

Opinnäytetyö (AMK)

Liiketalouden koulutusohjelma

2020

Pauliina Virtanen

MAJOITUSYRITYKSIEN VIESTIMINEN ASIAKKAILLE KORONAN AIKAISISTA KÄYTÄNNÖISTÄ

- Case: Turku

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Liiketalouden koulutusohjelma

2020 | 34 sivua, 1 liitesivu

Pauliina Virtanen

MAJOITUSYRITYKSIEN VIESTIMINEN ASIAKKAILLE KORONAN AIKAISISTA KÄYTÄNNÖISTÄ

- Case: Turku

Globaali matkailuelinkeino kasvoi vauhdilla, mutta korona pysäytti tämän kehityksen keväällä 2020. Tämän opinnäytetyön tavoitteena on selvittää, miten Turussa sijaitsevat majoitusyritykset viestivät koronan aikaisista käytännöistään asiakkailleen kotisivuillaan. Koronan vuoksi keväällä ja kesällä määrättiin monia rajoituksia ja toimenpiteitä, jotka koskivat myös majoitusalan toimintaa. Opinnäytetyössä selvitettiin muun muassa, miten majoitusyritykset viestivät muuttuneista siivouskäytännöistä, muutos- ja peruutusoikeuksista, uusista palveluista ja tuotteista sekä aamiaisen toteutuksesta. Lisäksi selvitettiin, oliko yrityksellä käytössä digitaalisia vastaanottopalveluita.

Opinnäytetyössä käytettiin tutkimusmenetelmänä havainnointia. Tätä varten luotiin Excel-lomake. Havainnointi tehtiin touko-, kesä-, heinä- ja elokuun 15. päivä lomaketta käyttäen. Havainnoitavana oli yhteensä 22 majoitusyrityksen verkkosivustoa.

Tulosten perusteella 1/3 Turussa sijaitsevista majoitusyrityksistä ei viestinyt uusista tai muuttuneista käytänteistään ollenkaan kotisivuillaan. Suurin osa isommista majoitusyrityksistä taas viesti hyvin ja päivitti tietoa aina, kun ilmeni uusia rajoituksia, jotka koskivat heidän toimintaansa.

ASIASANAT:

Majoitusala, kriisiviestintä, havainnointi, COVID-19

BACHELOR'S / MASTER'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Tourism and Wellness Business

2020 | 34 pages, 1 page in appendices

Pauliina Virtanen

HOW ACCOMMODATION PROVIDERS COMMUNICATE THROUGH HOMEPAGE ABOUT THEIR CORONAVIRUS POLICIES

- Case: the city of Turku

Tourism has been a growing business around the world for some time now, but the coronavirus took the world by surprise and the pandemic has practically stopped the whole tourism industry. The aim of the present bachelor's thesis is to explore how accommodation providers in Turku communicate about their changed policies on their homepages. In the summer of 2020 there were many restrictions, which affected accommodation providers, in force. The thesis studies how accommodation providers told about their changed cleaning habits, altered change- and cancellation policies, how breakfast and other services were organized and if they had any digital reception services or new products available due to COVID-19.

The study was carried out by observation and the results were gathered in an Excel-document. The observation took place four times on the 15th day of May, June, July and August. Altogether, 22 accommodation providers were observed.

The observation results show that one-third of the accommodation providers in Turku had not communicated about their policies regarding COVID-19. Some of the providers, however, did an excellent job in the communication and shared versatile information about their changed policies and procedures.

KEYWORDS:

Accommodation sector, crisis communication, observation, COVID-19

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 KRIISIVIESTINTÄ MAJOITUSALALLA	7
2.1 Majoitusala ja kriisit	7
2.2 Kriisinhallinta	8
2.3 Kriisiviestintä	9
2.4 Muutosjoustavuus	11
2.5 COVID-19 Pandemia Suomessa	12
2.6 Toimenpiteet taudin rajoittamiseksi	13
2.7 Yhteenveto	15
3 HAVAINNOINTI MAJOITUSALAN VIESTINNÄSSÄ	16
3.1 Havainnointi menetelmänä	16
3.2 Havainnointilomakkeen luominen	16
3.3 Havainnoinnin tulokset	19
4 LOPUKSI	29
LÄHTEET	30

LIITTEET

Liite 1. Havainnointilomake.

KUVAT

Kuva 1. Sokos Hotels pidetään huolta toisistamme (Sokos Hotels 2020e).	26
Kuva 2. Forenom usein kysytyt kysymykset (Forenom 2020c).	27

KUVIOT

Kuvio 1. Kriisinhallinnan prosessimalli (Korpiola 2011, 103).	8
Kuvio 2. Korona tartuntojen määrä kuukausittain Suomessa (World Health Organization 2020b).	13
Kuvio 3. Toukokuun havainnoinnin tulokset N=20.	20

Kuvio 4. Kesäkuun havainnoinnin tulokset N=20.	22
Kuvio 5. Heinäkuun havainnoinnin tulokset N=21.	23
Kuvio 6. Elokuun havainnoinnin tulokset N=21.	23
Kuvio 8. Kuukausittainen kehitys tuloksissa.	25

1 JOHDANTO

Globaali matkailuala oli hyvässä kasvuvauhdissa, mutta pysähtyi koronan vuoksi kokonaan keväällä 2020. Tässä opinnäytetyössä käsitellään COVID-19 pandemian aiheuttamaa kriisiviestintää majoitusalaalla Turussa. Koronan takia keväällä ja kesällä Suomeen kohdistui monia rajoitustoimenpiteitä, jotka vaikuttivat myös majoitusalaan suuresti.

Tavoitteena tässä opinnäytetyössä on selvittää, miten majoitusyritykset ovat tuoneet ilmi koronan aikaisia käytäntöjään kotisivuillaan kevään ja kesän 2020 aikana. Työn toimeksiantaja on Turku Science Park. Aihe on ajankohtainen ja kiinnostava, sillä Suomessa alkuvuodesta 2020 alkanut COVID-19 pandemia ei ole vielä tämän opinnäytteen valmistuessa syksyllä 2020 ohi.

Tarkastelun kohteena oli 22 Turussa sijaitsevan majoitusyrityksen kotisivut touko-, kesä-, heinä- ja elokuun osalta. Tätä varten kehitettiin havainnointilomake. Havainnointi suoritettiin kerran kuussa aina 15. päivä ja tulokset kirjattiin havainnointilomakkeelle. Havainnointi rajattiin Turun alueen majoitusyrityksiin. Havainnoinnin kohteena olivat seuraavat teemat: muuttuneet siivouskäytännöt, muutos ja peruutusehdot, uudet tuotteet ja palvelut ja aamiaisen toteutus. Lisäksi selvitettiin, oliko yrityksellä käytössä digitaalisia vastaanottopalveluita. Havainnointiin otettiin mukaan vain yritysten kotisivut, eikä sosiaalisen median kanavia huomioitu.

2 KRIISIVIESTINTÄ MAJOITUSALALLA

2.1 Majoitusala ja kriisit

Matkailuala on elinkeinona erittäin suosittu ja jatkaa kasvamistaan koko ajan. Matkailussa on kyse siitä, että liikutaan johonkin paikkaan, joka ei ole oman asuinalueen lähellä, esimerkiksi viettämään vapaa-aikaa. Matkailijat voidaan jakaa päiväkävijöiksi tai matkailijoiksi. Matkailijat yöpyvät valitsemassaan majoituspaikassa ja päiväkävijät lähtevät yöksi omaan kotiin tai muualle. (Tilastokeskus 2020a; World Tourism Organization 2020).

Majoitusala on tärkeä osa matkailualaa ja siinä tarjotaan asiakkaille erilaisia vaihtoehtoja, joissa yöpyä. Majoitusvaihtoehdoista suosituin on hotellimajoitus, mutta näiden lisäksi on tarjolla useita muitakin majoitusvaihtoehtoja. Esimerkiksi hostellit, huoneistot, karavaanialueet, vuokrattavat teltat, leirintäalueet, risteilyalukset, lomaosakkeet, majatalot, motellit, huvilat ja lomakylät. Majoituskohteissa voi olla tarjolla erinäisiä palveluita, kuten aamiaista. Vaihtoehtoisesti ne voivat olla myös omatoimikohteita, joissa asiakkaalle ei ole tarjolla erillisiä palveluita. (Holloway & Humphreys 2016, 348-349).

Kun puhutaan majoitusalan toiminnasta, on tärkeää ymmärtää muutamia perusasioita. Esimerkiksi se, että mikäli huonetta ei saada myydyksi tietyltä yöltä, ei sitä voi varastoida ja myydä myöhemmin. Tulot ovat siis siltä yöltä menetettyjä, vaikka majoitusyritys saisi-kin huoneen myydyksi seuraavana yönä. (Rautiainen & Siiskonen 2007, 89).

Matkailualallakin tapahtuu kriisejä ja kriisillä on erilaisia määritelmiä. Kriisi on nimitys jollekin tapahtumalle, jolla on negatiivisia vaikutuksia moneen eri asiaan. Ne syntyvät usein yllättävästi ja ne voidaan lajitella suuruuden mukaan. Suurimmat kriisit ovat kriisejä, jotka voivat koskettaa monia. Jokainen kriisi tulee käsillä oikealla tavalla ja niillä on taipumus vaikuttaa myös yrityksen toimintaan. (Lehtonen 2009, 37-38). Onkin yleistä, että matkailuun kohdistuvan kriisin aikana matkailijat vähenevät (Chon ym. 2007, 13.) Kun puhutaan kriisistä, voi mieleen tulla myös sana riski. Usein nämä kaksi termiä menevät sekaisin, mutta niissä on ero. Riskinä pidetään jotain vahingollista tilannetta tapahtuvaksi. (Lehtonen 2009, 9).

Kriisit jaetaan kolmeen luokkaan, joista ensimmäiseen kuuluvat luonnonmullistukset (Huhtala & Hakala 2007, 16.) Luonnononnettomuudet ovat seurausta luonnon toiminnasta.

nasta, eivätkä ihmiset voi vaikuttaa niiden syntymiseen. Luonnononnettomuuksiin lukeutuvat esimerkiksi tsunamit, maanjäristykset, tulivuorenpurkaukset ja hirmumyrskyt. (Tieteen kuvalehti 2020). Toiseen luokkaan kuuluvat tapahtumat, jotka johtuvat ihmisten teoista ja ovat joko suunniteltuja tai vahingossa toteutuneita. Kolmanteen luokkaan kuuluvat taudit, jotka voivat levitä eri tavoin. Esimerkiksi COVID-19 tauti kuuluu tähän kategoriaan. (Huhtala & Hakala 2007, 16).

Edellä mainittuja kriisejä voidaan myös kutsua poikkeustilanteiksi, koska niiden syntymistä ihmiset eivät pysty estämään. Kriiseistä puhuttaessa pitää myös mainita mainekriisi, joka johtuu jostakin mitä yritys on tehnyt itse, vaikka olisi pystynyt toimimaan toisella tavalla. Mainekriisin syntymisen pystyy välttämään, toisin kuin poikkeustilanteen. Koronaepidemiassa ei ole siis kyse mainekriisistä, vaan poikkeustilanteesta. (Korpinen & Lindström 2020, 24-31).

2.2 Kriisinhallinta

Korpiolan mukaan (2011, 103) kriisinhallinnan prosessi käsittää viisi eri vaihetta, kuten näemme kuvioista 1. Nämä vaiheet ovat: kriisin ennakointi, kriisin käynnistäminen, akuuttivaihe, kriisin ratkaisu ja jälkihoito.



Kuvio 1. Kriisinhallinnan prosessimalli (Korpiola 2011, 103).

Kriisien ennakointi tarkoittaa erilaisia toimia, joita matkailuyrityksen tulisi tehdä ja pohtia. Kriisien ennakoitivaiheessa mietitään, mitkä ovat mahdollisia kriisitilanteita ja miten niiden tapahtumista voidaan välttää eri keinoin. Ennakoinnissa harjoitellaan kriisin aikaisia toimia ja varaudutaan siihen, miten kriisiviestintää toteutetaan. (Skoglund 2004, 21; Korpiola 2011, 102-103).

Toinen vaihe on kriisin käynnistäminen, jossa kriisi on jo saanut alkunsa. Siinä tärkeää on toimia nopeasti ja yrittää pysäyttää kriisi, jos se on kriisin luonteen puolesta tehtävissä. Tässä vaiheessa on tärkeää tietää, mitä tekee ja mitä on harjoiteltu. On kriisejä, kuten koronan leviäminen, joita ei olisi pystynyt enakoimaan. (Korpiola 2011, 104).

Akuuttivaiheessa tarkastellaan tapahtunutta kriisiä vielä tarkemmin. Akuuttitilanteessa usein muodostetaan ryhmä toimimaan tilanteen kanssa. Sitten mietitään, mitä kriisi on muuttanut, toteutetaan kriisiviestintää ja kerrotaan eteenpäin sen verran kuin tilanteesta tiedetään. Kriisi voi osoittautua joko pieneksi kriisiksi tai suuremmaksi kriisiksi. Suuremmassa kriisissä, joka on vaatinut ihmishenkiä, on tärkeää tarjota tukea niille, jotka ovat jotenkin olleet tapahtuneessa mukana. (Korpiola 2011, 104-105).

Neljäs vaihe on kriisin ratkaisu. Ennen ratkaisua on tärkeää viestiä kriisistä ja antaa päivitettyä tietoa. Tämä on tärkeää kaikkien kannalta, sillä muut odottavat lisää tietoa tapahtuneesta ja luottavat matkailuyrityksen toimintaan. (Korpiola 2011, 106).

Kriisi päättyy jälkihoitoon ja kriisin päättymisen tulee näkyä myös kriisiviestinnässä. Tässä kohdassa on hyvä vielä miettiä, miten kriisiviestinnässä on onnistunut ja millaisia näkemyksiä on muille jäänyt kriisissä toimimisesta. (Korpiola 2011, 107-108).

2.3 Kriisiviestintä

Matkailualalla on ensisijaisen tärkeää, että matkailijoilla on turvallinen ympäristö, jossa oleskella. Majoitusyrityksen tulee ottaa huomioon kriisitilanteet, joita voisi tapahtua ja miettiä, miten asiakkaita voidaan suojella niiltä. Matkailuviranomaisten sekä matkailuyritysten vastuulla on viestiä eteenpäin mahdollisista tapahtuneista kriisitilanteista ja siitä, miten ne vaikuttavat yrityksen toimintaan. (Volo 2008, 83-84).

Internetissä tapahtuva viestintä on asiakkaan näkökulmasta hyvä vaihtoehto. Internetin käyttö on monien matkailijoiden hallussa, mutta ongelmana siinä on, että usein tarvittavaa tietoa ei ole saatavilla sitä etsiessä. Kun tapahtuu jokin kriisitilanne, majoitusyrityksen kotisivuilla tulisi olla ajankohtaista tietoa siitä, mitä on tapahtunut, miten se vaikuttaa majoitusyrityksen toimintaan ja mitä matkailijat voivat tehdä sen eteen. (Volo 2008, 92).

Niin koronaepidemian, kuin minkä tahansa muun kriisitilanteen tapahtuessa, ihmisillä on tapana tulla yhä uteliaimmiksi ja he haluavat olla perillä siitä mitä tapahtuu. Tämän takia on tärkeää kertoa kotisivuilla ja muissa sosiaalisen median kanavissa, ovatko yrityksen palvelut muuttuneet kriisin johdosta, ja miten turvallisuus on otettu huomioon yrityksessä. (Vikman 2020).

Visit Finlandin (2019) matkailun poikkeustilanneviestinnän kansallisen suunnitelman mukaan viranomaisten vastuulla on tehdä kriisiviestintää, kun on kyseessä suurempi kriisi

matkailualalla. Majoitusyrityksien tulee huolehtia viestinnästä, jos kriisi aiheuttaa muutoksia yrityksen toimintatapoihin jollain tapaa. Yrityksen tulisi muun muassa kertoa, miten kriisi muokkaa heidän tapaansa toimia ja mitä turvallisuusohjeita on kehitetty asiakasta varten.

Kriisin sattuessa yrityksen tulee viestiä siitä eteenpäin eli toteuttaa kriisiviestintää. Ihmiset odottavat lisätietoja ja yrityksen tehtävä on tarjota tietoa eri reittien, kuten kotisivujen kautta. (Iivari 2012, 203). Kriisiviestinnän tarkoitus on vastata yrityksen kanssa tekemisissä olevien tahojen kysymyksiin ja sen tulee olla nopeaa. Tietoa tulee kertoa avoimesti niin henkilökunnalle kuin muillekin, joihin tieto voi vaikuttaa. (Korpiola 2011, 13).

Kriisiviestinnässä on tärkeää tietää, miten sitä tulee toteuttaa. Ensin tulisi kertoa tarvittava tieto yrityksen työntekijöille, ja sitten vasta viestiä yrityksen ulkopuolelle. Kun viestii ulospäin, tulisi sama viesti saada esille eri paikkoihin samalla hetkellä. Eli ensin kerrotaan yrityksen työntekijöille ja sen jälkeen vasta viestitään ulkoisissa kanavissa, kuten sosiaalisessa mediassa ja kotisivuilla, jotka ovat muidenkin saatavilla. (Kortesuo 2016, 125.)

Kriisitilanteita varten tulee olla olemassa tarkat ohjeistukset ja tieto siitä, mikä on jokaisen rooli, kun kriisi pääsee tapahtumaan. Näitä tulee kerrata aina sopivin väliajoin yhdessä, jotta jokainen tietää mitä tehdä. Jokaisella majoitusyrityksellä olisi hyvä olla kriisiviestintäohjeet, joista on apua kriisin yllättäessä. Ohjeet säilytetään paikassa, josta ne on helppo löytää ja tekstin tulee olla sellaista, että kuka tahansa ymmärtää lukemansa. (Iivari 2012, 203-205).

On myös päätettävä, kuka hoitaa kriisiviestinnän. Kriisin laajuudesta riippuen voidaan päättää, kenen vastuulla viestintä on. Esimerkiksi korkeassa asemassa työskentelevien henkilöiden tulisi viestiä kriisistä vain, jos se on suuri. Muuten vastuu tulisi olla jollakin muulla. Kriisiviestinnässä pidetään erittäin tärkeänä sitä, että viestitään edes jotain kriisin sattuessa. Kriisiviestinnän voi aloittaa vaikka kertomalla sen, mitä tilanteesta tietää ja vakuuttaa kertovansa lisää myöhemmin. (Kilpeläinen 2020, 287-289). Kriisin yllättäessä on tärkeää, ettei jätä viestintää tekemättä. Valitettavasti monet yritykset pysyvät hiljaa kriisin sattuessa, eivätkä viesti tilanteesta ollenkaan. (Korpinen & Lindström 2020, 112).

Kriisiin on mahdollista vastata neljällä eri tapaa. Kun koko tilanne kielletään, yritetään usein syyttää jotain toista koko tilanteesta, tai kertoa, miten ei ole vastuussa itse tapahtuneesta. Tätä tapaa ei pidetä oikeana tapana toimia. Vähättelyssä ei haluta tuoda ilmi kriisin suuruutta, vaan kerrotaan, että tilanne ei ole paha. Tavoitteena on karata koko

tilanteesta nopeasti pois. Vahvistaminen on taas positiivisempi reagoititapa, jossa käytetään yrityksen tunnettua julkisuutta jonkin tapahtuneen taustalla. Esimerkiksi kun jotain negatiivista on käynyt ilmi, keksitään tapa päästä siitä yli ja keskitytään johonkin muuhun, jolloin tapahtuneella ei ole niin suurta painoa enää. Vastuunotossa kriisi omaksutaan ja siitä otetaan vastuu. Jos on tapahtunut jotain, mistä voidaan pyytää anteeksi, niin se tehdään. (Korpiola 2011, 79-81).

2.4 Muutosjoustavuus

Muutosjoustavuus, jota myös kutsutaan resilienssiksi, tarkoittaa sitä, kun luodaan jotain uutta sellaisessa tilanteessa, joka elää ja muuttuu jatkuvasti. Ideana siinä on kriisin aikana luoda uutta ja sillä tavoin selviytyä kriisin yli. Yritykset, jotka uskaltavat keksiä uusia vaihtoehtoja erikoisissa tilanteissa usein selviävät kriisinkin yli. (Nieminen ym. 2017, 10; Työ- ja elinkeinoministeriö 2020).

Muutosjoustavuuden tehokkuudesta on tehty tutkimuksia, joiden mukaan luovalla ajattelulla saadaan aikaan uusia ideoita. Kun yritykset osaavat sopeutua uuteen tilanteeseen ja keksiä uusia tuotteita, sitä paremmin ne suoriutuvat vaikeiden aikojen kuten koronan yli. (Heikkilä 2017).

Koronan myötä monet majoitusta tarjoavat yritykset ovat joutuneet keksimään selviytymiskeinoja itselleen ja muuttamaan toimintaansa. Esimerkiksi kun vapaa-ajan matkustajat ovat vähentyneet epidemian myötä, ovat monet majoitusyritykset tarjonneet huoneita karanteenin ajaksi. (Kaushal & Srivastava 2020, 3).

Keväällä uutisoitiin Helsingissä sijaitsevan Hotel Kämpin uudesta tuotteesta, joka yhdistää hotellimajoituksen ja siivouksen vieraan kotona. Asiakas haettiin hotellille limusiinilla ja majoituksen aikana hänen kotinsa siivottiin. Äitienpäivän kunniaksi Kämp kehitti lastenhoitopalvelun hotellimajoituksen ajalle ja lastenhoitoa oli tarjolla koko toukokuun ajan. (Herrala 2020).

Syksyllä uutisoitiin Kuopiossa sijaitsevan kylpylähotelli Rauhalahden tarjoamasta uudesta ”Huoleton loma” tuotteesta. Kun asiakas valitsi Huoleton loma -paketin, oli hänellä mahdollisuus majoittua hotellissa ilman ihmiskontakteja. Asiakas sai huoneensa käyttöön koodilla, jolla sai hotellihuoneen avaimen. Huone oli varustettu erilaisilla hygienitarvikkeilla, kuten desinfiointiaineella, hengitysmaskeilla ja puhdistusaineilla, joita asiakas

voi käyttää. Mikäli asiakas yöpyi useamman yön, sai hän pyytämällä huoneen välisii-
vouksen. Aamiaisen sai syödä omassa huoneessa, ja huoneeseen olisi myös voinut ti-
lata etukäteen erilaisia lisäpalveluita. Tämä on hyvä esimerkki turvallisesta tavasta yö-
pyä hotellissa. (Kylpylähotelli Rauhalampi 2020).

2.5 COVID-19 Pandemia Suomessa

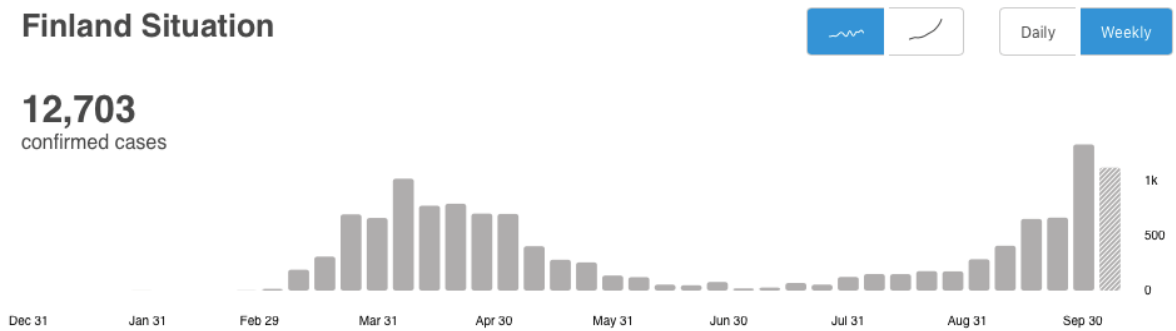
Korona on virustauti, joka on lähtenyt leviämään Kiinasta. Ensimmäiset koronavirustar-
tunnat löydettiin loppuvuodesta 2019, eikä ole täyttä varmuutta mistä virus, toiselta ni-
meltään COVID-19, on lähtenyt liikkeelle. Mahdollista on, että virus on ensin ollut jollain
eläimellä, siirtynyt siitä ihmiseen ja lopulta lähtenyt leviämään. Lepakoiden osuutta tau-
tiin on myös epäilty, sillä niillä on samankaltaisia viruksia. (Terveyden ja hyvinvoinnin
laitos 2020a).

Koronaviruksella on monia tartuntatapoja. Yleisin tapa saada tartunta on sairastuneelta
ihmiseltä, joka ei pidä huolta oikeista hygieniakäytännöistä. Tartunnan voi myös saada
pinnoilta, mutta yleensä virukset eivät näillä kauan selviä, joten tällä tavalla tartunnan
saaminen on hankalaa. Jos sairastunut ei suojaa itseään hengitysmaskilla, jää ilmaan
hiukkasia, joista muut voivat saada tartunnan. (Terveyden ja hyvinvoinnin laitos 2020b).

Ensimmäinen koronaviruksen aiheuttama tartunta Suomessa todettiin Lapissa 29. tam-
mikuuta. Henkilö oli Kiinan kansalainen, ja hän kiirehti hoitoon oireiden tullessa. (Kajan-
der 2020). Tämän jälkeen seuraava tartunta todettiin 26. helmikuuta pääkaupunkiseu-
dulla. Sairastunut oli suomalainen, joka oli palannut ulkomailta. Ensimmäisen ja toisen
tartunnan välillä oli lähes kuukausi. (Aamulehti 2020).

10. maaliskuuta mennessä Suomessa oli todettu 40 tartuntaa, joista kaksi oli Varsinais-
Suomen alueella, jossa Turkukin sijaitsee. Suurin osa henkilöistä, joilla tartunta oli tähän
mennessä todettu, olivat olleet Italiassa, jossa oli paljon tartuntoja siihen aikaan. (Turun
Sanomat 2020a).

Kuten kuvioista 2 näemme, tartunnat lähtivät nousuun maaliskuusta alkaen ja vähenivät
toukokuuhun mennessä (World Health Organization 2020). Kuviossa näkyy tartuntojen
määrä Suomessa viikoittain. Kesällä tartuntoja oli vähän ja syksyllä elokuusta alkaen
tartuntoja diagnosoitiin yhä enemmän.



Kuvio 2. Korona tartuntojen määrä kuukausittain Suomessa (World Health Organization 2020).

Koronaviruksella on suuret vaikutukset matkailuun ympäri maailman. Esimerkiksi majoitusalaalla majoitusyritykset ovat olleet tyhjinä, jonka johdosta tuloja on menetetty suuret määrät. (Gössling ym. 2020). Koronavirus vaikuttaa myös Suomen matkailuun paljon ja viruksen leviämisen myötä matkailu lähti laskuun nopeasti. Lähes kaikki suuret tapahtumat peruttiin kesältä ja syksyltä, mutta uskottiin, että suomalaiset innostuisivat matkailemaan omassa kotimaassaan Suomessa. (Valtioneuvosto 2020a, 23).

2.6 Toimenpiteet taudin rajoittamiseksi

Koronaviruksen myötä Suomessa annettiin lukuisia määräyksiä, jotka vaikuttivat myös majoitusalan toimintaan kevään ja kesän 2020 aikana.

16. maaliskuuta Suomessa otettiin käyttöön valmiuslaki viruksen leviämisen takia. Poikkeusolot kestivät kesäkuuhun asti, jolloin valmiuslaki päätettiin kumota. (Valtioneuvosto 2020b). Maaliskuussa tapahtui Uusimaan erityis, sillä pääkaupunkiseudulla oli silloin paljon tartuntoja verrattuna muuhun Suomeen. Tämä tarkoitti sitä, että pääkaupunkiseudulta sai poistua vain, jos oli jokin hyväksyttävä syy. Liikumisrajoitukset kestivät 15. huhtikuuta asti. (Kansanuutiset 2020).

4. huhtikuuta alkaen tehtiin muutos ravintoloiden aukioloon. Ravintolat saivat myydä ruokaa vain mukaan tai erilaisten noutopalveluiden kautta. Ravintoloihin ei siis saanut ottaa asiakkaita sisälle syömään, mutta koulut ja muut vastaavat paikat saivat olla auki normaalisti. (Valtioneuvosto 2020c.)

Huhtikuussa kaikkien Suomen majoitusliikkeiden yöpymiset vähenivät 88,2% verrattuna vuoteen 2019 (Tilastokeskus 2020b.) Kuten aiemmin kuvioista 2 huomaa, olivat keväällä tartunnat nousussa ja majoitusalaan kohdistuivat ravintoloiden toiminnan rajoitteet, jotka vähensivät yöpymisten määrää.

29. toukokuuta annettujen ohjeiden mukaan kotimaanmatkailu sallittiin. Tilannetta tarkasteltiin koko ajan ja ohjeistuksia olisi tautitilanteen muuttuessa tarkennettu. Kotimaanmatkailua varten luotiin turvallisen matkailun ohjeistus. Ohjeistuksen mukaan kipeänä ei saanut matkustaa ja jokaisen tuli huolehtia siitä, että tietää oikeat hygieniakäytännöt. Mikäli mahdollista, tuli kontakteja välttää muihin ihmisiin. Matkailualan yritysten piti huolehtia siitä, että paikat siivottiin kunnolla ja mahdollisen koronavirusepäilyn kohdatessa tiedettiin, miten tulee toimia. (Valtioneuvosto 2020d).

Toukokuussa koronan myötä majoitusten määrä väheni 81% verrattuna vuoteen 2019 (Tilastokeskus 2020c). Ravitsemisliikkeet toimivat vieläkin take-away periaatteella, ja esimerkiksi hotellin aamupala tuli tämän takia järjestää jollain muulla, kuin perinteisellä tavalla, esimerkiksi huonepalveluna.

1. kesäkuuta alkaen aiemmin asetettuihin rajoituksiin tuli muutoksia. Muun muassa ravintolat saivat avata ovensa. Asiakkaita sai olla sisällä ravintolassa vain puolet maksimimäärästä, ja jokaisella tuli olla oma paikka missä istua. Noutopöydät eivät olleet tässä vaiheessa vielä sallittuja ja lisäksi ravintoloilla tuli olla ohjeistus siitä, miten ne ottavat huomioon rajoitukset ja jokaisen tuli nähdä ne halutessaan. (Valtioneuvosto 2020e).

22. kesäkuuta ravintoloiden toimintaan tuli jälleen muutoksia. Ravintolat saivat olla auki laajemmin aukioloin ja kuten aiemminkin, tuli olla varattuna istumapaikka. Asiakaskapasiteettia kasvatettiin niin, että 75% asiakaspaikoista sai olla käytössä. Myös muut käytänteet oli toteutettava niin, etteivät asiakkaat saisi helposti tartuntoja. Majoitusyrityksien kannalta tehtiin tärkeä muutos, kun noutopöydät sai ottaa takaisin käyttöön 22. kesäkuuta alkaen. (Valtioneuvosto 2020f).

Kesäkuussa matkailijoiden määrä nousi majoitusliikkeissä, mutta kun verrataan koko Suomen majoitustilastoa kesäkuulta, oli se 50,8% vähemmän, kuin vuonna 2019 samaan aikaan. Kotimaan matkailijat lähtivät liikkeelle, kun tartunnat lähtivät laskuun ja rajoituksia purettiin. (Tilastokeskus 2020b).

Heinäkuussa 2020 yöpymisten määrä oli 21,3% vähemmän ja elokuussa 31,3% vähemmän verrattuna vuotta aikaisempaan. Toisin sanoen kesän aikana matkailijoiden määrä kasvoi, kun mietitään kevään ja alkukesän lukemia. (Tilastokeskus 2020b).

2.7 Yhteenveto

Aina kun tapahtuu jotain merkittävää, asiakkaiden kiinnostus herää ja he haluavat tietää lisää. Kriisin tapahtuessa on yrityksen tehtävä hoitaa kriisiviestintää esimerkiksi internetin ja sosiaalisen median kautta kaikille niille, joihin kriisi voi jollain tavalla vaikuttaa. Internetissä tehtävä kriisiviestintä tavoittaa hyvin monet ihmiset.

Pahinta, mitä yritys voi kriisin aikana tehdä, on olla toteuttamatta kriisiviestintää. Tämä tapa onkin valitettavasti melko yleinen yritysten keskuudessa. Yrityksen tulisi minimissään kertoa kotisivuillaan edes se, milloin he kertovat tilanteesta lisää.

Kriisin aikana yrityksen tulisi viestiä asiakkailleen siitä, muuttuvatko sen palvelut ja mitä asiakkaan tulisi tehdä, ettei tilanne pääse pahentumaan. Yrityksen tehtävänä on miettiä, miten kriisiviestintää toteutetaan ja kuka sen tekee.

Koronan myötä matkailijoiden määrä on laskenut huomasti kevään ja kesän aikana edelliseen vuoteen verrattuna ja monia hotelleja on ollut suljettuna. Suomessa annettiin erilaisia määräyksiä ja toimenpiteitä muun muassa ravintoloiden toimintaan liittyen. Tällä oli vaikutusta myös niihin majoitusyrityksiin, joiden toiminnassa oli mukana ruokaan liittyviä palveluita. Koronakriisin aikana korostui yrityksen resilienssi, eli kyky mukautua uusiin tilanteisiin ja luoda uusia palveluita, jotka palvelevat asiakasta. Monet majoitusalan yritykset kehittivätkin erilaisia palvelutuotteita, kuten siivouspalveluita asiakkaan kotiin, lastenhoitopalveluita ja etätoimistomahdollisuuden.

3 HAVAINNOINTI MAJOITUSALAN VIESTINNÄSSÄ

3.1 Havainnointi menetelmänä

Havainnointi on tiedonkeruumenetelmä, jossa tutkitaan jotain tiettyä kohdetta ja sen toimimista. Se sopii tilanteisiin, joissa tutkitaan kohteiden toimintatapoja tai viestintää uudenaikaisissa ympäristöissä. Havainnoinnilla saa kattavia tuloksia kohteesta, mutta on tärkeää, ettei sekoita omia tulkintoja, jotka voisivat vaikuttaa havainnointiin. Havainnoinnissa käytetään usein erilaisia apuvälineitä, kuten arviointilomakkeita, joihin tulokset kirjataan ylös. Havainnointi on menetelmänä melko vaativa toteuttaa ja tulokset voivat olla erilaisia eri henkilöidenkin kesken, jotka tekevät havainnointia. Havainnointi voi kestää kauan, joten se ei sovellu kaikkiin tutkimuksiin käytettäväksi. (Hirsjärvi ym. 1995, 209-211).

Havainnoinnissa on tunnistettavissa erilaista tapoja riippuen siitä, kuka havainnointia tekee ja mikä on havainnoitava kohde. Piilohavainnointi on tapa, jossa tutkija tekee havainnointia piilossa eikä tiedetä hänen tekevän havainnointia. Havainnointi tapahtuu siis salassa, eikä kohde tiedä mitä tapahtuu. (Aaltola ym. 2015, 151.)

Tässä opinnäytetyössä käytetään piilohavainnointia tiedonkeruumenetelmänä, eli tehdään havainnointia majoitusyrityksistä niiden tietämättä sitä. Havainnoinnit toteutetaan kotisivuilla, joka on ensisijainen lähde asiakkaalle lähteä etsimään informaatiota majoitusyrityksestä ja käytännöistä koronan varalle.

3.2 Havainnointilomakkeen luominen

Havainnointilomakkeessa havainnoitiin Turun alueen majoitusyrityksien viestintää niiden kotisivuilla. Opinnäytetyön empirian kokoaminen aloitettiin suunnittelemalla havainnointia varten Excel-taulukko (Liite 1).

Havainnoitavat kohteet, eli majoitusyritykset koottiin Visit Turku -sivustolta, ja havainnointiin päätettiin ottaa mukaan vain Turussa sijaitsevat majoitusyritykset. Tähän lukeutuu mukaan muun muassa hotelleja, hostelleja, huoneistohotelleja sekä leirintäalue.

Tutkimuksessa päätettiin havainnoida vain yrityksen kotisivut ja jättää muut sosiaalisen median kanavat pois. Tämä siksi, ettei monilla majoitusyrityksillä ole sosiaalisen median kanavia, tai niiden sisältö ei ollut olennaista havainnoinnin kohteiden kannalta.

Havainnointilomakkeelle tehtiin erilliset sivut eri kuukausille ja nimettiin ne kuukausien mukaan. Havainnointi suoritettiin kerran kuussa aina 15. päivä toukokuussa, kesäkuussa, heinäkuussa ja elokuussa. Havainnoinnin lomassa kerättiin myös erilliselle tiedostolle muistiinpanoja joka kuukaudelta sekä kuvakaappauksia kotisivuilta. Havainnoinnit päätettiin tehdä kuukauden välein kuukausilta, jolloin yleensä Suomessa matkaillaan paljon.

Havainnoitavia majoitusyrityksiä oli yhteensä 22:

- Sokos Hotels 3 hotellia (Solo Sokos Hotels Seurahuone, Original Sokos Hotel Wiklund ja Original Sokos Hotel Kupittaa uusi hotelli aukeaa 1.7.2020)
- Radisson Blu Marina Palace
- Scandic 3 hotellia (Scandic Julia, Scandic Plaza, Scandic Atrium)
- Holiday Club Caribia
- Omena-hotelli Turku
- Sunborn Oy Ruissalon Kylpylä
- Hotel Seaport
- Centro Hotel
- Park Hotel
- Hotel Kakola (uusi hotelli aukeaa lokakuussa)
- Hotelli Helmi
- Bed and Breakfast Tuure
- Ruissalo Camping-leirintäalue
- Hotelli ja hostelli Linnasmäki
- Bore hostellilaiva
- Forenom
- Hiisi Homes Turku
- Meri-Karinan hyvinvointikeskus

Teemat eli havainnoinnin aihealueet valittiin sen perusteella, mitä on asiakkaan näkökulmasta tärkeää tietää ja korostui erityisesti pandemian aikana.

Valitut teemat olivat:

- Siivouskäytännöt
- Muuttuneet muutos- ja peruutusehdot
- Uudet tuotteet tai palvelut koronan myötä

- Aamiainen
- Digitaaliset palvelut sisäänkirjautumisen yhteydessä

Siivous ja puhtaanapito on asiakkaan näkökulmasta tärkeä ja vaikuttava tekijä, kun miettään, missä halutaan yöpyä (Brännare ym. 2005, 55). Koronan leviämisen myötä tuli siivouskäytäntöihin tehdä muutoksia, ettei virus pääsisi leviämään esimerkiksi pintojen kautta. Ihmisistä tuli myös tietoisempia käsihygienian tärkeydestä. Asiakkaat halusivat myös tietää, miten majoitusyrityksissä on otettu huomioon mahdollisuus viruksen leviämiseen.

Majoitusyrityksillä on käytössään muutos- ja peruutusehdot, jotka ovat riippuvaisia esimerkiksi varauksen ajankohdasta. Esimerkiksi vaihtoehto, jossa majoitus tulee maksaa heti, eikä sitä voi perua. Joskus käytössä on joustavampi ehto, jossa majoituksen voi perua tulopäivään saakka. Toisinaan voi olla eri hintaryhmiä samalle huonetyypille, mutta niissä on erilaiset muutos- ja peruutusehdot. Edullisimmat hinnat usein ovat hintoja, joista rahoja ei saa takaisin eikä majoitusajankohtaa saa muutettua. Kalliimmat hinnat usein sisältävät joustavimmat muutos- ja peruutusosoikeudet. (Brännare ym. 2005, 109-112) Keväällä kun koronavirus alkoi leviämään Suomessa, tapahtui se todella nopeasti. Joten ne, joilla oli hotelli varattuna, halusivat varmasti tietää, onnistuuko majoituksen peruutus tai siirto tällaisessa poikkeustilanteessa. Peruutusehtojen merkitys korostuu, kun asiakkaat haluavat varata majoituksen, mutta eivät ole varmoja, uskaltaako lopulta majoituspaikkaan mennä.

Uudet tuotteet ja palvelut kiinnostavat asiakkaita aina, joten niistäkin tulisi selvästi kertoa kotisivuilla. Koronan myötä syntyi kysyntää erilaisille etätyötiloille, kun monet työpaikat siirtyivät etätyöhön. Etätyötilat ovat hyvä vaihtoehto niille, jotka eivät jostain syystä pysty työskentelemään kotona.

Toinen tärkeä tekijä, kun valitaan majoituspaikkaa, on matkailijalle tarjottava aamupala (Brännare ym. 2005, 61.) Myös aamiaiseen kohdistui monia rajoituksia kevään ja kesän aikana, kun esimerkiksi noutopöydät eivät saaneet olla käytössä. Buffet-aamiainen on monille todella tärkeä asia majoituksessa, ja majoitusyrityksen tulisi kertoa, miten perinteinen buffet-aamiainen on korvattu.

Asiakkaan näkökulmasta on myös hyvä tietää, onko majoitusyrityksellä jotain digitaalisia vastaanottopalveluita käytössä. Joissain hotelleissa on perinteisen sisäänkirjautumisen vaihtoehtona myös itsepalveluautomaatti, jossa asiakas voi tehdä sisäänkirjautumisen

itse. (Hotel Speak 2016). Tämä helpottaa niiden asiakkaiden sisäänkirjautumista, jotka haluavat välttää ylimääräisiä kontakteja muihin ihmisiin.

3.3 Havainnoinnin tulokset

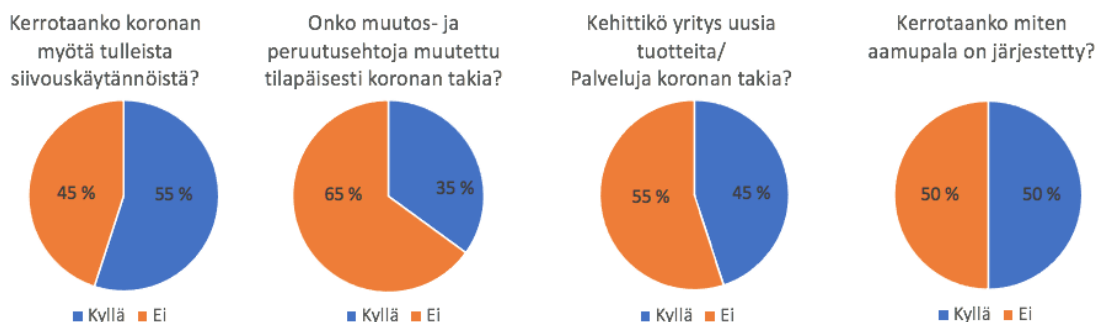
Havainnointia toteutettiin toukokuusta elokuuhun ja tulokset puretaan toukokuusta kuukausi kuukaudelta kertoen, miten jokaisena kuukautena on informoitu asiakkaita. Aamiaisen järjestämisen osalta ei ole laskettu mukaan majoitusyrityksiä, joiden konseptiin ei kuulu aamiaisen ollenkaan. 22 havainnoitavasta majoitusyrityksestä neljä ei tarjonnut aamiaista majoituksen yhteydessä.

Original Sokos Hotel Kupittaa on otettu huomioon vasta heinäkuun havainnointijaksolla, heti kun hotelli on avautunut. Hotel Kakolaa ei otettu tuloksiin mukaan, sillä hotelli ei auennut havainnointijaksojen aikana. (Visit Turku 2020; Hotel Kakola 2020).

Jokaisen kuukauden tulokset esitetään taulukoissa, jotta ne ovat mahdollisimman helpolukuisia. Tämän jälkeen selitetään paremmin tuloksia jokaisesta havainnoitavasta teemasta ja kerrotaan, mitä rajoituksia on ollut minäkin kuukautena, ja miten ne vaikuttivat eri teemoihin. Lopuksi vertaillaan koko havainnointijakson tuloksia eri kuukausilta ja esitellään erilaisia turvallisuusohjelmia, joita majoitusyritykset ovat kehittäneet pandemian myötä.

Toukokuu

Toukokuussa yhdeksän Turun alueen majoitusyrityksistä oli tilapäisesti suljettuna koronan takia, kun vertailukohteena oli 20 majoitusyritystä. Lisäksi osa majoitusyrityksistä kertoi olevansa auki rajoitetuin aukioloajoin, eli esimerkiksi olivat kiinni osan viikosta. Toukokuussa yli puolet, eli 55% majoitusyrityksistä kertoi kotisivuillaan muuttuneista siivouskäytännöistä asiakkailleen ja 35% oli tilapäisesti muuttanut muutos- ja peruutusehtojaan joustavimmiksi. 45% kaikista majoitusyrityksistä oli kehittänyt uusia tuotteita tai palveluja koronan takia ja kertoivat niistä kotisivuillaan ja 50% kertoi, miten aamiaisen oli järjestetty poikkeusoloissa. (Kuvio 3.)



Kuvio 3. Toukokuun havainnoinnin tulokset N=20.

Muun muassa Sokos Hotelli -ketju muutti peruutusehtojaan toukokuun loppuun asti, jolloin ennakkomaksetut huoneet, joita ei normaalisti saisi perua, sai perua tulopäivään kello 18 saakka. Jos asiakkaalla oli hotellivaraus jonkin suuren tapahtuman takia, joka peruttiin kesäkuulta tai heinäkuulta, sai majoituksen siirtää tai peruuttaa 31. heinäkuuta asti. (Sokos Hotels 2020a). Radisson Blu hotellien osalta peruutus oli mahdollista kesäkuun loppuun asti ja Scandic-ketjun hotelleilla toukokuun loppuun asti (Radisson Blu 2020; Scandic 2020a.) Holiday Club tarjosi mahdollisuutta siirtää tai peruuttaa majoitukset, jotka olivat viimeistään 18. kesäkuuta. Jos varaus peruttiin kokonaan, sai rahat takaisin. Jos asiakas halusi siirtää majoituksen loppuvuodelle, sai hän yhden ylimääräisen majoitusyön kaupan päälle. (Holiday Club 2020). Omena hotels tarjosi mahdollisuutta siirtää ennen 13. maaliskuuta varatut majoitukset, joiden ajankohta oli ennen 31. heinäkuuta, kunhan siirto tehtiin 30.4 mennessä. (Omena Hotels 2020a).

Koronan myötä hotelliketjut tarjosivat aivan uusia tuotteita. 45% kaikista Turun alueen majoitusyrityksistä oli kehittänyt uusia tuotteita ja palveluita. Esimerkiksi Sokos Hotelleilla oli päivähuoneita tietyissä hotelleissaan ympäri Suomea. Asiakas sai päivähuoneen käyttöön aamuseitsemältä ja huone tuli luovuttaa viimeistään iltakuudelta. Huonetta suositeltiin erityisesti etätöiden tekemiseen. (Sokos Hotels 2020b). Sokos Hotels tarjosi myös pitkäaikaismajoitusta, jossa minimiviipymisaika oli seitsemän vuorokautta. Majoitusta tarjottiin erilaisiin tarkoituksiin, ja maksu suoritettiin aina seitsemän päivän erissä. Näitä tuotteita ei kuitenkaan ollut tarjolla Turun Sokos Hotelleissa, vaan ne keskittyivät pääkaupunkiseudun hotelleihin. (Sokos Hotels 2020c).

Scandic hotellit tarjosivat samaa tuotetta kuin Sokos Hotellitkin, eli päivähuoneita. Myös heillä huone oli käytössä päiväsaikaan. (Scandic 2020b). Omena Hotelsilla oli myös päivähuoneita etätyöskentelyyn ja pitkäaikaismajoitusta, jossa yövytään useampi yö (Omena Hotels 2020b; Omena Hotels 2020c.) Hiisi Homes tarjosi koteja pidempään tar-

peeseen ja toukokuussa heillä oli tarjottavana karanteenikoteja ja etäkonttoreita. Karanteenikoti oli nimensä mukaisesti pitkäaikaismajoitusta vaikka karanteenin ajaksi. (Hiisi Homes 2020a).

Forenomilla oli keväällä kampanja, jossa se tarjosi muutamissa kaupungeissa Pohjoismaissa hoitoalalla työskenteleville kalustettuja asuntoja ilmaiseksi käyttöön. Kampanjan ideana oli auttaa hoitoalan työntekijöitä koronatilanteen keskellä ja tarjota heille kevenystä työntekoon, mikäli he eivät voineet asua omassa asunnossaan sillä hetkellä. Hakemuksen pystyi jättämään Forenomin omien kotisivujen kautta. Forenom tarjosi myös majoitusta karanteenin ajaksi sekä etätyötiloja. Forenomin kautta oli mahdollisuus tilata erilaisia paketteja tai lisää kalusteita. (Forenom 2020a; Forenom 2020b). Terveystuotteen kampanja oli todella erilainen muihin tuotteisiin verrattuna mitä majoitusyritykset ovat tarjonneet, mutta tätä ei ollut tarjolla Turussa.

Myös Radisson Blu Marina Palace tarjosi päivähuonetta käyttöön vaikka etätyöskentelyä varten (Radisson Blu Marina Palace 2020.) Sen mainos tuli sattumalta vastaan Facebook-sivuilla, eikä tätä tietoa löytynyt yrityksen kotisivuilta ollenkaan.

Toukokuussa oli voimassa ravitsemisliikkeiden rajoitukset, jolloin ruokaa sai myydä vain mukaan. Kuten aiemmin kuvioista 3 nähtiin, puolet Turun alueen majoitusyrityksistä viesti kotisivuillaan siitä, miten aamiainen oli järjestetty. Tarjolla oli toukokuun ajan monessa majoituspaikassa yksittäispakattu take-away aamiainen, jonka sai nauttia omassa hotellihuoneessaan. Take-away aamiainen sisälsi monessa majoituspaikassa hedelmiä, täytettyjä leipiä, kahvia tai teetä ja mehua. Lämpimiä ruokia ei ollut take-away aamiaisessa tarjolla.

Kesäkuu

Kesäkuuhun mennessä useampi majoitusyritys oli avannut ovensa normaalisti, mutta neljä oli vielä kiinni havainnoinnin hetkellä 15.6. Kiinni olivat Solo Sokos Hotel Seurahuone, Scandic Plaza, Scandic Atrium ja kokoushotelli Linnasmäki. Kuten kuvioista 4 näemme, yhä useampi sivusto oli parantanut asiakkaille suuntaamaansa viestintää verrattuna toukokuuhun. 60% kaikista majoitusyrityksistä kertoi muuttuneista siivouskäytännöistä, 20% oli muokannut muutos- ja peruutusehtojaan, 45% oli kehittänyt uusia tuotteita tai palveluja ja 50% kertoi, miten aamiainen järjestetään.



Kuvio 4. Kesäkuun havainnoinnin tulokset N=20.

Moni majoitusyritys oli palannut normaaleihin muutos- ja peruutuskäytäntöihin, joista poikkeuksena oli Radisson Blu, Sokos Hotellit sekä Holiday Club. Ne tarjosivat normaaleista muutos- ja peruutusehdoista poiketen joustavimmat ehdot matkailijoille, joilla oli majoitus kesäkuussa.

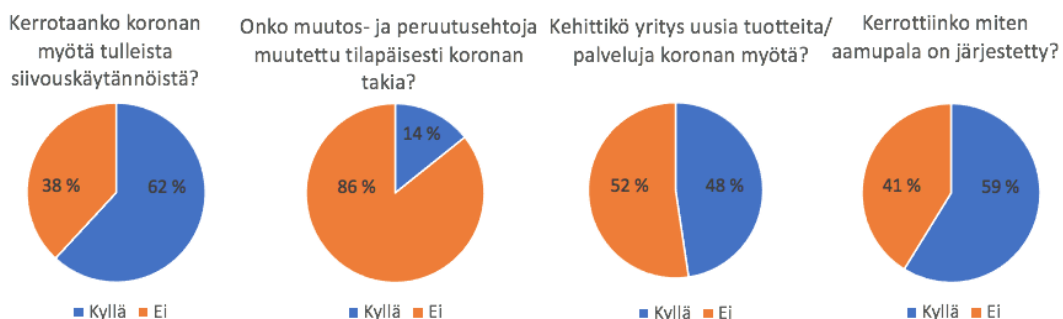
Uusia tuotteita koronan myötä ei markkinoitu kotisivuilla kesäkuussa, eli määrä oli sama kuin toukokuussa. Tarjolla oli siis samoja vaihtoehtoja kuin aiemminkin, kuten päivähuoneita etätyöskentelyyn ja majoitusta pidemmälle ajalle.

Kesäkuun alussa rajoituksia taas lievennettiin ja ravitsemisliikkeet saivat olla auki. Aamiaisesta viesti 50% majoitusyrityksistä, joka on sama määrä kuin toukokuussa. Aamiainen toteutettiin monessa majoitusliikkeessä lautatarjoiluna valmiina annoksina. Vaihtoehtona oli myös toukokuulta tuttu take-away aamiaispussi, jonka sai syödä huoneessa. Kesäkuussa aamiaisen toteutustapaa oli hankala havainnoida, sillä moni pienempi majoitusyritys ei ollut päivittänyt kotisivujaan ja sivustoilla saattoi olla vanhaa tietoa aamiaisen toteutustavasta. Puolet avoinna olevista majoitusyrityksistä, joissa aamupala on tarjolla, ei viestinyt, miten aamiaistarjoilu hoidetaan. Muun muassa muutamilla sivustoilla mainittiin, että aamiainen on tarjolla aamiaisbuffetissa, vaikka noutopöydät olivat tässä kohtaa vielä kielletty.

Heinäkuu

Heinäkuussa yhä useampi majoituspaikka oli auennut, kiinni oli enää yksi majoitusliike, joka oli Solo Sokos Hotel Seurahuone. Myöskin uusi Original Sokos Hotel Kupittaa avasi suunnitelmien mukaisesti 1. heinäkuuta. Heinäkuussa 62% majoitusyrityksistä viesti muuttuneista siivouuskäytännöistä asiakkailleen, missä on hieman nousua kesäkuuhun verrattuna. Muutos- ja peruutusehtojen osalta oli palattu normaaliin, poikkeuksena So-

kos hotellit, joten vain 14% oli muuttanut peruutusehtoja heinäkuun osalta. Uusia tuotteita ja palveluja markkinoi yksi lisää kaikista majoitusliikkeistä ja 59% kertoi, miten aamupala järjestetään.



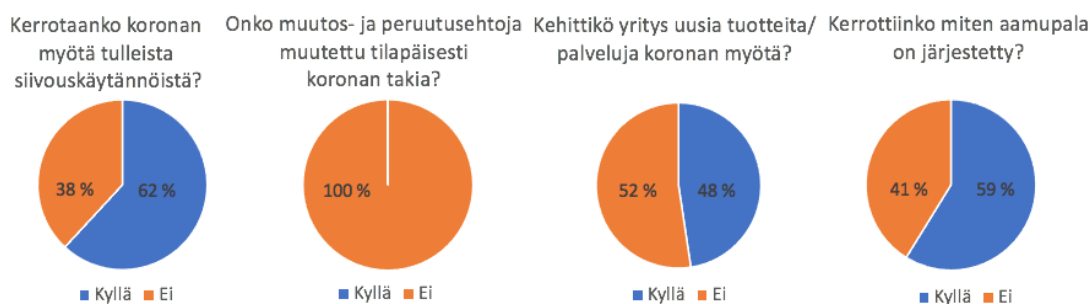
Kuvio 5. Heinäkuun havainnoinnin tulokset N=21.

Sokos Hotellit tarjosivat vielä heinäkuun ajan mahdollisuuden perua tai muuttaa majoitusta, joka oli varattu jonkin suuren peruuntuneen tapahtuman vuoksi. Myöskin suljettujen hotellien osalta sai varauksen siirtää tai rahat takaisin. (Sokos Hotels 2020a). Uusia tuotteita tai palveluita tuli ilmi vain yksi Sokos Hotel Kupittaaan auetessa.

22. kesäkuuta annetun hallituksen päätöksen mukaan noutopöydät sallittiin jälleen, jolloin majoitusyritykset saivat tarjota aamiaista buffet-muodossa. Tämän lisäksi monet majoitusyritykset pitivät take-away aamiaisen valikoimissaan ja asiakkaat saivat valita haluavatko syödä aamiaisravintolassa vai ottaa take-away aamiaisen huoneeseen.

Elokuu

Elokuussa kaikki majoituspaikat olivat auki normaaliin tapaan. Kuvion 7 mukaisesti 62% kertoi muuttuneista siivouskäytännöistä, joka oli sama määrä kuin heinäkuussa. 100% eli kaikki majoitusyritykset olivat palanneet normaaleihin muutos- ja peruutusehtoihin. 48% majoituspaikoista oli kehittänyt uusia tuotteita tai palveluita ja 59% kertoi, miten aamupala järjestetään.



Kuvio 6. Elokuun havainnoinnin tulokset N=21.

Ravitsemisliikkeiden toimintaan ei ollut tullut uusia rajoituksia, joten aamiaisen sai järjestää normaalisti. Moni suurempi majoituspaikka tarjosi buffet-aamiaisen lisäksi take-away aamiaista. Tämä on hyvä vaihtoehto, sillä välttämättä kaikki asiakkaat eivät halua tai uskalla tulla aamupalalle, jos hotelli on täynnä ja siellä on paljon asiakkaita. Elokuussa ei enää markkinoitu uusia palveluita tai tuotteita. Havainnointi aamupalasta elokuunkin osalta oli hankalaa, sillä ei ollut varmuutta, oliko joidenkin majoitusliikkeiden sivulla vanhaa tietoa aamupalan toteutuksesta.

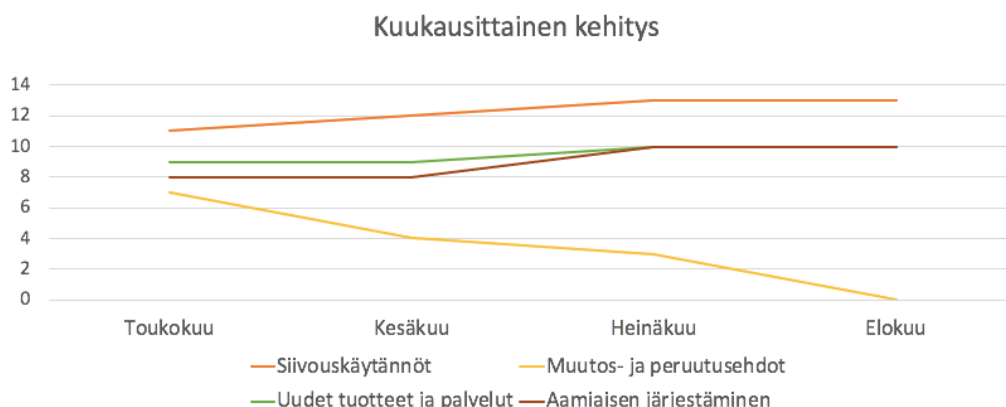
Digitaaliset vastaanottopalvelut

Havainnoinnin yksi osa-alue oli digitaaliset vastaanottopalvelut. Muutamilla havainnoitavista majoitusyrityksistä nämä olivat käytössä. Omenahotellilla on käytössä ovikoodit, joilla pääsee huoneeseen sisään, eikä sillä ole vastaanottoa. (Omena hotels 2020d). Forenomilla on myös käytössä koodilla toimivat ovet suurimmassa osassa kohteistaan. Osassa on käytössä perinteiset avaimet, mutta nekin toimitettiin erilliseen laatikkoon etukäteen. Hiisi Homes tarjoaa myös huoneeseen pääsyn ilman henkilökunnan tapaaamista (Forenom 2020c; Hiisi Homes 2020b).

Sokos Hotels tarjosi työmatkustajille mahdollisuuden tehdä sisäänkirjautumisen ja uloskirjautumisen Sokos Hotels-sovelluksen kautta, jos asiakkaalta löytyi S-card kanta-asiakasjäsenyys. Majoituksen pystyi myös maksamaan sovelluksen kautta. Tämä mahdollisuus ei siis ollut tarjolla vapaa-ajan matkustajille. (Sokos Hotels 2020d).

Yhteenveto

Kuvio 7 esittää majoitusyritysten kuukausittaisen kehittymisen eri teemojen viestinnässä. Kuten siitä näemme, elokuuhun mennessä 13 majoitusyritystä kertoi, miten ne ovat otaneet tehostuneen siivouksen huomioon, kun toukokuussa vastaava lukema oli 11. Muutos- ja peruutusehtoja muutettiin toukokuussa, kun moni hotelleista oli kiinni, mutta elokuuhun mennessä olivat kaikki majoituspaikat palanneet normaaleihin muutos- ja peruutusoikeuksiin. Majoitusyrityksistä yhdeksän oli jo toukokuussa kertonut uusista tuotteista ja palveluistaan, joita olivat kehittäneet koronan takia, mutta elokuuhun mennessä vain yhteensä 10 majoitusyritystä oli keksinyt uusia tuotteita tai palveluita. Elokuuhun mennessä 10 majoitusyritystä kertoi, miten järjestävät aamiaisen, eli nousua on siinäkin. Nousua on siis kaikissa muissa teemoissa paitsi muutos- ja peruutusehtojen muuttamisessa, sillä monet majoituspaikat palasivat normaaleihin ehtoihin, kun rajoituksia purettiin ja matkailijoiden määrä lisääntyi.



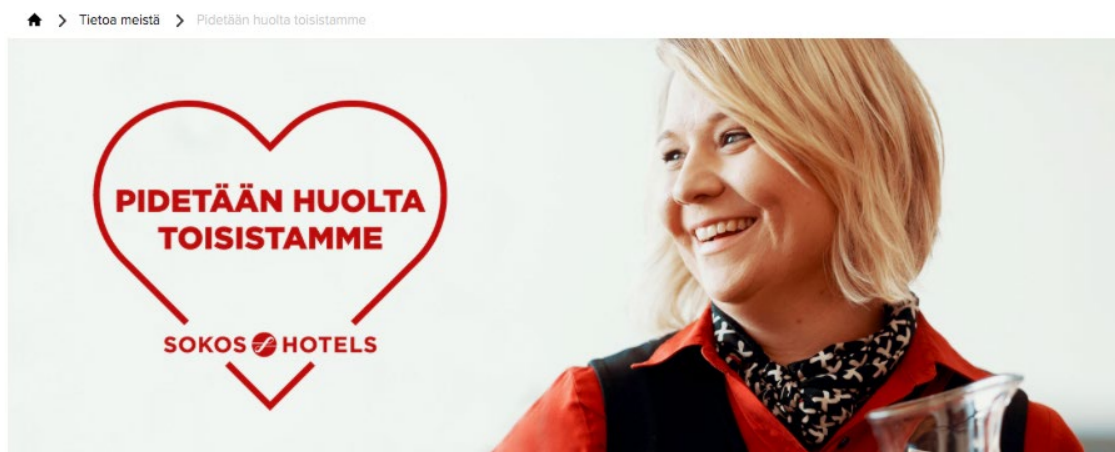
Kuvio 7. Kuukausittainen kehitys tuloksissa.

Havainnointijaksojen aikana tuli paljon rajoituksia, joiden mukaan majoitusliikkeet joutuivat muuttamaan käytäntöjään esimerkiksi aamiaisen ja siivouksen suhteen. Kahden uuden hotellin avautumista lykättiin koronan takia. Original Sokos Hotel Kupittaaan piti avata ovensa jo toukokuun alussa, mutta lopulta se aukesi heinäkuussa (Turun Sanomat 2020b.) Hotel Kakolan piti avautua alun perin kesällä, mutta avautumista lykättiin ensin syyskuuhun ja lopulta se avautui lokakuussa (Varsinais-Suomen yrittäjä 2020.)

Majoituspaikat kehittivät alkukevästä erilaisia uusia palvelutuotteita, kuten pitkäaikaismajoitusta ja päivähuoneita etätyöskentelyä varten. Aamiainen toteutettiin toukokuussa take-away aamiaisena ja kesäkuusta alkaen asiakkaat saivat tulla aamiaisravintolaan nauttimaan lautasannoksina aamiaista. Tilanteet muuttuivat taas nopeasti ja 22. kesäkuuta alkaen perinteiset noutopöydät sallittiin, mutta silti oli tarjolla turvallinen vaihtoehto syödä omassa huoneessaan aamiaista suurimmassa osassa majoitusyrityksiä. Moni suurempi majoitusliike viesti asiakkailleen todella monipuolisesti koko kevään ja kesän ajan muuttuneista tilanteista.

Moni majoituspaikka myös lanseerasi omia turvallisuusohjelmiaan turvalliseen vierailuun. Sokos Hotellien turvallisuusohjelma on nimeltään Pidetään huolta toisistamme. Siinä on ohjeita turvalliseen oleskeluun hotellissa. Kun asiakkaat varaavat majoituksen kotisivuilta, lähetetään heille sähköpostitse tietoa käytännöistä ennen vierailua. Kotisivuille ja hotellin aulaan on koottu hyvin laajasti tietoa, miten turvallisuudesta huolehdittiin hotellin yleisissä tiloissa, aamiaisella ja hotellihuoneessa. Siivoukseen on panostettu ympäri hotellia ja esimerkiksi vastaanotossa on pleksilasit suojaamassa henkilökuntaa

ja asiakkaita. Aamupalalla pöydät on laitettu kauemmas toisistaan ja ne siivotaan aina, kun asiakas vaihtuu. (Sokos Hotels 2020e; Sokos Hotels 2020f; Sokos Hotels 2020g; Sokos Hotels 2020h).



PIDETÄÄN HUOLTA TOISISTAMME

Vieraidemme ja henkilökuntamme hyvinvointi on meille ensiarvoisen tärkeää. Teemme kaikkemme, että hotelliemme ja ravintoloidemme turvallisuus ja hygienia ovat erityisen hyvin hoidettu. Ensimmäinen tavoitteemme on, että sinulla ja henkilökunnallamme on hyvä ja turvallinen mieli.

"Pidetään huolta toisistamme" on ohjelma, jolla huolehdimme sekä vieraidemme että henkilökuntamme turvallisuudesta. Ohjelma sisältää toimenpiteitä pohjautuen viranomaisohjeisiin ja -määräyksiin sekä yrityksen sisäisiä konsepti- ja hygieniaohjeita.

Kannustamme niin henkilökuntaamme kuin vieraitamme jäämään kotiin pienimmänkin sairausoireen ilmettyä.

Kuva 1. Sokos Hotels pidetään huolta toisistamme (Sokos Hotels 2020e).

Radisson Blu hotelleilla on 20 turvallisuusohjetta, joita hotellit voivat toiminnallaan noudattaa. Ohjeistukset löytyvät Radisson Blun kotisivuilta ja ne ovat todella helppolukuisia ja kaikissa ohjeissa on myös kuvat. (Radisson Blu 2020).

Scandicin turvallisuusohjelma on nimeltään Stay Safe at Scandic, joka sisältää melko samanlaisia ohjeita kuin Sokos Hotellin ohjelma. Muun muassa siivoukseen on panostettu, käsidesiä on saatavilla asiakkaille käyttöön ja vastaanotosta löytyy pleksilasit. Asiakkaita kannustetaan maksamaan maksukortilla hotellin palvelut, aamiasravintolassa pöydät on laitettu hieman kauemmaksi toisistaan ja pöydät siivotaan huolella, kun asiakas vaihtuu. (Scandic 2020c).

Tämän lisäksi huoneistohotelli Forenom kertoo, miten siellä on mahdollista majoittua tapaamatta henkilökuntaa. Heillä on käytössä koodilla toimivat ovet, joten heillä ei tehdä

perinteiseen tapaan sisäänkirjausta kuten muiden majoitusyritysten vastaanotossa. Siivous tehdään silloin, kun huoneessa ei ole ketään. (Forenom 2020c).



Kuva 2. Forenom usein kysytyt kysymykset (Forenom 2020c).

Havainnointia tehdessä huomattiin, että isot majoitusyritykset viestivät hyvin koronan vaikutuksista toimintaansa. Kun muutoksia tuli, ne päivittivät kotisivujaan sen mukaan. Monilla oli koottu tieto jo heti etusivulle, josta asiakas pääsi helposti tarkastelemaan tietoa. Usea majoitusliike oli tehnyt erillisen otsikoinnin koronalle, kuten näemme kuvassa 2. Joistain nettisivuista huomasi heti, ettei niitä oltu päivitetty. Tämän takia ei voinut olla varma, oliko joku tieto uutta vai vanhaa ja myös tulokset saattoivat hieman vääristyä. Yritykset saattoivat mainita, että ovat suljettuna jonkun tietyn ajan, mutta kun ne taas avautuivat, ei sivustolle ollut ilmestynyt mitään lisätietoja.

On mahdollista, että jotkut yritykset viestivät jossain sosiaalisen median kanavassa paremmin kuin kotisivuillaan, sillä some-kanavien päivittäminen on helppoa.

Havainnoinnin aikana tuli vastaan useita yrityksiä, jotka eivät maininneet sanallakaan koronan vaikutuksista kotisivuillaan. Ilmenikin, että mikäli yritys ei ollut jo toukokuussa maininnut koronarajoitteista, ei yritys maininnut niistä koko kesän aikana. Yhteensä 38%

majoitusyrityksistä ei viestinyt ollenkaan koronan vaikutusta toimintaansa. Suurin osa majoitusyrityksistä, jotka jättivät viestinnän kokonaan tekemättä, olivat pieniä yrityksiä. Kesä on tunnetusti majoitusyritysten sesonkiaikaa, joten asiakkaat olisivat varmasti kovanneet lisätietoja erityisesti koronatilanteen aikana.

4 LOPUKSI

Opinnäytetyö tehtiin toimeksiantona Turku Science Parkille ja tavoitteena oli selvittää, miten majoitusyritykset kertovat koronan aikaisista käytännöistään asiakkailleen kotisivuillaan koronaepidemian aikana.

Teoriaosiossa käsiteltiin kriisien tapahtumista majoitusalaalla, majoitusyritysten muutosjoustavuutta, kriisinhallintaa ja koronaepidemian tilannetta Suomessa keväällä ja kesällä 2020. Kriisien aikana korostuu majoitusyritysten kyky kehittää uusia palveluita ja tuotteita auttamaan kriisin ylitsepääsyssä ja kriisiviestintä on elintärkeää.

Opinnäytetyössäni tutkittiin havainnoimalla, miten kaksikymmentäkaksi Turussa sijaitsevaa majoitusyritystä viesti siivouskäytännöistä, muuttuneista muutos- ja peruutusehdoista, uusista palvelutuotteista, aamupalan järjestämisestä ja digitaalisista vastaanotto- palveluista. Havainnoinnin aikana keräsin kuvakaappauksia sivustoilta ja keräsin lisätietoa erilliselle word-dokumentille.

Opinnäytetyössäni onnistuin havainnointilomakkeen ja oikeiden havainnoitavien teemojen valinnassa. Havainnoimalla saatiin todella monipuolisesti tuloksia eri teemoista. Hyötyä oli myös siitä, että havainnointiajat määriteltiin etukäteen.

Parantamisehdotuksena opinnäytetyöhöni on kuvakaappausten määrä. Työn edetessä olisin kaivannut lisää kuvakaappauksia. Olisin myös voinut kirjoittaa enemmän asioita auki silloin, kun keräsin erilliseen word-dokumenttiin eri majoitusyrityksien käytäntöjä ja ohjeistuksia.

Jatkotoimenpide-ehdotukseni on, että Turku Science Park tai esimerkiksi Visit Turku opastaisi alueen yrityksiä kriisiviestinnän merkityksestä ja keinoista. Majoitusyrityksiä voisi esimerkiksi opastaa kriisiviestinnän toteuttamisessa ja painottaa kriisiviestinnän osaamisen tärkeyttä.

LÄHTEET

Aamulehti 2020. Suomessa todettiin toinen koronavirustartunta: Potilas hoidossa HUSissa – tämä sairastumisesta tiedetään. Viitattu 16.10.2020 <https://www.aamulehti.fi/a/3c110ae5-9d70-4ddd-90fc-66884461db43>.

Aaltola, J.; Aarnos, E.; Eskola, J.; Grönfors, M.; Hakala, J.; Heikkinen, H.; Kiviniemi, K.; Niikko, A.; Perkkilä, P.; Ropo, E.; Saarela-Kinnunen, M.; Saloviita, T.; Syrjälä, L.; Valli, R.; Wallin, A.; Vastamäki, J. & Åhlberg, M. 2015. Ikkunoita tutkimusmetodeihin 1. Jyväskylä: PS-kustannus.

Brännare, R.; Kairamo, H.; Kulusjärvi, T. & Matero, S. 2005. Majoitus- ja matkailupalvelu. Werner Södertström Osakeyhtiö 4. painos, 2005.

Chon, K.; Laws, E. & Prideaux, B. 2007. Crisis Management in Tourism. Viitattu 30.10.2020 <https://ebookcentral.proquest.com/lib/turkuamk-ebooks/reader.action?docID=289917>.

Forenom 2020a. Forenom antaa ilmaisia asuntoja terveydenhuollon ammattilaisten käyttöön auttaakseen taistelussa koronavirusta vastaan. Viitattu 15.5.2020 <https://www.forenom.com/fi/uutiset/forenom-antaa-ilmaisia-asuntoja-terveydenhuollon-ammattilaisten-kayttoon-auttaakseen-taistelussa-koronavirusta-vastaan/>.

Forenom 2020b. Valmiutemme ja palvelumme koronaepidemian aikana. Viitattu 15.5.2020 <https://www.forenom.com/fi/uutiset/palvelumme-koronapandemian-aikana/>.

Forenom 2020c. Usein kysytyt kysymykset koronavirusepidemian vaikutuksista asumiseen. Viitattu 15.5.2020 <https://www.forenom.com/fi/uutiset/usein-kysytyt-kysymykset-koronavirusepidemian-vaikutuksista-asumiseen-forenomilla/>.

Gössling, S.; Scott, D. & Hall, M. 2020. Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. Viitattu 29.10.2020 <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2020.1758708>.

Heikkilä, J. 2017. Juha-Pekka Heikkilä: Organisaation resilienssi – ennakoimattoman mahdollisuudet. Viitattu 31.10.2020 <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/uutiset/uutiset-2017/organisaation-resilienssi--ennakoimattoman-mahdollisuudet/>.

Herrala, O. 2020. Korona synnyttää yllättäviäkin kumppanuuksia: Luksushotelli, siivousfirma ja lastehoito löivät hynttyyt yhteen. Viitattu 12.20.2020 <https://www.kauppalehti.fi/uutiset/korona-synnyttaa-yllattaviakin-kumppanuuksia-luksushotelli-siivousfirma-limusiinitalo-ja-lastenhoitajaloivat-hynttyyt-yhteen/6448bbdb-258e-40b5-939f-8959de2794a2>.

Hiisi Homes 2020a. Painu Hiiteen karanteeniin! Viitattu 15.5.2020 <https://www.hiisihomes.fi/palvelut/karanteenikoti/>.

Hiisi Homes 2020b. Syystarjoukset. Viitattu 3.11.2020 <https://www.hiisihomes.fi/tarjoukset/syys-tarjoukset/#/booking/search>.

Hirsjärvi, S.; Remes, P. & Sajavaara, p. 1995. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi.

Holiday Club 2020. TIEDOTE: Holiday Club seuraa jatkuvasti koronavirus-tilannetta. Viitattu 15.5.2020 <https://www.holidayclubresorts.com/fi/etusivu/uutiset/tiedote-holiday-club-seuraa-jatkuvasti-koronavirus-tilannetta/>.

Holloway, J. & Humphreys, C. 2016. The Business of Tourism 10th edn. Pearson Education Limited: United Kingdom.

Hotel Kakola 2020. Hotel Kakola aukeaa syyskuussa. Viitattu 9.10.2020 <https://www.hotelkakola.fi/hotel-kakola-aukeaa-syyskuussa/>.

Hotel Speak 2016. 5 Reasons Your Hotel Should Have Self Check-In. Viitattu 11.11.2020 <https://www.hotelspeak.com/2016/11/5-reasons-your-hotel-should-have-self-check-in/>.

Huhtala, H. & Hakala, S. 2007. Kriisi ja viestintä. Gaudeamus kirja Oy Helsinki.

Iivari, P. 2012. Matkailun turvallisuus globaalit muutokset – paikalliset vaikutukset. Rovaniemen ammattikorkeakoulu.

Kajander, R. 2020. Näin Suomen ensimmäinen koronavirus varmistui – Tämä tapauksesta tiedetään. Viitattu 16.10.2020 <https://yle.fi/uutiset/3-11183390>.

Kansanuutiset. 2020. Uudenmaan sulkua päättyy tänään – Marin: Nyt ei ole oikea aika lähteä mökille. Viitattu 3.11.2020 <https://www.kansanuutiset.fi/artikkeli/4246197-uudenmaan-sulkupaattyy-jo-tanaan-marin-nyt-ei-ole-oikea-aika-lahtea-mokille>.

Kaushal, V. & Srivastava, S. 2020. Hospitality and tourism industry amid COVID-19 pandemic: perspectives on challenges and learnings from India. Viitattu 19.10.2020 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431920302590>.

Kilpeläinen, J. 2020. Ansaittu julkisuus – Kaikki olennainen mediaviestinnästä. Alma Talent Helsinki.

Korpinen, S. & Lindström, S. 2020. Mainekriisi – Syöksykierteeseen ja takaisin siiville. Alma Talent Helsinki.

Korpiola, L. 2011. Kriisiviestintä digitaalisessa julkisuudessa. Suomen Graafiset Palvelut Oy, Kuopio 2011.

Kortesuo, K. 2016. Riko lasi hätätilanteessa – Kriisiviestinnän pikaopas johtajalle. Helsingin seudun kaupunkamari.

Kylpylähotelli Rauhalampi 2020. Huoleton loma – koronaturvallisempi kylpyläloma. Viitattu 12.10.2020 <https://www.rauhalampi.fi/majoitus/lomapaketit/huoleton-loma>.

Lehtonen, J. 2009. Ettei pahin tapahtuisi – Riski- kriisiviestinnän perusteet. Mainostajien liitto Helsinki.

Nieminen, M.; Talja, H.; Heikkilä, J.; Airola, M.; Viitanen, K.; Tuovinen, J. Muutosjoustavuus Organisaation resilienssin tukeminen. Viitattu 29.10.2020 <https://www.vtresearch.com/sites/default/files/pdf/technology/2017/T318.pdf>.

Omena Hotels 2020a. Päivitimme varausehtojamme. Viitattu 15.5.2020 <https://www.omenahotels.com/fi/lisaamme-joustavuutta-ennen-13-3-2020-tehtyjen-varausten-muuttamiseen/>.

Omena Hotels 2020b. Ole kuin kotonasi – Omena-hotellin pitkäaikaismajoitus on pelastajasi arjen yllätystilanteissa. Viitattu 15.5.2020 <https://www.omenahotels.com/fi/pitkaaikaismajoitus/>.

Omena Hotels 2020c. Etätyön tehokkuudesta keskustellaan nyt enemmän kuin koskaan. Viitattu 15.5.2020 <https://www.omenahotels.com/fi/etatyon-tehokkuudesta-keskustellaan-nyt-enemman-kuin-koskaan/>.

Omena Hotels 2020d. Kysyttyä – UKK. Tulo- ja lähtöselvitys. Viitattu 3.11.2020 <https://www.omenahotels.com/fi/kysyttya/>.

Radisson Blu 2020. Koronavirus (COVID-19) -päivitys – laajennettu peruutuskäytäntö. Viitattu 15.6.2020 <https://www.radissonhotels.com/fi-fi/covid-19>.

Radisson Blu Marina Palace 2020. Etätyö Facebook 8.4.2020, Radisson Blu Marina Palace. Tilapäivitys Radisson Blu Marina Palacen sivuilla. Viitattu 15.5.2020 <https://www.facebook.com/RadissonBluMarinaPalaceHotelTurku>.

Rautiainen, M & Siiskonen, M. 2007. Majoitustoiminta ja palveluosaaminen. Restamark Helsinki.

Scandic 2020a. Yleisimmät kysymykset koronavirukseen liittyen. Viitattu 15.5.2020 <https://www.scandichotels.fi/asiakaspalvelu/usein-kysytyt-kysymykset/covid-19-coronavirus/faq-koronavirus>.

Scandic 2020b. Vuokraa hotellihuone päiväksi. Viitattu 15.5.2020 <https://www.scandichotels.fi/tarjoukset/tyohuone-hotellissa-tarjous>.

Scandic 2020c. Majoitu ja vieraile turvallisesti. Viitattu 15.6.2020 <https://www.scandichotels.fi/asiakaspalvelu/usein-kysytyt-kysymykset/covid-19-coronavirus>.

Skoglund, T. 2004. Yrityksen kriisinhallinta – johtajuus ja viestintä. Tietosanoma Oy: Helsinki.

Sokos Hotels 2020a. S-ryhmän kaikkiin hotelleihin voi tehdä normaalisti varauksia. Viitattu 15.6.2020 https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/lahes-kaikki-s-ryhman-hotellit/015388209_419607.

Sokos Hotels 2020b. Päivähuone tarjoaa oman hetken etätöihin tai lepoon. Viitattu 7.10 https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/paivahuone-tarjoaa-oman-hetken/015420205_419607.

Sokos Hotels 2020c. Pitkäaikaismajoitusta edullisesti Flamingossa. Viitattu 9.10.2020 https://www.sokoshotels.fi/fi/tarjoukset/tarjous/pitkaaikaismajoitusta-edullisesti/025415919_419563.

Sokos Hotels 2020d. Helpompaa hotellielämää S-card asiakkaille. Viitattu 15.8..2020 <https://www.sokoshotels.fi/fi/sokos-hotels-mobiili>.

Sokos Hotels 2020e. Pidetään huolta toisistamme. Viitattu 15.6.2020 <https://www.sokoshotels.fi/fi/tietoa-meista/pidetaan-huolta-toisistamme>.

Sokos Hotels 2020f. Aamiainen. Viitattu 15.6.2020 https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankoh-taista/uutinen/valitse-sinulle-sopivin-aamiainen/015470805_419607.

Sokos Hotels 2020g. Saapuminen hotelliin ja yleiset tilat. Viitattu 15.6.2020 https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/saapuminen-hotelliin-ja-yleiset/015470761_419607

Sokos Hotels 2020h. Hotellihuone. Viitattu 15.6.2020 https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankoh-taista/uutinen/hotellihuone/015470784_419607.

Terveysten ja hyvinvoinnin laitos 2020a. Koronavirus COVID-19. Viitattu 16.10.2020 <https://thl.fi/fi/web/infektiotaudit-ja-rokotukset/taudit-ja-torjunta/taudit-ja-taudinaiheuttajat-a-o/koronavirus-covid-19>.

Terveysten ja hyvinvoinnin laitos 2020b. Koronaviruksen tarttuminen ja itämisaika. Viitattu 29.10.2020 <https://thl.fi/fi/web/infektiotaudit-ja-rokotukset/ajankohtaista/ajankohtaista-koronaviruksesta-covid-19/tarttuminen-ja-suojautuminen-koronavirus/koronaviruksen-tarttuminen-ja-itamisaika>.

Tieteen kuvalehti 2020. Luonnon voimat tuhoavat kaiken. Viitattu 15.10.2020 <https://tieku.fi/luonto/luonnonkatastrofit>.

Tilastokeskus 2020a. Suomalaisten matkailu – käsitteet ja määritelmät. Viitattu 30.10.2020 <http://tilastokeskus.fi/til/smat/kas.html>.

Tilastokeskus 2020b. Liitetaulukko 6. Yöpymiset kaikissa majoitusliikkeissä kuukausittain, 2020. Viitattu 29.10.2020 https://www.stat.fi/til/matk/2020/08/matk_2020_08_2020-09-24_tau_011_fi.html.

Tilastokeskus 2020c. Kotimaisten matkailijoiden yöpymiset vähenivät 74 prosenttia touku-
kuussa. Viitattu 6.10 https://www.stat.fi/til/matk/2020/05/matk_2020_05_2020-06-25_tie_001_fi.html.

Turun Sanomat 2020a. Suomessa yhteensä 40 koronatartuntaa – Varsinais-Suomessa toinen
tartunta. Viitattu 16.10.2020 <https://www.ts.fi/uutiset/kotimaa/4888004/Suomessa+yhteensa+40+koronatartunta+VarsinaisSuomessa+toinen+tartunta>.

Turun Sanomat 2020b. Kupittaa Sokos-hotelli avautuu tänään – avausviikolla vain pari hu-
onetta on tyhjänä. Viitattu 10.11.2020 <https://www.ts.fi/uutiset/talous/4994190/Kupittaa+Soko-shotelli+avautuu+tanaan++avausviikolla+vain+pari+huonetta+on+tyhjana>.

Työ- ja elinkeinoministeriö 2020. Muutosjoustavuus (resilienssi). Viitattu 1.10.2020
<https://tem.fi/muutosjoustavuus-resilienssi->.

Valtioneuvosto 2020a. Alueellinen tilannekuva ja kehitysnäkymät – Kevät 2020. Viitattu
16.10.2020 https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162320/TEM_2020_35.pdf.

Valtioneuvosto 2020b. Valmiuslain mukaisten toimivaltuuksien käytöstä luovutaan - poikkeus-
olot päättyvät tiistainan 16. kesäkuuta. Viitattu 3.11.2020 <https://valtioneuvosto.fi/-/10616/valmiuslain-mukaisten-toimivaltuuksien-kaytosta-luovutaan-poikkeusolot-paattyvat-tiistaina-16-kesakuuta>.

Valtioneuvosto 2020c. Ravitsemisliikkeiden toimintaa rajoitetaan ja valmiuslain mukaisia toimi-
valtuuksia jatketaan. Viitattu 6.10 <https://valtioneuvosto.fi/-/10616/ravitsemisliikkeiden-toimintaa-rajoitetaan-ja-valmiuslain-mukaisia-toimivaltuuksia-jatketaan>.

Valtioneuvosto 2020d. Hallitus linjasi kotimaassa voi matkailla kun noudattaa terveys- ja turvalli-
suusohjeita. Viitattu 6.10.2020 <https://valtioneuvosto.fi/-/10616/hallitus-linjasi-kotimaassa-voi-matkailla-kun-noudattaa-terveys-ja-turvallisuusohjeita>.

Valtioneuvosto 2020e. Ravintolat avataan 1. kesäkuuta – rajoituksilla estetään koronaviruksen
tartuntariskiä. Viitattu 6.10.2020 <https://valtioneuvosto.fi/-/1271139/ravintolat-avataan-1-kesakuuta-rajoituksilla-estetään-koronaviruksen-tartuntariskia>.

Valtioneuvosto 2020f. Hallitus linjasi lievennyksistä kokoontumisrajoituksiin – ravitsemisliikkei-
den toimintaan ja vierailukäytäntöihin. Viitattu 6.10.2020 <https://valtioneuvosto.fi/-/10616/hallitus-linjasi-lievennyksista-kokoontumisrajoituksiin-ravitsemisliikkeiden-toimintaan-ja-vierailukaytantoihin-1>.

Varsinais-Suomen yrittäjä 2020. Hotel Kakola on avautunut. Viitattu 10.10.2020 <https://www.ylehti.fi/uutiset/nayta/20854/Hotel+Kakola+avautuu+tanaan>.

Vikman, J. 2020. Kuinka koronan aikaan tulisi viestiä ulospäin? Viitattu 8.10.2020
<https://mtl.fi/blogi/kuinka-koronan-aikaan-tulisi-viestia-ulospain/>.

Visit Finland 2019. Matkailun poikkeustilanneviestinnän kansallinen suunnitelma. Viitattu
30.10.2020 <https://www.businessfinland.fi/4994be/globalassets/finnish-customers/02-build-your-network/visit-finland/julkaisut/matkailun-poikkeustilanneviestinnan-kansallinen-suunnitelma---tiivitelma.pdf>.

Visit Turku 2020. Uusi Original Sokos Hotel Kupittaa avaa ovensa Turun keskustan kupeessa.
Viitattu 8.10.2020 https://www.visitturku.fi/uutinen/2020-06-30_uusi-original-sokos-hotel-kupittaa-avaa-ovensa-turun-keskustan-kupeessa.

Volo, S. 2008. Communicating Crises Through Destination Websites. Viitattu 19.10.2020
https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1300/J073v23n02_07.

World Health Organization 2020. WHO Coronavirus disease (COVID-19) Dashboard. Viitattu 19.10.2020 <https://covid19.who.int/region/euro/country/fi>.

World Tourism Organization 2020. Viitattu 30.10.2020 <https://www.unwto.org/why-tourism>.

Havainnointilomake

Havainnointipäivä xx.xx.xxxx					
Viestitäänkö seuraavista muuttuneista käytännöistä majoitusyrityksen kotisivuilla?	Siivouskäytännöt	Muutos- ja peruutusehdot	Uudet tuotteet koronan myötä	Aamiainen	Muuta huomioitavaa?
Solo Sokos Hotel Seurahuone					
Original Sokos Hotel Wiklund					
Original Sokos Hotel Kupittaa					
Radisson Blu Marina Palace					
Scandic Julia					
Scandic Plaza					
Scandic Atrium					
Holiday Club Caribia					
Omena hotelli					
Sunborn Oy Ruissalon Kylpylä					
Hotel Seaport					
Centro hotel					
Park Hotel					
Hotel Kakola					
Hotelli Helmi					
Bed and breakfast Tuure					
Ruissalo Camping					
Hotelli ja hostelli Linnasmäki					
Bore hostelli					
Forenom					
Hiisi Homes Turku					
Meri-Karinan hyvinvointikeskus					