tre olika rumsklasser Spectacular, Leisure och Conscious. (Scandic Paasi 2014.)

Oftast bland kommentarerna på Tripadvisor nämns personalen designen och frukosten, så som *VJMHelsinki\_Finland* som 11 mars skrev

*"This was our second time in Scandic Paasi. The first time was when they had just opened, and luckily everything was still the same - very nice, that is. The location is excellent if you're visiting Helsinki for a convention/fair, since the trams 9 and 7b to the Convention Centre leave from just around the corner. The airport bus and subway also leave from the same place. You can walk anywhere in ten minutes so even if it's not literally in central Helsinki, it's close enough. The hotel is not like all other Scandic hotels - it's personal, has nice design touches, all rooms have a fun twist and the staff is really nice. And the breakfast - one of the best. If you like walking/jogging, this is your spot. The popular Töölönlahti area is just minutes away. The only downside perhaps when travelling as a couple is that most of the standard rooms are twin, not double. I'm definitely considering Scandic Paasi for my next trip to Helsinki."*

Så mycket negativa kommentarer har inte hotellet fått under de senaste halvåret, under kategorin Terrible finns det inte en enda kommentar och under Poor så finns det en kommentar av *rophome* som 21 december skrev

*“Overall the hotel service and staff did a good job, but the hotel decor was to odd, black leather decorations a boxing bouncing ball in the hotel room and red hart shaped bed pillows. I do not recommend this hotel for business travelers, but couples and families might find it okay.”*. (Tripadvisor Scandic Paasi 2014.)

Scandic Paasi är nummer 2 i Tripadvisor om Helsingfors hotell och ligger centrala Helsingfors. Hemsidorna säljer hotellet som Finlands första ”story hotell” och det märks i kommentarerna, en person jämför designen och atmosfären som i ”Doktor Parnassus” verkstad. (Tripadvisor Scandic Paasi 2014. Scandic Paasi 2014.)

Av 34 kommentarer under de senaste 6 månaderna hade Krista S. hotellets General manager gett feedback på 32 av alla kommentarer, inget annat hotell har svarat så aktivt. (Tripadvisor Scandic Paasi 2014. Scandic Paasi 2014.)

Personalen fick beröm för både servicen och special tillfällen, många kunder kom sent på natten till hotellet och fick sina rum direkt eller kunde lämna sitt bagage till receptionen som sedan förde själva allting i i rummet när det var färdigt.

Rummen fick beröm för att ha en egen bastu vilket alla ansåg som lyxigt och underligt för att finnas i centrala Helsingfors. Lobbyn ansågs som trång och litet men inte på ett negativt sätt utan skapade mera karaktär för hotellet. (Tripadvisor Scandic Paasi 2014. Scandic Paasi 2014.)

Hotellet har inte en egen restaurang men personalen hjälpte rekommendera till kunderna. 21 positiva kommentarer om hotellets frukost, som enligt en kommentar var ”mycket finskt och bestod av fisk, gröt, ostar, frukter, bär och allt det klassiska som en frukost skall innehålla”. (Tripadvisor Scandic Paasi 2014. Scandic Paasi 2014.)

### 4.3.3 Hotel Haven

Hotel Haven ligger vid Unionsgatan i Helsingfors nära Esplanaden och Helsingfors universitet. Hotellet har 77 stycken rum vilka är delade in i rumsklasserna Comfort, Style, Lux och Suite. Alla rum är utrustade med luftkonditionering, King Size säng, sängkläder av egyptiskt bomull, Bang&Olufsens underhållnings möjligheter, spa likt badrum utrustat med bland annat TV, minibar och säkerhetsskåp. Hotellet har eget gym och egna mötesutrymmen som kunderna kan hyra ut. Egen lobbybar och restaurang har hotellet också. (Hotel Haven 2014.)

Hotel Haven har 5 stjärnor och är rankad nummer 3 i Tripadvisor av hotellen i Helsingfors. Det som oftast beröms om hotellet på Tripadvisor är läget, frukosten och rummen så som också *Honestgone* har märkt då han kommenterat

*”Hotel haven is beautiful hotel, from the exterior it may not look all that, but inside its a delight. I booked the comfort room, although this was the cheapest option, it more than sufficed. Well decorated, Big bed, bang and olfsen tv, large bathroom with also with tv. The location of the hotel is great, right by the water, and a short walk to the cathedral. The staff were outstanding, polite, efficient and very friendly. Breakfast was informal buffett style which works for me. With a variety of foods; bacon, eggs, smoked salmon, fresh fruits etc. also breakfast is served until 11 on the weekend which gets a big thumbs up! The hotel bar is smart and extremely comfortable, if you like spirits, then you will not be dissapointed, there are so many too choose from and the cocktails are outstanding! I would stay here again if i came back to Helsinki.”*

Mycket negativt har inte kunderna att säga om Hotel Haven men några har dock inte varit fullständigt nöjda med sin vistelse. Till exempel *Seasondtraveller* skrev den 17 februari

*“The location is fine and the rooms are comfortable but the hotel has various drawbacks, besides being an ugly building. One is that breakfast, which is not up to the standards of this category of hotels, is served in a separate building, requiring guests to cross a courtyard in the freezing cold or the rain or the snow - to find a closed door until 7 a.m. Indeed, it breakfast starts rather late in this hotel. Another unpleasant surprise is that while rooms are equipped with a kettle, there are no tea or coffee bags, unlike in virtually all hotels I have stayed in across Northern Europe. Upon investigation, it is possible to*

*purchase those at an exorbitant price, but frankly, given how expensive the rooms are, this is a disgrace. There is no pool and only a minuscule gym.”* (Tripadvisor Hotel Haven 2014.)

Hotell Haven har fått 37 kommentarer under de senaste 6 månaderna varav alla som kommenterat på läget ansåg att det är en av de bästa i Helsingfors eftersom allting är inom gås distans och nära hamnen och salutorget. (Tripadvisor Hotel Haven 2014. Hotel Haven 2014.)

Personalen var fick 21 positiva kommentarer av 37 och ingen hade något dåligt att säga, de hjälpte med baggagen och efter check-in kom de och knacka på dörren och fråga ifall rummet dög och erbjöd vatten. (Tripadvisor Hotel Haven 2014. Hotel Haven 2014.)

Största berömmen fick deras lobby bar som enligt kommentarerna hade ett väldigt bredt urval av olika drinkar, vin och whiskeyn, paradoxalt nog fick lobby baren också mest negativa kommentarer på grund av priserna och irreguljära öppningstider. (Tripadvisor Hotel Haven 2014. Hotel Haven 2014.)

Rummen var rena och stora med bra internet och TV-utbud men för dyra enligt 7 personer. Priset och lobby baren var det som fick flest negativa kommentarer vilket kan vara kopplat. (Tripadvisor Hotel Haven 2014. Hotel Haven 2014.)

Frukosten är inte i samma byggnad som själva hotellet utan ligger precis i grannhuset vilka är kopplade med en glasgång, 6 av 29 som kommenterat på frukosten ansåg detta som problematiskt eftersom att gå till en annan lokal fick frukosten att verka för formell och under vintern klagade de på kylan. (Tripadvisor Hotel Haven 2014. Hotel Haven 2014.)

#### **4.3.4 Radisson Blue Plaza**

Radisson Blue Plaza ligger på Mikaelsgatan 23, väldigt nära Helsingfors tågstation. Hotellet har grannar så som Grand Casino Helsinki, Nationalteatern och Ateneums konstmuseum. Hotellet har hela 302 hotellrum av vilka man kan välja mellan Standard-



, Business Class-, Executive Business Class rum och Suite. Hotellet har eget gym, room service och snabb internet. Till rummet kan man också beställa olika avslappningsanordningar så som fotmassageapparat eller öronproppar. (Radisson 2014.)

Mycket positivt om hotellets läge och service nämns bland kommentarerna på Tripadvisor. *Jonna R* har den 10 mars kommenterat

*"Hotel has great location (just beside railway station) so you can shop till you drop and still manage to walk back. Kiasma, Parliament house etc. are located nearby as well. Staff was great, room was as nice as expected. I'll definitely stay there again if I have the chance. And I recommend this hotel gladly to everyone. My visit was for two nights and mostly business so I couldn't enjoy this hotel as much as I wanted to. Maybe next time I'll have some time to relax other than just sleep."*

Negativt om hotellet säger till exempel *a s* den 5 februari som tycker

*"I just got to my room after a long, difficult day. Room was very cold, but no other room "in this category" was available. OK, got an extra noisy heater. A so called accessible room. Not very cozy. Still ok. But then, I wanted to use the toilet... I really hate, when I have to clean it myself before using it, because there is still the dried Urine of the previous guest on the seat! Sorry guys, but I would give you minus stars, if I could... In addition, I found some hair in my bed, short and black, if you care to know it."*(Tripadvisor Radisson 2014.)

Radisson Blue Plaza har fått 81 kommentarer under det senaste halvåret och har rankats som det fjärde bästa hotellet i Helsingfors. Det verkar som ett väldigt teknologiskt inriktat hotell och välkomnar mycket arbetsresenärer. (Tripadvisor Radisson 2014. Radisson 2014.)

Radisson Blue Plaza har renoverats nyligen och det märker kunderna också, några påpekar att hotellet verkligen har tagit ett steg mot det bättre. Ett ord som ofta används av skribenterna på Tripadvisor för att beskriva hotellet är "high tec". De verkar uppfylla över att rummen är utrustade med nya teknologiska lösningar så som en lampa som lyser vare sig man vill ha rummet städlat eller inte, istället för den vanliga lappen man hänger på dörrhandtaget som de flesta hotell har. Arbetsresenärerna verkar vara nöjda med möjligheten att ansluta sin egen apparat och använda sig av hotellets tek-

nologiska utbud vilket verkar underlätta kunderna på många sätt. (Tripadvisor Radisson 2014. Radisson 2014.)

Många har också nämnt hotellets frukost och restaurang, 49 stycken tyckte det var en positiv upplevelse medan 5 stycken haft en negativ upplevelse. Det som oftast nämnt som var negativt var oftast att det var för lite personal på plats under frukosten. Det som också här tyder på att Radisson Blue Plaza är ett business inriktat hotell är att många kommenterade positivt om att det vid frukosten fanns en lugnare business lounge. (Tripadvisor Radisson 2014. Radisson 2014.)

Personalen har generellt fått bra kritik 41 har tyckt om personalen och 18 stycken tyckt om servicen. Negativa kommentarer om både personalen och servicen har det funnits 5 stycken på det senaste halvåret. (Tripadvisor Radisson 2014. Radisson 2014.)

Hotellet ligger vid Mikaelsgatan rätt vid Helsingfors tågstation. Läget på hotellet är med andra ord väldigt central vilket hela 62 stycken noterat på ett positivt sätt, ingen sagt något negativt om detta. Det som dock har fått en del negativitet är att det hörs oljud från gatorna, men dessa är bara 2 stycken som tyckt det. 3 stycken har dessutom påpekat att det varit ovanligt tyst för ett hotell som ligger så centralt. (Tripadvisor Radisson 2014. Radisson 2014.)

I helhet har Radisson Blue Plaza fått höga poäng på både sanitär, rum, badrum och extra. Något som många tycker är positivt är att internet är gratis. (Tripadvisor Radisson 2014. Radisson 2014.)

#### **4.3.5 Best Western Premier Hotel Katajannokka**

Best Western Premier Hotel Katajannokka är ett gammalt fängelse som byggts om till ett hotell vilket öppnades år 2007. Hotellet ligger på Marinkaserngatan 1 på Skatudden. Hotellet har egen parkering, gym och bastu. Hotellet har under veckoslutet skilda tider för damer och herrar och för övrigt kan kunderna boka bastun för egen användning. Hotellet som förut var ett fängelse hade 164 celler som har förvandlats till 106 moder-

na hotellrum. Rumsklasser har hotellet 4 stycken, Queen-, Twin-, Premier rum och Junior Suite. Junior Suites finns det 3 stycken av, varav alla 3 är utrustade med egen bastu. (BW Katajannokka 2014.)

Hotellet har en mycket gammal historia som sträcker sig ända till 1749 talet då Helsingfors första fängelse byggdes på samma ställe var hotellet är nu. Då var det bara ett trähus som senare brann ner. På 1800-talet då Finland blev en del av Ryssland lät tsar Nikolaj bygga en ny byggnad bredvid den gamla, denna byggnad är en av hotellets nuvarande byggnader. Senare på 1800-talet lät tsar Nikolaj bygga fler byggnader till fängelset, som senare blev ett hotell. I fängelset har till exempel Risto Ryti, Väinö Tanner och Hella Wuolijoki varit fängslade. (BW Katajannokka 2014.)

Historian av hotellet har många av kunderna märkt, det bevisar hela 11 kommentarer som nämnt något om historien under det senaste halvåret på Tripadvisor. Till exempel *Dundeepenguin* kommenterade den 25 oktober 2013

*"This is a converted prison in Helsinki and a fun place to stay. Good value particularly for Helsinki, we booked the cheapest room, plenty of space and good bathroom with shower. As it is a converted prison the walls are thick and there was no noise when we stayed. Breakfast is a good buffet. Next to a tram stop, however it is a fifteen minute walk into the centre on the flat, very easy".*

Andra har inte charmats av hotellets historia utan haft en dålig upplevelse, så som *deniseandy* som den 25 december skrev

*"I have usually had good experiences at hotels that have been highly rated by trip advisor, but I was very disappointed with this hotel. My main complaint is that the linens were very dirty. There were tons of what looked like pubic hairs on the bed. We complained, and the front desk put us in another room which also had hair everywhere. Finally the third room was hair free. The shower was not great either. The hot water was luke warm at best. The room was far from spacious as others have said. It was about 200 square feet, which is average for Finland, but tiny if you are used to US hotels. I would compare this hotel to 3 star chains in the US. No frills and it would have been fine had the linens been clean.*

*The one good thing was the staff member who worked on Christmas Eve was wonderful".* (Tripadvisor BW Katajannokka 2014.)

Fastän hotellet inte ligger lika centralt i jämförelse med de andra hotellen vi undersökt så har hotellet fått ett stort plus, på Tripadvisor, för läget, 30 personer hade bara positivt att säga, spårvagnsstation direkt utanför hotellet. (Tripadvisor BW Katajannokka 2014; BW Katajannokka 2014.)

I Tripadvisor fanns det överlägset mest beröm om hotellets historia, designen och atmosfär, få har någonsin varit inne i ett fängelse och ännu mindre övernatta i ett fängelse. Personalen som var hjälpsamma använder fängelse kläder vilket många ansåg som en bra extra touch för atmosfären, 3 personer nämnde till och med att hotellet är barnvänligt. (Tripadvisor BW Katajannokka 2014; BW Katajannokka 2014.)

33 personer ansåg att frukosten och restaurangen var en positiv upplevelse, restaurangen använder fortfarande kärnen från fängelset med metall fat och muggar vilket ökar även mera på atmosfären. 7 personer ansåg dock att restaurangen var för formell och en aning för dyr. (Tripadvisor BW Katajannokka 2014; BW Katajannokka 2014.)

Rummen i hotellen är celler från fängelse tiden. Få hade något negativt att säga, de flesta ansåg att rummen var stora, rena, bra badrum och väldigt tysta. Negativa sidorna var att vissa rum hade bara ett fönster högt uppe i rummet medan andra hade 3. 5 personer klagade på att deras internet inte fungerade på grund av fängelsets tjocka väggar. Små rummen för små med bara ett litet fönster... Stora bra och luftiga med 3 fönster. (Tripadvisor BW Katajannokka 2014; BW Katajannokka 2014.)

#### **4.3.6 Hotel Kämp**

Hotel Kämp är Finlands första fem stjärniga hotell och har en historia som sträcker sig ända tillbaka till 1887 då hotellet grundades. Hotellet ligger på Norra Esplanaden 29 mitt i hjärtat av Helsingfors centrum vid hörnet av Esplanaden och Glogatan. Hotel Kämp har besökts av många kändisar till exempel av president Mannerheim som också hotellets mest eftertraktade Suite har fått namn efter, Mannerheim Suite. Hotellet har eget spa, gym och 24h room service. (Kämp 2014.)

Hotel Kämp har under de senaste 6 månaderna fått 51 recensionen på Tripadvisor. De flesta nämner den utmärkta personalen och servicen, som också hotellet är känt för. Hotel Kämp är Finlands första 5 stjärniga hotell och har en gammaldags lyxig inredning som många berömmar i sina kommentarer. Atmosfären i hotellet är väldigt gästvänlig och välkomnande enligt många. (Tripadvisor Kämp 2014; Kämp 2014.)

De flesta är positivt bemötta av personalen och det verkar som om det inte finns en uppgift personalen inte är villiga att ta. Till exempel har *WorkingMomNYC2*, den 11 januari berömt personalen med att skriva “...

*A bit stressed preparing for a speech while in my hotel room, I needed to print several things last minute. One call to the front desk to ask if there was a printer, I emailed my file and 2 minutes later my speech was slipped under my door. It was the discretion and efficiency that made my stay such a pleasure. The hotel was quite busy and yet no one seem hurried - everyone knew exactly how to do their job, with ease and a smile...”*

Andra har dock ändå fått en negativ uppfattning av det luxuösa hotellet. På basis av kommentarerna på Tripadvisor är kunderna mest missnöjda över de höga priserna på hotellet. Till exempel *MichaelInSF* som för övrigt varit nöjd med Hotell Kämp men ändå påpekat “...

*The evening we arrived, we were far too tired to go out so we chose some items from the (somewhat limited) room service menu. A sandwich, caesar salad and a large bottle of water came out to be 65€, which I don't think included the extra 12€ delivery charge. The room service folks didn't charge delivery service fees for ice buckets when we called down for them. If you want to skip the expensive breakfast in the hotel restaurant, I noticed the awesome Fazer chocolate shop & cafe across Glogotan street also offers a breakfast buffet of sorts for about 15 €...”* den 28 december. (Tripadvisor Kämp 2014.)

Många är uppfyllda över rummets storlek och mest uppfyllda verkar de vara över badrummen. Hela 19 av recensionerna nämnde badrummen varav alla tyckte om badrummen. Det som oftast skrivs om badrummen är att de är gjort av marmor vilket såklart ger en lyxig ”touch”. Ordet lyxig kan läsas ofta bland kommentarerna, lyxiga

utrymmen, lyxig entré, lyxiga rum och så vidare. Det som en kommenterade över är att det på rummet finns en ”dyn menu” det vill säga kunderna kan välja vilken sorts dyna de vill ha vilket är ganska unikt. (Tripadvisor Kamp 2014; Kamp 2014.)

Fastän hotellet är väldigt lyxigt så verkar det ha sitt pris. Frukosten är dyr, rums servering är dyr och till och med internet på rummet kostar vilket 6 stycken poängterade negativt till. Frukosten fastän den var dyr fick ganska bra feedback, 21 stycken hade tyckt att den var bra och med stort utbud. Det som många dock hade märkt under sin vistelse var att man får billigare frukost på Café Fazer på andra sidan vägen, vilket många av gästerna hade föredragit. (Tripadvisor Kamp 2014; Kamp 2014.)

Hotellet ligger vid hörnet av Södra Esplanaden och Glogatan vilket är väldigt centralt. 34 stycken har påpekat hotellets utmärkta läge genom att beskriva att det är nära till shopping, sightseeing och transportmedel. (Tripadvisor Kamp 2014; Kamp 2014.)

Personalen på hotellet verkar väldigt professionella och tacklar alla uppdrag kunderna ger dem. De printar ut arbetspapper och för kvickt dem till rummet, leker detektiv och spårar fram kundens borttappade kamera, bokar resor till Tallinn och så vidare. Detta tyder på att Hotell Kämps personal är villiga att göra det lilla extra för att få sina kunder att trivas. (Tripadvisor Kamp 2014; Kamp 2014.)

Det som chockerade mig dock var att de 4 som klagade över dålig service ofta var riktade mot ”bell boy” servicen, det vill säga de som bär baggagen åt kunderna. Hotell Kämp är ett av de få hotellen i Helsingfors med denna service och att ”bell boy’n” hade stått och tittat på medan kunderna bär sina väskor till hotellet, vilket en nämnt, låter alarmerande. (Tripadvisor Kamp 2014; Kamp 2014.)

#### **4.3.7 Hilton Helsinki Kalastajatorppa**

Hilton Helsinki Kalastajatorppa ligger vid Kalastajatorpantie 1 vid kusten med en utsikt mot finska viken. Hotellet ligger 6,4km från centrum och har därför möjligheten till 6 tennisbanor, 17 konferensrum, simbassänger, gym och bastu vilka alla fått positiva

kommentarer vilket hotellet också försöker sälja aktivt. Flera av hotellen inne i centrum har inte möjligheten till detta. 34 kommentarer från Tripadvisor bevisar att de har lyckats med det. (Tripadvisor Hilton 2014. Hilton 2014.)

November 22, 2013 kommenterade Balto från Frankrike i Tripadvisor.

*"I arrived a Sunday night. The staff was very friendly. The restaurant was good! The room was large and comfortable with a terrific sea view with a balcony. The wireless connection worked perfectly. The bathroom was clean, and well furnished. The fitness room is well equipped and the pool is nice. Despite the fact the hotel is outside the town, it is not a problem, there are plenty of taxi in front the hotel, and the environment is very nice, it looks like a natural park, very good to relax! You can run outside in the park or have a short walk directly on the beach! I strongly recommend this hotel"*

Ovanstående kommentar tyder på att Hilton Helsinki Kalastajatorppa har lyckats med att tillfredsställa sina kunder. Andra har dock inte varit så nöjda med hotellet så som NG K som 31 oktober skrev

*"For a hilton hotel, I would expect more. Back in the 1980s it was THE hotel to visit. But, 30 years on, there is nothing that other competitors don't already have or do. Therefore service is rather important, but also the rating and situation of the hotel is the main point to be valued. Location is exceptional, if you are lucky, otherwise a complete bore. During the summer, the lake can be appealing, in the Autumn it is dull. No other nearby facilities makes this place a bit of a resort that is lacking modern features.".* (Tripadvisor Hilton 2014.)

Frukosten och restaurangen i hotellet får enbart positiva kommentarer med ett brett urval på traditionella finska rätter och utsikten som restaurangen erbjuder på. (Tripadvisor Hilton 2014. Hilton 2014.)

Personalen var hjälpsam på alla sätt, kommentarerna berättar att eftersom hotellet är en aning längre ifrån centrum behövdes det ofta ordnas skjuts till centrum eller flygfältet vilket personalen hjälpte vänligen med. (Tripadvisor Hilton 2014; Hilton 2014.)

20 kommenterade sammanlagt på hotellets läge, 17 ansåg stället vara på ett lugnt och vackert ställe nära kusten var man kan promenera, njuta av tystnaden, atmosfären och vyn. 3 dock ansåg att stället var för långt ifrån centrum. (Tripadvisor Hilton 2014; Hilton 2014.)

Flertal kommentera positivt över att stället är ekologiskt och har svårt att förstå att ett hotell med denna standard kan finnas i Helsingfors och så nära centrum. (Tripadvisor Hilton 2014; Hilton 2014.)

#### 4.3.8 Hotel Glo Helsinki Kluuvi

Hotel Glo Kluuvi är ett systerföretag till lyxhotellet och grannen Hotel Kämp. Hotellet använder sig därför av många av Hotel Kämp's service så som gym och spa. Hotellet har fått sitt namn av gatan som den ligger på, Glogatan. Glo Hotel Kluuvi är det första hotellet som hör till Glo Hotel kedjan som numera har 4 stycken hotel, 2 i Helsingfors, ett i Esbo (vid köpcentret Sello) och ett i Vanda (vid flygfältet). Glo Hotel Kluuvi har 184 rum varav man kan välja mellan 6 olika rumsklasser GLO Smart rum, GLO Comfort S, GLO Comfort M, GLO Luxe L, GLO suite och GLO Executive suite. (Glo Hotel Kluuvi 2014.)

Hotel Glo Kluuvi har fått 62 kommentarer på Tripadvisor under de senaste 6 månaderna. Av dessa 62 så nämner 52 Hotellets superba läge. Hotellet som ligger mitt i hjärtat av Helsingfors, vid hörnet av Alexandersgatan och Glogatan ger kunderna, ger kunderna många transportmöjligheter. Många nämner hur nära det är till metro-, tåg- och busstation, och andra transportmedel så som spårvagn och taxi hittas rakt utanför hotellet. (Tripadvisor Glo Hotel Kluuvi 2014; Glo Hotel Kluuvi 2014.)

En som varit mycket nöjd med Glo Hotel Kluuvi, som spenderat julen 2013 på hotellet, var *Travel2000London* som den 18 februari kommenterat

*"We always stay at the Glo during Christmas and have to say how much we like it, which is why we keep returning! At Christmas, there is a lovely festive feel in the hotel. The rooms are lovely and cosy, the location is perfect and the breakfasts are great! We usually look at the hotel website for good deals.*



*The only thing that we have noticed over the last few years is that the tea making facilities have now been removed, and the complimentary slippers are no longer there. We are sure to return this Christmas.”.*

Andra har tyvärr haft en mer negativ upplevelse på Glo Hotel Kluuvi så som *Sebdee* som den 6 november kommenterat

*“I stay at this hotel whenever in Helsinki (about 4/5 times a year). The recent changes are an extreme disappointment and will mean I will have to look elsewhere now. The changes I refer to are as follows. Internet - free internet is slow speed (256kb) no use for Skype etc. it used to be fast and free, now you have to pay eur 9.99 a day for fast internet.*

*Room size - they have introduced a new room type which isn't a room. It is a space for a large bed and that's about it. It is advertised as having a large bed and it does have that (king size at least). I am currently in room 447 in case you wonder. They have basically taken one large room and converted this to tiny rooms in the recent refurb.*

*Front desk - extremely friendly at check in but when confronted with the above issues they are not very accommodating to customer feedback. All in all a shame, it was a great hotel and ranked highly for Helsinki, in can see the ranking has already decreased to 8th, I can see why and it will only get worse unless the changes that were introduced mid 2013 are reversed.”. (Tripadvisor Glo Hotel Kluuvi 2014.)*

Det att hotellet ligger i hörnet av en av Helsingfors större gator för med en del ljud. 11 stycken nämner att ljudet stört dem under deras visit medan 5 stycken nämner att de var positivt överraskade över hur inget av gatuoljudet hörde in till rummen. (Tripadvisor Glo Hotel Kluuvi 2014. Glo Hotel Kluuvi 2014.)

Många berömmar personalen och servicen på hotellet. Många har blivit bemötta av leenden från receptionen som enligt många också är mycket hjälpsamma. 6 stycken har dock inte varit nöjda med personalen på hotellet och 2 stycken varit missnöjda med servicen. Dessa missnöjda kunder hade inte blivit bemött av leenden eller uppfattat personalen som hjälpsam. (Tripadvisor Glo Hotel Kluuvi 2014. Glo Hotel Kluuvi 2014.)

*Bob1998* från England kommenterade den 24 december 2013:

*“We stayed here recently for a couple of nights and thought the hotel was excellent. All the staff were polite and we were always greeted with a smile and a hei whenever we met one of them on reception or in the corridors etc.*

*Our room was a large one and we were impressed with the cleanliness and the facilities (tea and coffee tray, nice hand wash, very comfy bed) that were on offer. We had more than enough storage space for our clothes and other belongings.*

*There are three levels of Wi-Fi available to use in the hotel - we opted for the free one and this was more than suitable for our use.*

*Breakfast was a typical very tasty Nordic spread consisting of meats ,cheeses ,salmon ,cereals ,yoghurt ,porridge and possibly the most delicious bread I have ever had in Finland.*

*As regards location see the review of paulosussex I really can` t expand on that - he sums it up perfectly. The hotel is highly recommended and we shall stay here again.”. (Tripadvisor Glo Hotel 2014.)*

Saniteten på hotellet tycker 20 stycken att är mycket bra medan 3 stycken var av annan åsikt. En till exempel tyckte att rummen städades för sent. (Tripadvisor Glo Hotel Kluuvi 2014; Glo Hotel Kluuvi 2014.)

Rummen lyfts fram som moderna och designinriktade. Många tycker också om badrummen och säger att de är väldigt rymliga. Ett par gånger nämns det att badrummen har bara en glasdörr som separerar duschen från rummet vilket ger lite blandade känslor, några älskar den idén medan andra tycker att de är lite för öppet. (Tripadvisor Glo Hotel Kluuvi 2014; Glo Hotel Kluuvi 2014.)

Andra småsaker som extra på rummet, stor TV, gym och lobbybar nämns ett par gånger. Det som kunderna nämner mest om rummets extra service är tee set vilket några är missnöjda över att de tagits bort från de flesta rummen. (Tripadvisor Glo Hotel Kluuvi 2014; Glo Hotel Kluuvi 2014.)

#### **4.3.9 Klaus K Hotell**

Klaus K Hotel ligger på bulevarden 2-4 rätt vid Skillnaden, korsningen vid Mannerheimvägen och Bulevarden. Hotellets centrala läge gör att det beröms mycket av dess kunder. Hotellet har också en unik design och säger sig vara Helsingfors första design hotell. Hotellets rum är indelade i fyra olika rumsklasser Passion, Mystical, Desire och

Envy. Alla rum är rökfria och är utrustade med minibar och har gratis internet. Kunderna kan använda sig av hotellets alla tjänster så som tvätttjänst, gym, bastu och parkering. (Klaus K 2014.)

Under de senaste 6 månaderna har Klaus K Hotell fått 26 kommentarer på Tripadvisor vilka vi har läst och analyserat. De flesta nämner hotellets bra läge, goda frukost och unika design. Till exempel *Spinoccio* som den 2 mars tyckt

*"Klaus K has a lovely cool vibe. Staff are relaxed, friendly and helpful - and the ground floor restaurant/bar is a great place to hang out as is the hotel reception area. As in Helsinki generally, design matters and the hotel's style is deliberate and carefully put together. We've stayed in two places in Helsinki and this is by some way the better option. Everything in Helsinki is walkable (if you don't mind the hills). Rooms can be small, suites better."*

En annan har igen inte tyckt om designen lika mycket, till exempel *DivingSEA* som den 7 mars kommenterat ”

*Everything is designed. But design does not necessarily mean practical. So standard rooms are small with a very small and too soft bed. No place to put your bag. No table for working. Breakfast is also 'designed' rather than tasty. And so forth. Service is poor also - no help or even response. Too much design... Location is still however superb".* (Tripadvisor Klaus K 2014.)

Klaus K är ett familjeföretag vilket reflekterar till kunderna. Något som verkar mest sitta kvar i kundernas minne efter deras visit på Klaus K är hotellets design och frukosten. Frukosten sägs ha stort utbud med olika fisksorter och goda efterrätter, smått oorganiserat dock. (Tripadvisor Klaus K 2014. Klaus K 2014.)

Rummen tycks finnas i olika storlekar och de som har bokat de mindre rummen ger oftast negativ feedback. De små rummen tycks inte ha plats för kappsäcken och är inte passande för längre visit tycker en del. Vissa kommenterar dock att de små rummen är kompakta men väl utrustade och har alla nödvändigheter. (Tripadvisor Klaus K 2014. Klaus K 2014.)

Läget nämns väldigt ofta bland kommentarerna. Klaus K Hotell ligger på Bulevarden väldigt nära Mannerheimvägen, så väldigt centralt. De nämner också att det är på ett perfekt läge med spårvagnshållplats rakt utanför hotellet. Spårvagnarna får också en del negativ feedback på grund av att de orsakar oljud. Oljud säger kunderna att det hörs i rummen som är nära Club Ahjo, en nattklubb som ligger bredvid hotellet. (Tripadvisor Klaus K 2014. Klaus K 2014.)

Designen verkar kunderna oftast positivt inriktade mot. Rummen verkar vara fint designat och kunderna märker att de är i Helsingfors är mycket design inriktat. Det nämns ett par gånger att receptionen inte ligger på nedersta våningen utan man måste ta trappor upp för att skriva sig in till hotellet. Detta ger ett charmigt intryck men kanske inte är så praktiskt säger någon. (Tripadvisor Klaus K 2014. Klaus K 2014.)

#### **4.3.10 Hotell Glo Art**

Glo Hotel Art hör till hotellkedjan Glo Hotels. Hotellet har en historia som sträcker sig till 1903 då den Polytekniska föreningen (numera Tekniska högskolans studentkår) ordnade en arkitekt tävling varav Walter Thomé och Karl Lindahl vann och fick äran att rita och bygga byggnaden som idag är receptionen till Glo Hotel Art. Byggnaden var i början av 1900-talet känt som Gamla Poli och fungerade länge som ett föreningshus för den Tekniska högskolan. Numera ordnas fester, tillställningar o möten i byggnadens mäktiga salar som är designat i jugend och nationalromantisk stil.

Som hotell har byggnaden verkat nu sen 1989 först som Lord hotell sedan som Linna Hotell och i februari 2012 bytte hotellet namn till Glo Hotel Art. hotellet har 171 rum av vilka alla är rökfria. Rummen är delade in i fem olika rumsklasser GLO Smart, GLO Comfort S, GLO Comfort M, GLO Luxe L och Suite. Hotellet har bara en suite vilket är hotellets finaste rum med 34 m<sup>2</sup>, badkar, egen kaffemaskin och tee set. (Tripadvisor Glo Hotel Art 2014.)

På Tripadvisor har 58 stycken recenserat Glo Hotel Art under det senaste halvåret. Det som står mest ut enligt kunderna är den vänliga och hjälpsamma personalen och hur

allting på hotellet verkar ha en prislapp på sig. Någon som inte varit så nöjd med hotellets alla prislappar är *elliott b* som den 13 februari skrev

*"I visit Helsinki twice per month and have stayed at 8 different hotels in the city in the past 2 years. I can safely say this is one I won't be returning to.*

*The venue looks so nice, but the customer service and pricing approach are some of the worst I've seen. A couple of minor issues were handled with complete disdain and staff seemed to either have no idea about the hotel itself, which is worrying.*

*The extras pricing policy is a disgrace - the supplied pillows were old and wafer thin, but don't worry, you can pay for an upgrade! Shocking. Don't get me started on the other charges...*

*It's also painfully clear that their corporate hospitality programme means more than hotel residents. If you're unlucky to stay at a weekend when they have a function on, been warned - the music can be loud and the service non-existent.*

*It's such a shame when would has the potential to be a lovely hotel is utterly ruined by poor management."*

Andra har ändå haft en positiv upplevelse hos Glo Hotel Art och dess service är *zinio* som den 18 mars skrev

*"It's quite special inside -out , rooms are very modern and functional ,extremely clean and quite central serving up a very good breakfast , wi-fi and smiling faces at the reception desk that are willing to do a bit more than usual like offering the room as you arrive in the morning . They have some small rooms that you can upgrade for only 15 Eu and you are set . It`s a very pleasant stay you surely will like ."*

(Tripadvisor Glo Hotel Art 2014.)

Om hotellets extrakostnader har 12 stycken kommenterat något negativt, oftast att det är för dyrt. Många anser, och påpekar också, att de saker som man i andra hotell hör till rumspriset, så som vattenflaska och tee set, måste man på Glo Hotel Art betala extra för. (Tripadvisor Glo Hotel Art 2014; Glo Hotel Art 2014.)

Negativitet om hotellets extra för med sej också negativitet över priset. 13 stycken har kommenterat på hotellets pris varav 9 inte tyckte att de fick vad de betalade för. Oftast har de nämnt hotellens extra kostnader och därför kommit till denna slutsats. 4 stycken

har dock varit nöjda med priset och tyckt att hotellet är värt priset. (Tripadvisor Glo Hotel Art 2014; Glo Hotel Art 2014.)

Rummen och rumsstorleken har kunderna blandade känslor om. 17 stycken har nämnt något positivt om medan 15 sagt något negativt. Hotellet har många olika rumstyper och de flesta som kommenterat om storleken har haft en Glo Smart Room Double, vilka är 13m<sup>2</sup>. Detta har varit alldeles tillräckligt för vissa och de har nämnt att dessa rum är praktiskt designade och att rummet har alla nödvändigheter, många har också positivt kommenterat på dessa rums sängar vilka är motoriserade. Andra som haft denna sortens rum har ansett att det är ett alltför litet rum om man har mycket bagage. Badrummet har dessa tyckt att minimalt. Badrummen har i helhet dock fått bra kritik. 12 stycken har tyckt att badrummen varit bra medan 7 stycken inte tyckt om badrummen. (Tripadvisor Glo Hotel Art 2014; Glo Hotel Art 2014.)

Renligheten på hotellet och frukosten har fått mer positiv feedback. Några enstaka kommentarer om flugor runt frukosten och dammtussar i rummet men i helhet är det mer positivt än negativt. (Tripadvisor Glo Hotel Art 2014; Glo Hotel Art 2014.)

Den moderna designen och lobbyn kommenteras ofta. Hotellet har en unik recepti-  
onsbyggnad med en gammal historia. Historian tycks inte många av kunderna veta om eftersom bara 2 stycken kommenterat på det. Ofta skryter kunderna om loungen och nämner biblioteket som finns vid receptionen. Alla 11 stycken som kommenterat om lobbyn eller lobby baren har varit positiva kommentarer. (Tripadvisor Glo Hotel Art 2014; Glo Hotel Art 2014.)

Personalen i hotellet verkar vara av bättre slaget eftersom av de 37 som kommenterat om personalen har 35 stycken sagt något positivt, oftast att de varit hjälpsamma och snälla. En har också nämnt två receptionister med namn vilket tyder på att de verkligen fått den service de sökt efter. Språk är också något som folk nämnt 4 gånger att perso-

nalen kan, oftast att de talar utmärkt engelska. (Tripadvisor Glo Hotel Art 2014. Glo Hotel Art 2014.)

## 5 Jämförande analys

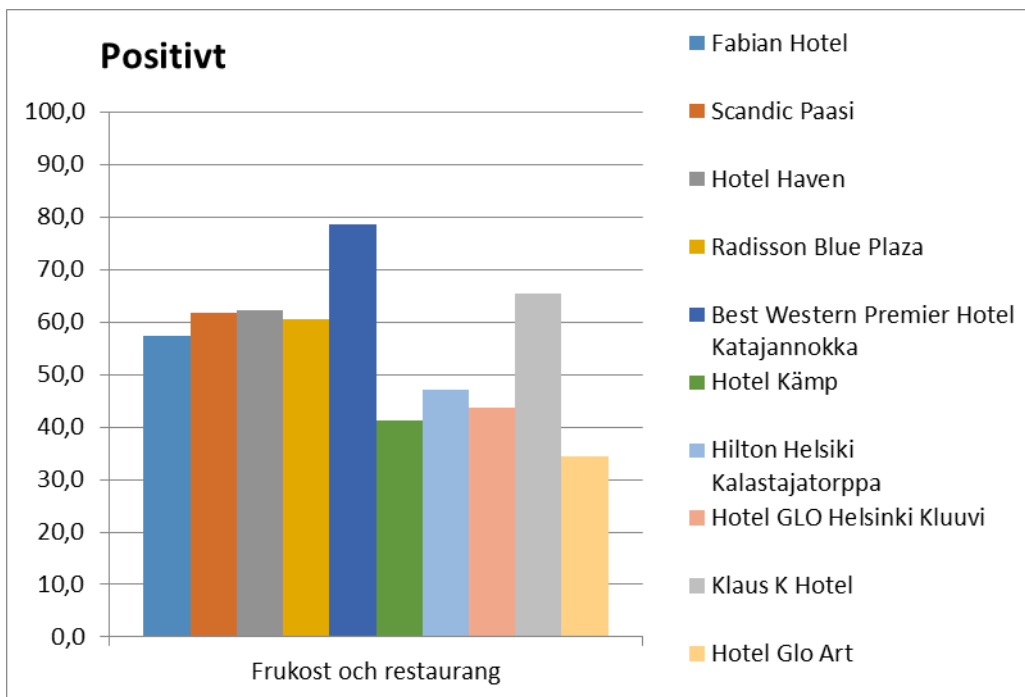
Resultatet som behandlas här baserar sig på figur 3 som presenterades tidigare och egen analys. I figur 3 syns hur många kommenterat positivt eller negativt om varje hotells olika tjänster och utbud. Bredvid antalet står också hur många procent det antalet är av alla kommentarer för det senaste halvåret. Om vi tar till exempel Fabian Hotel som fått 31 positiva och 3 negativa kommentarer om sin frukost och restaurang på Tripadvisor under det senaste halvåret. Detta visar att under de senaste halvåret har Hotel Fabian fått 57,4% positiv och 5,6% negativ feedback om sin frukost och restaurang på Tripadvisor. (Figur 3.)

På basis av Figur 3 har vi skapat ett stapeldiagram för varje tjänst, nämnt i den vänstra spalten. Ett diagram för de positiva kommentarerna och ett för de negativa kommentarerna för varje tjänst. Dessa diagram syns nedan under sin egen rubrik.

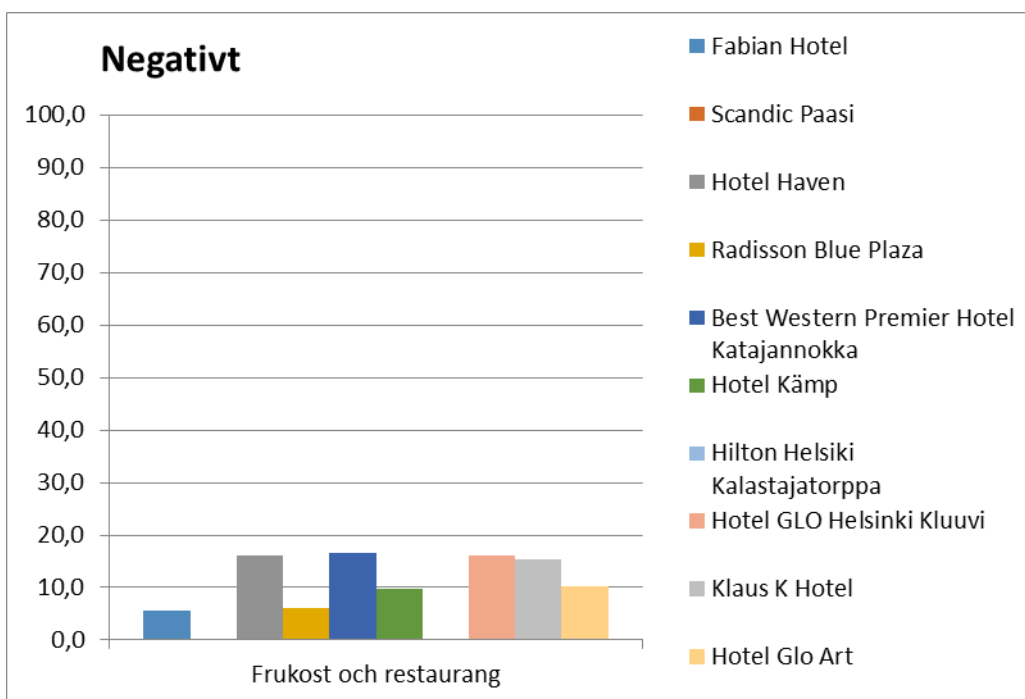
### 5.1 Frukost och restaurang

Bäst frukost och restaurang har Best Western Premier som under de senaste halvåret fått berömm av 33 stycken Tripadvisor kommentarer, detta är hela 78,6% av alla de 42 som kommenterat. Negativt om hotellets frukost och restaurang har 7 stycken kommenterat vilket är 16,7% under det senaste halvåret. På andra plats kommer Klaus K Hotel med som 65,4% positiv och 15,4% negativ feedback om sin frukost och restaurang. Som tredje kommer Hotel Haven där 62,2% under de senaste halvåret har kommenterat något positivt om dess frukost och restaurang medan 16,2% kommenterat negativt. (Figur 8 och Figur 9.)





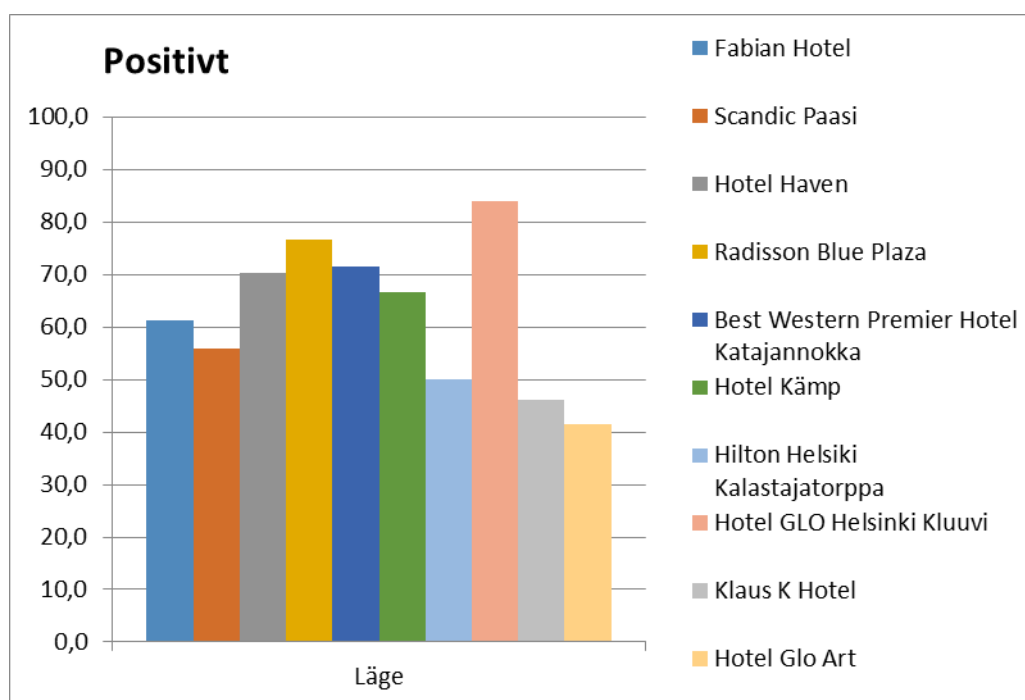
Figur 8 Positivt om frukost och restaurang



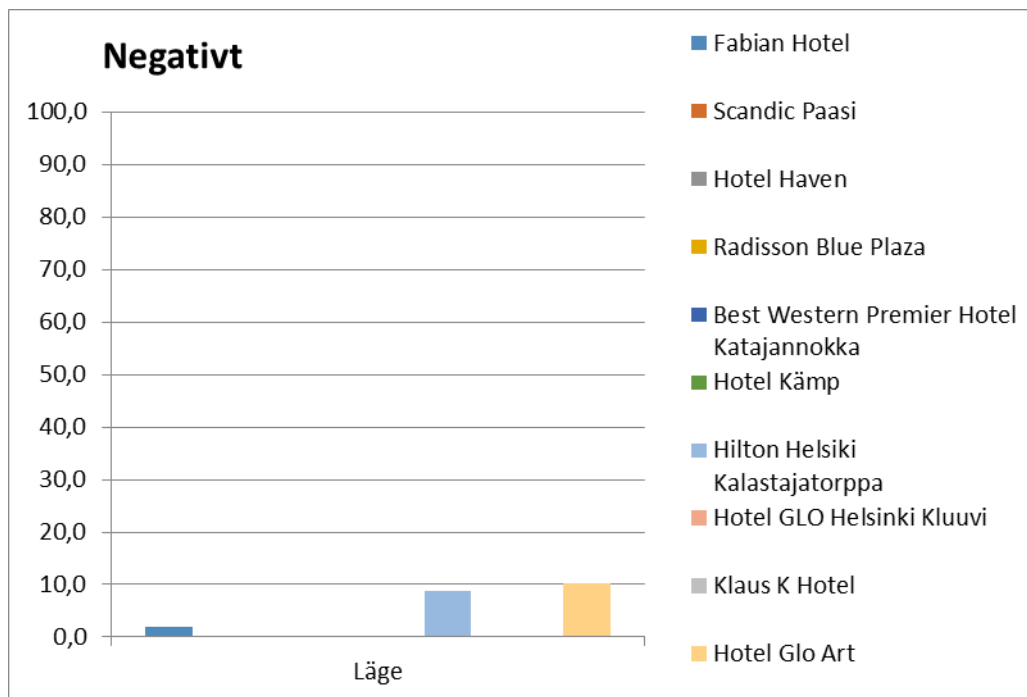
Figur 9 Negativt om frukost och restaurang.

## 5.2 Läge

Bäst läge har helt klart Hotel Glo Kluuvi, det har också hela 52 stycken kommenterat om, vilket är 83,9%, under de senaste halvåret. Negativt om hotellets läge nämndes inte en enda gång bland kommentarerna under det senaste halvåret. På andra plats kommer Radisson Blue Plaza där 62 stycken påpekats hotellets bra läge, vilket är 76,5% av alla kommentarer under de senaste halvåret. På tredje plats kommer Best Western Premier Hotel Katajannokka där 30 stycken nämnt hotellets bra läge, vilket är 71,4% av alla kommentarer om hotellet under det senaste halvåret. (Figur 10. Figur 11.)



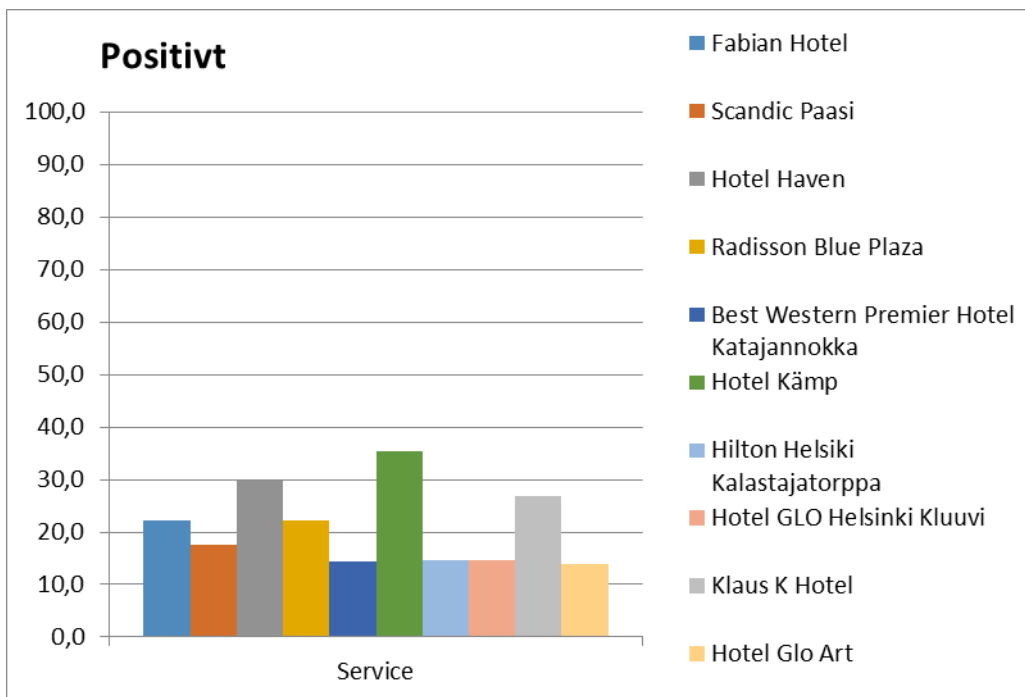
Figur 10. Positivt om läge



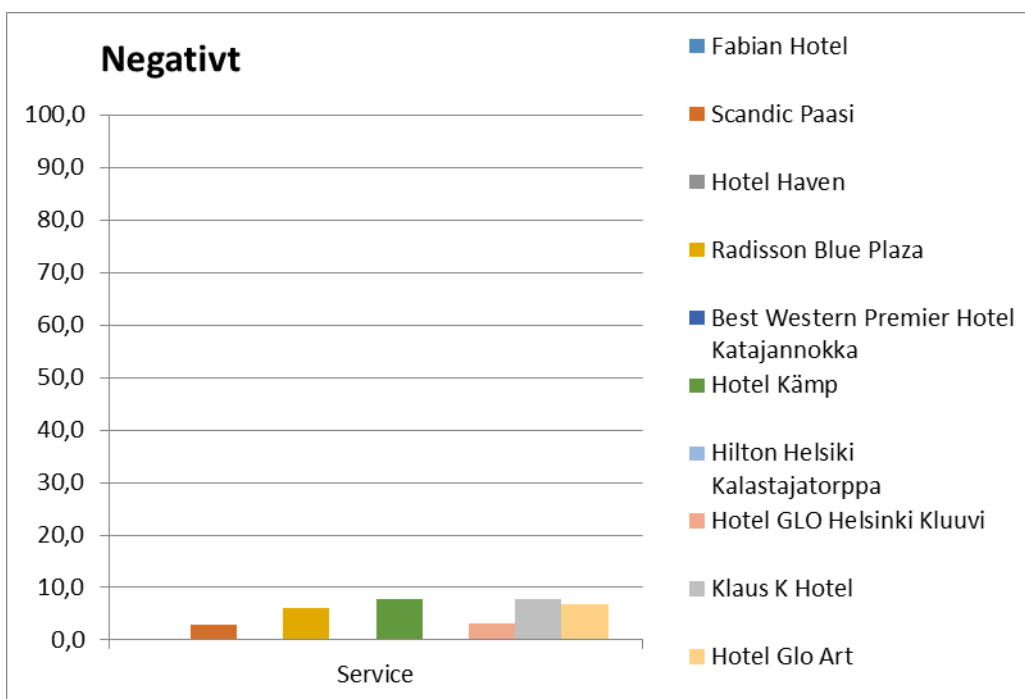
Figur 11 Negativt om läge

### 5.3 Service

Service har varit bäst på Hotel Kämp, vilket hotellet också är känt för. Hela 18 stycken hade kommentera positivt om servicen på Hotel Kämp vilket är 35,3%. Negativa kommentarer om servicen på Hotel Kämp uppstod nog en del under det senaste halvåret, oftast var det över de höga priserna på servicen. Hela 4 stycken nämnde något negativt vilket är 7,8% av alla dess kommentarer under de senaste halvåret. Näst bäst service bland de 10 hotellen har Hotel Haven, som fått 11 positiva kommentarer, 29,7%, under de senaste halvåret. På tredje plats kommer sedan Klaus K Hotel där 7 stycken kommenterat positivt under det senaste halvåret. Detta kan låta som väldigt lite men är i själva verket 26,9% av alla kommentarer under det senaste halvåret. (Figur 12. Figur 13.)



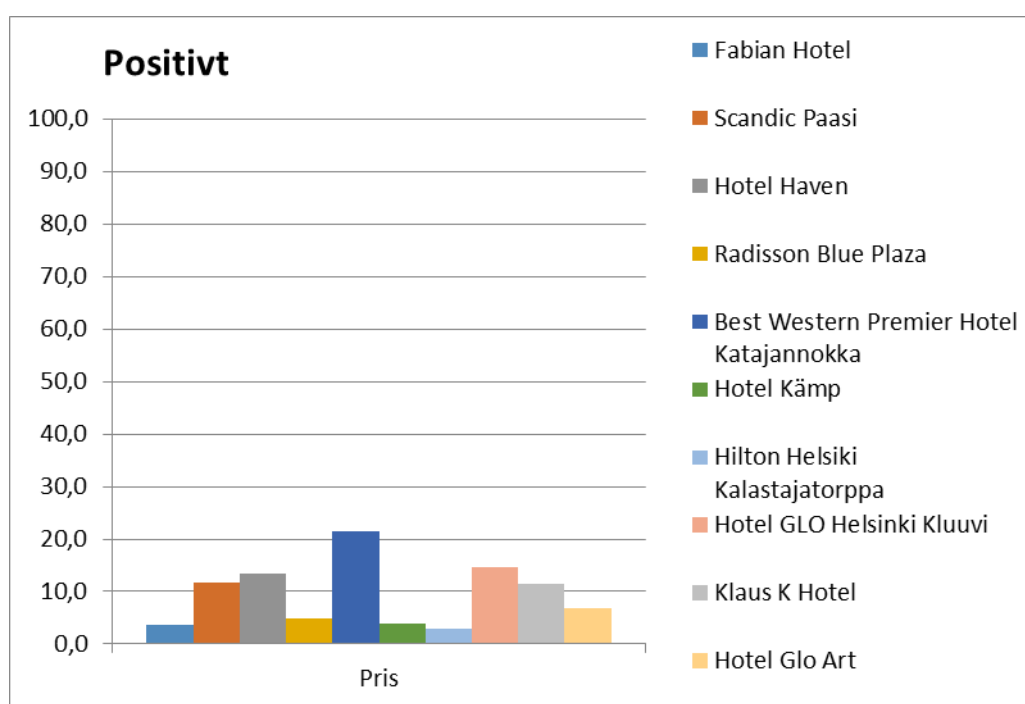
Figur 12 Positivt om servicenivån



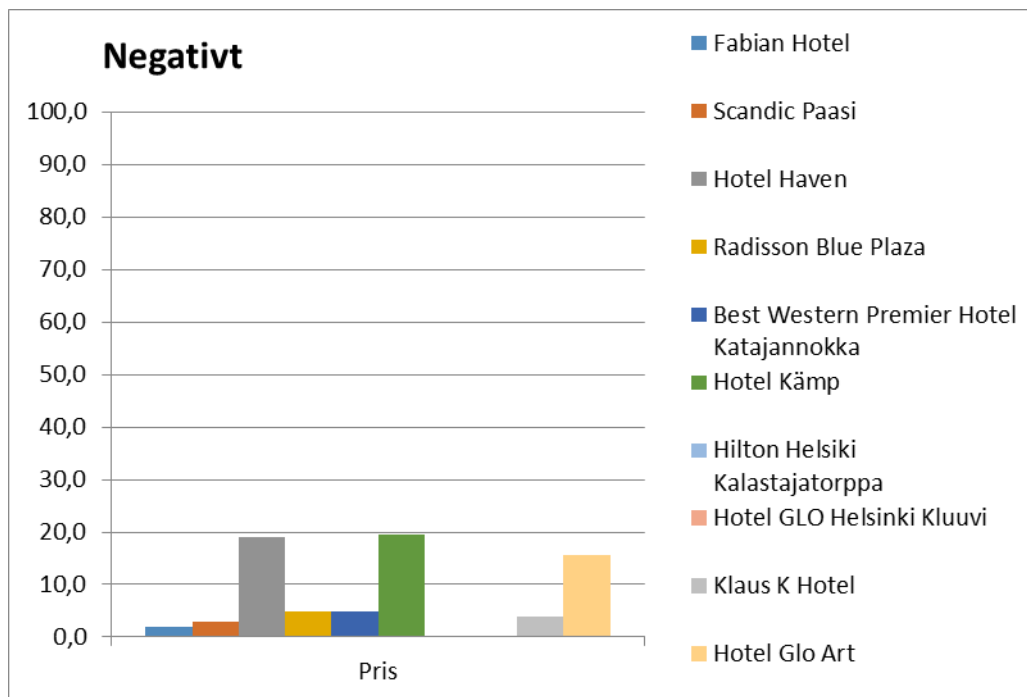
Figur 13 Negativt om servicenivån

## 5.4 Pris

Mest positiv feedback om hotellets pris har Best Western Premier Hotel Katajannokka fått. 9 stycken har nämnt något positivt om hotellets pris vilket är 21,4% av alla kommentarer under det senaste halvåret. negativt om hotellets pris har 2 stycken kommenterat om vilket i sin tur är 4,8%. På andra plats i prisfrågan kommer Hotel Glo Kluuvi, där många av gästerna som kommenterat på Tripadvisor jämförde hotellets pris med grannen Hotel Kämp. Hotel Glo Kluuvi har fått 9 positiva kommentarer om deras priser vilket är 14,5% och inga negativa kommentarer om priset under det senaste halvåret. Tredje bäst i prisfrågan bland alla de 10 hotellen kommer Hotel Haven med 5 positiva kommentarer, 13,5%, under det senaste halvåret. Hotel Haven har dock fått ganska mycket negativ feedback också om dess priser. Hela 7 stycken gillade inte hotellets priser vilket är 18,9%. (Figur 14 och Figur 15.)



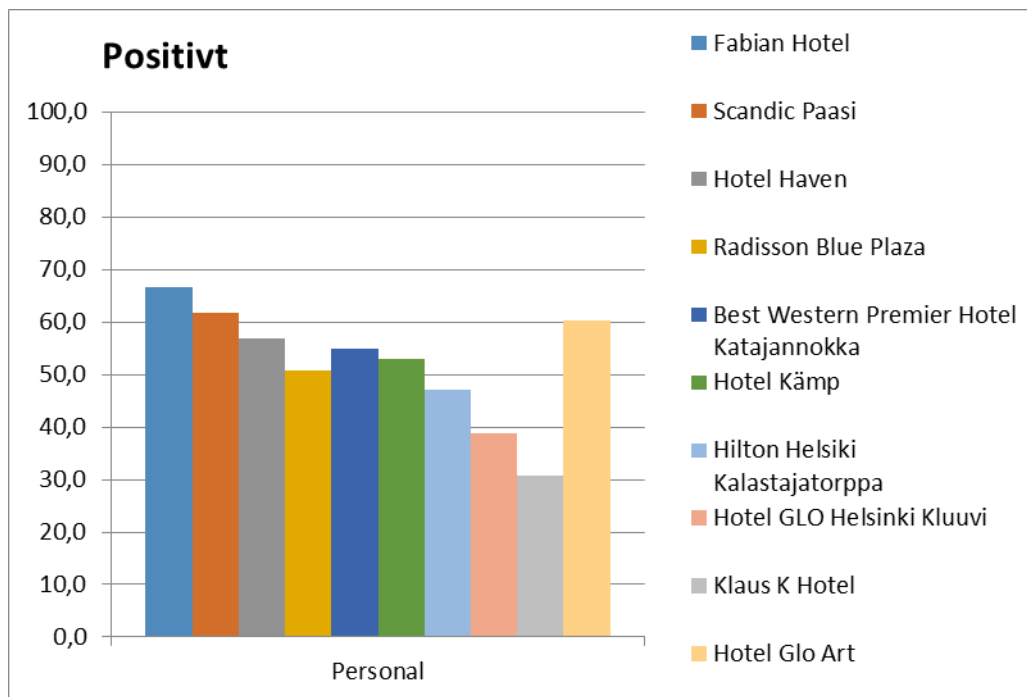
Figur 14 Positivt om priset



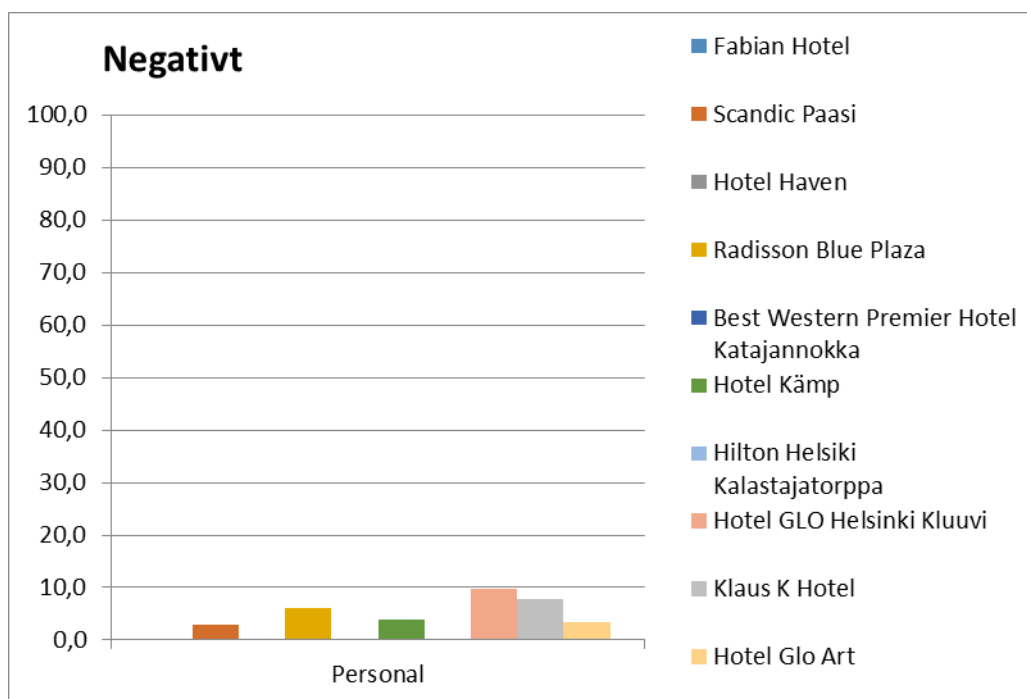
Figur 15 Negativt om priset

## 5.5 Personal

Generellt har alla hotellen fått bra feedback om sin personal, alla har fått över 30% positiv feedback om personalen och ingen av hotellen har fått över 10% negativ feedback om sin personal. Bäst personal av alla 10 hotellen har dock Fabian Hotel där 36 stycken berömt personalen, vilket då är 66,7%. Ingen har under det senaste halvåret sagt något negativt om Fabian Hotels personal. Näst bäst personal har Scandic Paasi enligt vår undersökning. Scandic Paasi har fått 21 positiva kommentarer, vilket är 61,8%, under det senaste halvåret. Tredje bästa personalen har Hotel Glo Art som fått 35 positiva kommentarer, 60,3%, om sin personal under det senaste halvåret. (Figur 16 och Figur 17.)



Figur 16 Positivt om personal

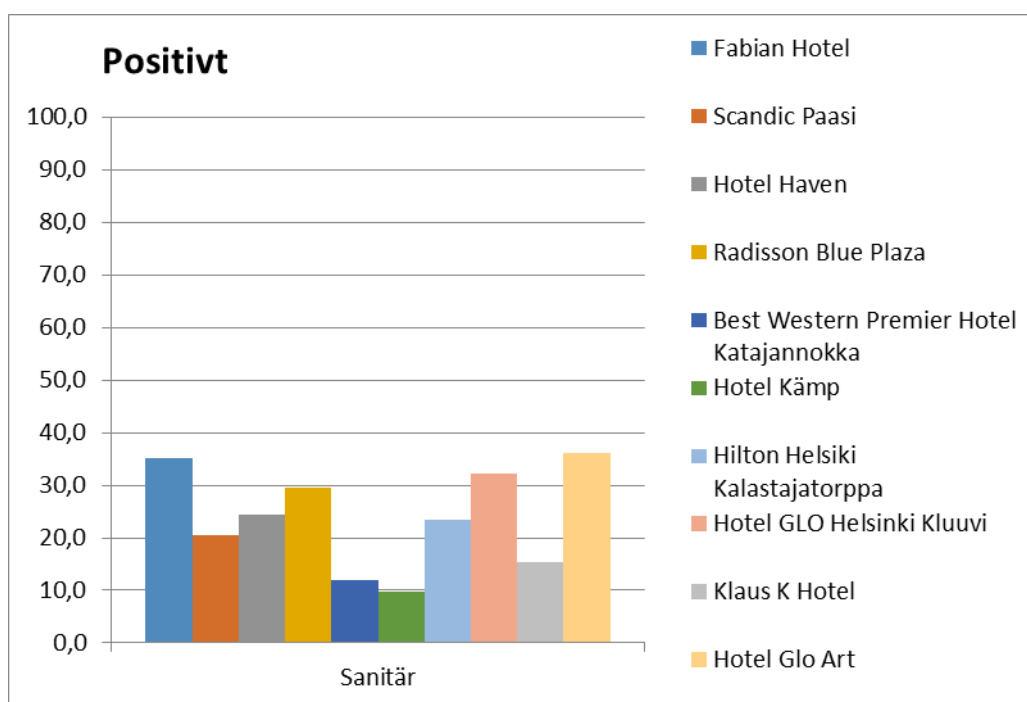


Figur 17 Negativt om personal

## 5.6 Renlighet

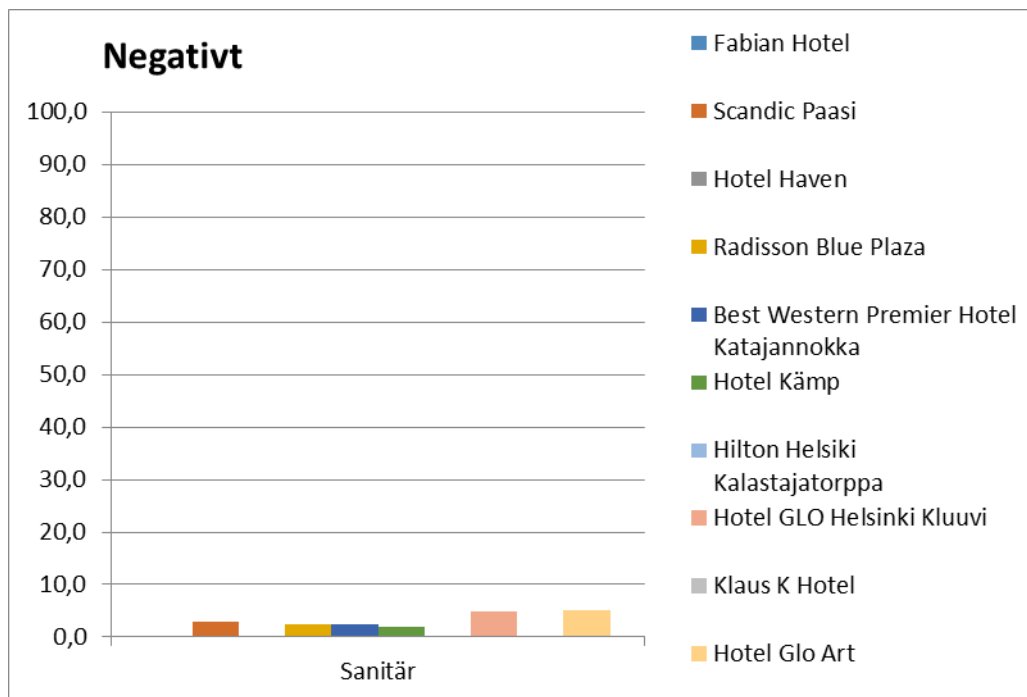
Mycket rena hotell har vi också i Helsingfors. Renast av alla är Hotel Glo Art som fått 21 positiva kommentarer om sin sanitär. Detta är 36,2% av alla kommentarer under det

senaste halvåret. Negativt om hotellets sanitär finns det 5,2% under det senaste halvåret. Näst renast hotell är Fabian Hotel som fått 19 stycken positiva kommentarer om sin sanitär, vilket är 35,2%. På tredje plats kommer det andra Glo Hotellet nämligen Hotel Glo Kluuvi med 32,3% positiva kommentarer under det senaste halvåret. (Figur 18 och Figur 19.)



Figur 18 Positivt om renlighet

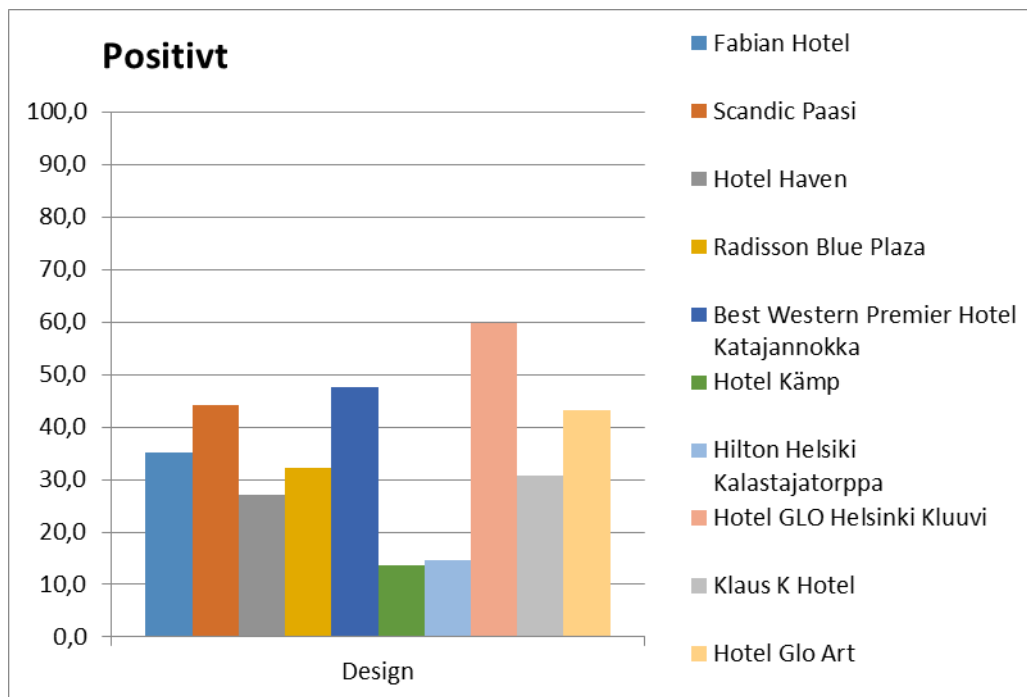




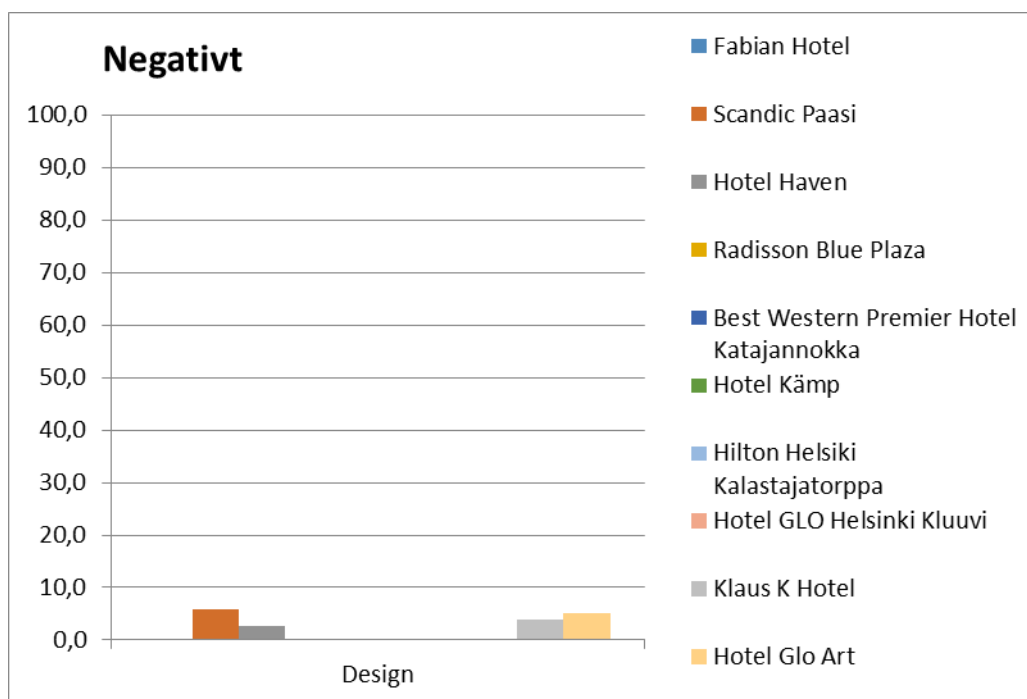
Figur 19 Negativt om renlighet

## 5.7 Design

Designen på alla hotell verkar vara en viktig del vilket också syns bland kommentarerna. Mest positiv feedback om sin design har Hotel Glo Kluuvi fått under de senaste halvåret. Hela 37 kommentarer om hotellets design vilket är 59,7%. Näst mest kommentarer om dess fina design fick Best Western Premier Hotel Katajannokka med 47,6%. Som tredje kom Scandic Paasi med 44,1% som också har fått mest negativ feedback 5,9% av alla kommentarer på Tripadvisor. (Figur 20 och Figur 21.)



Figur 20 Positivt om design

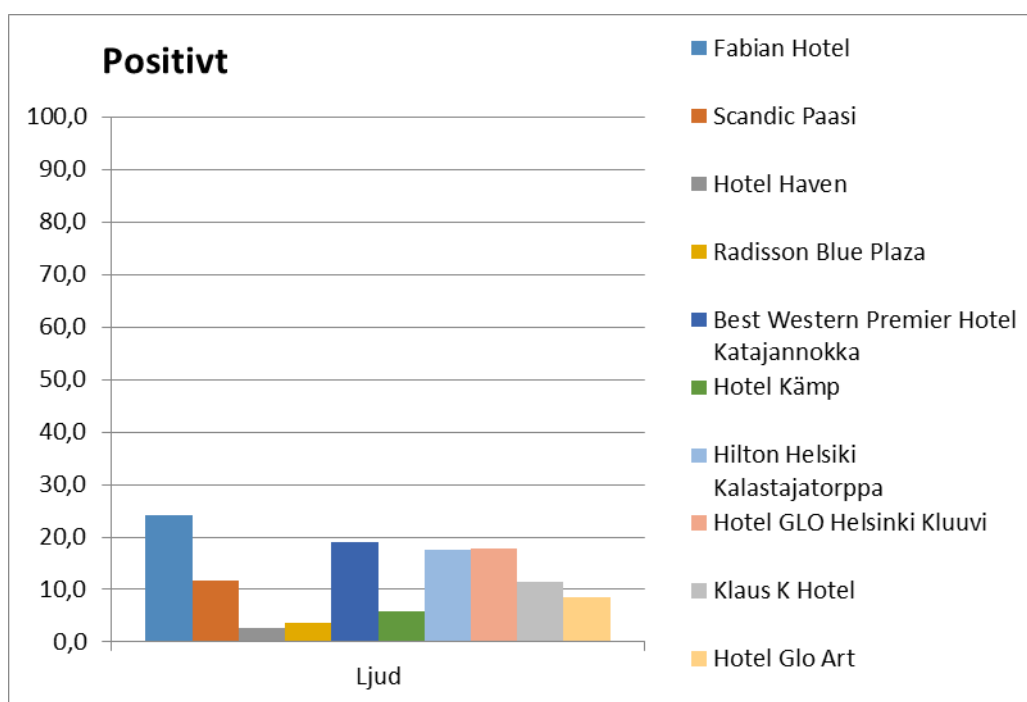


Figur 21 Negativt om design

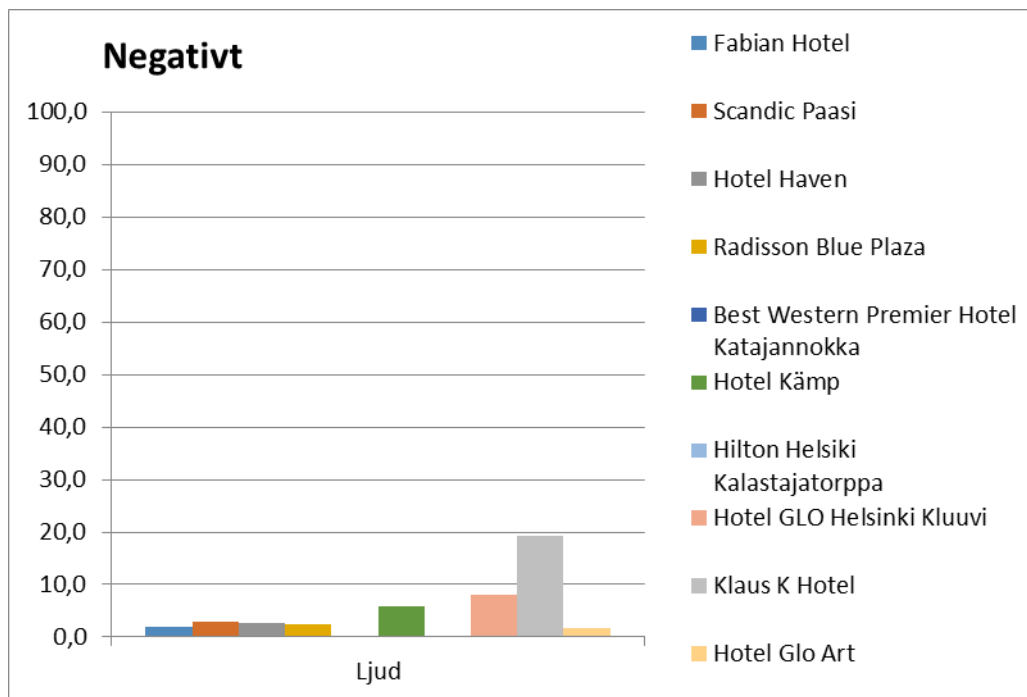
## 5.8 Störande ljud

Ljudet som hörs från gatan in till rummen på hotellen kan påverka ens vistelse åt antingen det negativa eller positiva hållet. Det hotell som fått mest positiva kommentarer,

under det senaste halvåret, över vad som hörs in till rummen är Fabian Hotel där 13 stycken nämnt något positivt om ljudet. Dessa 13 kommentarer är 24,1%. En negativ kommentar har hotellet dock fått på denna punkt, vilket är 1,9%. På andra plats i ljud frågan kommer Best Western Premier Katajannokka varav 19% av dess kommenterare nämnt något positivt om ljudet i hotellet. På tredje plats kommer Hotel Glo Kluuvi där 17,7% nämnt något positivt men 8,1% nämnt något negativt om ljudet. (Figur 22. Figur 23.)



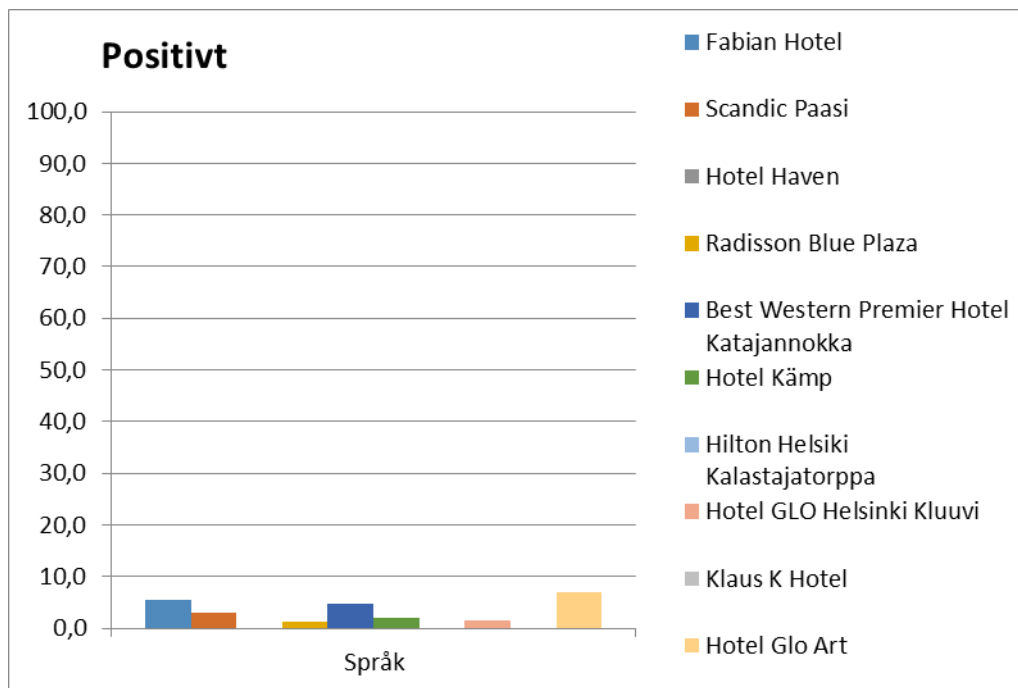
Figur 22 Positivt om ljudnivån



Figur 23 Negativt om ljudnivån

## 5.9 Språk

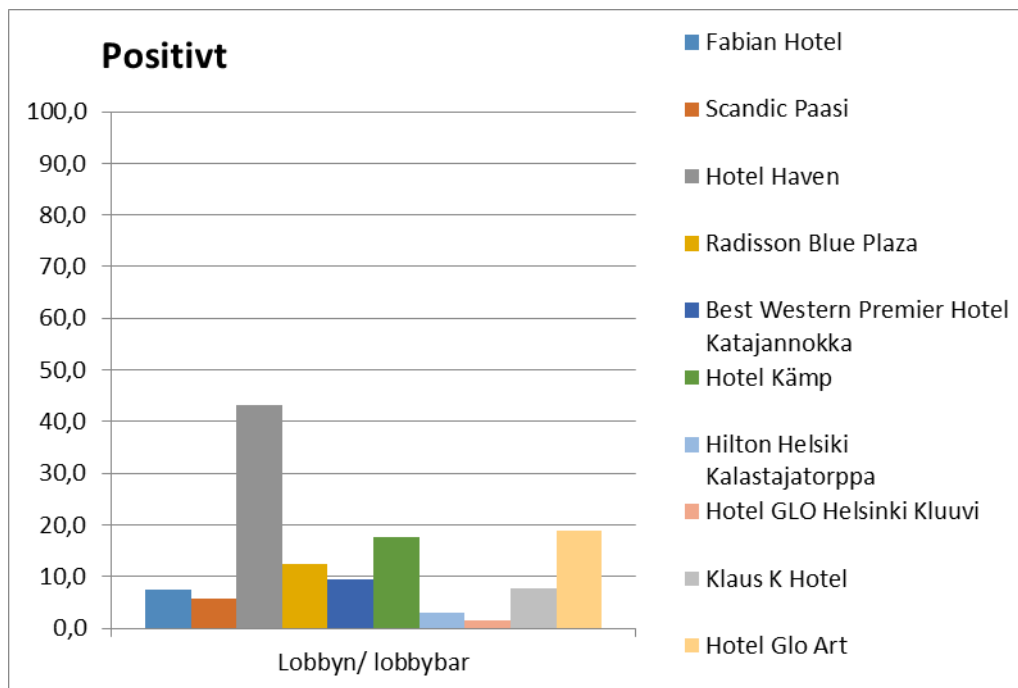
Språkkunnigheten på ett hotell är ofta viktigt. Denna nämnare har dock inte nämnts ofta, under det senaste halvåret, bland kommentarerna på Tripadvisor men de som fått bäst feedback om dess språkkunnighet är Hotel Glo Art med 6,9% som berömt dess språkkunnighet under det senaste halvåret. Som andra kommer Fabian hotell med 5,6% och tredje Best Western Katajannokka med 4,8% under det senaste halvåret. (Figur 24) Inga negativa kommentarer om språk hittades in analysen.



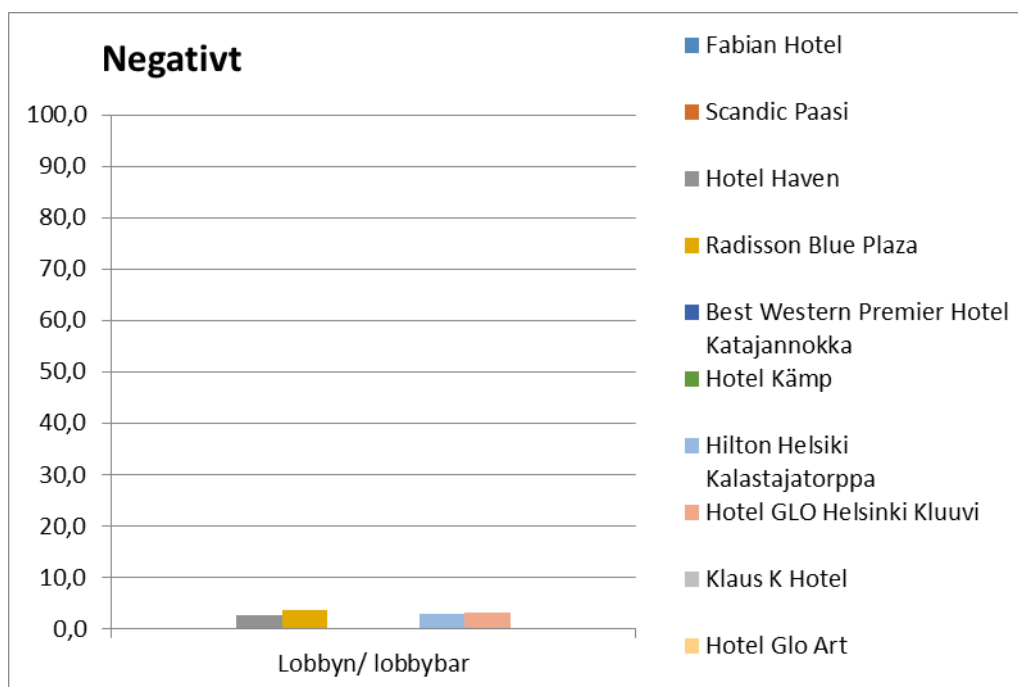
Figur 24 Positivt om språk

## 5.10 Lobbyn & lobbybar

Lobbyn är en viktig del av hotellet, det är de första kunden ser då den stiger in i hotellet och ger därför hotellets första intryck åt kunden. Lobbyn och också lobbybaren, som många hotell har, är de många av Tripadvisor's skribenter har märkt. Finast lobby och lobbybar verkar Hotel Haven ha som har fått hela 16 kommentarer vilket är 43,2%. Näst bäst lobby och lobbybar bland dessa 10 hotell i Helsingfors har Glo Hotel Art där 19,0% kommenterat något positivt under det senaste halvåret, på tredje plats kommer Hotel Kämp med 17,6% positiva kommentarer om dess lobby och lobbybar. (Figur 25 och Figur 26.)



Figur 25 Positivt om lobbyn



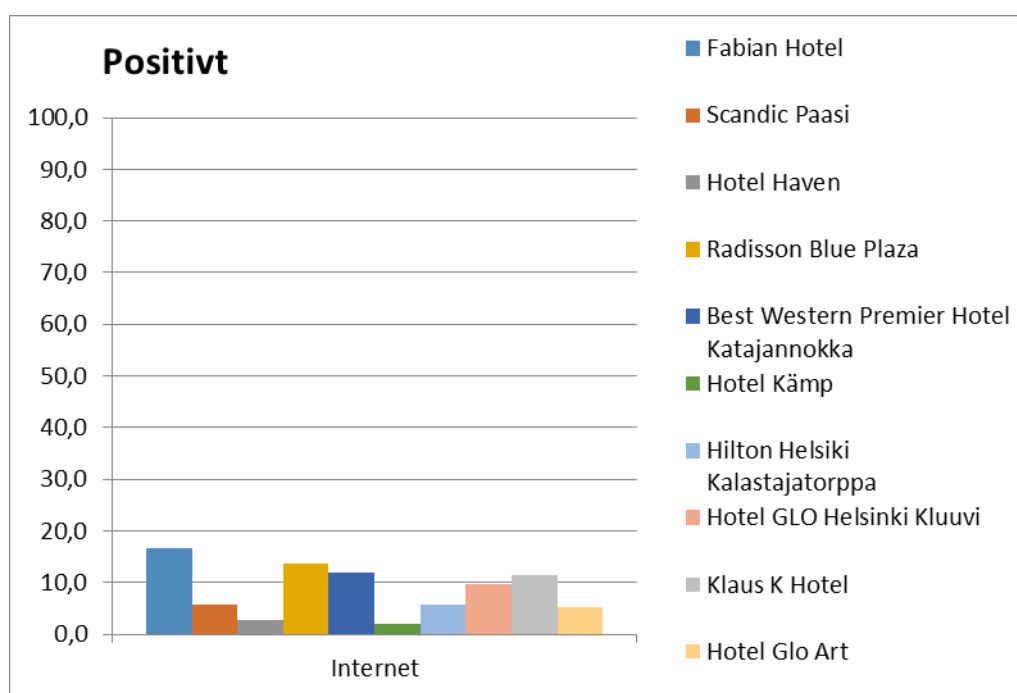
Figur 26 Negativt om lobbyn.

## 5.11 Internet

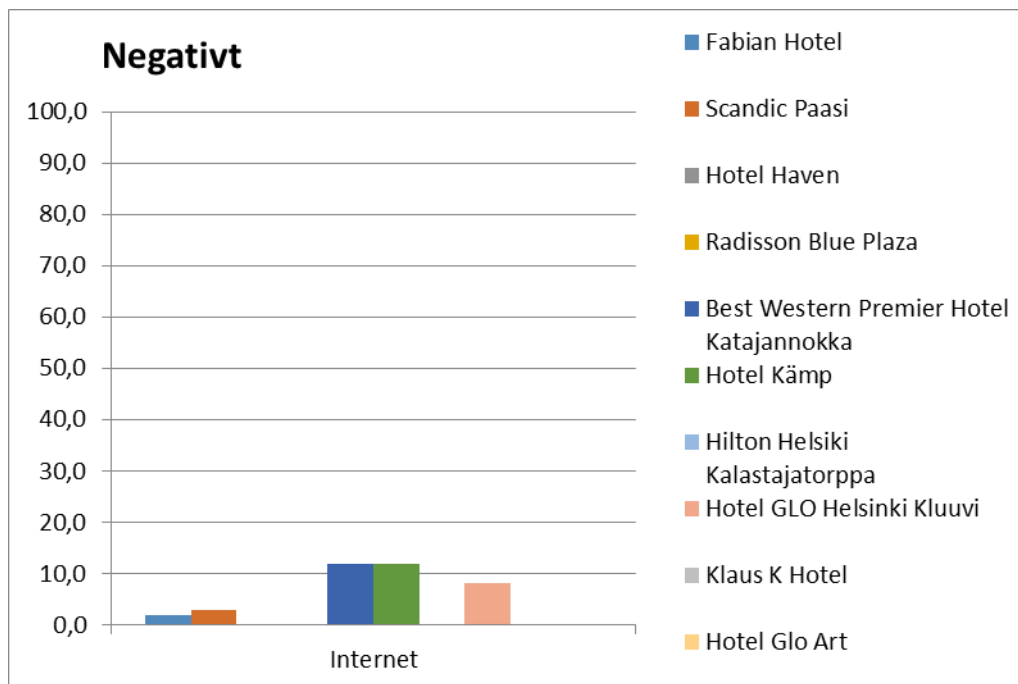
Internet är ofta viktigt för hotellgäster, internet är oftast gratis för hotellgäster i Helsingfors men det finns vissa undantag så som Hotel Kämp där internet kostar extra, vilket de också har fått en hel del negativ feedback av, 11,8%. Mest positiv feedback

om hotellets internet har Fabian Hotel fått med hela 16,7 %. På andra plats kommer Radisson Blue Plaza med 13,6%, som kommenterat positivt, och på tredje plats kommer Best Western Premier Hotel Katajannokka med 11,9%, som kommenterat positivt om hotellets internet. (Figur 28. Figur 29.)

Internet är ofta viktigt för hotellgäster, internet är oftast gratis för hotellgäster i Helsingfors men det finns vissa undantag så som Hotel Kämp där internet kostar extra, vilket de också har fått en hel del negativ feedback av, 11,8%. Mest positiv feedback om hotellets internet har Fabian Hotel fått med hela 16,7 %. På andra plats kommer Radisson Blue Plaza med 13,6%, som kommenterat positivt, och på tredje plats kommer Best Western Premier Hotel Katajannokka med 11,9%, som kommenterat positivt om hotellets Internet. (Figur 27 och Figur 28.)



Figur 27 Positivt om Internet

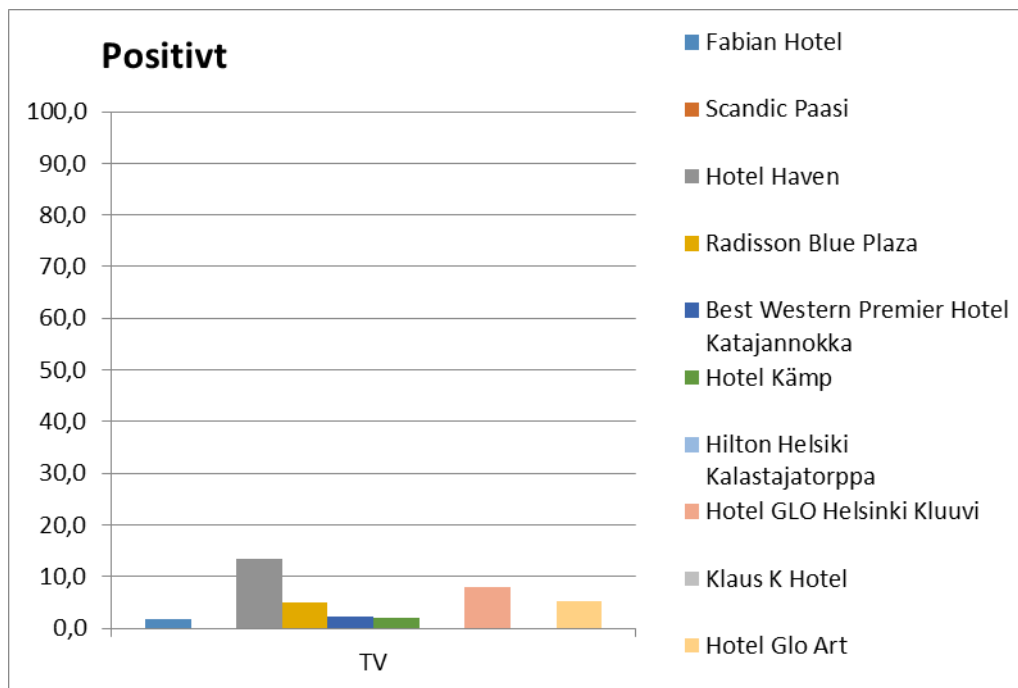


Figur 28 Negativt om Internet.

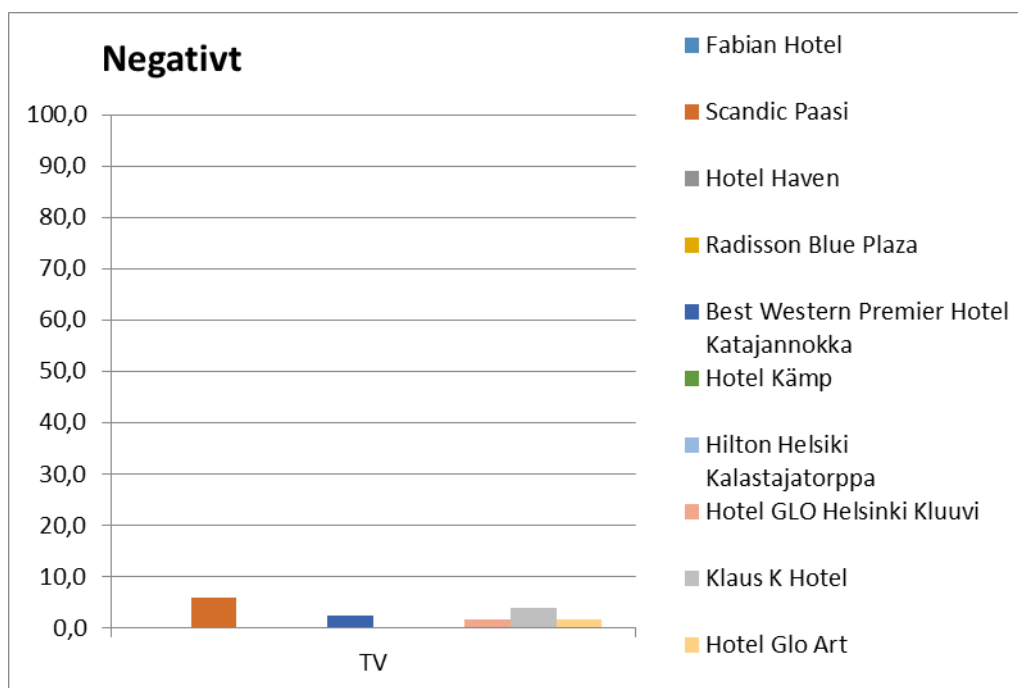
## 5.12 TV

TV är ofta en viktig del av hotellrummens utrustning. På basis av kommentarerna på Tripadvisor har nog alla 10 hotellen TV på rummen. Mest positiv feedback om dess TV har Hotel Haven fått med 5 positiva kommentarer vilket är 13,5%, negativ feedback har Hotel Haven inte fått under det senaste halvåret. Som andra och tredje kommer Glo Hotellen, Glo Hotel Kluuvi 8,1% och Glo Hotel Art 5,2% positiv feedback om deras TV. Mest negativa kommentarer under det senaste halvåret om hotellets TV har Scandic Paasi fått med 2 kommentarer vilket är 5,9%. (Figur 29 och Figur 31.)





Figur 29 Positivt om TV



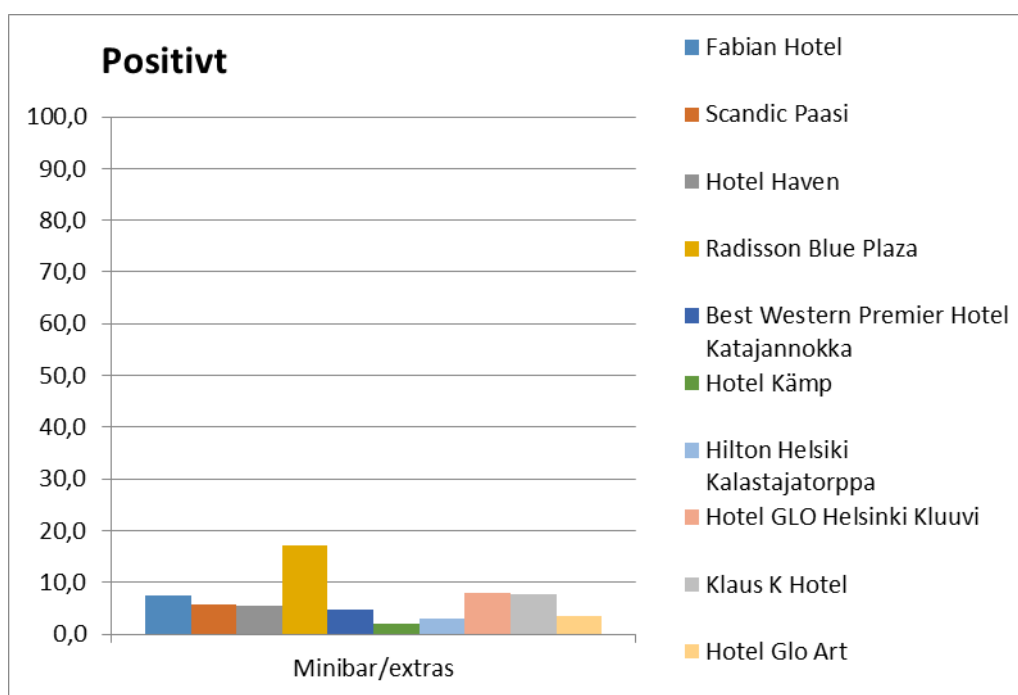
Figur 30 Negativt om TV

### 5.13 Minibar/extras

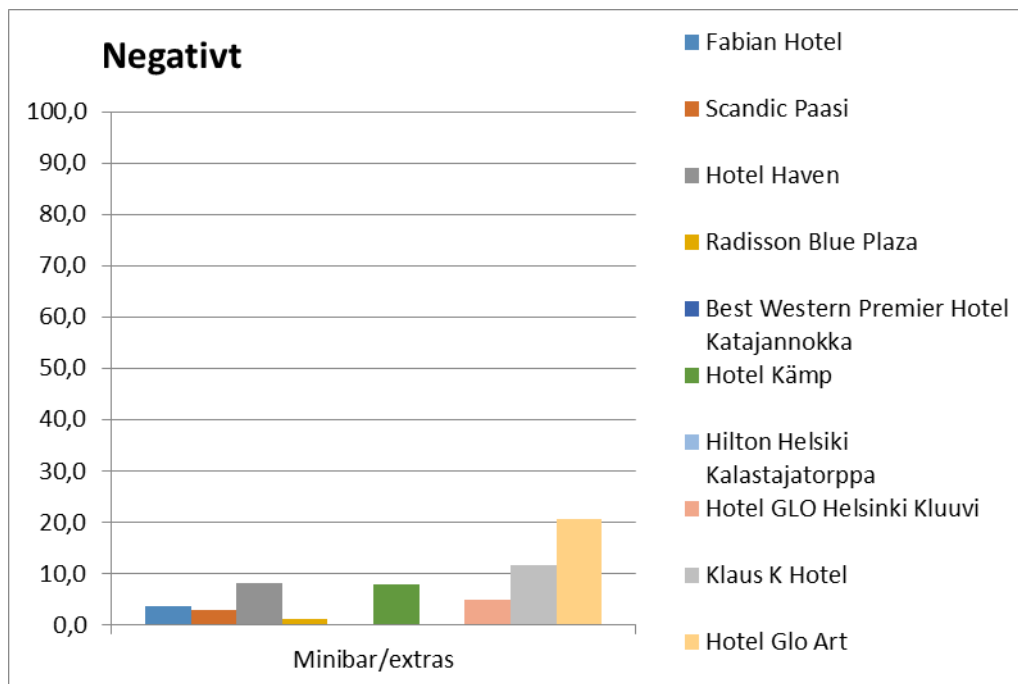
Minibar och andra extra produkter som kan finnas i rummen är vanligt för hotell.

Detta har fått ganska blandade kommentarer på Tripadvisor för dessa 10 hotell under

det senaste halvåret. Ganska mycket negativt har Glo Hotel Art fått, 20,7% negativ för sina extra produkter, det verkar som de har mycket små extrakostnader som leder till att kunderna är missnöjda med. Mest positiv feedback om hotellets minibar och extra produkter har Radisson Blue Plaza fått med 17,3% positiva kommentarer under det senaste halvåret på Tripadvisor. Näst bäst kommentarer om minibar och extra produkter bland dessa 10 hotell kom Glo Hotel Kluuvi med 8,1% positiv feedback. Tredje bäst kom Klaus K Hotel med 7,7% som också fått en hel del negativ feedback, 11,5%, om dess minibar och extraprodukter. (Figur 31 och Figur 32.)



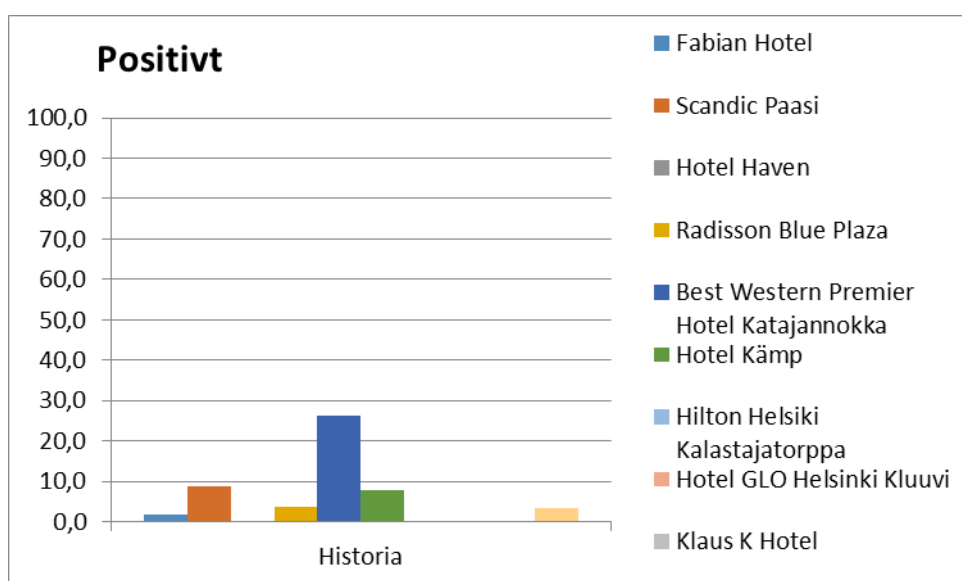
Figur 31 Positivt om minibar



Figur 32 Negativt om minibar

#### 5.14 Hotellets historia

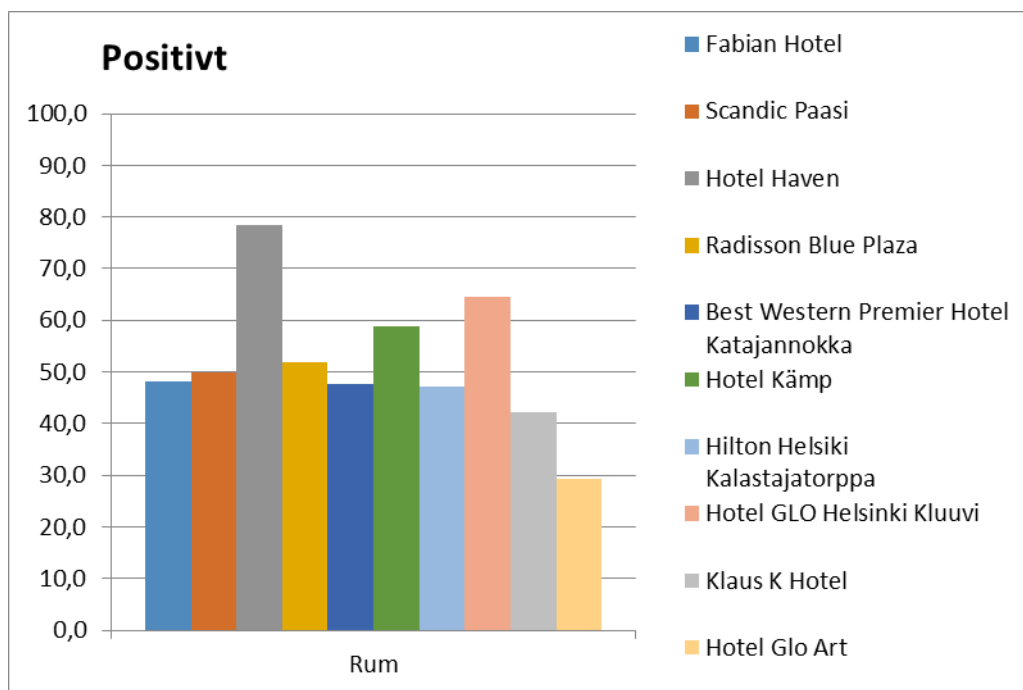
Best Western Premier Katajannokka har fått mest positiva kommentarer angående hotellet historia 26,2%. Hotellet är ett före detta fängelse vilket många anser vara en avgörande faktor när de beställer hotellen, extra och rik historia förstärker själva upplevelsen som hotellet ger. (Figur 34.) Inga negativa kommentarer hittades.



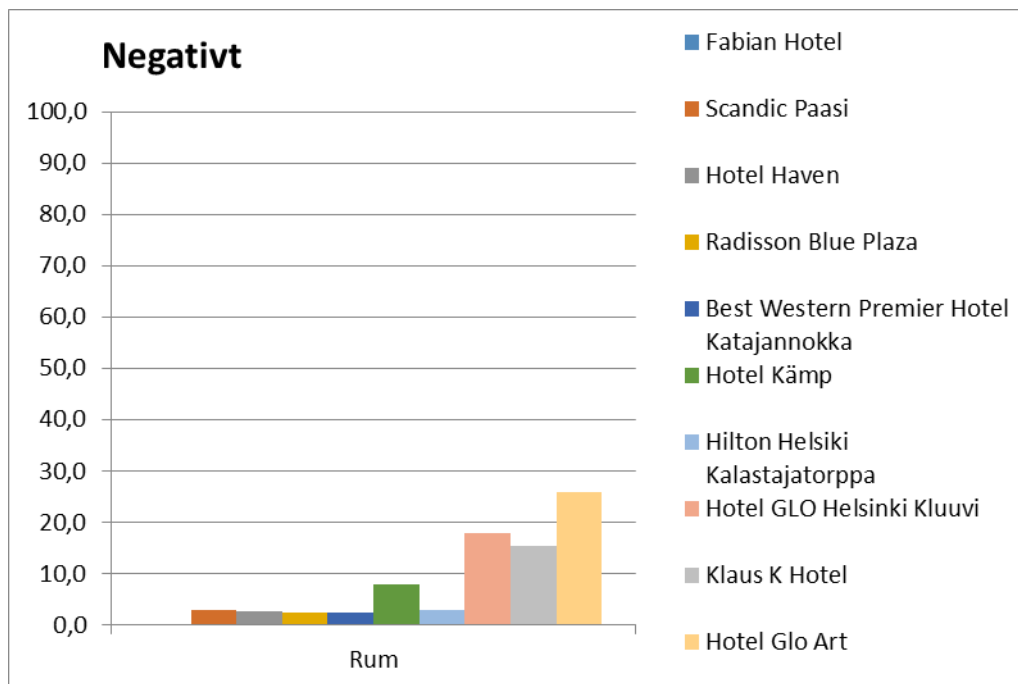
Figur 33 Positivt om hotellets historia

## 5.15 Rum

Rummen tillhör en av de viktigaste aspekterna i ett hotell besök och här har Helsingfors hotellen presterat bra med hotell Haven i spetsen med 78,4% positiva kommentarer och vid andra plats GLO Kluuvi. Nästan alla hotell är vid 50% positiva kommentarer vilket vi anser vara en god statistik. I negativa kommentarerna har GLO art fått mest kritik 25,9%, de flesta kommentarerna var om smart klassens rum, vilket är hotellets minsta i storlek 13m<sup>2</sup>. (Figur 35 och Figur 36.)



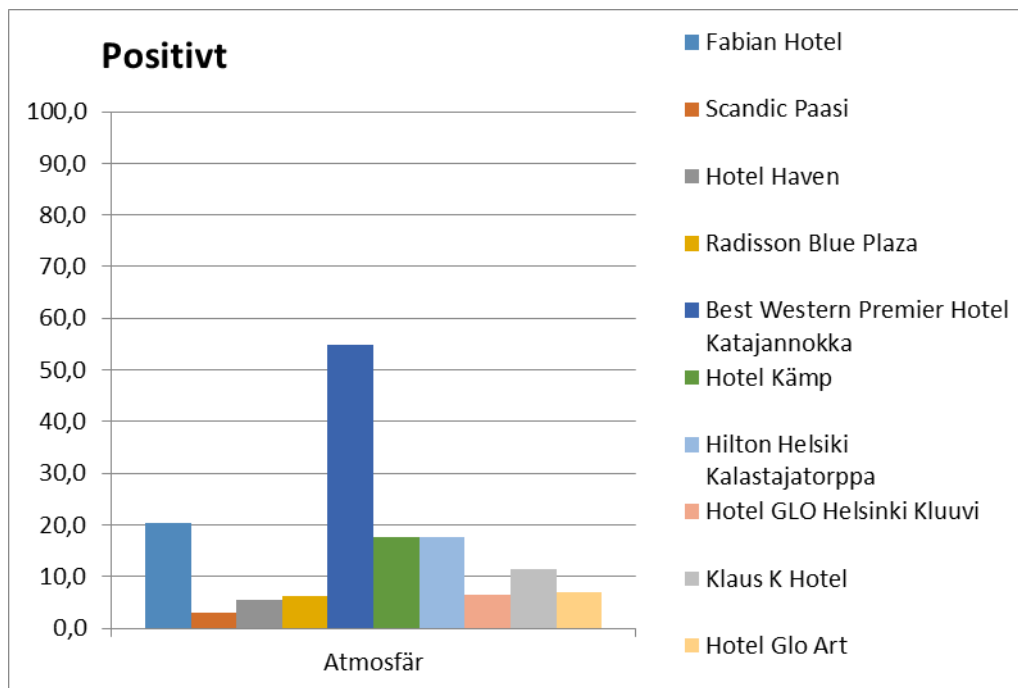
Figur 35 Positivt om rum



Figur 36 Negativt om rum.

## 5.16 Atmosfär

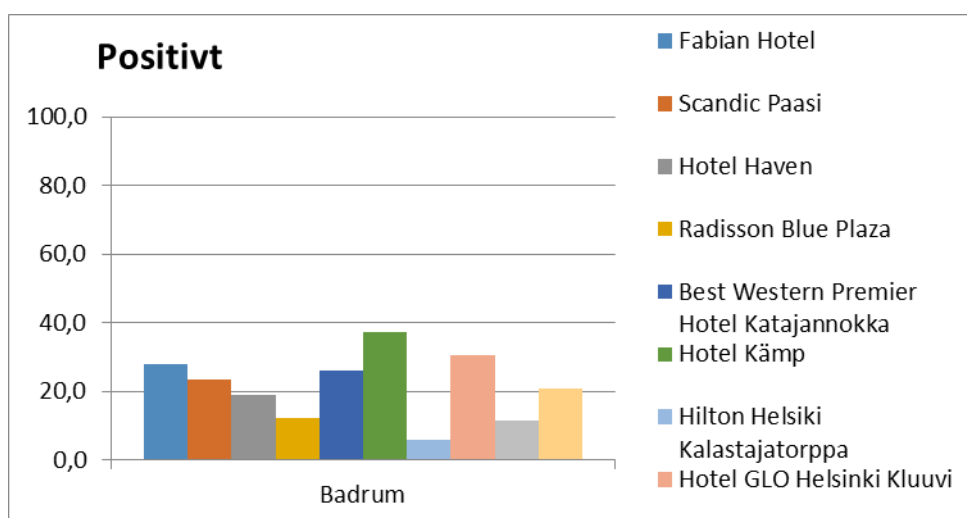
Atmosfären i Helsingfors hotell är överlägset besegrade av Best Western Premier Katajannokka som fått 54,8% positiv feedback om hotellets atmosfär. Best Western Premier Katajannokkas hotell är ett gammalt fängelse som gjorts till hotell och kunderna ansåg det som den perfekta atmosfären mitt inne i centrum. Fabian kommer som andra plats med 20,4% vilket är dubbelt så färre kommentarer. Negativa kommentarer om atmosfären på dessa 10 hotell under det senaste halvåret uppstod sällan. (Figur 37.)



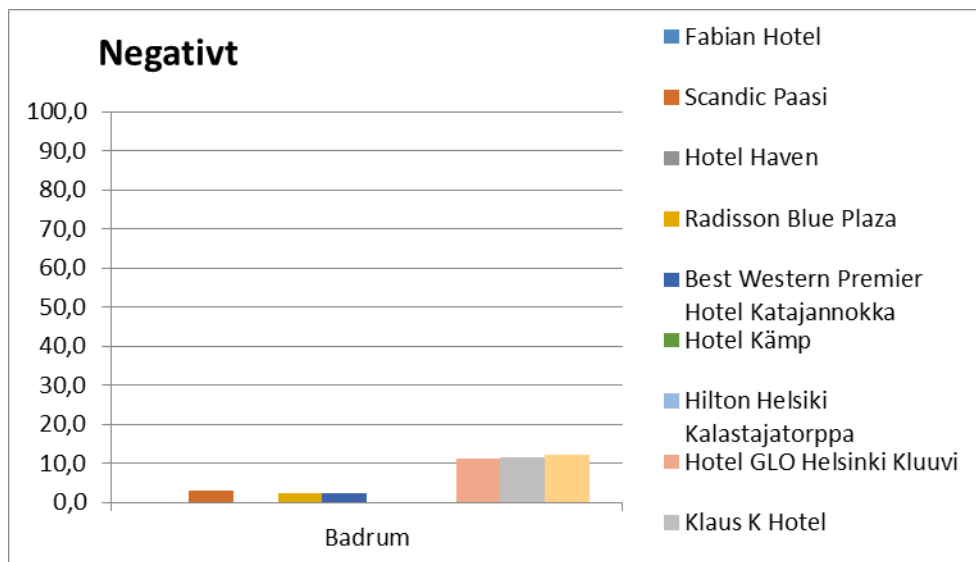
Figur 37 Positivt om atmosfär

### 5.17 Badrum

Nästan alla hade enbart positivt att säga om badrummen. De var rena, lagom stora, vissa har bastu som hotell Kämp vilket också fick mest kommentarer 37,3%, bra dusch och varm vatten. Hotellen GLO Kluuvi, Klaus K och GLO art fick alla runt 11,5% negativa kommentarer på grund av för små utrymmen. (Figur 40. Figur 41.)



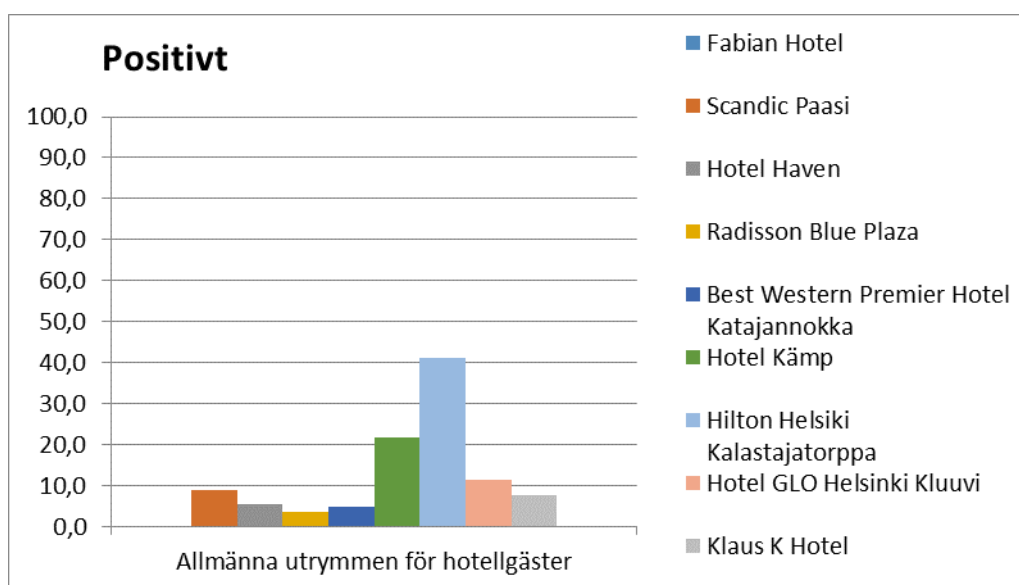
Figur 38 Positivt om badrum



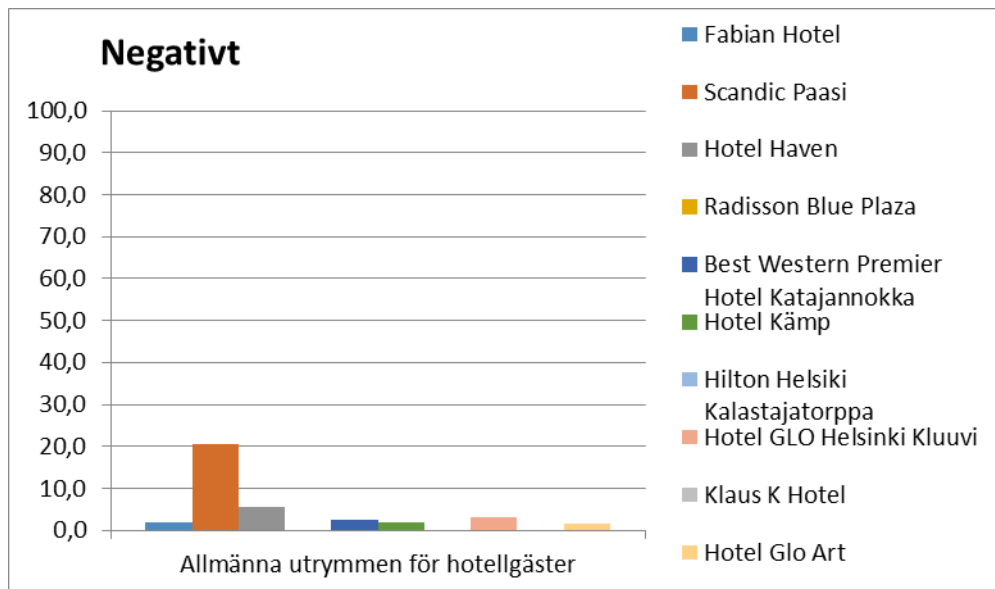
Figur 39 Negativt om badrum

### 5.18 Allmänna utrymmen för hotellgäster

Hilton Helsinki Kalastajatorppa har överlägset mest positiva kommentarer 41,2% på allmänna utrymmen vilket har en stor betydelse för utsikten och öppenheten vid hotellet, var istället för en vanlig Helsingfors gata så har man utsikt mot havet. Hotell Kämp har också många kommenterat på 21,6% vilket också har och göra med utsikten vid esplanaden. Scandic Paasi har fått mest negativa kommentarer 20,6% vilket har och göra med deras färggranna design, vissa gillade och andra avskydde. (Figur 40 och Figur 41.)



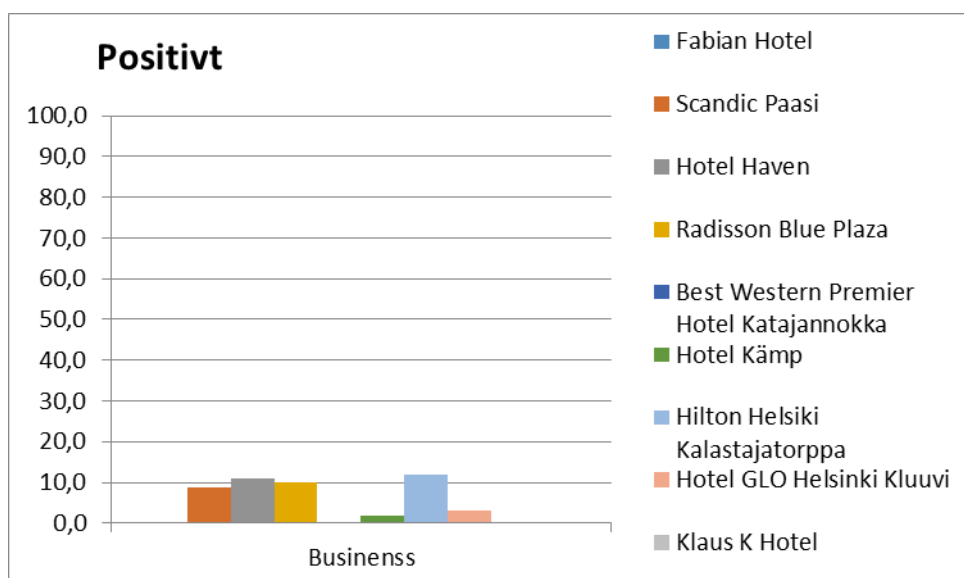
Figur 40 Positivt om allmänna utrymmen



Figur 41 Negativt om allmänna utrymmen

### 5.19 Business

De flesta hotellen i Helsingfors är så centralt belägna att det är lätt att ta sig vart man vill därför finns det inget negativt om business. Det positiva är att rummen är enkla, rena och har allting vad som behövs under en affärsresa. Hilton Helsinki Kalastajatorppa hotellet är längre från centrum än de andra och har mera utrymme för aktiviteter, bastu, spa och dylikt så därför har det mest kommentarer av alla hotell 11,8%. (Figur 42.)



Figur 42 Positivt om hotellet ur affärsresandes synvinkel



## 6 Slutledning

Generellt har alla hotellen fått väldigt bra kritik och de flesta besökarna har varit nöjda med var de bott. Några få negativa kommentarer har kommit fram för varje hotell men inget radikalt. Det som kunderna har nämnt mest är att service, frukost, personal, läge och språken är av god kvalitet i Helsingfors. De hotellen som har fått mest beröm är hotell Fabian och Best Western Premiere Katajannokka.

Fabian som är högst rankad på TripAdvisor har inte något specifikt som de försöker sälja utan generellt sett ett lyxhotell med väldigt få fel. Fabian var också ett av de få hotellen som inte kommenterade tillbaka på feedbacken som de fick på TripAdvisor medan vissa andra hotell kommenterade tillbaka på varje kommentar.

Best Western Premiere Katajannokka som var ett före detta fängelse och säljer just den aspekten åt potentiella kunder och det tycks fungera, historien och atmosfären nämnde nästan alla i sina kommentarer på TripAdvisor.

Hotell Kämp som är känt för att vara ett fem stjärnigt hotell och ett av Finlands bästa häpnade oss med att TripAdvisors besökaren inte nämnt något speciellt om stället, vare det sig positiva eller negativa. Kämp fick mest negativ feedback om sitt internet som också är en sak de tar extra betalt för av kunderna. Denna fråga ser inte ut att vara ett större problem på de andra hotellen.

Priset på hotellen verkar kunderna vara mest nöjda med på Best Western Premier Hotell Katajannokka medan på Hotell Kämp är priset just vad de är mest missnöjda över. Språk frågan har inte diskuterats mycket på Tripadvisor, det verkar som om personalen är tillräckligt språkkunniga och kunderna antar att de flesta kan engelska vilket stämmer bland finländaren.

Business aspekten tycks locka mest kunder till Hilton Helsingfors Kalastajatorppa eftersom stället ligger utanför centrum och kunderna kan avslappna där efter en affärsresa med diverse aktiviteter. Andra hotellen ligger i centrum av Helsingfors vilket alla anser som ett stort plus att inte behöva betala för taxi eller buss avgifter eftersom allting är inom gå distans

Designen beröms mest på Glo Hotell Kluuvi och också på nyrenoverade Radisson Blue Plaza. Designen nämns också en hel del hos slott lika Glo Hotell Art.

Mest negativa kommentarer har Glo Hotell Art fått om sina rum. De har också fått mycket negativ feedback om minibar och allt extra som finns på rummet. Glo Hotel Kluuvi har också fått många negativa kommentarer om sin frukost och restaurang.

Hotellen med något extra i designen, atmosfären, historien eller services blir mera nämnt än andra som inte har det lilla extra, både positivt och negativt. Kunderna uppskattar även att hotellen tar sin tid och svarar på deras feedback. På detta sätt vet både kunden och hotellet vad det är som behöver bearbetas på och vad är det som kunderna uppskattar. I bästa fall när samma kund kommer igen på besök och problemet är fixat finns det även möjlighet för ett tredje besök.

## Källor

### *Böcker*

Anuar, A et al. 2012. The Roles of Tourism System towards Development of Tourist Friendly Destination Concept

Briggs, S et al. 2006. Are hotels serving quality? An exploratory study of service quality in the Scottish hotel sector.

Grönroos, C. 2008. Service management och marknadsföring.

Hsu, C et al. 2002. Marketing Hospitality.

Idar Mange Holme, et al 1997. Forskningsmetodik om kvalitativa och kvantitativa metoder

Jones, E. 2005. Tourism SMEs, Service Quality and Destination Competitiveness. URL: [http://books.google.fi/books?id=-30du7I0lucC&printsec=frontcover&dq=hotels+and+destination+competitiveness&hl=fi&sa=X&ei=zTGXUrfQFMXUygOOloGACg&redir\\_esc=y#v=onepage&q=hotels%20and%20destination%20competitiveness&f=false](http://books.google.fi/books?id=-30du7I0lucC&printsec=frontcover&dq=hotels+and+destination+competitiveness&hl=fi&sa=X&ei=zTGXUrfQFMXUygOOloGACg&redir_esc=y#v=onepage&q=hotels%20and%20destination%20competitiveness&f=false). Hämtat :12.04.2014

Knowles, T. 1994. Hospitality Management.

Komppula, R. & Boxberg M. 2002. Matkailuyrityksen tuotekehitys.

Pender, L et al. 2005. The Management of Tourism.

Porter, M.E. 1985. Competitive Advantage creating and sustaining superior performance. URL:

[http://books.google.fi/books?id=H9ReAijCK8cC&printsec=frontcover&dq=porter+and+competitive+advantage&hl=fi&sa=X&ei=IEWSUo7jJK7S4QT97oGYBw&redir\\_esc=y#v=onepage&q=porter+and+competitive+advantage&f=false](http://books.google.fi/books?id=H9ReAijCK8cC&printsec=frontcover&dq=porter+and+competitive+advantage&hl=fi&sa=X&ei=IEWSUo7jJK7S4QT97oGYBw&redir_esc=y#v=onepage&q=porter+and+competitive+advantage&f=false)

[\\_esc=y#v=onepage&q=porter%20and%20competitive%20advantage&f=false](#). Hämtat 22.1.2014.

Ritchie et al 2003. The Competitive Destination a sustainable tourism perspective.

URL:

[http://books.google.fi/books?id=dCF5W0GHYn0C&printsec=frontcover&dq=the+competi-tive+destination&hl=fi&sa=X&ei=WESSUsf\\_MoSL4ASWkIHADg&redir\\_esc=y#v=onepage&q=the%20competitive%20destination&f=false](http://books.google.fi/books?id=dCF5W0GHYn0C&printsec=frontcover&dq=the+competi-tive+destination&hl=fi&sa=X&ei=WESSUsf_MoSL4ASWkIHADg&redir_esc=y#v=onepage&q=the%20competitive%20destination&f=false). Hämtat: 12.12.2013.

Vellas, F et al. 1999. The International Marketing of Travel and Tourism a Strategic Approach.

Zhang, H Q et al. 2005. Tourism and Hotel Development in China From Political to Economic Success.

#### *Internet källor*

As Restaurants 2013, A.

URL:<http://www.asrestaurants.com/FI/ravintolat/saaristo/esittely.html>. Hämtat:18.11.2013.

As Restaurants 2013, B.

URL:<http://www.asrestaurants.com/FI/ravintolat/saari/esittely.html>. Hämtat: 18.11.2013.

BW Katajannokka, 2014. URL: <http://www.bwkatajanokka.fi/>. Hämtat: 26.3.2014.

Couchsurfing, 2014. URL: <https://www.couchsurfing.org/n/how-it-works>. Hämtat: 7.5.2014.

Destination NSW, 2014. URL:

<http://www.destinationnsw.com.au/tourism/marketing-overview/sector-marketing>. Hämtat: 7.5.2014.

Fabian Hotel, 2014. URL: [http://www.hotelfabian.fi/esittely#hotellin\\_palvelut](http://www.hotelfabian.fi/esittely#hotellin_palvelut). Hämtat 26.3.2014.

Flowfestival 2013.

URL:[http://www.flowfestival.com/uploads/2013/08/flow\\_tiedote\\_110813.pdf](http://www.flowfestival.com/uploads/2013/08/flow_tiedote_110813.pdf).

Hämtat: 18.11.2013.

Glo Hotel Art, 2014. URL: [http://glohotels.fi/hotellit/glo-hotel-art?gclid=CPeS\\_KmWsb0CFcHDcgodMK0ACw](http://glohotels.fi/hotellit/glo-hotel-art?gclid=CPeS_KmWsb0CFcHDcgodMK0ACw). Hämtat: 22.3.2014.

Glo Hotel Kluuvi, 2014. URL: <http://glohotels.fi/hotellit/glo-hotel-kluuvi>. Hämtat: 26.3.2014.

Helsingissä yöpyvien, 2014. URL: <http://www.hri.fi/fi/data/helsingissa-yopyvien-matkailijoiden-markkina-aluetilasto/>. Hämtat: 12.4.2014.

Hilton, 2014. URL: <http://hiltonnordics.com/swe/finland/helsingfors/hilton-helsinki-kalastajatorppa-hotel.html>. Hämtat: 26.3.2014.

Hotel Haven, 2014. URL:<http://www.hotelhaven.fi/>. Hämtat:26.3.2014.

Hospitalitynet, 2014. URL: <http://www.hospitalitynet.org/news/4017990.html>. Hämtat: 7.5.2014.

Hri 2013, A. URL: <http://www.hri.fi/fi/data/helsingin-majoitustilasto-tarkoitus-hinta-ja-kapasiteetti/>. Hämtat: 27.11.2013.

Hri 2013, B. URL:<http://www.hri.fi/fi/data/helsingissa-yopyvien-matkailijoiden-viipymatilasto/>. Hämtat: 27.11.2013.

Hri 2013, C. URL:<http://www.hri.fi/fi/data/helsingin-majoitustilasto/>. Hämtat: 27.11.2013.

Kamp, 2014. URL: <http://www.hotelkamp.fi/>. Hämtat: 26.3.2014.

Klaus K, 2014. URL: <http://www.klauskhotel.com/en/>. Hämtat:26.3.2014.

Radisson, 2014. URL: <http://www.radissonblu.fi/plazahotelli-helsinki>. Hämtat: 26.3.2014.

Saol 2014. URL: <http://runeberg.org/saol/8/0171.html>. Hämtat: 20.3.2014.

Scandic Paasi, 2014. URL:  
<http://www.scandichotels.fi/Hotels/Suomi/Helsinki/Paasi/#.UzNLGvmSwuc>.  
Hämtat: 22.3.2014.

Suomenlinna 2013. URL:<http://www.suomenlinna.fi/linnoitus/historia>. Hämtat:18.11.2013.

Scandic Enviroment, 2014. URL: <http://www.scandichotels.com/settings/Side-foot/About-us-Container/Responsible-living/Environmental/>. Hämtad: 18.2.2014.

The Wall Street Journal, 2014. URL:  
<http://online.wsj.com/news/articles/SB122584558057199571?mg=reno64-wsj&url=http%3A%2F%2Fonline.wsj.com%2Farticle%2FSB122584558057199571.html>. Hämtat: 7.5.2014.

Theseus, 2013. URL: <https://www.theseus.fi/handle/10024/57445>. Hämtat: 12.1.2014.

Time, 2014. URL:

<http://content.time.com/time/magazine/article/0,9171,56423,00.html>. Hämtat: 7.5.2014.

Tuomiokirkko 2013.

URL:<http://www.helsinginseurakunnat.fi/seurakunnat/tuomiokirkkoseurakunta/kirkko/t/tuomiokirkko.html>. Hämtat: 18.11.2013.

Tripadvisor 2013, A. URL: <http://www.visithelsinki.fi/ammattilainen/miksi-helsinki/faktoja-ja-tilastoja/helsingin-matkailutilastot>. Hämtat: 27.11.2013

Tripadvisor 2013, B. URL:[http://www.tripadvisor.com/Hotels-g189934-Helsinki\\_Southern\\_Finland-Hotels.html](http://www.tripadvisor.com/Hotels-g189934-Helsinki_Southern_Finland-Hotels.html). Hämtat: 18.11.2013.

Tripadvisor 2014, A. URL:

[http://www.tripadvisor.com/Search?q=helsinki&geo=&pid=3826&returnTo=\\_\\_2F\\_\\_](http://www.tripadvisor.com/Search?q=helsinki&geo=&pid=3826&returnTo=__2F__). Hämtat: 7.1.2014.

Tripadvisor BW Katajannokka, 2014. URL:

[http://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g189934-d652575-Reviews-Best\\_Western\\_Premier\\_Hotel\\_Katajanokka-Helsinki\\_Southern\\_Finland.html](http://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g189934-d652575-Reviews-Best_Western_Premier_Hotel_Katajanokka-Helsinki_Southern_Finland.html). Hämtat: 22.3.2014.

Tripadvisor Fabian Hotel, 2014. URL: [http://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g189934-d1782788-Reviews-Fabian\\_Hotel-Helsinki\\_Southern\\_Finland.html](http://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g189934-d1782788-Reviews-Fabian_Hotel-Helsinki_Southern_Finland.html). Hämtat: 22.3.2014.

Tripadvisor Glo Art, 2014. URL: [http://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g189934-d232143-Reviews-GLO\\_Hotel\\_Art-Helsinki\\_Southern\\_Finland.html](http://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g189934-d232143-Reviews-GLO_Hotel_Art-Helsinki_Southern_Finland.html). Hämtat: 22.3.2014.

Tripadvisor Glo Hotel Kluuvi, 2014. URL: [http://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g189934-d625374-Reviews-Hotel\\_GLO\\_Helsinki\\_Kluuvi-Helsinki\\_Southern\\_Finland.html](http://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g189934-d625374-Reviews-Hotel_GLO_Helsinki_Kluuvi-Helsinki_Southern_Finland.html). Hämtat: 22.3.2014.

Tripadvisor Hilton, 2014. URL: [http://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g189934-d228677-Reviews-Hilton\\_Helsinki\\_Kalastajatorppa-Helsinki\\_Southern\\_Finland.html](http://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g189934-d228677-Reviews-Hilton_Helsinki_Kalastajatorppa-Helsinki_Southern_Finland.html). Hämtat: 22.3.2014.

Tripadvisor Hotel Haven, 2014. URL: [http://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g189934-d1158907-Reviews-Hotel\\_Haven-Helsinki\\_Southern\\_Finland.html](http://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g189934-d1158907-Reviews-Hotel_Haven-Helsinki_Southern_Finland.html). Hämtat: 22.3.2014.

Tripadvisor Kamp, 2014. URL: [http://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g189934-d199923-Reviews-Hotel\\_Kamp-Helsinki\\_Southern\\_Finland.html](http://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g189934-d199923-Reviews-Hotel_Kamp-Helsinki_Southern_Finland.html). Hämtat: 22.3.2014.

Tripadvisor Klaus K, 2014. URL: [http://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g189934-d579503-Reviews-Klaus\\_K\\_Hotel-Helsinki\\_Southern\\_Finland.html](http://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g189934-d579503-Reviews-Klaus_K_Hotel-Helsinki_Southern_Finland.html). Hämtat: 22.3.2014.

Tripadvisor Radisson, 2014. URL: [http://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g189934-d206762-Reviews-Radisson\\_Blu\\_Plaza\\_Hotel\\_Helsinki-Helsinki\\_Southern\\_Finland.html](http://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g189934-d206762-Reviews-Radisson_Blu_Plaza_Hotel_Helsinki-Helsinki_Southern_Finland.html). Hämtat: 22.3.2014.

Tripadvisor Scandic Paasi, 2014. URL: [http://www.tripadvisor.com/Hotel\\_Review-g189934-d2152309-Reviews-Scandic\\_Paasi-Helsinki\\_Southern\\_Finland.html](http://www.tripadvisor.com/Hotel_Review-g189934-d2152309-Reviews-Scandic_Paasi-Helsinki_Southern_Finland.html). Hämtat: 22.3.2014.

Visithelsinki 2013, A. URL: <http://www.visithelsinki.fi/ammattilainen/miksi-helsinki/faktoja-ja-tilstoja>. Hämtat: 27.11.2013



Visithelsinki 2013, B. URL: <http://www.visithelsinki.fi/sv/besok/valkommen-till-helsingfors/helsingfors-och-finland-i-siffror>. Hämtat:18.11.2013.

Visithelsinki 2013, C. URL: <http://www.visithelsinki.fi/sv/proffs/varfor-helsingfors/statistik-och-forskning/helsingfors-turiststatistik>. Hämtat: 18.11.2013.

Visithelsinki 2013, D.

URL:<http://www.visithelsinki.fi/sv/aktuellt/evenemang/julevenemangen-ger-ljus-och-gladje-i-vintern#luciadagen>. Hämtat: 18.11.2013.