

Saimaan ammattikorkeakoulu
Hotelli- ja ravintola-ala Imatra
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Sara Virtanen

Digitalisaation ilmeneminen hotellin toiminnassa

Opinnäytetyö 2018

Tiivistelmä

Sara Virtanen

Digitalisaation ilmeneminen hotellin toiminnassa, 32 sivua, 2 liitettä

Saimaan ammattikorkeakoulu

Hotelli- ja ravintola-ala Imatra

Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma

Opinnäytetyö 2018

Ohjaajat: lehtori Ilkka Lehtola, Saimaan ammattikorkeakoulu

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, millä tavoin digitalisaatio ilmenee hotellin toiminnassa. Opinnäytetyössä keskityttiin tutkimaan digitalisaation nykyisiä muotoja hotellissa. Digitalisaation ja hotellin toiminnan menneisyydestä ja oletettavasta tulevaisuudesta hankittiin kirjallista tietoa tutkimuksen tueksi. Opinnäytetyössä selvitettiin, millä tavoin digitalisaatio ilmenee hotelleissa, jotka sijaitsevat Etelä-Karjalan maakunnassa. Pääaiheiksi valittiin sähköiset varaustavat, itsepalveluna toimiva sisäänkirjautuminen, maksuvaihtoehdot, hotellihuoneen digitaalinen teknologia ja langaton internetverkko.

Tutkimus suoritettiin kvalitatiivisena eli laadullisena tutkimuksena, jossa haastateltiin työntekijöitä viidestä eri hotellista aikavälillä 13.8.2018 – 12.9.2018. Ennen haastattelua vastaajille lähetettiin saatekirje, joka sisälsi tarkempaa tietoa haastattelusta ja siihen liittyvistä teemoista. Haastatteluun osallistuneet henkilöt vastasivat paperisella kyselylomakkeella oleviin avoimiin kysymyksiin. Tutkimuksessa hyödynnettiin teemahaastattelua. Teemoja oli yhteensä viisi ja kukin haastattelukysymys perustui yhteen teemaan. Teoreettista tietoa hankittiin kirjoista, artikkeleista ja sähköisistä julkaisuista.

Tulosten perusteella voidaan todeta, että digitalisaatio ilmenee tutkimuskohteiden toiminnassa melko vaatimattomilla tavoilla ja digitalisaation hyödyntäminen on vähäistä. Tutkimus toi esille vain muutamia uusia digitaalisia elementtejä. Digitalisaation tulevaisuudesta ei saatu paljon tietoa. Sen verran voidaan todeta, että kahdessa tutkimuskohteessa palvelut, sellaiset kuin sisään- ja uloskirjautuminen, maksaminen ja oven avaaminen, on mahdollista suorittaa itsenäisesti mobiililaitteen kautta tulevaisuudessa.

Asiasanat: digitalisaatio, hotelli, digitalisaatio hotellissa, teemahaastattelu

Abstract

Sara Virtanen

Manifestations of the Digitalization in Hotel Business, 32 pages, 2 appendices

Saimaa University of Applied Sciences

Tourism and Hospitality Imatra

Degree Programme in Hotel and Restaurant Business

Bachelor's Thesis 2018

Instructor: Mr Ilkka Lehtola, Senior Lecturer, Saimaa UAS

The purpose of the thesis was to find out what kind of manifestations the digitalization has in hotel business. The thesis focused mainly on examining how digitalization exists in hotel business today. Data about past and future of both digitalization and hotel business were collected to support the research. The purpose was to find factors from hotels located in South Karelia which had changed because of digitalization. Such factors are online booking sites and WiFi connection, for example.

This study was carried out as qualitative research. The data was collected by interviewing employees from five different hotels from 13th of August 2018 to 12th of September 2018. The cover letter was sent to the respondents before the interview. The cover letter contained information about the interview and the themes that were related to it. The open questions were written on paper and interviewees answered them. Theme interview was used in the study. There were five themes and each one of the questions followed its own theme. Theoretical information was gathered from literature, articles and the Internet.

Based on the findings, it can be said that digitalization has quite modest manifestations in the case hotels. In addition, the case hotels still adhere to many traditional practices. The study found only a few new digital elements. There was not much data about the future of digitalization in the case hotels. So far it can be said that many of the hotel services, such as check-in and check-out, payment and door opening, will move to digital devices shortly.

Keywords: digitalization, hotel, digitalization in hotel, theme interview

Sisällys

1	Johdanto	5
1.1	Opinnäytetyön tavoitteet	5
1.2	Opinnäytetyön laatiminen	6
2	Opinnäytetyön toteuttaminen	7
2.1	Tutkimusmenetelmä.....	7
2.2	Haastattelu	8
2.3	Teema-alueet	9
3	Digitalisaatio	10
4	Hotellitoiminnan kehitys Suomessa	12
4.1	Hotelli.....	12
4.2	Hotellitoiminta Suomessa	13
4.3	Ketjuuntuminen	14
5	Digitalisaatio hotellissa	15
5.1	Hotellihuoneiden varaaminen internetin kautta.....	16
5.1.1	Hotellien ja hotelliketjujen oma varausjärjestelmä.....	17
5.1.2	Online-varausten välittäjät.....	17
5.2	Sisäänkirjautuminen itsepalveluna	18
5.3	Maksuvaihtoehdot.....	19
5.4	Digitaalinen teknologia hotellihuoneessa	20
5.5	Verkkoyhteydet hotellissa	21
6	Digitalisaation ilmeneminen hotellin toiminnassa.....	22
6.1	Varaustavat	22
6.2	Sisäänkirjautuminen.....	23
6.3	Maksutavat.....	23
6.4	Digitaaliset lisälaitteet hotellihuoneissa	24
6.5	Asiakkaan käytössä olevat verkkoyhteydet	25
7	Yhteenveto ja johtopäätökset.....	25
8	Pohdintaa.....	27
	Lähteet	30

Liitteet

Liite 1	Saatekirje
Liite 2	Haastattelulomake

1 Johdanto

Digitaalisella tietotekniikalla on nykyään vahva rooli jokapäiväisessä elämässämme. Yhä useampi ihminen kantaa mukanaan älylaitetta, joka toimii ympärivuorokautisena ikkunana digitaaliseen maailmaan (Hiltunen 2017, 50 - 51). Älylaitteiden avulla voimme hankkia tietoa tai ostaa tuotteita ja palveluita helposti ja nopeasti. Digitaalinen tietotekniikka on vahvasti läsnä myös yritysten liiketoiminnassa. Sen avulla pyritään luomaan entistä paremmat julkiset palveluketjut ihmisten elämäntilanteen parantamiseksi (Valtiovarainministeriö). Digitaalisesta liiketoiminnan muutoksesta käytetään yleisesti nimitystä digitalisaatio.

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, millä tavoin digitalisaatio ilmenee hotellin toiminnassa. Vastauksia pyritään löytämään tutkimalla, mitä erilaisia digitaalisia teknologiamuotoja hotelli nykyään hyödyntää. Aihe on ajankohtainen, koska digitalisaatiota tapahtuu jatkuvasti. Vaikka hotellityöntekijöiden on yhä keskityttävä antamaan mahdollisimman laadukasta palvelua asiakkaille, taustalla tapahtuu samaan aikaan digitalisoitumista ja automatisointia (Leponiemi 2014). Aihetta tutkitaan sen yleisen kiinnostavuuden takia, joten tutkimus ei suoranaisesti hyödytä ketään.

Valitsin kyseisen aiheen opinnäytetyölleni, koska olen kiinnostunut digitalisaatiosta ja siitä, kuinka se muuttaa hotellin toimintatapoja. Olen kiinnostunut myös siitä, kuinka työskentely hotellissa muuttuu digitalisaation vaikutuksesta. Yleisesti voidaan todeta, että digitalisaatio on muuttanut merkittävästi yritysten toimintatapoja, joten hotellin toimintatapojen on täytynyt muuttua yhtä lailla. Yksi ilmeisimmistä muutoksista on esimerkiksi sähköiseen muotoon muuttunut varausjärjestelmä, mutta digitalisaation vaikutukset voivat olla kauaskantoisemmat. Siksi haluan mennä syvemmälle ja tutustua tarkemmin digitalisaation muotoihin hotellin toiminnassa.

1.1 Opinnäytetyön tavoitteet

Opinnäytetyön tavoite on selvittää, millä tavoin digitalisaatio ilmenee hotelleissa, jotka sijaitsevat Etelä-Karjalan maakunnassa. Tarkoituksena on myös selvittää,

miten hotellit hyödyntävät digitaalista teknologiaa, ja noudatetaanko joitain perinteisiä toimintatapoja yhä edelleen.

Koska digitalisaatio kulkee aikajanalla jatkuvasti eteenpäin, tavoitteena on saada käsitys myös hotellialan tulevaisuudesta. Toisin sanoen tutkimuksen avulla pyritään selvittämään, minkälaisia uusia digitaalisia innovaatioita hotelliin on oletettavasti odotettavissa. Tässä opinnäytetyössä digitaalisilla innovaatioilla tarkoitetaan digitalisaation aikaansaamia uusia tai entistä paranneltuja palveluja (Tilastokeskus).

1.2 Opinnäytetyön laatiminen

Kyseessä on tutkimuksellinen opinnäytetyö. Tutkimustyön toteuttamiseksi on hankittu laadullista tutkimusta käsittelevää aineistoa ja valittu erilaisten aineistonkeruumenetelmien joukosta sopivin vaihtoehto. Teoriaosuudessa käsitellään digitalisaatiota sekä yleisesti että hotellin näkökulmasta. Teoreettista tietoa on kerätty niin kirjoista, artikkeleista kuin sähköisistä julkaisuistakin. Tutkimuksen käytännön osuuden suorittamiseksi haastatellaan hotellialan työntekijöitä.

Opinnäytetyössä tutkitaan digitalisaation ilmenemistä hotellin eri osa-alueiden toiminnassa. Tarkoituksena on löytää tekijöitä, joissa on tapahtunut muutoksia juuri digitalisaation vaikutuksesta. Empiiriseen tutkimukseen osallistuvat henkilöt työskentelevät hotelleissa, jotka sijaitsevat Etelä-Karjalan alueella. Hotellit voivat olla itsenäisiä tai kuulua kansainväliseen ketjuun, mutta niiden täytyy sijaita Etelä-Karjalan maakunnassa. Opinnäytetyön kannalta kaikkein tärkein aika on nykyhetki, mutta menneisyys ja tulevaisuus tukevat työtä.

Samankaltaista aihetta, eli digitalisaatiota hotellin toiminnassa, ei ole paljon käsitelty aikaisemmissa opinnäytetöissä, jotka on julkaistu Theseus-verkkokirjastossa. Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa oli tehty opinnäytetyö *Tulevaisuuden hotellihuone*, jossa käsiteltiin uutta teknologiaa ja kuinka sitä voitaisiin hyödyntää hotellihuoneissa (Nieminen 2016). Tämän lisäksi Laurea ammattikorkeakoulussa oli tehty opinnäytetyö *Digitalisaatio restonomien työssä; Case Original Sokos Hotel Tapiola Garden*. Sen tavoitteena oli luoda kehitysideoita koulutuksen parantamiseksi, jotta valmistuvat restonomit olisivat

valmiimpia työelämän haasteita ja digitalisaation kehitystä varten hotellityössä. (Karttunen & Tiainen 2016.)

Tässä opinnäytetyössä keskitytään tutkimaan digitalisaation muotoja sekä sen aikaansaamia muutoksia hotellialalla. Koska tutkimus pohjautuu digitalisaatioon, on tärkeää ymmärtää, mitä se tarkoittaa. Edellä määritellään digitalisaation käsite ja tutustutaan lyhyesti sen kehityskulkuun.

2 Opinnäytetyön toteuttaminen

Opinnäytetyöhön hankitaan tietoa olemassa olevien lähteiden ja haastattelujen avulla. Haastattelut suoritetaan luonnollisissa tilanteissa, joita ovat esimerkiksi kasvokkain tapahtuva keskustelu ja puhelinsoitto. Haastattelukysymysten vastaukset muodostuvat sen perusteella, mitä haastateltavat itse sanovat. Tarkoituksena on kerätä kokoon tietoa, joka on sisällöltään kattavaa ja mahdollisimman laadukasta.

2.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimuksessa käytetään kvalitatiivista eli laadullista tutkimusmenetelmää. Kvalitatiivisen tutkimuksen tarkoituksena on tutkia määriteltyä kohdetta mahdollisimman kokonaisvaltaisesti. Se voidaan ymmärtää tutkimuksena, jossa aineiston muotoa ei kuvailla numeraalien eli lukusanojen avulla. Ihmisen näkökulmat ja ”ääni” ovat tärkein tiedonlähde, sillä periaate on, että havainto ja keskustelut tuottavat enemmän tietoa kuin mittaaminen. (Eskola & Suoranta 1998, 13; Hirsijärvi, Remes & Sajavaara 2009, 161, 164.)

Kvalitatiivinen tutkimus on yleensä hypoteesiton, eli lukkoon-lyötyjä ennakkoolettamuksia tutkimuskohteesta tai tutkimustuloksista ei ole. Tutkijan on tarkoitus yllätyä ja oppia tutkimuksen edetessä. On kuitenkin mahdollista kehittää työhypoteeseja, jotka ovat eräänlaisia arvauksia siitä, mitä analyysi tuo tullessaan. Tarkoituksena ei ole hypoteesien todistaminen vaan niiden keksiminen. Tutkija voi löytää uusia näkökulmia, eikä niinkään todentaa ennestään epäilemäänsä. (Eskola & Suoranta 1998, 19 - 20.)

Kvalitatiivinen tutkimus soveltuu opinnäytetyölle parhaiten, koska aihetta ei ole tutkittu paljon, eikä sitä sen vuoksi voida vielä oikein yleistää. Tämän lisäksi menetelmän avulla on mahdollista paljastaa tutkittavasta aiheesta uusia asioita, mutta ennen kaikkea tutkimus ei perustu mittaamiseen vaan tiedon hakemiseen suoraan ihmisiltä.

Opinnäytetyöhön tarvittavaa teoreettista tietoa löytyy jo olemassa olevista lähteistä. Valmiit tietolähteet, kuten kirjat ja internet-sivut, auttavat oikeiden tutkimusmenetelmien valinnassa ja löytämään faktoja avain-aiheesta, digitalisaatiosta. Empiiriseen osuuteen hankitaan aineistoa haastattelemalla hotellialan työntekijöitä. Suositeltavia vastaajia ovat esimiestasolla työskentelevät henkilöt, koska he tuntevat oletettavasti yrityksen toiminnan kaikista parhaiten.

2.2 Haastattelu

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa yleisin käytetty aineistonkeruumenetelmä on teemahaastattelu. Teemahaastattelussa haastattelun aihepiirit eli teemat ovat tiedossa, mutta toisin kuin lomakehaastattelussa, kysymyksillä ei ole tarkkaa muotoa ja järjestystä (Hirsjärvi ym. 2009, 208).

Haastattelussa aineiston keruuta voidaan säädellä joustavasti ja vastaajia myötäillen. Yleensä vastaajiksi suunnitellut henkilöt saadaan helposti mukaan tutkimukseen ja heihin voidaan mahdollisesti olla myöhemminkin yhteydessä, jos on tarvetta täydentää aineistoa. Haastattelu on syytä suunnitella huolella, jotta se ei venyisi liian pitkäksi, ja kyselylomakettakin on järkevää hyödyntää, jos ongelma on helposti ratkaistavissa. (Hirsjärvi ym. 2009, 205 - 206.)

Haastattelut suoritetaan luonnollisissa tilanteissa, joita ovat esimerkiksi fyysinen keskustelu kasvotusten, perinteinen puhelinsoitto tai Skype-puhelu. Haastatteluun osallistuva henkilö pystyy valitsemaan itse itselleen mieluisimman haastattelumenetelmän. Mikäli mikään edellä mainituista menetelmistä ei syystä tai toisesta sovi vastaajalle, haastattelu pystytään suorittamaan jollain muulla tavalla, kuten esimerkiksi sähköpostikyselyllä. Oletettavaa on kuitenkin, että kun haastattelu tapahtuu luonnollisessa tilanteessa, myös haastattelukysymyksiin saadaan mahdollisimman kattavat vastaukset. Vastaajille lähetetään saatekirje

ennen haastattelua. Saatekirje (Liite 1) sisältää tarkempaa tietoa haastattelusta ja siihen liittyvistä teemoista. Haastattelulomaketta vastaajille ei lähetetä etukäteen. Haastatteluun osallistuvat henkilöt vastaavat paperisella haastattelulomakkeella (Liite 2) oleviin, tiettyjä teemoja noudattaviin kysymyksiin, joihin kirjataan myös muistiinpanoja. Haastattelut nauhoitetaan ja litteroidaan jälkepäin, eli puhe muutetaan tekstimuotoon.

2.3 Teema-alueet

Digitalisaatio muodot voivat olla hotellin osa-alueilla, kuten esimerkiksi vastaanotossa, ravintolassa, hotellihuoneessa ja kokoustiloissa, erilaisia. Opinnäytetyössä tarkastellaan digitalisaation muotoja pääosin vastaanotossa ja hotellihuoneessa. Valittujen osa-alueiden perusteella valitaan myös sopivat teemat. Digitalisaation ilmenemistä hotellin toiminnassa kuvaillaan opinnäytetyössä seuraavien teemojen avulla:

- varaustavat
- sisäänkirjautuminen
- maksutavat
- lisälaitteet hotellihuoneissa
- asiakkaan käytössä olevat verkkoyhteydet
- digitalisaation tulevaisuus hotellissa.

Opinnäytetyössä käytettyjen teemojen pohjalta laaditaan haastattelukysymykset. Varaustavat-teema sisältää kysymyksiä niistä tavoista, joilla asiakkaat voivat varata hotellin palveluja; maksutavat-teeman kysymykset liittyvät niihin vaihtoehtoihin, joilla hotelliyöpyminen on mahdollista maksaa; lisälaitteet hotellihuoneissa -teeman kysymysten avulla selvitetään, minkälaisia digitaalisia lisälaitteita hotellihuoneissa on; neljäs teema käsittelee asiakkaiden käytössä olevia verkkoyhteyksiä, pääosin internetverkkoyhteyksiä; viidennessä ja viimeisessä teemassa etsitään vastauksia siihen, miten digitalisaatio tulee mahdollisesti muuttamaan hotellin toimintaa tulevaisuudessa.

3 Digitalisaatio

Termi ”digitalisaatio” on käsitteenä nuori. Sitä on ryhdytty käyttämään viime vuosina, mutta virallista määritelmää sille ei kuitenkaan ole. Sitä voidaan selittää esimerkkien kautta, mutta on lähes mahdotonta sanoa, mitä se itsessään on. Yleensä kun puhutaan digitalisaatiosta, sillä viitataan muun muassa verkkokaupan vaikutuksista tavallisiin kivijalkakauppoihin, uusiin teknologisiin mullistuksiin sekä yhteiskunnan ja teollisuuden rakenteellisiin muutoksiin. Perimmäinen ajuri digitalisaation taustalla on digitalisoituminen, mikä tarkoittaa asioiden, esineiden ja prosessien muuttumista digitaaliseen muotoon joko osittain tai kokonaan. (Ilmarinen & Koskela 2015, 22.)

Digitalisaatio tuo mieleen verkkokaupat, internet-sivustot, sähköiset asiointipalvelut ja mobiilisovellukset, mutta sen aikaansaama murros on kokonaisuudessaan laajempi ja syvempi. Digitalisaatio synnyttää uusia liiketoimintamalleja, tuotteita, palveluja ja prosesseja, jotka tuovat hyötyä ihmisille niin työelämässä kuin arjessakin. Liiketoimintamallien muuttuessa yritykset joutuvat uudistamaan toimintatapaansa ja luopumaan menestyksen aikaisemmasta kulmakivestä. Digitalisaatio haastaa ihmiset kyseenalaistamaan nykyiset toimintatavat, joten uudet mahdollisuudet vaativat uteliasta mieltä. Toimintatapojen uudistamisprosessi on myös ajasta riippuvainen, koska digitalisaation vauhti kiihtyy vuosi vuodelta. (Ilmarinen & Koskela 2015, 15 - 16; Valtiovarainministeriö.)

Ensimmäinen merkittävä askel digitalisaation kehityskulussa tapahtui 1990-luvulla, jolloin tietotekniikasta tuli osa markkinointia. Sen myötä syntyi muun muassa asiakkuudenhallinta eli CRM (Customer Relationship Management). (Merisavo, Vesanen, Raulas & Virtanen 2006, 27 - 28.) Asiakkuudenhallinnalla tarkoitetaan perinteisesti liiketoimintastrategiaa, jolla pyritään tehostamaan myyntiä, markkinointia ja asiakaspalvelua teknologiaa ja tietojärjestelmiä apuna käyttäen (Suominen 2011). Internet-kotisivut ja erilaiset mobiilikanavat mahdollistivat entistä tehokkaamman yhteydenpidon asiakkaiden kanssa, ja samalla kehittyivät myös hakupalvelut ja verkkokaupat. (Merisavo ym. 2006, 28; Ilmarinen & Koskela 2015, 28 - 29.)

Digitalisaation kehitys kiihtyi 1990-luvun puolivälissä, kun järjestelmän keskeisten komponenttien, kuten muistin ja tietoliikenteen, hinnat alkoivat pudota. Teknologian halventumisen myötä tietokoneet löysivät tiensä myös yksittäisten ihmisten koteihin, mikä puolestaan merkitsi alkua internet-vallankumoukselle. (Lautsuo 2017.) Yliopistot käyttivät sähköpostia ja internetin esi-isäverkkoa jo 1980-luvulla, aikana ennen internetin läpimurtoa. Näiden edelläkävijöiden joukossa oli suomalaisia yliopistoja. (MTV 2000.) Internet ja digitalisoituminen mahdollistivat myös entistä tehokkaamman kommunikoimisen ulkomaailman kanssa, ja kansallisesti kontrolloitu yritysten toiminta muuttui kansainväliseksi (ite wiki). Internetiä käytetään nykyään monilla muillakin laitteilla kuin tietokoneilla, ja sen käyttömahdollisuudet laajenevat jatkuvasti (Ilmarinen & Koskela 2015, 37).

Kun tietokoneet siirtyivät yrityksistä ihmisten koteihin, kehittyi sosiaaliseen mediaan tarvittava teknologia. Yksi tunnetuimmista, nykyaikaisten sosiaalisen median yhteisöpalvelujen edelläkävijöistä oli Internet Relay Chat eli IRC, joka oli suosittu 1990-luvulla erityisesti nuorten keskuudessa. 2000-luvun alussa perustetut YouTube, Facebook ja Twitter muuttivat sosiaalista mediaa, mutta ne antoivat myös tiedon jakamiselle täysin uudenlaiset kasvot. Facebook ja Twitter ovat edelleen internetin suosituimpia sivustoja, ja ne ovat muuttaneet ihmisten käsityksen paitsi kommunikoimisesta myös taloudellisesta ajattelusta. (Nettielamaa.com.) Sosiaalisen median palveluita käytetään tänä päivänä kaikista yleisimmin älypuhelimilla (Ilmarinen & Koskela 2015, 38).

Digitalisaation kehityskulku jatkuu yhä edelleen, mutta kukaan ei tiedä varmasti mitä on seuraavaksi edessä. Varmaa on vain, että tulevaisuuden valtatiet ovat digitaalisia (Laitinen). Liiketoiminnallisia prosesseja pyritään automatisoimaan, ja laitteiden älykkyys ja vuorovaikutustaidot lisääntyvät jatkuvasti (Ilmarinen & Koskela 2015, 29). Tämän lisäksi kaikki, mikä voidaan robotisoida, tullaan robotisoimaan. Robotiikasta voi olla hyötyä monessa asiassa: robottien avulla voidaan parantaa vanhusten mahdollisuutta pitempiaikaiseen itsenäiseen asumiseen, ja Itämerta ja metsiä on mahdollista suojella robotiikan avulla. (Andersson 2017.) Se, miten uusi teollinen vallankumous etenee, riippuu siitä, miten ihmiskunta kykenee hallitsemaan käynnissä olevaa digitaalista murrosta ja luomaan uusia yleiskäyttöisiä teknologioita (Lehti 2017).

4 Hotellitoiminnan kehitys Suomessa

Nykyaikainen hotellielinkeino syntyi 1800-luvulla, jolloin se alkoi kehittyä myös Suomessa. Hotellitoiminnan kehityksen mahdollistivat elintason nousu, kaupungistuminen, vapaa-ajan lisääntyminen sekä vuosilomalainsäädäntö. (Valorinta 2008, 14; Rautiainen & Siiskonen 2015, 33.) Tässä luvussa määritellään hotellin termi ja kerrotaan lyhyesti hotellitoiminnan kehityskulusta nykyiselle tasolle.

4.1 Hotelli

Lain mukaan majoitustoiminnalla tarkoitetaan *ammattimaisesti tapahtuvaa kalustettujen huoneiden tai muiden majoitustilojen tarjoamista tilapäistä majoitusta tarvitseville asiakkaille*, ja majoitusliikkeellä *rakennusta, huoneistoa tai muuta liikepaikkaa, jossa harjoitetaan majoitustoimintaa* (Laki majoitus- ja ravitsemustoiminnasta 308/2006).

Hotelli määritellään korkeat vaatimukset täyttäväksi majoitusliikkeeksi, jonka ydintuote on, yleensä aamiaisen sisältävä, majoituspalvelu. Hotellin yhteydessä toimii ravintola sekä erillinen vastaanotto. Erityisesti korkeatasoisissa hotelleissa tulee olla erityyppisiä huoneita ja huoneistoja, jotka on varustettu erilaisilla mukavuuksilla, kuten hyvällä sängyllä, televisiolla ja kylpyhuoneella. Hotellit tarjoavat myös lisäpalveluja, jotka tukevat ydintuotetta ja niiden avulla pyritään lisäämään asiakastytyvyyttä. Hotellin tyypillisimpiä lisäpalveluja ovat kokoustilat, saunatilat, allasosasto ja kuntosali. (Rautiainen & Siiskonen, 2015, 33.)

Hotellit voidaan jakaa koon, tason, sijainnin, omistuspohjan tai kohderyhmän mukaan. Erilaisiin hotellityyppeihin lukeutuvat muun muassa yritysmatkailijoille suunnatut liikemieshotellit, virkistystä ja kuntoutusta varten suunnitellut kylpylähotellit, edulliset, palveluista riisutut asuntohotellit sekä vilkkaiden teiden varsille rakennetut, joskin Suomessa nykyään harvinaiset motellit. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 34-35.)

4.2 Hotellitoiminta Suomessa

Suomalainen hotellitoiminta ulottuu noin puolentoista vuosisadan päähän. Kerrotaan, että ensimmäinen suomalainen hotelli rakennettiin Turkuun 1700-luvun loppupuolella. Suomen vanhimpia hotelleja, jotka ovat säilyneet tähän päivään saakka ovat Helsingissä sijaitsevat hotelli Seurahuone ja hotelli Kämp. Toisen maailmansodan aikana monet hotellit muutettiin sotasairaaloiksi. Yksi tunnetuimmista sotasairaalana toimineista hotelleista on Rovaniemellä sijaitseva hotelli Pohjanhovi. Sodan jälkeen hotellitoiminnassa puhalsivat uudet tuulet, kun Suomessa järjestettiin olympialaiset vuonna 1952. Monien yhä Helsingissä sijaitsevien hotellien toiminta sai alkusysäyksen juuri kyseisen tapahtuman ansiosta. (Rautiainen & Siiskonen 2015,14 - 17; Björkqvist 2017, 47.)

Hotellielinkeidon kasvun myötä Suomeen tulivat uusina majoitustyyppinä motellit ja korpihotellit, jotka olivat majoitusvaihtoehtoina huomattavasti edullisempia. Motellien malli otettiin Amerikasta, ja niitä rakennettiin pääteiden läheisyyteen, mikä houkutteli autolla lomailevia ihmisiä. Korpihotellit olivat 1960- ja 1970-luvun trendi, ja niitä rakennettiin keskelle metsää. Korpihotellit tarjosivat alun perin kokous- ja koulutuspalveluja, mutta ne menestyivät heikosti alhaisen kysynnän takia. Myöhemmin nämä hotellit alkoivat kehittää toimintaansa siten, että ne suuntasivat palvelujaan enemmän vapaa-ajan matkailijoille. (Rautiainen & Siiskonen 2015,18; Björkqvist 2017, 47 - 48.)

Kylpylöitä rakennettiin Suomeen enemmän kuin korpihotelleja oli rakennettu. Alkuaikoina kylpylöiden toiminta perustui kuntoutukseen, ja sotaveteraanit olivatkin tärkeä asiakaskohderyhmä. Tänä päivänä kylpylöitä hyödynnetään edelleen erilaisissa kuntoutusohjelmissa, mutta ne tarjoavat hyvinvointia edistäviä palveluja myös työelämän stressiä poteville ihmisille. Nykyään Suomessa on kylpylöitä, jotka eroavat toisistaan sen mukaan, mitä tarkoitusta varten ne on rakennettu. Esimerkiksi terveyskylpylät ovat tarkoitettu kuntoutumista ja hoitoa hakeville asiakkaille. Viihdekylpylät taas tarjoavat huvitteluun ja rentoutumiseen liittyviä palveluja ja ovat erityisesti lapsiperheiden suosiossa. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 21, 41 - 44.)

Ketjuuntuminen kiihtyi hotellialalla 1970-luvulla. Ensimmäinen ulkomaalaiseen hotelliketjuun kuuluva hotelli, Hotel Inter-Continental, avattiin Helsingin Mannerheimintielle vuonna 1972. Suomessa, erityisesti Helsingissä, toimii nykyään useita kansainvälisiä ketjuhotelleja, kuten Inn Helsinki City, Scandic Simonkenttä ja Hilton Helsinki Kalastajatorppa. Kansainvälisillä hotelliketjuilla on tietyt taso- ja laatuvaatimukset palveluiden ja varustuksen suhteen, ja hotelliin on toimittava niiden mukaan. Hotellit toimivat pääsääntöisesti kokous- ja liikemieshotelleina. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 20, 23; Björkqvist 2017, 48.)

4.3 Ketjuuntuminen

Alkujaan hotellit olivat itsenäisiä yksiköjä, jotka hoitivat myyntinsä ja jakelunsa itse (Valorinta 2008, 11). Vaikka hotelleja on rakennettu lisää, niitä on todellisuudessa nykyään vähemmän kuin 15 vuotta sitten. Hotellit ovat alkaneet keskittää toimintonsa yhä enemmän kaupungin keskustoihin, mistä syystä pienillä paikkakunnilla ja maaseudulla sijaitsevat majoitusliikkeet ovat hävinneet lähes kokonaan. Tänä päivänä useimmat hotellit kuuluvat johonkin ketjuun, isompaan yksikköön, jossa kannattavuus on usein parempi ja huoneiden käyttöasteet korkeammat. Suomen hotellikapasiteetista jo puolet ovat ketjujen hallinnassa. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 54; Björkqvist 2017, 48 - 49.)

Hotelliketjut voidaan ryhmitellä omistusketjuihin, markkinointiketjuihin ja franchising-ketjuihin. Nämä ketjutyypit erottuvat toisistaan pääsääntöisesti omistuksen perusteella, eli jokaisella ketjutyypillä on omistuksessaan omia yksiköitä. Muuten ne jakavat keskenään yhteiset tunnukset, yhtenäisen valikoiman sekä markkinointistrategian. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 54.)

Hotelliketju eli omistusketju on saman taustan omaavien hotellien yhteenliittymä. Tiettyyn hotelliketjuun kuuluvat hotellit jakavat tyypillisesti saman tunnusmerkin, liikeidean, omistajan ja markkinointiorganisaation. Hotelliketjun hotelleilla voi olla myös tietyt taso- ja laatuvaatimukset, joita on pidettävä yllä tietyn mielikuvan säilyttämiseksi. Hotelli ei voi kuulua ketjuun, jos se ei täytä ketjun taso- ja laatuvaatimuksia. Suomessa tunnettuja hotelliketjuja ovat esimerkiksi Sokos Hotels ja Scandic Hotels. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 54 - 65.)

Markkinointiketju ei niinkään ole hotelliketju. Markkinointiketjun hotellit ovat erilaisia, niillä on omat liikeideansa eikä niitä voida yhdistää mihinkään brändiin eli tuotemerkkiin, joka on vakiinnuttanut paikkansa kohderyhmänsä mielessä. Markkinointiketjuun kuuluvat hotellit markkinoivat toimintaansa yhteisen tuotemerkin alla, mutta ne päättävät ja vastaavat jakelustaan itsenäisesti. Markkinointiketjun jäsenhotelleilla ei esimerkiksi ole yhteistä keskusvarausjärjestelmää. Suomessa markkinointiketjuja ovat Best Western Hotels, Finland ja Finlandia Hotels. (Valorinta 2008, 16; Rautiainen & Siiskonen 2015, 55, 69.)

Franchising-ketjuun kuuluvien hotellien liikeidean ja niiden mukaisen toiminnan omistaa tietyn franchisingin luoja. Tähän ketjuun kuuluvat hotellit maksavat liikevaihdoistaan tietyn prosenttiosuuden emoyhtiölle siitä hyvästä, että ne saavat oikeuden käyttää ketjun toiminimeä ja liiketoimintamallia. Franchising-ketjun jäsen omistaa ja johtaa oman hotellinsa toimintaa, mutta ei osallistu keskusyksikön johtamiseen. Ketjun hotellien ulkoinen ja sisäinen ilme on samanlainen, ja hotelleissa käyvät samat etukortit ja alennustarjoukset. Franchising-ketjuja ovat esimerkiksi Hilton Worldwide ja Marriott International. (Valorinta 2008, 15; Rautiainen & Siiskonen 2015, 54, 70 - 71.) Suomessa on tällä hetkellä kolme Hilton Worldwideen kuuluvaa Hilton-hotellia, ja Tampereelle avataan Suomen ensimmäinen Marriott-hotelli loppuvuodesta 2019 (Pesonen).

5 Digitalisaatio hotellissa

Hotellialalla tapahtuu jatkuvasti digitaalisia muutoksia. Hotellit, jotka pystyvät sopeutumaan näihin muutoksiin ja hyödyntämään uutta teknologiaa monipuolisesti, pärjäävät markkinoilla vastedeskin (Revfine 2018). Digitaaliseen muutokseen vaikuttavat omalta osin muuttuneet kuluttajatottumukset. Digitalisaatio on jo erottamaton osa ihmisten elämää. Hotellit, jotka eivät kykene toiminnallaan vastaamaan tämän päivän kuluttajatottumuksiin, ovat alttiita asiakaskadolle. (Clock Software 2016; Myers.)

Digitaalisen muutoksen luomien, uusien ominaisuuksien avulla hotelli voi parantaa asiakaskokemusta ja palvelun laatua. Älylaite kuuluu yhä useamman ihmisen vakiovarustukseen, joten mobiililaitteisiin integroidut hotellin toiminnot

ovat yksi ratkaisu, jolla tehdä hotellista asiakaskeskeisempi. (Karam 2017.) Mobiililaitteisiin liittyviä innovaatioita syntyy jatkuvasti, joten on odotettavissa, että hotellin asiakas voi pian tehdä käytännössä mitä tahansa älylaitteensa avulla, kuten tilata jotain huonepalvelusta tai lukita hotellihuoneen ovi (Newman 2018).

Älylaitteiden ansiosta ihmisillä on entistä rajattomampi pääsy myös internetiin. Internetin kautta ihmiset etsivät tietoa hotellista, vertailevat saatavilla olevia majoitusvaihtoehtoja, varaavat hotellihuoneita ja lukevat toistensa arvosteluja tehden niiden perusteella omia johtopäätöksiä kohteesta. Internetin tarjoama tieto on käden ulottuvilla myös matkan aikana, sillä lähes kaikki hotellit tarjoavat nykyään ilmaisen, langattoman verkkoyhteyden. (Karam 2017.)

Tässä luvussa käsitellään hotellin toimintaan liittyviä ominaisuuksia, jotka ovat muuttuneet tai tulleet osaksi hotellin toimintaa juuri digitalisaation vaikutuksesta.

5.1 Hotellihuoneiden varaaminen internetin kautta

Internet on nykyään tulvillaan erilaisia hotellivarauspalveluja. Hakuvaihtoehtoja voi rajata niin kohdekaupungin, huonetyypin, hotelliketjun, tähtiluokituksen kuin hotellin tarjoamien palvelujen mukaan. Internetissä toimivat karttapalvelut mahdollistavat hotellin hakemisen sijainnin mukaan, eli hotellia haetaan määrättyltä alueelta hakukriteeriksi annetun osoitteen tai paikan ympäriltä. Joissakin varausjärjestelmissä on mahdollista varata useampi huone kerralla, äärimmillään varatut huoneet voivat olla tyypiltään erilaisia. Varausrjestelmät hakevat hakuehtoihin täsmääviä hotelleja, joilla on saatavuutta annetuille päiville. (Valorinta 2008, 79, 83.)

Ennen kuin internetin käyttö yleistyi 1990-luvulla, hotellihuoneita varattiin puhelimitse, henkilökohtaisella käynnillä, kirjeillä ja telefaksilla (Rautiainen & Siiskonen 2015, 204). Tänä päivänä hotellihuoneita varataan ja varaustietoja ylläpidetään enimmäkseen internetissä kolmen osapuolen välillä, hotellin, asiakkaan ja välittäjän. Sen ansiosta manuaaliset työvaiheet, kuten kiintiöiden määrittely ja varausten siirtäminen hotellijärjestelmään, on voitu jättää lähes kokonaan pois. Huonevaraus voidaan tehdä joko suoraan asiakkaan ja hotellin välillä, tai sitten asiakkaan tekemä huonevaraus välittyy ulkoisen välittäjän kautta hotellille. Online-varauksissa hotellin saatavuus- ja hintatiedot haetaan

reaaliajassa varauksenteon yhteydessä tietokannasta. Online-varauksiksi kutsutaan niitä hotellihuonevarauksia, jotka tallentuvat suoraan hotellin tietokantaan sen jälkeen, kun asiakas on tehnyt varauksen internetin kautta. Jos varaus menee esimerkiksi hotellin sähköpostiin hyväksyttäväksi, se ei ole silloin online-varaus. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 203 - 204, 428.)

5.1.1 Hotellien ja hotelliketjujen oma varausjärjestelmä

Useimmilla hotelleilla ja hotelliketjuilla on oma reaaliaikainen varausjärjestelmänsä. Hotelliketjun varausjärjestelmän kautta asiakas voi tehdä varauksen mihin tahansa ketjuun kuuluvaan hotelliin. Asiakas näkeekin hotelliketjun omassa varausjärjestelmässä vain kyseisen ketjun hotellit. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 217, 219.)

Hotellijärjestelmään integroidun internet-varaussivuston etuna on sen edullisuus: kun jakeluketjun välikäsiä on vähemmän, hotellin ei tarvitse maksaa jäsenmaksuja ja komissioita. Sen lisäksi asiakas saa välittömästi varausvahvistuksen ja varaus kirjautuu suoraan hotellin varaustietokantaan. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 218.)

5.1.2 Online-varausten välittäjät

Online-varauksien välittäjät toimivat kolmantena osapuolena asiakkaan ja hotellin välillä, eli ne välittävät asiakkaan tekemän huonevarauksen hotelliin. Välittäjät voivat olla matkailualan kansainvälisiä online-yrityksiä, yhtiöitä tai matkatoimistoja, jotka tarjoavat monipuolisia online-hotellivarauspalveluja verkkosivuillaan. Hotelli maksaa ulkoiselle välittäjille tiettyä komissiota eli myyntipalkkiota sekä provisiota, joka perustuu myytyjen huoneiden ja verkkosivustolla mainittujen lisäpalvelujen, kuten lisävuoteiden ja vuokravarusteiden, myyntiprosessiin. Välittäjän tulisi tuottaa lisäarvoa sekä hotellille että asiakkaalle, koska asiointi hotellin ja asiakkaan välillä on hotellin kannalta ilmaista ja tapahtuu ilman välikäsiä. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 219, 429, 438.)

Välittäjät voivat tehdä yhteistyötä minkä tahansa hotellin kanssa sen koosta ja tyypistä riippumatta. Hotellit hyötyvät ulkoisista välittäjistä muun muassa siten,

että ne saavat näkyvyyttä kansainvälisillä markkinoilla sekä lisää huonevarauksia ja tuottoa. Kun välittäjät pitävät yllä hotellin huonevarauspalveluita, hotelli itse voi keskittyä siihen, mitä se parhaiten osaa: tarjota asiakkailleen mahdollisimman viihtyisän majoituskokemuksen. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 219, 429.)

Myös asiakkaat hyötyvät ulkoisista välittäjistä, sillä varauksia välittävä yritys tarjoaa laajan valikoiman hotelleja eri ketjuista ja takaa edullisimmat hinnat kohteissa. Asiakkaan täytyy rekisteröityä ulkoisen online-varauskanavan käyttäjäksi, ennen kuin hän voi tehdä huonevarauksia sen kautta. Rekisteröityminen on kuitenkin ilmaista, samoin kuin huonevarausten tekeminen. Jotkut varauskanavat laskuttavat varatun majoituksen varauksen yhteydessä. Maksaminen tapahtuu monesti luottokortin avulla. Henkilötiedot ja luottokortin numero siirretään salatussa muodossa, joten ulkoinen online-varausjärjestelmä on turvallinen. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 219 - 220, 431.)

Maailmanlaajuiset online-varauskanavat eli OTA-kanavat (Online Travel Agency) tarjoavat kansainvälisesti tietoa eri hotelleista. Sivuilla on näkyvillä myös reaaliaikainen varaustilanne, huonehinnat sekä mahdollisesti myös kuvia hotellista. Tunnetuimpia online-varauksia välittäviä yrityksiä ovat muun muassa Booking.com, Expedia ja Hotels.com. (Rautiainen ym. 2015, 219; Rezgo Support.)

5.2 Sisäänkirjautuminen itsepalveluna

Sisäänkirjautuminen on yksi merkittävimmistä kehityskohteissa hotellissa. Perinteisesti vastaanottovirkailija kirjaa asiakkaan sisään hotelliin, mutta joissakin hotelleissa on jo käytössä check-in-automaatteja, joilla asiakas voi suorittaa sisäänkirjautumisen itsepalveluna (Valorinta 2008, 104.) Itsepalveluna toimiva sisäänkirjautuminen on mahdollista suorittaa muillakin tavoilla. Esimerkiksi Sokos Hotels -ketju on ottanut käyttöönsä online-sisäänkirjautumisen ja sitä voivat hyödyntää S-Card-kanta-asiakkaat. Tällöin asiakas kirjautuu sisälle hotelliin ennakkoon internetin kautta ja noutaa huoneensa avaimen vastaanottotiskiltä. (Sokos Hotels 2017.) Omatoimisesta sisäänkirjautumisesta on tulossa ehdoton hotellialalla. Tämä vaihtoehto tuo hotellille lisäarvoa. Kyseessä on niin ikään kuin

itsepalvelukokemus, joka auttaa vähentämään majoittuvien asiakkaiden jonotusaikaa ja lisää asiakastytyä. (Karam 2017.)

Monet hotellit ovat pelänneet, että itsepalveluna toimiva sisäänkirjautuminen voisi olla uhka sille, mikä tekee hotellityöstä inhimillisen. Sisäänkirjautumisvaihe ei kuitenkaan ole välttämättä paras mahdollinen hetki antaa asiakkaille hyvä ensivaikutelma hotellista ja palveluosaamisesta. Saapuvat asiakkaat ovat yleensä väsyneitä, heillä on mukanaan paljon matkatavaroita ja mahdollisesti pieniä lapsia hoidettavana. Itsepalvelu luo asiakkaille mahdollisuuden kirjautua sisään kaikessa rauhassa omalla mukavuusalueella, ja vastaanotto säästyy kiireiltä ruuhka-aikana. Itsenäisten palveluiden avulla työntekijät voivat keskittyä muihin asiakaspalvelutehtäviin, joilla on enemmän merkitystä kuin avainten luovuttamisella. Itsepalvelu ei siis tarkoita sitä, etteikö osaavaa henkilökuntaa tarvittaisi. (Clock Software 2016.)

5.3 Maksuvaihtoehdot

Maksuprosessin helpottaminen sekä maksuvaihtoehtojen monipuolistaminen on yksi keino hankkia lisää asiakkaita. Digitalisaatio on muuttanut kuluttajien tapaa maksaa tuotteita ja palveluita. Näin ollen asiakkaat olettavat, että myös hotelli tarjoaa useita eri vaihtoehtoja majoituksen maksamiseen. (Sommers 2016.)

Korttimaksamisesta on tullut paljon suositumpaa kuin käteismaksamisesta, erityisesti Suomessa. Maksukortti on usein välttämätön hotellivarauksia tehdessä. Tämän päivän asiakkaat omistavat ainakin yhden maksukortin. Maksukortit ovat käteistä turvallisempi vaihtoehto, ja kansainvälisillä korteilla voi maksaa ulkomaillakin. (Rautiainen & Siiskonen 2015, 473; Heikkinen 2016.) Ulkomaalaisten matkailijoiden määrä on kasvanut juuri siksi, koska heidän ei tarvitse huolehtia enää valuutanvaihdosta (Gulati 2017). Käteismaksu ei ole kuitenkaan kuollut, vaikka sen käyttö on vähentynyt Suomessa. Monissa muissa Euroopan maissa käteinen on edelleen kaikkein varmin maksuväline. (Heikkinen 2016.)

Digitalisaation kehityksen myötä on syntynyt sähköisiä maksuvälineitä. Maksaessaan varauksen verkossa, asiakkaat suosivat maksuyrityksiä, jotka välittävät maksut sähköisessä muodossa. Modernit online-maksuyritykset, kuten

esimerkiksi PayPal, ovat turvallisia ja maailmanlaajuisesti hyväksytyjä. (Sommers 2016.) Suomessa varaus on mahdollista maksaa myös omalta pankkitililtä tilinsirtona, mikäli hotelli on tehnyt pankin kanssa sopimuksen verkkomaksamisesta (Rautiainen & Siiskonen 2015, 220).

Monilla online-verkkovaraussivustoilla, kuten esimerkiksi Booking.comissa, varaus on mahdollista maksaa mobiililuottokortilla eli virtuaalikortilla. Mobiililuottokortti on digitaalinen kortti, johon ei liity ollenkaan fyysistä maksukorttia. Monet mobiililuottokortit ovat kehitysvaiheessa, joten ne eivät ole vielä yleisiä Suomessa. Koska kyseessä ei ole fyysinen maksukortti, sen voi monistaa niin monta kertaa kuin haluaa. Tällöin jokaiselle verkkokaupalle on mahdollista luoda vaikka oma korttinsa. Suurin osa suomalaisista ei ole kiinnostunut virtuaalisesta luottokortista. (Anha 2017.) Kuluttajat ovat kuitenkin mieltyneet mobiililaitteen tarjoamiin mahdollisuuksiin, joten mobiilimaksaminen on kasvava trendi (Sommers 2016).

5.4 Digitaalinen teknologia hotellihuoneessa

Hotellihuone on yksi hotellin merkittävimmistä kehityskohteista. Hotellit pyrkivät hyödyntämään uutta teknologiaa siten, että ne saisivat asiakkaan tuntemaan olonsa entistä kotoisammaksi valitsemassaan majoituspaikassa (Buzztime 2018). Teknologian avulla hotellihuone voidaan räätälöidä asiakkaan henkilökohtaisten mieltymysten mukaisesti tulevaisuudessa (Björkqvist 2009).

On odotettavissa, että kaikkea hotellihuoneessa olevaa teknologiaa hallinnoidaan tulevaisuudessa television kautta. Televisio toimii nykyään täysin samalla tavoin kuin tietokone: sen kautta on mahdollista vastaanottaa ja lähettää tietoa sekä käyttää internetiä. Myös tietokone ja mobiililaitteet voidaan kytkeä hotellihuoneen televisioon muun muassa Chromecastin kautta. Chromecast on Googlen kehittämä laite, joka kytketään television HDMI-porttiin, jolloin televisio yhdistyy langattomasti käyttäjän haluamaan laitteeseen. Näin ollen käyttäjä pystyy tarkastelemaan yhdistetyn laitteen sisältöä tai käyttämään laitteen ohjelmapalveluja (esim. Netflix, Viaplay, Spotify, Youtube) television kautta. Tämän lisäksi perinteinen hotellikansio vanhenee, kun kaikki hotelliin ja sen

lähiympäristöön liittyvä informaatio on löydettävissä hotellihuoneen televisiojärjestelmästä. (Björkqvist 2009; Investine 2013.)

Asiakkaan henkilökohtaisesta mobiililaitteesta eli älypuhelimesta on tulossa hotellihuoneen käyttöliittymä. Sähköiset lukot ja sovelluspohjaiset kulkujärjestelmät syrjäyttävät pian avainkortit, ja huoneen lämpötilaa ja valaistusta voidaan säätää puhelimen avulla. (Tuominen & Puhakainen 2017.) Asiakkaalla voi olla käytössään hotellin puolesta myös tabletti. Hotellihuoneessa oleva tabletti soveltuu muun muassa huonepalvelun käyttämiseen ja majoituksen maksamiseen. (Buzztime 2018.)

5.5 Verkkoyhteydet hotellissa

Nykyään moniin hotellikiinteistöihin on asennettu langaton verkko, jota kutsutaan WiFi-verkoksi, ja jota asiakkaat voivat käyttää, yleensä maksutta, majoituksensa aikana. Aikaa ennen digitalisaatiota ja älylaitteita asiakkaita saattoivat miellyttää hotellissa eniten ilmainen aamiainen ja ylellisemmät olosuhteet. Tänä päivänä maksuton ja nopea WiFi-verkko on useimmille asiakkaille onnistuneen hotellimajoituksen perusedellytys. Aikaisemmin maksuton WiFi-verkko oli ennemminkin hyödyllinen pieni lisäpalvelu, mutta nyt siitä on tullut matkailijoille itsestäänselvyys. Kun asiakkaat arvioivat hotellin laatua, he kiinnittävät huomiota erityisesti WiFi-verkon toimivuuteen. (Mareco 2017.)

Hotelleihin tarvitaan toimiva WiFi-verkko yleensä siksi, koska ihmisillä on nykyään oltava ympärivuorokautinen pääsy sosiaalisen median palveluihin mutta myös siksi, koska työhön liittyvät asiat eivät rajoitu enää keskimääräisiin 8 tunnin työpäiviin. Ihmiset tuovat siis usein töitä kotiin ja jopa lomille. (Hotels Ohne WLAN.) Tämän päivän matkailijat omistavat enemmän langattomalla verkolla toimivia laitteita kuin koskaan aiemmin. Laajan WiFi-verkon asentaminen voi vaatia hotellilta suuria investointeja, mutta se on tulevaisuuden kannalta merkittävä ratkaisu ja voi lisätä asiakastytyvyyttä. (Myers.)

Hotellin WiFi-verkkoon liittyy tietoturvallisuusriskejä, koska se on avoin kaikille. Hotellin verkko ei ole välttämättä täysin turvallinen, vaikka se olisi suojattu salasanalla. Ennen kuin kirjautuu sisään yleiseen verkkoon, kannattaa tarkistaa sen oikea nimi vaikka henkilökunnalta. Verkkorikollinen voi luoda yhteyspisteen,

jolla on lähes sama nimi kuin hotellin oikealla WiFi-verkolla. Avoimella verkolla on järkevää suorittaa vähäriskisiä toimintoja, kuten etsiä tietoa paikallisista ravintoloista tai nähtävyyksistä. Sen sijaan sähköpostien kirjoittamista ja verkkoston tekemistä kannattaa välttää. WiFi-verkko on myös hyvä sulkea silloin, kun sitä ei enää käytä. Jos on kuitenkin vähänkään epävarma WiFi-verkon turvallisuudesta, sitä ei kannata käyttää. On syytä muistaa, että hotellit ovat erikoistuneet majoitustoimintaan, eivät tietoturvaan. (Norton; Solla & Dahlström 2017.)

6 Digitalisaation ilmeneminen hotellin toiminnassa

Tässä luvussa esitellään konkreettisia esimerkkejä siitä, millä tavoin digitalisaatio on havaittavissa eri hotelleissa Etelä-Karjalan alueella. Tiedot on kerätty haastatteluprosessilla, johon osallistui yksi työntekijä viidestä eri hotellista. Viidestä vastaajasta neljä työskenteli esimiehenä. Heistä kolme valitsi haastattelumenetelmäksi fyysisen keskustelun, yksi puhelinoiton ja yksi sähköpostikyselyn. Haastattelut suoritettiin aikavälillä 13.8.2018 – 12.9.2018.

Haastattelun kannalta sopivia henkilöitä lähestyttiin avoimesti sähköpostiviestillä tai henkilökohtaisella tiedustelulla. Haastatteluun osallistuvien henkilöiden kanssa sovittiin erikseen sopiva haastattelu-aika ja -menetelmä. Heille kaikille lähetettiin myös saatekirje, joka sisälsi tarkempia tietoja haastattelusta ja siihen liittyvistä teemoista.

6.1 Varaustavat

Kyselyyn osallistuneet hotellien edustajat kertoivat, että hotellin asiakkaat varaavat edelleen hotellin palveluja suurimmaksi osaksi puhelimen kautta. Varauskanavan valinta riippuu toisinaan siitä, onko asiakas loma- vai yritysmatkailija, vaiko kokonainen ryhmä. Asian suhteen ei ollut paljon hajontaa, mutta yksi vastaajista kertoi, että vapaa-ajan matkustajat tekevät huonevarauksia usein puhelimen kautta, kun taas yritysmatkailijat suosivat eniten sähköisiä varaussivustoja.

Suurin osa vastaajista kertoi, että ryhmien yhteydenotot ja tarjouspyynnöt saapuvat hotellille usein miten puhelimen tai sähköpostin kautta. Ainakin yhdellä tutkimuskohteella on verkkosivuillaan sähköinen tarjouspyyntölomake, jota kuitenkin käytetään hyvin harvoin; puhelimesta halutun palvelun kuvaileminen on helpompaa, ja jos myyntipalvelun täytyy vielä myöhemmin pyytää tarkennuksia varauksen yksityiskohdista, yhteydenotto käy vaivattomammin.

Luetellessaan eri varausvaihtoehtoja vastaajat mainitsivat luonnollisesti myös nykyaikaiset verkossa toimivat varaussivustot. Jokaisella tutkimuskohteella on oma sähköinen varaussivustonsa, ja ne ovat mukana joissakin OTA-kanavissa, kuten esimerkiksi Booking.comissa. Tehdessään varausta verkossa, asiakkaat suosivat eniten OTA-kanavia ja valitsemansa hotellin omaa sähköistä varaussivustoa. Vastausten perusteella asiakkaat suosivat kaikista OTA-kanavista eniten Booking.comia, mutta myös Expediaa ja Hotels.comia. Yksi vastaajista kertoi, että heidän hotellinsa pyrkii ohjaamaan asiakkaita käyttämään jatkossa enemmän hotellin omaa varaussivustoa. Yksi syy tähän on se, että asiakas saa näin paremmin hyödynnettyä hotellin tarjoamia etuja.

6.2 Sisäänkirjautuminen

Omatoiminen sisäänkirjautuminen ei ole ainakaan toistaiseksi mahdollista kaikissa tutkimuskohteissa, vaan asiakkaat kirjautuvat sisään tavallisesti vastaanoton kautta. Vastaajista kaksi oli visioinut, että omatoiminen sisäänkirjautuminen tulee lisääntymään heidän edustamassaan hotellissa aivan lähitulevaisuudessa.

Yhdessä tutkimuskohteessa kanta-asiakkaat voivat kirjautua itsenäisesti sisään hotelliin. Tällöin sisäänkirjautuminen tehdään verkon kautta. Check-in-automaatteja ei ole käytettävissä yhdessäkään tutkimuskohteessa.

6.3 Maksutavat

Jokainen vastaaja kertoi, että hänen edustamansa hotellin asiakkaat maksavat yöpymisensä yleisimmin maksukortilla, kuten luotto- tai pankkikortilla. Käteismaksu on kaikissa tutkimuskohteissa nykyään harvinaista, mutta sitäkin käytetään edelleen. Suurin osa vastaajista mainitsi myös ennakkomaksun, mikä

on yleensä vapaavalintainen maksutapa. Erään vastaajan mukaan asiakkailta peritään aina maksu ennakoon tiettyinä sesonkiaikoina. Toinen vastaaja taas kertoi, että suurin osa hänen edustamansa hotellin asiakkaista maksaa majoituksen ennakoon verkossa. Ryhmä-, yritys- ja kokousvaraukset menevät monesti laskutukseen, mikäli edustusyritys on solminut laskutus sopimuksen hotellin kanssa. Yksi vastaajista kertoi, että hänen edustamassaan hotellissa majoituksen voi maksaa myös Lomaluotolla.

Majoituksen maksaminen mobiililaitteella (esim. puhelin, tabletti) on mahdollista vain yhdessä tutkimuskohteessa. Kyseisen tutkimuskohteen edustajan mukaan mobiilimaksua käytetään harvoin, koska se on vielä uusi ilmiö Suomessa. Hän on kuitenkin varma siitä, että mobiilimaksaminen tulee yleistymään. Toisessa tutkimuskohteessa mobiilimaksaminen on ollut kokeilussa, joten se otetaan käyttöön pian.

6.4 Digitaaliset lisälaitteet hotellihuoneissa

Useimmissa tutkimuskohteissa asiakkaalla ei ole hotellihuoneessa käytettävissään talon puolesta muita digitaalisia laitteita kuin televisio. Vastaajista kolme kertoi kuitenkin, että hotellihuoneen televisio soveltuu muuhunkin kuin perinteisten TV-ohjelmien katselamiseen. Yhdessä tutkimuskohteessa hotellihuoneen televisiojärjestelmästä pääsee katsomaan Netflixiä, joten jos asiakkaalla on Netflix-käyttäjätunnus, hän pääsee katsomaan mieleisiään elokuvia ja sarjoja hotellihuoneen television kautta. Toisessa tutkimuskohteessa hotellihuoneen televisiota voi käyttää radion kuuntelemiseen ja internetin käyttämiseen. Kolmannessa tutkimuskohteessa hotellihuoneen televisioon on mahdollista kytkeä kannettava tietokone ja muut mobiililaitteet Chromecastin kautta.

Huonetablettia hyödynnetään ainoastaan yhdessä tutkimuskohteessa. Tämä huonetabletti korvaa perinteisen huoneessa olevan lankapuhelimen, mutta muita käyttöominaisuuksia sillä ei ole. Päivityksiä on kuitenkin odotettavissa aivan lähiaikoina. Toinen vastaaja kertoi, että huonetablettien hankinta on ollut harkinnassa, mutta ajatuksen kanssa ei ole edistytty. Hänen mukaansa

huonetabletit eivät ole varteenotettava hankinta, koska ihmisillä on nykyään omat henkilökohtaiset älylaitteensa.

6.5 Asiakkaan käytössä olevat verkkoyhteydet

Yhteen tutkimuskohteeseen ei ole asennettu WiFi-verkkoa, mutta loput neljä tutkimuskohdetta tarjoavat ilmaisen ja langattoman internetverkkoyhteyden, jota asiakkaat voivat käyttää vierailunsa aikana. Yksi vastaajista kertoi, että verkon tukiaseman ylläpitäminen on tarkkaa työtä, sillä jos verkko alkaa toimia huonosti tai kaatuu kokonaan, asiasta annetaan nopeasti palautetta.

Yksi vastaajista kertoi, että hänen edustamansa hotelli on aikaisemmin veloittanut verkkoyhteyden käytöstä eikä siitä ole kauan, kun hotelli siirtyi maksuttomaan verkkoon. Tarkkaa veloitettavaa summaa hän ei tiennyt, mutta se oli ollut kallis. Muut tutkimuskohteet eivät ole koskaan veloittaneet verkkoyhteyden käytöstä.

7 Yhteenveto ja johtopäätökset

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, millä tavoin digitalisaatio ilmenee hotellin toiminnassa ja miten se tulee mahdollisesti muuttamaan hotellialaa tulevaisuudessa. Haastatteluissa kerättyjä vastauksia analysoitiin siten, että tutkimukseen osallistuneita hotelleja ja vastaajia ei mainittu nimiltä.

Tutkimusta koskevaan haastatteluun osallistui yksi henkilö jokaisesta tutkimuskohteesta. Vastaajista neljä työskenteli esimiehenä. Oli tärkeää saada tutkimukseen mukaan esimiestasolla työskenteleviä henkilöitä, koska he tuntevat oletettavasti yrityksen toiminnan kaikista parhaiten. Useimmissa haastattelutilanteissa esimiehet vastasivatkin kysymyksiin varsin monipuolisesti ja asiantuntevasti.

Vastausten perusteella oli mahdollista päätellä, että joissakin hotelleissa toimintatavat ovat edelleen jossain määrin perinteisiä: puhelinsoitto on yhä suosittu tapa varata hotellin palveluja, mahdollisesti jopa verkkovaraustakin suositumpi. Kysyttäessä hotellin varausvaihtoehdoista, lähes jokainen vastaajista mainitsi ensimmäiseksi puhelinsoiton. Tämä ei kuitenkaan tee

verkkovarauksesta vähätäpöisempää. Yleisimmin käytetyistä verkkovaraussivustoista Booking.com ja hotellin oma varaussivusto mainittiin jokaisessa haastattelussa. Suurin osa vastaajista totesi, että varaustavan valinta riippuu toisinaan siitä, mihin kohderyhmään asiakas kuuluu.

Yhdessä tutkimuskohteessa sisäänkirjautuminen oli mahdollista suorittaa itsepalveluna, mutta tällöin sisäänkirjautuminen piti tehdä ennakoon verkossa, ja vain kanta-asiakkaat pystyivät hyödyntämään sitä. Check-in-automaatteja ei ollut käytettävissä yhdessäkään tutkimuskohteessa. Kaksi vastaajista visioi, että omatoiminen sisäänkirjautuminen tulee yleistymään heidän edustamassaan hotellissa lähitulevaisuudessa.

Kaikissa tutkimuskohteissa hotelliyöpymiset maksetaan pääsääntöisesti maksukortilla ja toisinaan myös käteisellä. Lähes jokaisen hotellin maksuvaihtoehtoihin lukeutuivat myös ennakkomaksu ja laskutus, mikä oli yleisintä yritysmatkailijoiden keskuudessa. Mobiililaitteella maksaminen sitä vastoin oli mahdollista ainoastaan yhdessä tutkimuskohteessa. Suurin osa mobiilimaksuun liittyvistä vastauksista olivat väljiä, mutta niiden perusteella saatettiin päätellä, että mobiilimaksu tulee osaksi ainakin ketjuun kuuluvia hotelleja hyvin pian.

Tutkimuksessa selvisi, ettei tutkimuskohteiden hotellihuoneissa ole juuri muita digitaalisia lisälaitteita kuin televisio. Kahdessa tutkimuskohteessa ei ollut huonetelevisioita ollenkaan. Siitä huolimatta tutkimuksessa kävi ilmi, että huonetelevisioita oli mahdollista käyttää muuhunkin kuin perinteisten TV-ohjelmien katselemiseen, kuten internetin käyttämiseen ja Netflixin katselemiseen. Yhdessä tutkimuskohteessa hotellihuoneisiin oli hankittu tabletit, jotka kuitenkin toimivat toistaiseksi vain puhelimina.

Yhtä lukuun ottamatta kaikki tutkimuskohteet tarjosivat asiakkaille maksuttoman WiFi-verkkoyhteyden. Yksi vastaajista kertoi, että heidän hotellinsa oli aikaisemmin veloittanut verkon käytöstä, mutta hän ei osannut sanoa, kuinka paljon se oli maksanut.

Suurin osa vastaajista ei osannut sanoa, miten digitalisaatio tulee muuttamaan heidän hotellinsa toimintaa tulevaisuudessa. Yksi vastaajista visioi, että asiakas

voi kävellä tulevaisuudessa suoraan sisälle hotelliin sen sijaan, että hän jäisi selvittämään majoitusta koskevia asioita vastaanottoon. Toisin sanoen sisään- ja uloskirjautuminen sekä huoneen oven avaaminen tullaan suorittamaan tulevaisuudessa mobiililaitteen kautta. Toinen vastaaja kertoi, että heidän hotellinsa hotellihuoneiden oviin asennetaan sähköiset lukot aivan lähiaikoina. Kehitteillä on myös mobiilisovellus, jonka kautta asiakas voi tehdä varauksia, maksaa majoituksen sekä kirjautua sisään ja ulos.

Tutkimuksen kohteina olleista viidestä hotellista kolme kuului ketjuun ja kaksi oli itsenäisiä. Omistuspohjaa ajatellen yksittäisissä vastauksissa oli jonkin verran eroavaisuuksia: digitaalisella tasolla ketjuun kuuluvat hotellit ovat itsenäisiä hotelleja selvästi edellä. Syynä tähän lienee se, että ketjuun kuuluvat hotellit muuttuvat aina sisaryritystensä mukana, ja hotelliketjuilla on yleensä paremmat resurssit liiketoiminnan kehittämiseen.

Kokoon kerättyjen tietojen perusteella voidaan sanoa, että digitalisaatio ilmenee tutkimuskohteina olleiden hotellien toiminnassa melko vaatimattomilla tavoilla. Vaikka suurin osa tutkimuskohteista tarjoaa palveluja, jotka vastaavat tämän päivän digitaalisia vaatimuksia, ne eivät silti hyödynnä digitalisaation luomaa uutta teknologiaa yhtä tehokkaasti kuin monet muut hotellit maailmanlaajuisesti. Oli kuitenkin havaittavissa, että tutkimuskohteet, erityisesti ne, jotka kuuluvat hotelliketjuun, ovat ottamassa hiljalleen askeleita kohti digitaalista tulevaisuutta.

8 Pohdintaa

Uuden teknologian hyödyntäminen ja elämysten personointi vieraanvaraisuusalalla on ollut julkisesti paljon esillä. Näistä asioista oli puhuttu myös hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelmaan sisältyvillä kursseilla. Tämä vaikutti osittain opinnäytetyön aiheen valintaan. Aihe vaati kuitenkin paljon rajauksia, ennen kuin siitä tuli toteuttamiskelpoinen.

Ajankohtaisuudestaan huolimatta tutkimuksen toteuttaminen tuotti ajoittain hankaluuksia. Oli mietittävä tarkasti, mistä asioista kertoo ja mitä jättää pois, mutta ennen kaikkea oli huolehdittava siitä, ettei tutkimus poikkea rajatun aiheen ulkopuolelle. Empiirisen tiedon löytämisen teki haasteelliseksi sopivien

tutkimuskohteiden löytäminen, ja tulosten määrä olikin vaarassa jäädä vähäiseksi.

Empiirisessä tutkimuksessa kerättyjen vastausten määrä jäi pieneksi, vaikka niiden pohjalta syntyi kohtuullisesti aineistoa. Suurin osa vastauksista sisälsi vähän informaatiota, mihin vaikutti mahdollisesti valittu haastattelumenetelmä tai vastaajan tiedot yrityksen toiminnasta. Fyysinen keskustelu oli selvästi haastattelumenetelmistä se, joka tuotti kaikkein laadukkaimmat vastaukset. Vastausten samankaltaisuus helpotti niiden analysointia, mutta tulokset eivät tuottaneet aiheesta paljon uusia asioita.

Tutkimuskohteina olleiden hotellien omistus pohja, eli se, kuuluiko hotelli johonkin ketjuun vai oliko se itsenäinen, vaikutti osittain yksittäisten vastausten laajuuteen. Alun perin tutkimuskohteet oli tarkoitus valita siten, että ne edustaisivat samaa omistus pohjaa, mutta silloin vastausten määrä olisi eittämättä jäänyt liian pieneksi. Tutkimuksen edetessä huomattiin, että tutkimuskohteiden valitseminen kummastakin omistus pohjasta oli kannattavaa. Vaikka jotkut vastauksista olivat samankaltaisia, omistus pohjan perusteella pystyttiin havainnoimaan niissä ilmeneviä eroavaisuuksia. Loppujen lopuksi vastauksissa oli kuitenkin enemmän samankaltaisuuksia kuin eroavaisuuksia.

Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, millä tavoin digitalisaatio ilmenee hotellin toiminnassa. Tähän kysymykseen onnistuttiin löytämään kohtuullisen hyvin vastauksia. Digitalisaatiolla on hotellissa aika ilmeisiä muotoja, mutta tutkimuksessa paljastui muutamia uusiakin digitaalisia elementtejä. Oli kuitenkin selvää, että tutkimuskohteet luottavat edelleen moniin perinteisiin toimintatapoihin. Sen sijaan digitalisaation mahdollisesta tulevaisuudesta hotellien toiminnassa ei saatu kovin paljon tietoa. Se olisi ollut tutkimuksen kannalta kiinnostava asia.

Digitalisaatio ilmenee tutkimuskohteissa vielä vaatimattomilla tavoilla, mutta tutkimus antoi ymmärtää, että muutoksia on tulossa aivan lähiaikoina. Yksi tutkimukseen osallistuneista henkilöistä totesi, että jos tämä samainen tutkimus olisi tehty vuotta myöhemmin, vastaukset olisivat mitä todennäköisimmin olleet erilaisia. Digitalisaation ilmenemistä hotellin toiminnassa voitaisiin tutkia tietyin

väliajoin, koska digitalisaatiota tapahtuu jatkuvasti. Jatkotutkimus voisi myös tuoda enemmän ilmi asioita digitalisaation tulevaisuudesta hotellialalla tai mahdollisesti perehtyä vain ja ainoastaan tulevaisuuden tutkimiseen.

Lähteet

Andersson, C. 2017. Suomi ja robotisoituva maailma – AiRolla Suomi nousuun! https://suomidigi.fi/wp-content/themes/suomidigi/assets/attachments/digitaalinen-suomi-1995-2015/osa2/57%20_%20Suomi%20ja%20robotisoituva%20maailma%20_%20AiRolla%20Suomi%20nousuun.pdf. Luettu 8.8.2018.

Anha. 2017. Mikä on mobiililuottokortti? <https://www.vertaaensin.fi/luottokortti/artikkelit/mika-on-mobiililuottokortti>. Luettu 18.10.2018.

Björkqvist, A. 2009. Concepting the hotel for tomorrow. <http://www.haaga-helia.fi/sites/default/files/Kuvat-ja-liitteet/Palvelut/Julkaisut/conceptingthehotel.pdf>. Luettu 31.10.2018.

Björkqvist, A. 2017. Hotellibisnes Suomessa eilen, tänään ja huomenna. Teoksessa Havas, K. (toim.) Vieraanvaraisuusala muutoksessa: näkemyksiä hotelli-, ravintola- ja matkailualasta. Helsinki: Unigrafia, 47 – 52.

Buzztime 2018. Top 8 Hotel Room Technologies of 2018 (Smart TVs, Hotel Tablets, and More). <https://www.buzztime.com/business/blog/hotel-room-technologies-hotel-tablets-more/>. Luettu 31.10.2018.

Clock Software 2016. 5 Reasons Your Hotel Should Have Self Check-In. <http://www.hotelspeak.com/2016/11/5-reasons-your-hotel-should-have-self-check-in/>. Luettu 11.10.2018.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. Tampere: Vastapaino.

Gulati, T. 2017. 5 Hospitality Trends in 2017. <https://www.linkedin.com/pulse/5-hospitality-trends-2017-tarun-gulati>. Luettu 14.10.2018.

Heikkinen, J. 2016. Käteistä mukaan lomamatkalle? Tarvitset sitä myös monissa länsimaissa. <https://www.vertaaensin.fi/blog/kateinen>. Luettu 16.10.2018.

Hiltunen, E. 2017. Mitä tulevaisuuden asiakas haluaa: trendit ja ilmiöt. Jyväskylä: Docendo.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. Helsinki: Tammi

Hotels Ohne WLAN. About This Directory. <https://hotels-ohne-wlan.com/en/>. Luettu 20.9.2018.

Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015. Digitalisaatio: yritysjohdon käsikirja. Helsinki: Talentum.

Investine. 2013. Introducing Google Chromecast. <http://investvine.com/introducing-google-chromecast/>. Luettu 30.8.2018.

ite wiki. Digitalisaatio ja toimintaympäristön muutos.
<https://www.itewiki.fi/opas/digitalisaatio-ja-toimintaympariston-muutos/>. Luettu 24.5.2018.

Karam, L. 2017. Examples of digital transformation initiatives in the hospitality industry. <https://apiumhub.com/tech-blog-barcelona/digital-transformation-hospitality/>. Luettu 9.10.2018.

Karttunen, A. & Tiainen, A. 2016. Digitalisaatio restonomin työssä; Case Original Sokos Hotel Tapiola Garden. Opinnäytetyö. Laurea-ammattikorkeakoulu. Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma.

Laitinen, J. Blogi: Digitaalinen tulevaisuus.
<http://www.seutuverkot.fi/ajankohtaista/tiedotteet-ja-artikkelit/blogi-digitaalinen-tulevaisuus>. Luettu 6.6.2018.

Laki majoitus- ja ravitsemistoiminnasta 308/2006.

Lautsuo, P. 2017. Palvelimista pilveen. <https://suomidigi.fi/wp-content/themes/suomidigi/assets/attachments/digitaalinen-suomi-1995-2015/osa1/6%20Palvelimista%20pilveen.pdf>. Luettu 28.4.2018.

Lehti, M. 2017. Digitalisaatio avaa tietä seuraavaan teknologiamurrokseen. <https://suomidigi.fi/wp-content/themes/suomidigi/assets/attachments/digitaalinen-suomi-1995-2015/osa1/6%20Palvelimista%20pilveen.pdf>. Luettu 2.8.2018.

Leponiemi, T. 2014. Tulevaisuuden hotellielämys designataan juuri sinulle. <https://blogit.haaga-helia.fi/haaga45/2014/12/16/tulevaisuuden-hotellielamys-designataan-juuri-sinulle/>. Luettu 15.5.2018.

Mareco, D. 2017. 7 Must Follow Rules for Perfect Hotel WiFi. <https://www.securedgenetworks.com/blog/3-must-follow-rules-for-perfect-hotel-wifi>. Luettu 10.8.2018.

Merisavo, M., Vesanen, J., Raulas, M. & Virtanen, V. 2006. Digitaalinen markkinointi. Helsinki: Talentum.

MTV. 2000. Internetin lyhyt historia. <https://www.mtv.fi/lifestyle/digi/artikkeli/internetin-lyhyt-historia/1790878#gs.SJfx6Ow>. Luettu 7.9.2018.

Myers, C. Digitalisation and the Hospitality Industry: Five Trends That Might Shape Your Next Stay. <https://datafloq.com/read/digitalization-hospitality-industry-five-trends/4703>. Luettu 10.10.2018.

Nettielamaa.com. Sosiaalisen median historia. <http://www.nettielamaa.com/sosiaalisen-median-historia/>. Luettu 14.9.2018.

Newman, D. 2018. Top 6 Digital Transformation Trends in Hospitality and Tourism. <https://www.forbes.com/sites/danielnewman/2018/01/02/top-6-digital->

transformation-trends-in-hospitality-and-tourism/#3bb29a9f67df. Luettu 13.10.2018.

Nieminen, S. 2016. Tulevaisuuden hotellihuone. Opinnäytetyö. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma.

Norton. Travel tips for staying safe on public Wi-Fi. <https://us.norton.com/internetsecurity-privacy-stay-safe-on-public-wi-fi-when-you-travel.html>. Luettu 22.10.2018.

Pesonen, H. Tampere-talon viereen nouseva Marriott-hotelli sai rakennusluvan – päätökseen lisättiin toivomusponsi ohjaamaan rakennusajan toimintaa. <https://www.aamulehti.fi/uutiset/tampere-talon-viereen-nouseva-marriott-hotelli-sai-rakennusluvan-paatokseen-lisattiin-toivomusponsi-ohjaamaan-rakennusajan-toimintaa-200842923/>. Luettu 27.9.2018.

Rautiainen, M. & Siiskonen, M. 2015. Hotellivaraukset – Majoitusala tutuksi. Vantaa: Hansaprint Oy.

Revfine 2018. 6 Digital Trends for The Hospitality Industry. <https://www.revfine.com/digital-trends-hospitality-industry/>. Luettu 12.10.2018.

Rezgo Support. Travel & Tourism Industry Glossary : OTA. <https://www.rezgo.com/glossary/ota#>. Luettu 30.8.2018.

Sokos Hotels 2017. Tee check-in kätevästi ennakoon netissä. https://www.sokoshotels.fi/fi/ajankohtaista/uutinen/tee-check-in-katevasti-ennakkoon/013248899_419607. Luettu 8.8.2018.

Solla, K. & Dahlström, R. 2017. Digitreenit: Avoin wifi houkuttelee – älä unohda vaaroja. <https://yle.fi/aihe/artikkeli/2017/06/08/digitreenit-avoin-wifi-houkuttelee-ala-unohda-vaaroja>. 22.10.2018.

Sommers, C. 2016. Three Ways Technology Makes Payments Easier For Hotel Guests. https://www.hotel-online.com/press_releases/release/three-ways-technology-makes-payments-easier-for-hotel-guests. Luettu 13.10.2018.

Suominen, M. 2011. Mitä on Social CRM eli sosiaalinen asiakkuudenhallinta? <https://www.sulava.com/mita-on-social-crm/>. Luettu 17.4.2018.

Tilastokeskus. Käsitteet. <https://www.stat.fi/meta/kas/innovaatio.html>. Luettu 27.8.2018.

Tuominen, P. & Puhakainen, E. 2017. Teknologia lisää vau-elämystä. <https://mara.fi/vitriini-2/vitriinin-verkkoartikkelit/teknologia-lisaa-vau-elamysta>. Luettu 1.11.2018.

Valorinta, V. 2008. Hotellivarausten arvoketju. Espoo: Booking Partner Oy.

Valtiovarainministeriö. Digitalisaatio. <http://vm.fi/digitalisaatio>. Luettu 8.2.2018.



Arvon vastaaja,

10.8.2018

Olen Saimaan ammattikorkeakoulun hotelli- ja ravintola-alan kolmannen vuosikurssin opiskelija. Teen opinnäytetyötä aiheena *Digitalisaation ilmeneminen hotellin toiminnassa*. Tarkoituksena on selvittää minkälaisia digitaalisia teknologiamuotoja hotellilla on nykyään käytettävissään, jotta se voisi tarjota tämän päivän asiakaskäyttäytymistä vastaavaa palvelua.

Opinnäytetyön avainaihe on digitalisaatio. Digitalisaation käsitteellä ei vakituista määritelmää, mutta teoksessa *Digitalisaatio: yritysjohton käsikirja* (Ilmarinen & Koskela 2015) sanotaan, että sillä viitataan muun muassa verkkokaupan vaikutuksiin tavallisiin kivijalkakauppoihin, uusiin teknologisiin mullistuksiin sekä yhteiskunnan ja teollisuuden rakenteellisiin muutoksiin.

Haastattelu kohdennetaan hotellialan työntekijälle. Kyseessä on teemahaastattelu, eli haastattelun kysymykset noudattavat kukin omaa teemaansa. Haastattelussa hyödynnetään seuraavia teemoja:

- **varaustavat**, eli millä tavoin asiakkaat tekevät varauksia (esim. internet, sähköposti puhelinsoitto).
- **maksutavat**. Tällä teemalla tarkoitetaan niitä vaihtoehtoja, joilla asiakas voi maksaa hotelliyöpymisensä.
- **digitaaliset lisälaitteet hotellihuoneissa**, eli minkälaista teknisiä laitteita hotellihuoneissa on (esim. televisio, tabletti).
- **asiakkaan käytössä olevat verkkoyhteydet**.
- **digitalisaation tulevaisuus hotellissa**.

Haastateltavan ei tarvitse täyttää haastattelulomaketta vaan haastattelu tallennetaan muistiinpanoihin ja haastateltavan luvalla myös ääninauhalle. Vastauksia ei esitetä vastaajan tai yrityksen yhteydessä, eli vastaajan ja vastauksen yhteyttä ei paljasteta missään vaiheessa.

Jos kaipaat lisätietoa haastattelusta, tai sinun tarvitsee olla minuun yhteydessä haastattelun jälkeen, yhteystietoni löytyvät saatekirjeen lopusta.

Kiitos jo näin etukäteen haastatteluun osallistumisesta!

Terveisin,

Sara Virtanen

etunimi.sukunimi@sähköposti.fi

Sara Virtanen
Saimaan ammattikorkeakoulu
Hotelli- ja ravintola-alan koulutusohjelma
Opinnäytetyö 2018

Tämän kyselyn avulla kerätään tietoa opinnäytetyöni empiiriseen osuuteen. Opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää, millä tavoin digitalisaatio ilmenee hotellin toiminnassa. Vastauksia ei esitetä vastaajan tai yrityksen yhteydessä, eli vastaajan ja vastauksen yhteyttä ei esitetä.

Varaustavat

Millä tavoin asiakkaat varaavat hotellihuoneita, kokoustiloja (tai muita yrityksen palveluja)?

Kun asiakkaat tekevät varauksen verkossa, mitä varaussivustoja he yleisimmin käyttävät?

Maksutavat

Millä tavoin asiakkaat voivat maksaa hotelliyöpymisensä? Mitkä niistä ovat yleisimmin käytettyjä?

Onko mobiililaitteella maksaminen mahdollista? Jos on, käytetäänkö sitä usein?

Digitaaliset lisälaitteet hotellihuoneissa

Onko hotellihuoneen televisiota mahdollista käyttää muuhunkin kuin TV-ohjelmien katselemiseen

Onko hotellihuoneessa tabletti? Jos on, mitä käyttöominaisuuksia sillä on?

Asiakkaan käytössä olevat verkkoyhteydet

Millaisia verkkoyhteyksiä hotellinne tarjoaa asiakkaille?

Veloitatteko asiakasta verkkoyhteyden käytöstä?

Digitalisaation tulevaisuus hotellissa

Onko hotelliinne tulossa mahdollisesti lähiaikoina uusia digiteknisiä innovaatioita?