



SAVONIA

OPINNÄYTETYÖ - AMMATTIKORKEAKOULUTUTKINTO
MATKAILU-, RAVITSEMIS- JA TALOUSALA

RAVINTOLA-ALAN YRITYSTEN TOIMENPITEET KORONAKESÄNÄ 2020

Savonlinnan seudun ravintolat

TEKIJÄ/T:

Jenna Argillander
Ani Juntunen
Niina Torniainen

Koulutusala Matkailu-, ravitsemis- ja talousala	
Tutkinto-ohjelma Matkailu- ja ravitsemisalan tutkinto-ohjelma	
Työn tekijä(t) Jenna Argillander, Ani Juntunen, Niina Tornainen	
Työn nimi Ravintola-alan yritysten toimenpiteet koronakesänä 2020 - Savonlinnan seudun ravintolat	
Päiväys 28.5.2021	Sivumäärä/Liitteet 56/6
Toimeksiantaja/Yhteistyökumppani(t) Savonlinnan Seudun Matkailu Oy/Visit Savonlinna	
Tiivistelmä <p>Tutkimuksen tavoitteena oli selvittää Savonlinnan ja sen lähialueiden ravitsemisalan yritysten tekemiä muutoksia, joiden avulla ne pyrkivät minimoimaan koronaviruksen aiheuttamat vaikutukset liiketoimintaan. Tutkimuksessa haluttiin kerätä tietoja, joihin koronaviruksella ja sen vuoksi asetetuilla rajoituksilla oli vaikutusta liittyen ravitsemisyriyten työntekijöihin, sisäiseen viestintään, johtamiseen, koronatuikiin ja kannattavuuteen. Lisäksi tutkimuksessa kartoitettiin yritysten liikevaihtoja, joista voidaan tarkastella, miten korona on vaikuttanut niihin. Tutkimuksessa keskityttiin vuoden 2020 kesään, eli kesä-elokuun ajalle.</p> <p>Tutkimusmenetelminä käytettiin sähköistä kyselylomaketta ja sen tueksi haastatteluja. Kyselylomakkeella saatiin määrällisiä tietoja yrityksistä, kuten asiakaspaikkojen ja työntekijöiden määriä sekä liikevaihto ja sen muutos koronakesästä verrattuna edelliseen. Haastattelut toteutettiin puolistrukturoituna haastatteluna, jonka kysymykset pohjautuivat tavoitteissa asetettuihin aihepiireihin. Haastattelut suoritettiin tutkimuksen osallistuneille puhelinhaastatteluna, tai Teams -sovelluksen kautta. Kerättyjen aineistojen pohjalta saatiin tietoon, mitä toimenpiteitä ravitsemisalan yritykset Savonlinnan alueella tekivät, koronaviruksen seurauksena.</p> <p>Tutkimuksen avulla voidaan tehdä päätelmä, että koronalla ei ollut rajoitusten lisäksi ravintoloiden päivittäiseen toimintaan vaikutusta. Ainoat erot olivat huomattavissa ravintolatyypin välillä, joista juomaravintoloihin rajoitukset vaikuttivat eniten. Tutkimuksen vastausmäärät olivat vähäisiä, joten tuloksia ei voida yleistää kaikkiin Savonlinnan ravintola-alan yrityksiin. Alueelle tarvitsisi tehdä jatkotutkimuksia, joiden avulla tietoa saataisiin kerättyä enemmän ja tuloksista saataisiin luotettavampia.</p>	
Avainsanat Koronavirus, covid-19, ravitsemisala, liiketoiminta	

Field of Study Tourism, Catering and Domestic Services	
Degree Programme Degree Programme in Tourism and Hospitality Management	
Author(s) Jenna Argillander, Ani Juntunen, Niina Tornainen	
Title of Thesis Actions of the restaurants of Savonlinna area during the corona summer of 2020	
Date 28 May 2021	Pages/Appendices 56/6
Client Organisation /Partners Savonlinnan Seudun Matkailu Oy (Visit Savonlinna)	
<p>Abstract</p> <p>The main objective of this research was to find out the changes made by the restaurant companies in Savonlinna and the neighbouring areas to minimize the impact the coronavirus had on the profitability of these companies. In the research, we wanted to gather information on the effects which the coronavirus and the restrictions that occurred because of the virus had on the employees, on internal communications, management, financial support from the government and profitability. In addition, the research shows the companies' turnover, which can be viewed how the coronavirus has affected them. The research focused on the summer of 2020, the period of June to August.</p> <p>The research methods used were an online questionnaire and interviews to support the questionnaire. The questionnaire provided quantitative information on the companies, such as the number of customer seats and employees, as well as the turnover and its change from the previous summer. The interviews were conducted as semi-structured interviews, the questions that were presented were based on the topics set in the objectives. The interviews were conducted as telephone interviews, or through the Teams application. Based on the collected data, it was found out what measures were taken by the restaurant companies in the Savonlinna area because of the coronavirus.</p> <p>The conclusion of the research shows that the coronavirus had no effect on the daily operations of restaurants in addition to the restrictions issued by the government. The only differences that were seen, were between different types of restaurants. The restaurants that had the most difficulties because of the restrictions were the bars and night clubs. There were only few answers gathered, so the results cannot be generalized to all restaurants in the Savonlinna area. Further research should be conducted in the area to gather more information and make the results more reliable.</p>	
<p>Keywords Coronavirus, covid-19, catering industry, business</p>	

ESIPUHE

Haluamme kiittää toimeksiantajaamme Savonlinnan Seudun Matkailu Oy ja sen toimitusjohtajaa Jaana Komia yhteistyöstä. Erityiskiitokset haluamme osoittaa opinnäytetyöohjaajallemme Tanja Vornaselle tuesta ja avusta läpi koko työn.

Kuopiossa 28.5.2021

Argillander Jenna, Juntunen Ani ja Torniainen Niina

SISÄLTÖ

1	JOHDANTO	6
2	MATKAILU- JA RAVITSEMISALA.....	7
2.1	Matkailu- ja ravitsemisalan määritelmä	8
2.2	Matkailu ja koronapandemia	9
3	RAVINTOLALIIKETOIMINTA	11
3.1	Tuote ja palvelu.....	11
3.2	Johtaminen ja esimiestyö ravintola-alalla.....	12
3.3	Markkinointi ja ravintola-ala.....	14
3.4	Kannattavuus ja kulurakenne.....	16
4	SAVONLINNA MATKAILUKAUPUNKINA	19
5	KORONAVIRUS JA SEN VAIKUTUKSET RAVINTOLA-ALAAAN.....	21
5.1	Koronavirus Suomessa	21
5.2	Koronavirus Euroopassa ja maailmalla.....	22
5.3	Koronatuet ravitsemisyriyksille.....	24
6	TUTKIMUKSEN TOTEUTUS	26
6.1	Tutkimusmenetelmät	26
6.1.1	Kyselytutkimus.....	27
6.1.2	Haastattelu.....	28
6.2	Aineiston kerääminen.....	29
7	TUTKIMUSTULOKSET JA ANALYSOINTI.....	32
7.1	Tulosten analysointimenetelmät.....	32
7.2	Kysely	32
7.3	Haastattelu.....	38
8	JOHTOPÄÄTÖKSET	40
9	POHDINTA.....	43
	LÄHTEET	46
	LIITE 1 KYSELYLOMAKE.....	51
	LIITE 2 HAASTATTELUKYSYMYKSET	56

1 JOHDANTO

Viime vuosi oli poikkeuksellinen, ja vaati paljon sopeutumista niin ihmisiltä kuin yrityksiltäkin. Keväällä 2020 alkanut koronapandemia toi mukanaan rajoitukset, jotka vaikeuttivat erityisesti matkailu- ja ravitsemisalan yritysten toimintaa. Edeltävien vuosien hyvä kasvu matkailun saralla pysähtyi nopeasti, kun rajoitukset astuivat voimaan.

Koronaviruksen vaikutuksista ravintola-alaan on tehty aiemmin tutkimus, jossa tutkimuskohteena olivat Turun alueen ravintolat. Tämän opinnäytetyön aihe kehittyi tekijöiden ravintola-alan työkokemusten pohjalta ja myös eräästä savonlinnalaisesta ravintolasta saatiin ideaa aiheeseen. Tutkimuskohteeksi valikoituivat Savonlinnan alueen ravintolat, Savonlinnan kesäkaupunki -maineen vuoksi. Tutkimukseen sisällytettiin myös lähiseudun ravintolatoimijoita. Toimeksiantajana toimii Savonlinnan Seudun Matkailu Oy (Visit Savonlinna). Savonlinnan Seudun Matkailu Oy vastaa alueen yrittäjien ja kaupungin kanssa Savonlinnan matkailun markkinoinnista. Yhtiön sivuille on koottu eri toimijoiden tarjoamia palveluja ja tapahtumia. Yhtiön tavoitteena on lisätä seudun matkailumarkkinointia. (Savonlinnan elinkeinopalvelut julkaisuaika tuntematon.)

Koronaviruksen vuoksi asetettiin useita rajoituksia eri toimialoille, jotta ihmisten ylimääräinen liikkuminen saataisiin minimiin. Koronapandemian myötä matkailu- ja tapahtuma-ala hiljenivät keväällä lähes täysin. Kesän edetessä ja tautitapausten vähentyessä rajoituksia lievennettiin, mutta matkustusrajoitukset Suomen rajalla vaikeuttivat suomalaisten ulkomaan matkailua kesällä 2020. Kesälomamatkat suunnattiin ulkomaiden sijaan kotimaahan. Kevään sulkutilan purkautumisen jälkeen ihmiset halusivat liikkua ja päästä normaaliin elämään. Tämä lisäsi kotimaisten turistien määrää kesäkaupungeissa ympäri Suomea ja elvytti kotimaan taloudellista tilannetta ankaran kevään jälkeen.

Savonlinna tunnetaan kesäkaupunkina valtakunnallisesti ja kansainvälisesti. Kaunis luonto ja kirkas vesistö houkuttelevat matkailijoita eri puolilta Suomea. Kesän lopulla järjestettävät Oopperajuhlat ovat merkittävä tapahtuma Savonlinnan alueella, ja kuukauden mittainen festivaali kerää vuosittain noin 70 000 kävijää (Savonlinnan oopperajuhlat julkaisuaika tuntematon). Näillä oopperan ystäville on Savonlinnan matkailulle ja alueen yrityksille suuri taloudellinen merkitys. Vuoden 2020 kesällä Oopperajuhlia ei voitu järjestää koronapandemian aiheuttamien rajoitusten vuoksi.

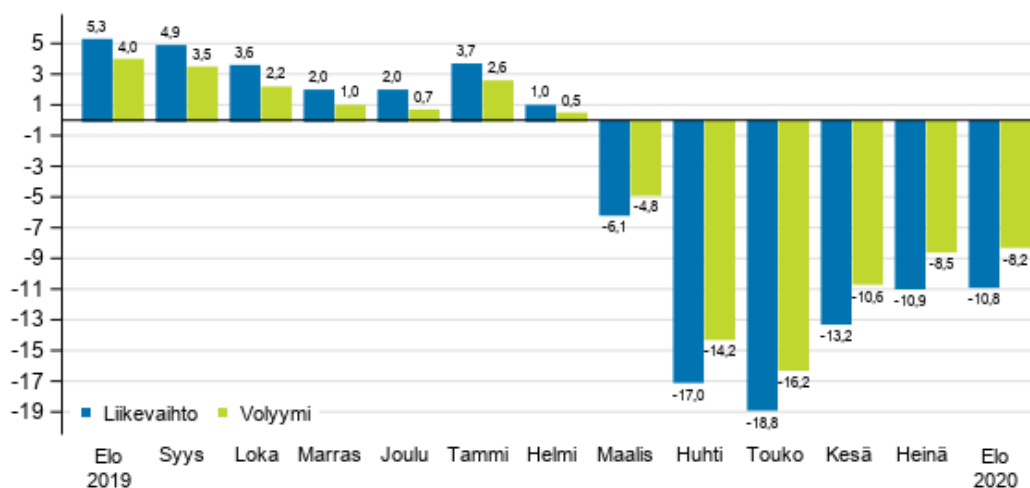
Tutkimuksessa pureudutaan siihen, millaisia muutoksia ravintola-alan yritykset tekivät koronaviruksen vaikutuksesta, ja miten tehdyt toimenpiteet vaikuttivat niiden liiketoiminnan kannattavuuteen koronakesänä 2020. Ensin selvitetään, millaisia muutoksia ravintolat tekivät koronaviruksen vaikutuksesta; millaisia keinoja ja toimia vaadittiin toimintaa rajoittavien rajoitusten lisäksi. Tutkimuksessa tarkastellaan lisäksi, millainen vaikutus koronaviruksella oli liiketoiminnan kannattavuuteen kesällä.

2 MATKAILU- JA RAVITSEMISALA

Matkailu- ja ravitsemisosalalla on merkittävä rooli kansantaloudelle. Toimialan osuus Suomen brutto-kansantuotteesta vuonna 2018 oli 2,7 prosenttia. Matkailun kokonaiskysyntä tarkoittaa kotimaisten ja ulkomaalaisten matkailijoiden vuoden aikana käyttämää rahamäärää, joka jää Suomeen. Matkailun kokonaiskysyntä vuonna 2018 oli yhteensä 15,7 miljardia euroa. Matkailuvienti eli ulkomainen matkailukysyntä kokonaisuudesta oli 4,9 miljardia euroa. Ulkomaalaisten osuus matkailutulosta on siis yli 30 prosenttia. (Marski 2021, 10.)

Matkailutoimiala on suuri työllistäjä Suomessa ja vuonna 2019 alalla toimi noin 29 000 yritystä. Eri matkailun toimialat työllistävät yli 5 prosenttia kaikista työllisistä, eli noin 142 000 työntekijää. Matkailualan yritykset myös työllistävät kotimaassa ja se luo verotuloja Suomeen. Palvelualueen yritykset lisäksi maksavat huomattava määrän arvonlisäveroa, mikä kerryttää edelleen matkailualan tuottamaa verokassaa. (Marski 2021, 10; Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa ry 2020b.)

Vuoden 2020 maaliskuusta lähtien palvelualueen liikevaihdot romahtivat (kuva 1). Tilaston palvelu-aloihin ei sisälly kaupan toimialoja. Kuvassa 1 liikevaihdon ja volyymin kuukausittaisia muutoksia on verrattu edellisen vuoden vastaaviin kuukausiin. Vuoden 2020 kesä-, heinä- ja elokuussa palvelu-aloilla liikevaihdon laskua oli noin 10 prosenttia jokaisena kesäkuukautena. Huhti- ja toukokuun suurimmat kuukausikohtaiset laskut muutosprosentteissa verrattuna muiden kuukausien muutoksiin, ovat todennäköisesti selitettävissä kevään 2020 ravintolasululla.



Lähde: Tilastokeskus

Kuva 1. Palveluiden työpäiväkorjatun liikevaihdon ja volyymin vuosimuutos, % (Suomen virallinen tilasto (SVT))

2.1 Matkailu- ja ravitsemisalalan määritelmä

Matkailu- ja ravitsemisala voidaan määrittellä monella eri tavoin palvelevaksi toiminnaksi. Matkailuala on laaja kokonaisuus ja koostuu monista erityyppisistä yrityksistä, jotka liittyvät eri tasoilla matkailuelinkeinon. Matkailualan tarkempi määrittely on vaikeaa, koska niin monet toimialat ovat sidoksissa siihen. Matkailun tyypilliset toimialat ovat riippuvaisia matkailusta ja käänteisesti myös välttämättömiä matkailualalle. Matkailualan tyypillisiin toimialoihin kuuluu majoitus- ja ravitsemistoiminnan lisäksi ohjelmanpalvelut; henkilöliikenne maitse, vesi- ja ilmateitse; liikennevälineiden ym. vuokraus; matkatoimistot ja vastaavat sekä urheilu-, virkistys- ja kulttuuripalvelut. (Selander & Valli 2007, luku 1; Tilastokeskus 2005.)

Yleisesti matkailu- ja ravitsemisala tunnetaan palvelualana, koska alan tuotteen myyntiin kuuluu vahvasti asiakkaan kokema palvelutapahtuman onnistuminen. Palvelualalla toimivan yrityksen tunnusmerkkejä on muun muassa tuotteen ja palvelun ainutkertaisuus, joka tarkoittaa, että asiakkaan kokema tuote- ja palvelukokonaisuus on ainutlaatuinen, eikä se ole helposti kopioitavissa. Muita tunnusmerkkejä on esimerkiksi liikepaikan fyysinen sijainti, joka voi olla ratkaiseva liiketoiminnan kannattavuuden kannalta. Palvelutapahtuman kannalta on tärkeää myös työvoimavaltaisuus, joka tarkoittaa sitä, että työntekijöiden ammattitaito palvella asiakasta on avaintekijä. Sitä ei voi toisin sanoen korvata koneilla, vaikka tekniikan avulla palvelutapahtumaa voidaan parantaa. (Selander & Valli 2007, luku 1.)

Matkailutoimialan ydinklusteri muodostuu majoitus- ja ravitsemistoiminnasta sekä matkanjärjestäjien ja ohjelmanpalvelujen toiminnasta. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaiseman matkailun toimialaraportin (Marski 2021) mukaan vuonna 2019 ravitsemistoiminnan yrityksiä oli 10 340 ja ala työllisti 54 646 henkilötyövuotta. Henkilötyövuosi on kaikkien työntekijöiden tehdyt työtunnit muutettuna kokoaikaiselle työntekijälle. Todellisuudessa ravitsemisala työllistää enemmän ihmisiä kuin henkilötyövuosien määrän, koska osa-aikaiset työsuhteet ovat alalle tyypillisiä.

Tilastokeskuksen toimialaluokituksessa majoitus- ja ravitsemistoiminta jakautuvat majoitukseen ja ravitsemistoimintaan taulukossa 1 kuvatulla tavalla. Yritykset ilmoittavat perustettaessa Verohallintoon, mihin toimialaan kuuluvat niiden päätoimialan mukaan. Majoitustoimialan alle kuuluvat erilaiset hotellit, lomakylät, leirintäalueet ja muu majoitus. Ravitsemistoiminta on majoitus- ja ravitsemistoimialaan sisältyvä erillinen toimiala, joka sisältää muun muassa erilaisia ravintolatoimintoja, baareja ja ruokakioskeja. Myös ateria- ja pitopalvelu kuuluvat ravitsemistoiminnan alle. (Tilastokeskus 2008.)

Tilastoja tutkiessa on huomioitava, että majoitustoiminnan yhteydessä toimivien ravitsemistoiminnan tiedot lukeutuvat majoitustoimialan alle. Näin esimerkiksi hotellien yhteydessä toimivien ravintoloiden toiminta on tilastoissa osa majoitustoimialaa. Myös ohjelmanpalveluihin ja maaseutumajoituksiin sisältyvä ruokailu jää tilastoissa ravitsemistoiminnan ulkopuolelle. Opinnäytetyön tutkimus eroaa tilastokeskuksen TOL2008-luokituksesta siinä, että tutkimuksessa lähestytään kaikenlaisia ravitsemistoimintaa harjoittavia yrityksiä Savonlinnan alueella, myös majoitustoiminnan rinnalla toimivia ravintoloita. (Jänkälä 2016, 15.)

Taulukko 1. Toimialaluokitus TOL2008 (Tilastokeskus 2008)

I Majoitus- ja ravitsemisala

55 Majoitus

5510 Hotellit ja vastaavat majoitusliikkeet

55101 Hotellit

55109 Motellit, matkustajakodit ja vastaavat majoitusliikkeet

5520 Lomakylät, retkeilymajat yms. majoitus

5530 Leirintäalueet, asuntovaunu- ja matkailuvaunualueet

5590 Muu majoitus

56 Ravitsemistoiminta

5610 Ravintolat ja vastaava ravitsemistoiminta

56101 Ravintolat

56102 Kahvila-ravintolat

56103 Ruokakioskit

562 Ateriapalvelut ja muut ravitsemispalvelut

56210 Pitopalvelu

56290 Henkilöstö- ja laitosruokalat

5630 Baarit ja kahvilat

2.2 Matkailu ja koronapandemia

Suomen matkailussa vuosi 2019 oli jo neljäs kasvuvuosi perättäin. Majoituspalveluiden kokonaisy-syntä kasvoi vuoteen 2018 verrattuna 3,9 prosenttia. Yöpymisvuorokausia kirjattiin vuonna 2019 yli 23 miljoonaa. Näistä 16 miljoonaa oli kotimaisten matkailijoiden ja 7,1 miljoonaa ulkomaisten matkailijoiden yöpymisiä. Ulkomaisten yöpymisten määrä kasvoi Suomessa enemmän kuin keskimäärin Euroopassa. Suomessa ulkomaisia yöpymisiä tilastoitiin 3,1 prosenttia enemmän kuin edellisvuonna. Euroopassa yöpymiset kasvoivat keskimäärin 0,5 prosenttia. Verratessa Pohjoismaihin, ulkomaalais-ten yöpymiset lisääntyivät vain Norjassa enemmän kuin Suomessa. (Marski 2021, 31.)

Matkailu- ja ravitsemisalan hyvä kasvu katkesi keväällä 2020 koronapandemian alettua. Pandemian myötä matkailuala koki maailmanlaajuisesti kovan iskun, kun ihmisiä rajoitettiin tekemästä ylimääräi-siä matkoja ja suositettiin pitämään kohtaamiset minimissä ja pysymään mielellään kotona. Viran-omaistahoilta annettiin rajoituksia matkustamiseen sekä ravintola- ja vapaa-ajan toimintoihin. Matkailun kannalta kesän tilanne vaikutti epävarmalta.

Alkuvuodesta 2020 matkailun näkymät vaikuttivat lupaavilta kasvulukujen valossa. Alustavien tieto-ten mukaan vuoden 2020 tammikuussa yöpymisiä rekisteröitiin 8 % enemmän kuin vuotta aiemmin ja helmikuussa 6,9 % enemmän verrattuna edellisvuoteen. Maaliskuussa koronapandemian vaiku-tukset alkoivat näkyä Suomessa. Yöpymiset laskivat maaliskuussa majoitusliikkeissä 46,6 prosenttia. Huhtikuussa laskua oli edellisvuoteen yli 88 prosenttia. Kuun lopussa yhteensä 321 hotellia oli kiinni. (Marski 2021, 34–35.)

Kesälomakauden alkaessa, kotimaan matkailu käynnistyi vähitellen. Tilastokeskuksen mukaan suo-malaisten kesämatkat keskittyivät kotimaan matkailuun, kun epävarmuus koronatilanteesta vaikutti vahvasti ympäri maailman ulkomaille matkailuun. Vuoden 2020 touko-elokuussa tehtiin 9,7 miljoonaa yön yli kestänyttä kotimaan vapaa-ajan matkaa. Ulkomailla samana ajankohtana tehtiin 600 000

vapaa-ajan matkaa, joista 400 000 sisälsi yöpymisen kohdemaassa. (Marski 2021, 35; Tilastokeskus 2020.)

Mökkimatkailusta muodostui vuoden 2020 matkailuilmiö. Omilla ja vuokratuilla mökeillä lomailu kasvoi lähes puolitoistakertaiseksi verrattuna edelliseen kesään. Touko-elokuussa tehdyistä 9,7 miljoonasta kotimaan vapaa-ajan matkasta, 7,2 miljoonaa oli ilmaismajoitusmatkaa, mikä oli hieman vähemmän kuin edellisvuoden touko-elokuussa. Ilmaismajoitus tarkoittaa yöpymistä, joka ei ole yöpyjälle maksullinen. Tällaisia yöpymisiä ovat muun muassa omassa vapaa-ajan asunnossa yöpyminen ja majoittuminen sukulaisten tai tuttavien luona. (Satokangas & Vieru 2017, 24; Tilastokeskus 2020.)

Itä-Savo-maakuntalehdessä uutisoitiin viime kesänä Saimaan rannalla sijaitsevien vapaa-ajan asuntojen suosiesta ostajien keskuudessa. Viime vuonna vapaa-ajan asunnoista oli suuri kysyntä ja kauppoja tehtiin vielä vuoden 2020 syksylläkin. Savonlinnassa mökkikaupat lisääntyivät vuoden 2020 tammi-kesäkuun välillä 43 prosenttia verrattuna vuoden 2019 samalle aikavälille. (Väänänen 2020; Leppänen 2020.)

Vapaa-ajan matkoja, joissa yövyttiin maksullisessa majoituksessa, tehtiin 2,5 miljoonaa. Maksullisen majoituksen kotimaanmatkoja tehtiin noin 20 prosenttia vähemmän kuin edellisvuoden touko-elokuussa. Koronakesänä Pohjois-Suomen alueet olivat matkailijoiden keskuudessa suosittuimpia kuin Pirkanmaan ja Varsinais-Suomen alueet. Hotellimajoitus kotimaassa ei ollut yhtä suosittua kuin mökkillä yöpymiset, sillä kesällä hotelliyöpymisten määrä laski noin kolmanneksen edelliseen kesään verrattuna. Heinäkuu oli suosituin matkustuskuukausi vuoden 2020 kesäkaudella. Suomalaiset tekivät heinäkuussa 1,1 miljoonaa maksullista majoitusmatkaa ja 2,2 ilmaismajoitusmatkaa. (Tilastokeskus 2020.)

Ulkomaanmatkoja tehtiin kesällä 2020 vähän. Touko-elokuussa tilastoitiin 560 000 ulkomaille kohdistunutta vapaa-ajanmatkaa, joihin lasketaan kohdemaassa yöpymiset, risteilyt ja päivämatkat. Verrattuna edellisen vuoden vastaavaan ajankohtaan, vuoden 2020 ulkomaanmatkojen luku on alle 20 prosenttia edellisen vuoden matkustajamäärästä. Myös ulkomailta Suomeen matkustettiin huomattavasti vähemmän verrattuna edelliseen vuoteen. Koronavirus ja sen aiheuttamat matkustusrajoitukset vähensivät ihmisten intoa matkailuun sekä Suomessa että ulkomailla. (Tilastokeskus 2020.)

3 RAVINTOLALIIKETOIMINTA

Ravintola-alaan kuuluvat ravintola- ja kahvilapalveluja tarjoavat yksityiset yritykset sekä julkisen ja kolmannen sektorin kaupalliset yksiköt (Heikkinen, Kortelampi & Verhelä 2015, 27).

Ravintolaliiketoimintaa voidaan jaotella eri perustein. Ravintoloita on esimerkiksi jaoteltu Vieraanvairausalan peruskäsitteet -raportissa toiminta-ajatuksen mukaan seuraavasti: Michelin tähden ravintolat, fine dining -ravintolat, tavalliset ruokaravintolat, lounasravintolat, pikaruokaravintolat, hampurilaisravintolat, pitseriat, kebab-ravintolat, voileipäravintolat, henkilöstöravintolat, etniset ravintolat, tilausravintolat, kausiravintolat, catering-toiminta, pop up -ravintolat ja kioskit. Ravintolat ovat usein liikeideoiltaan lähellä toisiaan, jonka takia eri toimintojen yhdistäminen saman katon alle on yleistä. Ruokaravintolan ja baarin yhdistäminen on tästä hyvä esimerkki, koska ravintola on yksi alkoholin jakelukanavista. Erilaisia juomaravintoloita voidaan jakaa toiminta-ajatuksen mukaan esimerkiksi seuraaviin luokkiin: baarit eli juomaseurusteluravintolat, pubit, yökerhot, olut- ja viiniravintolat sekä cocktailbaarit. (Heikkinen ym. 2015, 28–30; Jänkälä 2016, 34.)

Menestyvän ravintolaliiketoiminnan taustalla on useita tekijöitä. Menestyäkseen yrityksen ydinpalvelun täytyy olla asiakkaiden tavoittelema, eli esimerkiksi ruokaravintolassa ruokatuotteen on oltava itsessään myyvä. Tuotekehittelyssä on tärkeää huomioida hinnoittelun merkitys. Koska hinnat vaikuttavat osittain asiakkaiden ostopäätöksiin, on niiden suunnittelussa mietittävä tuotekohtaisten kulojen lisäksi myös markkinatilannetta. Kannattavan toiminnan tueksi tarvitaan taitavaa johtamista. Monissa tapauksissa se on ratkaisevassa asemassa, onnistuuko kannattavuustavoitteiden saavuttaminen vai ei (Heikkilä & Saranpää 2008, 149). Oikeanlaisen markkinoinnin avulla pystytään tavoittamaan paremmin kohderyhmiä, ja näin mahdollistetaan myyntimäärien kasvu. Kannattava liiketoiminta, jossa tuotot kattavat kulut ja tuottavat niiden jälkeen voittoa yritykselle, pystyy toimimaan pitkällä tähtäimellä. Nämä seikat huomioiden ravintola-alan yritys onnistuu luomaan menestyvän liiketoiminnan.

3.1 Tuote ja palvelu

Ravitsemisalalla tuotteiden kirjo on laaja. Ravintoloissa tyypillisin myytävä tuote on erilaiset ruokatuotteet. Ravintolan liikeideasta riippuen vaihtelee, millaista ruokaa siellä myydään ja miten se tarjoillaan. Ruoan lisäksi ravintoloissa myydään juomia. Anniskeluvallisissa ravintoloissa voidaan myydä myös alkoholipitoisia juomia, kuten viiniä, olutta ja erilaisia juomasekoituksia.

Tuotteiden oikeanlainen hinnoittelu on olennainen osa kannattavaa ravintolaliiketoimintaa. Hintojen asettaminen markkinoita korkeammalle voi vähentää kysyntää, koska asiakkaat ovat hintatietoisia ja vertailevat paljon hintoja. Tuotteiden hinnoittelu voi perustua kustannuksiin tai markkinoiden hintatasoon. Kustannusperusteisen hinnoittelun lähtökohtana ovat tuotteen tuotannosta aiheutuneet välittömät ja välilliset kustannukset, jonka päälle yritys lisää voittotavoitteen. Myyntihintaan sisältyy näiden lisäksi arvonlisävero. Markkinalähtöisessä hinnoittelussa yrityksen tuotteiden hinnat määräytyvät markkinoiden hintatason mukaan. On harvinaista, että yrityksissä käytetään pelkästään jom-

paakumpaa vaihtoehtoa hinnoittelumenetelmistä. Usein hinnoittelussa lähdetään liikkeelle kustannuksista ja päädytään myyntihintaan, jossa on myös huomioitu markkinoilla vallitseva tilanne. (Heikkilä & Saranpää 2008, 90–94; Selander & Valli 2007, luku 4.)

Ruokatuotteissa katteet jäävät matalammiksi kuin juomatuotteilla. Ruoka-annosten valmistamiseen tarvittavat raaka-ainekustannukset ovat huomattavasti korkeammat kuin esimerkiksi juomasekoitukseen tarvittavien ainesosien kustannukset ja lisäksi valmistusajat eroavat kyseisissä tuotteissa. Ruoan kokonaisvalmistusaika on paljon pidempi kuin juoman, joka parhaimmillaan kaadetaan pullosta lasiin. Valmistusaika vaikuttaa näin tuotteeseen kohdistuviin henkilöstökuluihin, kun työntekijä(t) valmistaa myytävän tuotteen asiakkaalle.

Arvonlisävero vaikuttaa myös myyntihintoihin. Kaikesta liiketoiminnan palvelujen ja tavaroiden myynnistä maksetaan arvonlisäveroa valtiolle. Suomessa on kolme eri verokantaa. Yleinen arvonlisäverokanta on 24 %. Alennettuja verokantoja on kaksi: 14 % ja 10 %. Elintarvikkeissa ja ravintoloissa verokanta on 14 %. Anniskelumyynnissä arvonlisävero on kuitenkin 24 %. (Fabrik 2020; Selander & Valli 2007, luku 4.)

3.2 Johtaminen ja esimiestyö ravintola-alalla

Ravintola-alalla johtaminen ja esimiestyö on tärkeää, sillä hyvällä esimiestyöllä taataan ja tuetaan ravintolan kannattavaa liiketoimintaa. Johtaminen on laaja käsite, mutta ravitsemistoiminnassa se tarkoittaa oman kalenterin hallintaa, suunnitelmallisuutta, asioiden tiedottamista henkilökunnalle, sekä ravintolan kehittämistyötä. Tärkeimpiä johtamisen rooleja ravintola-alalla on muun muassa strateginen-, päivittäis- ja henkilöstöjohtaminen.

Perinteisesti johtamisen kuvaillaan olevan mekaanista toimintaan ja ihmisten valvomista. Nykyään puhutaan ihmisten motivoimisesta ja, kuinka johtaja antaa työntekijöille valmiudet toteuttaa työtään itsenäisesti ja osaavasti ilman erityisempää valvontaa. Johtamisen voi jakaa karkeasti asioiden johtamiseen ja ihmisten johtamiseen. Asioiden johtamisen tavoite on luoda toimintatavat ja menetelmät, joita käyttämällä päästään yrityksen asettamiin tavoitteisiin ja pysytään niissä. Tämä vaatii suunnittelua ja valvontaa, jotta pystytään vastaamaan asiakkaiden tarpeisiin ja haluihin jatkuvasti. (Viitala & Jylhä 2019, luku 1.)

Esimiestyö on johtamista ja se koostuu monista osatekijöistä. Hyvän esimiestyön ja organisaation menestyksen välillä on vahva yhteys, sillä menestyäkseen esimiehen on ymmärrettävä ja tunnettava oma työnsä suhteutettuna organisaation kokoon. Esimiestyö on vaikuttamista vuorovaikutteisesti ja tavoitteellisesti yksilöihin tai kokonaisiin ryhmiin. Se on myös osaamista, jonka avulla selviydytään lakiasioden parissa, liiketoiminnan paineissa ja erilaisissa muutostilanteissa. Johtamistilanteet koostuvat kolmesta eri tekijästä, esimiehestä tai johtajasta, henkilöstöstä ja liiketoiminnan tavoitteista. Näistä kolmesta tekijästä koostuvat erilaiset tilanteet ja tehtävät vaativat erilaisia toimintatapoja ja johtamisen rooleja. (Hyppänen 2013, luku 1.)

Esimiehen työssä korostuvat erilaiset roolit tilanteista riippuen ja esimiestyötä voidaan tarkastella niiden kautta. Näitä rooleja ovat muun muassa valmentaja, sparraaja, tiiminvetäjä, projektipäällikkö, työnjohtaja, työhönottaja, ongelmanratkaisija tai perehdyttäjä. Moni esimies voi kokea itsensä työn

asiantuntijana, jolla on esimiestehtäviä. Useat myös kiteyttävät tehtävänsä ”onnistumisten edellytysten luojaksi”. (Hyppänen 2013, luku 1). Esimies on aina työnantajan roolissa, riippumatta siitä, miksi oman esimiesroolinsa kokee. Esimies eroaa esimerkiksi tiiminvetäjästä ja projektipäälliköstä, siten että esimies vastaa yksikkönsä toiminnasta ja on johtaja, joka toteuttaa käytännössä työläinsäädäntöä, sekä työnantajan periaatteita ja sääntöjä. Projektipäällikkö vastaa taas projektinsa onnistumisesta tiettyjen asetettujen tavoitteiden mukaan. Tiiminvetäjä taas on osa tiimiä, ja hän vastaa tiiminsä toiminnasta sovittujen tavoitteiden ja pelisääntöjen mukaan. (Hyppänen 2013, luku 1.)

Strategisella johtamisella tarkoitetaan päätösten ja toimenpiteiden tekoa tulevan menestyksen ja mahdollisuuksien hyödyntämiseksi, sekä varmistamiseksi. Se on suunnittelu prosessi, jossa keskitytään tulevaisuuteen ja siihen missä haluamme olla ja miten sinne päästään, hyödyntämällä tulevia mahdollisuuksia parhaan kykynsä mukaan. Strategiseen johtamiseen kuuluu viisi perustehtävää, joita ovat strategisen vision ja toiminta-ajatuksen muotoilu, tavoitteiden asettaminen, strategian muotoilu ja toimeenpano, sekä toiminnan arviointi ja uudelleensuuntaaminen. (Heikkinen 2020.)

Päivittäisjohtaminen on jatkuva prosessi, sekä se on linkki käytännön työn ja strategisen johtamisen välillä. Yksinkertaisesti sanottuna onnistunut päivittäisjohtaminen on sitä, että päivän työt sujuvat ja henkilöstö on tyytyväinen. Päivittäisjohtamiseen kuuluu henkilöstön päivittäistä ohjaamista, tukemista, valmentamista, delegointia, palautteenantoa ja yhdessä tekemistä. Itse päivittäisjohtamisen voi jakaa neljään eri osa-alueeseen. Arjen toimintavastuuseen, johon sisältyy muun muassa toimintaympäristö, resurssit, osaaminen, aikataulut ja työn sujuminen. Muutosten hallintaan, jossa varaudutaan muutoksiin niitä ennakoimalla, nopeisiin päätöstentekoihin ja kehittämistavoitteiden määrittelyyn. (Kyrölä & Heikkinen 2020.)

Kolmas osa-alue on ihmisistä huolehtiminen, jossa annetaan myönteinen ihmiskuva henkilöstölle. Myönteisen ihmiskuvan saa esimerkiksi olemalla kiinnostunut henkilöstöstä ja olemalla vuorovaikutteinen heidän kanssaan. Arvostus, luottamus, innostaminen, palkitseminen ja yleinen huolehtiminen henkilöstöstä, sekä työkyvyn edistäminen ovat myös tärkeä osa tätä. Viimeisenä osa-alueena on itsensä johtaminen. Tässä osa-alueessa on tärkeää ymmärtää omaa hyvinvointia, kuten esimerkiksi sitä, saatko tarpeeksi unta, syötkö hyvin ja tarpeeksi, sekä ymmärtää hakea tukea, jos sitä tarvitsee. On myös oleellista tunnistaa omat kehittymisalueet ja olla valmis oppimaan uutta. Sekä yksi tärkeimmistä asioista tällä osa-alueella on ajankäytön hallinta, eli kyky eritellä muun muassa työ ja vapaa-aika toisistaan. (Kyrölä & Heikkinen 2020.)

Kriisitilanteissa päivittäisjohtamisen tärkeys korostuu. Hyvä esimerkki tällaisesta kriisitilanteesta on vallitseva koronapandemia. Esimiehen aktiivinen rooli tiimin vetäjänä ja myös osana tiimiä oleminen saattavat olla suureksi avuksi erinäisissä kriisitilanteissa. Tuntemalla työntekijänsä esimies voi suunnitella ja tarpeen tullen yksilöidä toimintatapojaan: informoida, hallita ja toteuttaa päivittäistä johtamistaan. Työntekijöiden huomioiminen, informoiminen ja heidän tukemisensa hankalissa tilanteissa, kuten esimerkiksi lomautuksissa on äärimmäisen hankalaa, mutta samalla elintärkeää. Tällaisissa tilanteissa esimiehen ja päivittäisjohtamisen tärkeys ovat suuressa roolissa. Jokainen henkilö reagoi eri lailla kriisitilanteisiin ja esimiehen on pystyttävä itse reagoimaan jokaiseen tilanteeseen tarvittavalla tavalla. Esimerkiksi lomautuksen sattuessa esimiehen on pystyttävä kertomaan lomautettavalle

henkilölle syy lomautukselle ja miten se mahdollisesti vaikuttaa hänen elämään. Esimiehen on pysyttävä myös vastaamaan kaikkiin mahdollisiin kysymyksiin, joita henkilökunta hänelle esittää. Tämä tarkoittaa esimiehen kannalta syvää perehtymistä kaikkiin mahdollisiin seikkoihin, joita esimerkiksi COVID-19 tapaiset kriisitilanteet aiheuttavat.

Henkilöstöjohtaminen on tiimityötä ja se on yksi yrityksen tärkeimmistä voimavaroista. Se on aina läsnä ja se pitää sisällään organisaation rekrytoinnit, työohjauksen, sitouttamisen, palkitsemisen, suorituksen johtamisen, työhyvinvoinnista huolehtimisen, muutosjohtamisen ja yrityksen yhteisten aktiviteettien suunnittelun. Organisaation henkilöstö on hyvä koota erilaisista ihmisistä, jotka omalla tavallaan täydentävät toisiaan, esimerkiksi tyyppinä *besserwisser*, joka on oma henkilökohtainen asiantuntijansa, toisin sanoen he tietävät kaikesta kaiken ja heidän tietonsa on aina oikein, vaikka se olisikin päästä tempaistua. Jos henkilöstöön kuuluu *besserwisser*, on hyvä hänelle hankkia vastapainoksi esimerkiksi skeptikko kyseenalaistamaan hänen teoriansa. Erilaisia tyyppisiä on monia ja on hyvä aina muistaa tasapainottaa henkilöstöään vastakohtilla. (Kyrölä 2020.)

Tiedolla johtaminen tarkoittaa tiedossa olevan tiedon hyödyntämistä ja toimintatapoja, joilla tietoa hyödynnetään organisaation toiminnan kehittämisessä ja erilaisten päätösten tekojen tukena. Se antaa paremman vaihtoehdon tunteilla ja luuloilla johtamiselle. Erilaisilla tietojärjestelmillä voidaan tehostaa organisaation sisäistä tiedonkulkua. Tiedolla johtamisen käytäntöjä ja menetelmiä kehitettäessä tulee huomioida eri näkökulmat, niin yksilöiden kuin koko organisaation. On siis tärkeää, että voimavaroja ei haaskata sellaisten tietojen keräämiseen, joilla ei ole mitään merkitystä. Yksi tärkeä näkökulma tiedolla johtamiseen on toimenpiteet, joilla edesautetaan yksittäisten työntekijöiden jaksamista. Koska turhaksi koettu ja aikaa vievä työ esimerkiksi huonosti toimivien järjestelmien kanssa, ei ole ainoastaan työmotivaatiota heikentävää, vaan se myös rasittaa turhaan henkilöstöä ja vie heidän voimavarojansa. (Laihonen & Lönnqvist 2013.)

Kuten päivittäisjohtamisella, tiedolla johtamisella on suuri rooli koronapandemian tapaisten aiheuttamissa kriisitilanteissa. Hyvä informaation kulku esimieheltä henkilökunnalle on onnistuvan johtamisen kulmakivi. Tällaisissa kriisitilanteissa erinaisten viestikanavien käyttö yleistyy ja niiden välityksellä annettavien tietojen on tultava helposti henkilökunnan tietoisuuteen. Esimiehen on oltava niin sanotusti edelläkävijä kaikkien uusien ohjelmistojen kanssa, jotta hän voi perehdyttää ja tarvittaessa opastaa henkilökuntaa niiden käytössä. Hyvä esimerkki tällaisten tietojärjestelmien tärkeydestä on koronapandemian hyvin nopeasti tuomat tilanteet muun muassa ravintolarajoitusten kanssa. Tarvittavaa tietoa näistä rajoituksista on ollut tärkeä saada henkilökunnalle hyvin lyhyellä varoitusajalla, joten perehdytys esimieheltä näihin viestikanavien käyttöön, kuten esimerkiksi Teams-sovellukseen on ollut tärkeää. Myös selkeä ohjeistus esimieheltä henkilökunnalle tarvittavien viestikanavien ja -sovellusten seuraamisesta on voinut auttaa henkilökuntaa jaksamaan paremmin vaikeissakin tilanteissa.

3.3 Markkinointi ja ravintola-ala

Markkinointi on tärkeää yritykselle; se kertoo asiakkaille mitä yritys myy ja siten houkuttelee asiakkaita käyttämään palveluitaan ja tuotteitaan. Markkinointi ei ole pelkkää mainontaa vaan se kattaa

koko toimitusprosessin tuotteille tai palveluille, joita organisaatio haluaa asiakkaille tarjota kulutettavaksi. Yksinkertaisella logiikalla kerrottuna, et voi tehdä yrityksen kannattavuudelle elintärkeää myyntiä, jos kukaan ei tiedä tuotteista tai palveluista, joita yritys tarjoaa. Markkinointi toisin sanoen laajentaa yrityksen kannattavuutta ja kiinnittää mahdollisten asiakkaiden huomiota siihen. Hyvä strateginen markkinointi johtaa liiketoiminnan kasvuun. On tärkeää pitää asiakkaat kiinnostuneina, jotta heidät saadaan palaamaan uudestaan ja samalla luoda uusia asiakassuhteita.

Markkinoinnilla tarkoitetaan kaikkia toimenpiteitä, joilla voidaan vaikuttaa asiakkaiden ostotottumuksiin. Markkinointi muodostuu tarkkaan suunniteltujen toimintojen kokonaisuudesta, jotka on tehty asiakaslähtöisesti. Eli on tärkeää tietää asiakkaiden tarpeet, jotta niihin voidaan vastata mahdollisimman hyvin. Asiakaskeskeisellä markkinointiajattelulla pyritään hyödyntämään jo olemassa olevaa asiakaskuntaa ja vastaamaan heidän vaatimuksiinsa. Yrityksen on tärkeää löytää oma asiakaskuntansa, koska on kannattavampaa ylläpitää jo syntyneitä suhteita, kuin hankkia jatkuvasti uusia asiakassuhteita. (Yritystoiminta julkaisuaika tuntematon.)

Ravintola-alalla on tärkeää olla aktiivinen markkinoinnissa. Jos yritys ei tuo itseään esille, esimerkiksi käytä sosiaalisen median kanavia säännöllisesti ja julkaise postauksia tapahtumista tai kampanjoista, yritys voidaan helposti unohtaa. Erityisesti satunnaisten asiakkaiden aktivoinnissa säännölliset julkaisujen aiheuttavat ärsykkeet luovat siteen yrityksen ja asiakkaan välille.

Markkinointia pidetään usein vain joukkona työkaluja ja tekniikoita, mutta todellisuudessa markkinointi esiintyy ainakin kolmella eri tasolla. Filosofiana ja asenteena tai ajattelutapana, keinona organisoida yrityksen toiminnot ja prosessit, sekä asiakkaisiin kohdistettavien työkalujen, menetelmien ja toimintojen joukkona. Ensisijaisesti yrityksen markkinointi filosofian eli markkinointiajatuksen on ohjattava kaikkia yrityksessä työskenteleviä ihmisiä, prosesseja, toimintoja ja osastoja. Kaikkien yrityksessä toimivien henkilöiden on ymmärrettävä se, sillä markkinointi on ensisijaisesti kiinni asenteesta. Markkinointifilosofiassa on tärkeää käyttää hyödyksi kaikki asiakkaiden mielipiteet muun muassa yrityksen viestinnästä ja suorituksesta. (Grönroos 2009, luku 10.)

Markkinointi vaatii itse yrityksen organisointia. Kun yrityksen sisäistä organisointia ei ole hoidettu hyvin, se tulee ilmi niin sanottuina reviiritisteluinä. Tällaisessa yrityksessä ei ole tarvittavaa markkinointiasennetta, jota tarvitaan asiakkaille annettujen lupauksen täyttämiseen. Yleensä perinteiset markkinointi- ja myyntityöt hoidetaan asiakaslähtöisesti, mutta muut osa-alueet, kuten esimerkiksi asiakkaan kanssa käytävä vuorovaikutus hoidetaan huonommin. Tällöin markkinoinnin kokonaisvaikutus ja asiakassuhteiden hallittavuus heikkenevät ja voivat johtaa jopa täyteen kaaokseen. Nykyään yritys tarvitsee usein erilaisia kumppaneita ja niiden apua asiakkaiden ongelmien ratkaisemiseen, etenkin digitaalisuuden kasvaessa. Siksi nykyisessä kilpailutilanteessa yrityksillä ei ole varaa pitää erilisiä muureja osastojen ja toimintojen välillä. Markkinointi on siis ajattelutapa, jota yrityksen johdon on jatkuvasti valvottava ja organisoitava tarvittaessa. (Grönroos 2009, luku 10.)

Markkinointi tarkoittaa myös erilaisten työkalujen, menetelmien ja toimintojen joukkoa. Tämä on tärkeä osa markkinointia, koska asiakkaat ensisijaisesti näkevät ja kokevat sen. Markkinoinnin työkalu- ja toimintajoukkoja usein pidetään ainoastaan markkinointina, koska siihen sisältyy kaikki asi-

akkaan kokema prosessi. Työkalut, tekniikat ja toiminta on asiakkaan näkökulmasta esimerkiksi pakkaus, myynninedistäminen, eli mainokset ja erilaiset tarjoukset, jakelu ja hinnoittelu. Jos markkinointia pidetään näin suppeana, johtaa se todennäköisesti vain rajallisiin tuloksiin. (Grönroos 2009, luku 10.)

Nykyään markkinoinnissa käytetään apuna enemmän internetiä ja mobiiliteknologiaa muun muassa myynnissä, viestinnässä, tutkimuksissa ja laskujen maksamisessa. Internet sopii sekä perinteisiin markkinointitoimintoihin, kuin vuorovaikutteisen prosessin työkaluksi. Sillä on suuri rooli vuorovaikutteisessa markkinoinnissa, koska sitä voi käyttää asiakkaiden kanssa viestimiseen, tarjousten tekemiseen ja se on digitaalisen markkinoinnin niin sanottu kulmakivi. (Grönroos 2009, luku 10.)

Ravintola-alalla eniten käytetty markkinoinnin muoto on digitaalinen markkinointi. Oletettavasti ensimmäinen asia, mitä mahdollinen asiakas tekee yrityksestä kuultuaan, on että hän hakee yrityksestä tietoa internetistä ja sosiaalisesta mediasta. Tämän vuoksi yrityksen somen, eli sosiaalisen median näkyvyyden on oltava houkuttelevaa, selkeää ja kaiken tiedon on oltava helposti saatavilla. Kuten esimerkiksi yrityksen nettisivut, Facebook- tai Instagram-tili ovat siis suuressa roolissa digitaalisessa markkinoinnissa. Ne ovat asiakkaan ensikosketus yritykseen ja siten niiden luoma yleiskuva ovat tärkeitä markkinoinnin onnistumisessa. Yhtenäinen ilme ravintolan ja sen markkinoinnin välillä luo asiakkaille kuvan huolitellusta ja houkuttelevasta yrityksestä. Esimerkiksi kuvat ravintolan tiloista ja myytävistä tuotteista viestivät asiakkaille jo ennen vierailua, millaisesta yrityksestä on kyse.

Digitaalinen markkinointi on yrityksen markkinoinnin osa-alue ja se perustuu yrityksen liiketoiminnan tavoitteisiin. Sen viesti on räätälöity halutuille kohderyhmille. Digitaaliseen markkinointiin sisältyvät kaikki digitaalinen materiaali ja viestintä. Digitaaliseen markkinointiin tyypillisesti kuuluu muun muassa verkkosivusto, hakusanamainonta, sähköpostimarkkinointi ja mobiilimarkkinointi. Käytännössä kaikki ihmiset ovat verkossa ja hyödyntävät sen lisäksi monia muita erilaisia digitaalisia laitteita päivittäin, täysin sukupuoleen tai ikään katsomatta. Digitaalisella markkinoinnilla on suuria etuja, kuten muun muassa tarkka mainosmateriaalien kohdennus. Se toimii pienellä budjetilla ja mainonta on interaktiivisempaa. Digitaalinen markkinointi on myös nykyisin osa jokaisen modernin verkossa toimivan yrityksen markkinointisuunnitelmaa ja sitä hyödynnetään aina jollakin tasolla. Lähes kaikilta yrityksiltä löytyy jonkinlainen digitaalinen markkinointikanava, kuten esimerkiksi Facebook-tili tai yrityksen omat verkkosivut. (Digitaalinen markkinointi 2020.)

3.4 Kannattavuus ja kulurakenne

Kannattava liiketoiminta on taustatekijä menestyvälle yritykselle. Kannattavuus tarkoittaa sitä, että toiminnasta saadut tuotot ovat siihen kohdistuneita kustannuksia suuremmat. Tuotot ovat liiketoiminnasta saatuja tuloja. Ravintolatoiminnassa tuotot saadaan ruoka-annosten, juomien ja oheistuotteiden myynnistä. Tuottoihin lasketaan mukaan myös mahdolliset vuokratulot. Kustannukset ovat kulueriä, joita tarvitaan toiminnan pyörittämiseen ja tuottojen saavuttamiseen. Kustannukset koostuvat muuttuvista kuluista, kiinteistä kuluista ja henkilöstökuluista. (Selander & Valli 2007, 40–52; 63–64.)

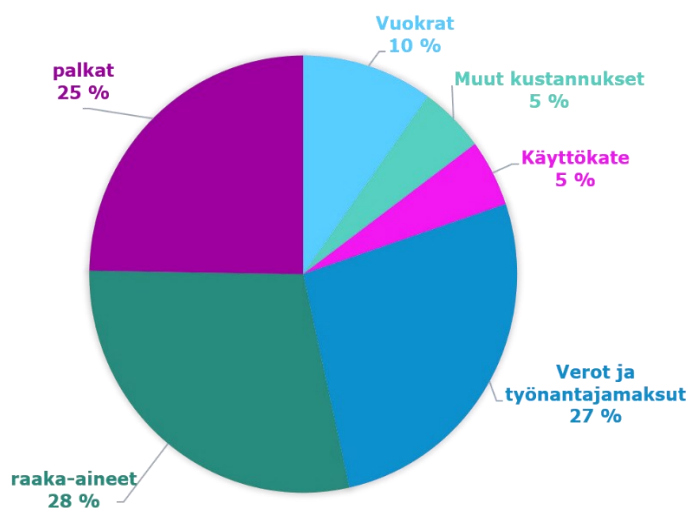
Kustannukset voidaan jakaa kolmeen osaan: muuttuviin kuluihin, kiinteisiin kuluihin ja henkilöstökuluihin. Muuttuvat kulut ovat sidoksissa myyntimääriin, ja muuttuvat suhteessa myyntivolyymiin tai

asiakasmäärään. Ravitsemisalalla muuttuvat kulut ovat pääasiassa raaka-ainekuluja ja mahdollisia myyntipakkauksia, jotka voidaan selkeästi kohdistaa yhteen tuotteeseen. Kiinteät kustannukset ovat myynneistä riippumattomia ja ovat aina samansuuruisia. Tällaisia kuluja ovat vuokra-, energia- ja hallintokulut. Energiakustannus on erikoistapaus, koska kulutuksen määrittely yksittäisille tuotteille on vaikeaa, lasketaan energia kokonaisuudessaan kiinteisiin kustannuksiin.

Henkilöstökustannukset koostuvat myyntituottoihin käytettyjen työtuntien perusteella. Henkilöstökuluihin lasketaan työntekijöille maksetut bruttopalkat ja työnantajan pakolliset sosiaaliturvamaksut sekä vakuutukset. Henkilöstökuluihin voidaan lisäksi sisällyttää työnantajan vapaaehtoiset kustannukset, joita ovat muun muassa työvaatetus, koulutukset sekä työterveyshuollosta ja virkistystoiminnasta kertyvät kustannukset. (Heikkilä & Saranpää 2013, 43–44; Selander & Valli 2007, 40–52.)

Ravintola-alan kannattavuuteen vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa tiukka kilpailutilanne, pieni myyntivoittoprosentti, sesonkiluonteisuus, suhdanneherkkyys, raaka-ainekulujen hallinta, johtajuus, kehitys- ja investointitarve. Verratessa muihin ravitsemisyhtiöihin hintakilpailu korostuu, mutta usein hinnalla kilpailu ei tuota pitkällä aikavälillä menestystä. Laatuun panostaminen on varmempi keino pärjätä markkinoilla, koska laadukkaat tuotteet pystytään hinnoittelemaan kilpailijoita kannattavammin. (Heikkilä & Saranpää 2008, 149–153.)

Palvelualoilla, kuten ravintolatoiminnassa henkilöstökulut ovat suurin tuotannon kuluerä. Ne ovat yleensä monen tuotteen kohdalla suuremmat kuin siihen kohdistuneet raaka-ainekulut. Ruoka-annokseen kohdistuu monikertaisesti työtä, kun kokki valmistaa sen ja tarjoilija vie annoksen pöytään ja laskuttaa. Henkilöstökustannukset muodostavat yksinään noin 25–35 % ravintolayrityksen liikevaihdosta (kuva 2). Raaka-ainekustannusten kanssa osuus on yhteensä noin kaksi kolmasosaa liikevaihdosta. Suurten tuotantoon kohdistuneiden kustannusten vuoksi voittomarginaali ravintola-alalla jää matalaksi. Vaikka tuotteille on määritetty korkeat myyntikatteet, on tuotekohtainen tulos todella matala verrattuna muihin toimialoihin, kuten kuvasta 2 nähdään. Kuvassa on mallinnettu ravintola-annoksen kustannusten jakaumaa. Käyttökatteesta vähennetään vielä mahdolliset poistot ja muut maksut, josta saadaan yrityksen lopullinen tulos eli voitto yritystoiminnasta. Tilinpäätöstilastojen mukaan vuonna 2009 Suomessa voittoprosentti ravintola-alalla oli keskimäärin noin 1,7 prosenttia. (Heikkilä & Saranpää 2008, 97, 150–152.)



Kuva 2. Ravintola-annoksen kustannusjakauma (mukailtu Mara ry)

Matkailusektoriin vaikuttaa vahvasti sesongit ja suhdannevaihtelut. Ravintolakuluttaminen korostuu loma-aikoina, kuten kesä- ja talvilomien aikaan. Myös juhlapyhät vaikuttavat ihmisten ravintolakäyttäytymiseen. Esimerkiksi äitien- ja isänpäivälounaat ovat perheiden keskuudessa suosittuja helppouden vuoksi viettää ravintolassa. Suhdanneherkkyys näkyy heti toimialan yritysten toiminnassa ja tuloksissa, kun kokonaismarkkinoissa tapahtuu muutoksia. Ihmisten kulutus myötäilee lasku- ja noususuhdanteita. (Heikkilä & Saranpää 2008, 150, 153.)

Koronapandemia vaikeutti ravitsemisalan yritysten toimintaa. Koronapandemia toi mukanaan uusia toiminnan kannattavuuteen vaikuttavia tekijöitä rajoitusten muodossa. Yritystä perustaessa tehdään usein kannattavuuslaskelmat, joiden mukaan yrityksen toiminta saadaan tulosta tekeväksi ja kannattavaksi. Koronarajoitukset laskivat ravintolayritysten myyntiä ja rajoittivat liiketoiminnan tuotteita. Koska asiakkaita sai ottaa vain tietyn verran kapasiteetista, jäi myynti alhaisemmaksi, mitä se olisi voinut täydellä kapasiteetilla olla. Asiakaspaikkarajoitukset eivät kuitenkaan koskeneet ulkotiloja, joten useat ravintolat laajensivat terassejaan kesäkaudelle. Näin he pystyivät paikkaamaan sisätiloissa rajattua paikkamäärän vajeusta täydellä asiakasmäärällä ravintolan terassilla.

Ravintolayritykset joutuivat tekemään koronapandemian myötä erilaisia toimenpiteitä säilyttääkseen liiketoimintansa. Kevään sulkujen aikaan lähes kaikki ravintolatyöntekijät lomautettiin. Kun kesäkuun vaihtuessa ravintolat saivat jälleen avata, oli osan työntekijöiden lomautuksia jatkettava, koska asiakasmäärät pysyivät asiakaspaikkarajoitusten vuoksi matalina.

Rajoitukset ja virustartunnan pelko vähentävät ravitsemisalan yritysten asiakasmääriä. Vähentyneet asiakasmäärät laskivat myös tuotteiden kulutusta. Raaka-aineiden ja tuotteiden määrää supistamalla on mahdollista vähentää raaka-ainekulujen hukkaa ja ruokahävikkiä. Ruokahävikin vähentäminen säästää raaka-ainekulujen lisäksi myös ympäristön kuormittumista. Ruokalistojen ja tuotevalikoiman supistamiseen on kannattavaa, jos asiakasmäärät eivät riitä laajan valikoiman ylläpitämiseen.

4 SAVONLINNA MATKAILUKAUPUNKINA

Savonlinna on Etelä-Savon maakunnassa sijaitseva kansainvälinen kulttuuri- ja sivistyskaupunki Saimaan sydämessä. Savonlinna on tunnettu kesäisin järjestettävistä oopperajuhlista, Olavinlinnasta ja järviluonnosta. Kaupunki on perustettu vuonna 1639 ja on Itä-Suomen vanhin kaupunki. Savonlinnan kaupunkiin kuuluvat Kerimäki, Punkaharju ja Savonranta. (Savonlinna julkaisuaika tuntematon a.) Savonlinnan lähialueita ovat myös Juva, Rantasalmi, Enonkoski, Oravi, Sulkava ja Puumala. Nämä kaikki alueet ovat suuressa osassa Savonlinnan matkailua, koska alueiden yritykset tekevät paljon yhteistyötä keskenään ja näin pyrkivät parantamaan kaikkien asemaa matkailukohteina. Kaikki alueet ovat jollain tavalla yhteydessä vesistöihin, joita alueet käyttävät vahvasti hyväksi omassa markkinoinnissaan.

Savonlinnan tulemista matkailukaupungiksi edesauttoi sen keskeinen paikka liikennereittien leikkauspisteessä. Olavinlinna oli tärkeä kaupungin tuntomerkki ja kun se kunnostettiin, se alkoi houkuttaa matkailijoita kaupunkiin entistä enemmän. Kulkuyhteys Pietariin toi paljon venäläisiä matkailijoita, ja he käyttivät esimerkiksi Savonlinnaan rakennettua kylpylaitosta. (Härkönen julkaisuaika tuntematon.) Kylpylaitoksen perustaminen vaikutti suuresti Savonlinnan musiikkielämään ja sitä kautta myös vahvasti tuki oopperajuhlien perustamista. Esimerkiksi Aino Ackté kävi esiintymässä kylpylässä useaan kertaan. (Savonlinna julkaisuaika tuntematon b.)

Savonlinnan lähipaikkakunnilla on muita merkityksellisiä nähtävyyksiä, jotka houkuttelevat matkailijoita myös käymään Savonlinnassa samalla kerralla. Esimerkiksi Kerimäellä sijaitseva maailman suurin puukirkko on yksi suosituista nähtävyyksistä (Savonlinnan seurakunta julkaisuaika tuntematon). Punkaharju sijaitsee noin puolentunnin ajomatkan päässä Savonlinnasta, joten myös se houkuttelee matkailijoita Savonlinnan läheisyyteen. Punkaharjun harjualue on jo itsestään suuri nähtävyys, mutta sen lisäksi Punkaharjulta löytyy Taideluola Retretti, Metsämuseo Lusto ja Hotelli Punkaharju.

Savonlinna tunnetaan kesäkaupunkina ja sen suurimpana vetonaulana toimii Olavinlinnassa heinäkuussa järjestettävät oopperajuhlat. Ensimmäiset oopperaesitykset järjestettiin jo vuonna 1912 ja ne ovat yksi ensimmäisistä järjestetyistä oopperafestivaaleista. Aino Ackté vieraili Olavinlinnassa 1907 ja halusi järjestää kyseisessä paikassa oopperajuhlat. Vuonna 1912 Ackté järjesti haluamansa oopperajuhlat, ja sen jälkeen linnassa esitettiin viisi suomalaista oopperaa. Ensimmäinen ulkomaalainen ooppera esitettiin 1916, mutta ensimmäinen maailmansota ja siitä seuranneet muut tapahtumat häittivät Aino Acktén suunnitelmia. Acktén asettamaan päämäärään, kuinka Savonlinna tulisi nostaa Euroopan festivaalien taiteelliselle tasolle, pyrki myös maailmalla tunnettu basso Martti Talvela 1970-luvulla. Ajan myötä oopperajuhlat kasvoivat kuukauden kestäväksi tapahtumaksi. Oopperajuhlat ovat Suomen kulttuurielämän kansainvälisesti tunnetuimpia tapahtumia. (Savonlinna julkaisuaika tuntematon b; Savonlinnan oopperajuhlat julkaisuaika tuntematon.)

Vuoden 2020 kesältä oopperajuhlat peruttiin hallituksen yleisötapahtumien ohjeistuksen mukaisesti. Oopperajuhlien tiedotteessa juhlavieraiden toivottiin antavan tukensa ravintoloille, kahviloille, majoitusliikkeille ja palveluille koronaohjeistuksien sen salliessa, esimerkiksi tekemällä pieni muotoisen lomamatkan Savonlinnaan. Tällä tavoin pystyttäisiin varmistamaan seuraavan kesän kokonaisvaltainen tarjonta oopperajuhlien ohessa. (Savonlinnan oopperajuhlat 2020.) Savonlinnassa

on järjestetty joka heinäkuu Oopperapäivän avauksia, mutta koska oopperajuhlat peruttiin, luultiin, että myös aamunavaukset perutaan. Koska aamunavaukset ovat suuressa suosiossa ne päätettiin järjestää myös kesällä 2020, vaikka itse oopperajuhlia ei järjestetty. Tästä syystä nimeksi vaihdettiin Savonlinnan aamu. Aamunavaukset järjestetään ravintola Waahdon terassilla ja niiden juontajana toimii Aarno Cronvall. Joka aamu paikalla on erilaisia vieraita monilta toimialoilta ja myös Savonlinnassa asuvia ja lomailevia esiintyjä nähdään lavalla joka aamu. Aamuavauksissa kerrotaan millaisia tapahtumia ja ohjelmaa kaupungissa kyseisenä päivänä on tarjolla, joten aamunavaukset keräävät paljon yleisöä jokaisesta ikäryhmästä. (Ylisaari 2020.)

Koska oopperajuhlia ei järjestetty, Olavinlinnassa pystyttiin järjestämään laajempia opastettuja kieroksia, kun oopperat puuttuivat ja kävijät pystyivät näkemään myös oopperajuhlien kulissemiin. Olavinlinnassa oli vierailijoita enemmän kuin moneen vuoteen, vaikka ulkomaalaiset turistit puuttuivat melkein kokonaan. Olavinlinnassa vieraili 2020 vuoden aikana 89 150 kävijää, kun vuonna 2019 luku on 85 286, sen jälkeen, kun kaikista kävijöistä vähennetään sen vuoden ooppera- ja konserttavierailijat. Ulkomaalaisia kävijöitä oli vain noin 7 %, kun edellisinä kesinä heidän määränsä on 34 %. Ulkomaalaisten puuttuminen ei juurikaan vaikuttanut Olavinlinnan kävijämäärään, koska kotimaanmatkailu onneksi korvasi ulkomaalaisten puuttumista. Kotimaanmatkailu on nousussa ja se luo toivoa myös tuleville kesille. (Karjalainen 2020.)

Savonlinnan kesään kuuluu sisävesiristeilyt, jotka kiertävät Savonlinnan kaupungin ympärillä, mutta myös pidempiä matkoja esimerkiksi Kuopioon ja Järvisydämeen on saatavilla. Maisemaristeilyistä pääsee nauttimaan höyrylaivoilla tai moottorialuksilla, jotka sijaitsevat Savonlinnan matkustajasatamassa. Savonlinnasta löytyy myös muita urheilullisimpia aktiviteetteja, kuten golfaaminen ja melonta. Myös Olavinlinnan edustalla sijaitseva Wanha Savonlinna on hieno nähtävyys pienine liikkeineen ja puutaloineen. Norppa on tunnettu eläin Savonlinnan alueella, joten norpparetki on suosittu matkailijoiden keskuudessa. Oopperajuhlien ympärille on rakennettu laaja aktiviteetti valikoima, jotta jokaiselle olisi jotakin ja matkailijat viihtyisivät mahdollisimman hyvin koko vierailunsa aikana. (Visit Savonlinna julkaisuaika tuntematon.)

5 KORONAVIRUS JA SEN VAIKUTUKSET RAVINTOLA-ALAAAN

Koronavirukset ovat yleisiä viruksia ja ne aiheuttavat yleisesti hengitystietulehduksen. Suomessakin on aiemminkin tavattu koronavirusten aiheuttamia infektiota, jotka aiheuttavat ”flunssan” kaltaisia oireita ja ne ovat tavallisia, eikä niitä täydy sekoittaa uuteen koronavirukseen. Tämänhetkinen pandemian aiheuttaja on uusi koronavirus, joka on viralliselta nimeltään COVID-19, on joulukuussa 2019 Kiinasta levinnyt virustauti. COVID-19 aiheuttaa hengitystieinfektiota ja pienellä osalla tartunnan saaneista tauti aiheuttaa vakavan infektion. Uusi koronavirus alkoi Wuhanissa Kiinassa epidemiana, mutta se levisi maailmanlaajuisesti ja maailman terveysjärjestö WHO julisti epidemian muuttuneen pandemiaksi 11.3.2020. (Terveyskirjasto 2021.)

Luvussa 3 kerrottiin ravintolatoiminnan osa-alueista ja ominaispiirteistä. Ravintola-alalla yritystoiminta on loppujen lopuksi epävarmaa, koska toimiala reagoi herkästi taloussuhdanteisiin ja ulkoisiin tekijöihin. Koronaviruksen aiheuttama maailmanlaajuinen pandemia on esimerkki siitä, miten merkittävästi muutokset ympäristössä voivat vaikuttaa alaan ja sen kehitykseen. Koronavirus on aiheuttanut ravintolaliiketoiminnassa menetyksiä liikevaihtoon, kassavirtaan ja heikentänyt maksuvalmiutta ja tulosta. Yrityksille on tarjottu erilaisia tukimenettelyjä koronasta johtuviin liikevaihdon laskuihin. Pandemian ja sen vaikutusten seurauksena liiketoiminnan kehitystä on vaikea ennustaa. Tautitilanteella ja rajoituksilla on vaikutusta kuluttajakäyttäytymiseen. Ravintola-alan elpymisessä kestää vielä pitkään, ja kuluu todennäköisesti muutamia vuosia ennen kuin se palaa koronapandemiaa edeltävään aikaan. (NoHo Partners Oyj, 2020.)

5.1 Koronavirus Suomessa

Pandemian alussa Suomessa oli yleinen käsitys siitä, ettei tauti leviäisi Suomeen asti. Ensimmäisestä Suomessa todetusta virustartunnasta turvallinen ilmapiiri alkoi väistyä. Maaliskuussa 2020 Suomessa todettiin jo useita koronavirustartuntoja ja virus lähti leviämään. Keväällä 2020 hallitus antoi asetuksen, jolla rajoitettiin ravitsemisliikkeiden toimintaa. Rajoitukset sulki ravintolat lauantaista 4.4.2020 alkaen, jolloin ravintoloiden oli sallittua tehdä vain ulosmyyntiä, eli myydä take away -annoksia. Rajoitukset olivat voimassa toukokuun 2020 loppuun asti, jolloin niitä lievennettiin. (Valtioneuvosto 2020c.)

Tarkasteluajanjaksoimme aikana ravitsemisliikkeiden rajoituksia muutettiin useaan otteeseen epidemiatilanteen mukaan. 1.6.2020 rajoituksia lievennettiin, ja ravintolat pystyivät taas ottamaan asiakkaita ravintolantiloihin. Sallittu asiakasmäärä oli puolet normaalista kapasiteetista. Ravitsemisliikkeet saivat olla auki kello 6–23 välisenä aikana ja alkoholin anniskelu oli sallittu kello 9–22 välisenä aikana. Ravintoloiden oli myös tehostettava hygieniää, tarjoamalla asiakkaille käsienspesu ja desinfiointi mahdollisuus, sekä desinfioidulla kosketuspintoja. Asiakkaiden välillä täytyi myös olla riittävä etäisyys. Ostokset sai noutaa itse tiskiltä, mutta asiakas ei saanut itse annostella ruokaa ja juomaa noutopöydästä. Ravintoloissa ruokaileville asiakkaille ruoan tarjoilu oli toteutettava annosten pöytiin tarjoiluna. Lounasta annosteltiin noutopöydästä niin, että työntekijä laittoi ruoan lautaselle asiakkaan puolesta. (Valtioneuvosto 2020b.)

22. kesäkuuta alkaen ravitsemisliikkeiden aukioloajat saivat olla klo 04–02. Anniskelun sai aloittaa klo 9 aamulla, ja se oli lopetettava viimeistään klo 01 yöllä. Noutopöydät sallittiin jälleen niin, että asiakkaat saivat annostella ruokansa itse. Sisätiloihin sai ottaa asiakkaita 75 % ravintolan täysistä asiakaspaikoista. Kaikilla asiakkailla piti olla istumapaikka. 13. heinäkuuta alkaen hallitus linjasi, että ravintoloiden rajoitukset poistetaan. Jokaisella asiakkaalla kuitenkin piti olla istumapaikka. (Valtioneuvosto 2020a.)

Toimialajärjestö Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa ry julkaisee puolivuositain matkailu- ja ravitsemisalan suhdannekatsauksen. Vuoden 2020 kesäkuun julkaisu on koronaviruksesta johtuen poikkeuksellisesti koottu Maran tekemän jäsenkyselyn pohjalta. Matkailu- ja ravitsemisalan suhdannekatsaus kesäkuulta 2020 kertoo, että yli puolet ravintoloista ja kahviloista on menettänyt vähintään 50 prosenttia liikevaihdostaan kesäkuussa. Heinä-elokuussa lähes puolet ravintoloista ja kahviloista arvioi menettävänsä vähintään 50 prosenttia liikevaihdostaan. Katsauksen mukaan kahviloista ja ravintoloista 40 prosentilla oli edelleen vajaa puolet henkilökunnasta lomautettuna kesäkuussa 2020. (Matkailu- ja ravintolapalvelut MaRa ry 2020a.)

Savonlinnassa koronavirus oli hyvin hallinnassa, koska ennen kesäsesonkia viimeisin positiivinen testitulokset oli ollut 23.5.2020. Koko koronavirus epidemian aikana tartuntoja Sosterin (Itä-Savon Sairaanhoidopiirin kuntayhtymä) alueella on ollut vain 13 kappaletta. (Hänninen 2020c.) Itä-Savon sairaanhoidopiiri kuitenkin halusi muistuttaa paikallisia ja ulkopaikkakuntalaisia, että epidemia on edelleen olemassa ja vaikka rajoituksia vähennettiin, tulisi silti ottaa huomioon hygienia ja turvavälit. Koska matkustaminen on edelleen suurta koko maassa voivat tartunnat alkaa lisääntymään huomattavasti. (Sosteri 2020.)

Rajoitukset vaikuttivat eri tavoin savonlinalaisiin ravintoloihin. Osuuskauppa Suur-Savo sai avata kaikki muut toimipaikkansa rajoitukset huomioiden, kahta yökerhoa lukuun ottamatta. Koska rajoitukset eivät koskeneet terasseja, Suur-Savo sai avattua useita ravintoloitaan, joilla oli terasseja. Myös terassilla tuli ottaa rajoitukset ja suositukset huomioon mahdollisimman hyvin, jotta ravintola pystyisi turvaamaan asiakkailleen turvallisen vierailun ravintolassa. Esimerkiksi ravintola Waahto laajensi terassiaan puistoalueelle, jotta pystyisi lisäämään asiakaspaikkojensa määrää (Kukkonen 2020). Olutravintola Sillansuun yrittäjä Marja-Leena Jeskanen piti kesää 2020 isona arvoituksena, koska oopperakansa puuttuisi kokonaan ja aukiolorajoitusten takia pitää sulkea siihen aikaan, kun normaalina kesänä ihmisiä alkaisi saapumaan ravintolaan. Tulikuuma Kumpu Oy omistaa Savonlinnasta kaksi ravintolaa, joista toinen on kokonaan terassi, jolloin sen aukaiseminen oli järkevää. Toinen ravintola on Olavin Olga, jossa on karaokea ja karaoketansseja, mutta koronatilanteen takia ainakin tanssiminen oli kielletty ja karaoken pitämisestä ei ollut vielä varmuutta. Tämän takia toimitusjohtaja Tuomo Rautio ei ollut varma aukeaako Olavin Olga kesäkuun 2020 alussa. (Hänninen 2020b.)

5.2 Koronavirus Euroopassa ja maailmalla

Koronavirus ehti levitä pahemmin Euroopassa, ennen kuin se levisi Suomeen asti. Kun Suomessa maaliskuun alussa julistettiin poikkeusolot, oli virus jo aiheuttanut paljon tartuntoja ja kuolemantapauksia Keski- ja Etelä-Euroopassa. Euroopan maista erityisesti Italiassa ja Ranskassa koronavirus

levisi nopeasti alkukeväästä, mutta siellä reagoitiin tilanteeseen nopeasti. Maaliskuussa koronavirus alkoi levitä nopeasti myös Yhdysvalloissa, ja pian sen jälkeen siellä oli eniten tartuntoja kuin muissa maissa. Ympäri maailmaa tehtiin erilaisia ratkaisuja viruksen torjumiseksi, kuten sulkutiloja ja matkustuskieltoja. (Hauck, Gelles, Bravo & Thorson 2020.)

Koronaviruksen vaikutuksista talouteen on tehty tutkimuksia maailmalla. Myös vaikutuksia matkailu- ja ravintola-alaan on tutkittu. Isossa-Britanniassa koronavirus sulki kaikki ravitsemisliikkeet ja vaikutti merkittävästi ravitsemisalaan. Vaikka tilanne on parantunut, on se edelleen kaukana tilanteesta ennen koronavirusta. Ravitsemisala on edelleen todella haavoittuvainen kaikkien rajoitusten takia. Erilaiset ravitsemisliikkeet työllistävät Isossa-Britanniassa 4 % työvoimasta ja työtunnit olivat 2020 sulkutilan aikana 65 % vähemmän mitä 2019. (Matheson 2020.) Arvioidaan että jopa 8 miljoonaa työntekijää oli lomautettuna tai irtisanottuna koronaviruksen takia, ja yli 110 100 ravitsemisliikettä oli suljettuna hetkellisesti tai pysyvästi joulukuussa 2020. Ravintolat joutuivat nopeasti muuttamaan toimintatapojaan esimerkiksi ottamalla käyttöön uutta teknologiaa, jonka avulla vältetään lähikontakteja, kuten lähimaksu ja Mobile Pay. He kehittivät take-away-pakkauksia paremmiksi, ja tekivät enemmän yhteistyötä erilaisten ruoan kuljetusyritysten kanssa. He myös kehittivät erilaisia paketteja, joista asiakas pystyisi pienellä vaivalla valmistamaan itselleen ravintolatasoista ruokaa. (National Restaurant Association 2021.)

Pariisissa sijaitsevat ravitsemisliikkeet, saivat aukaista ovensa jälleen toinen kesäkuuta 2020. Myös Ranskassa oli samanlaisia rajoituksia kuin Suomessa. Esimerkiksi turvaväleistä oli huolehdittava edelleen ravintoloiden auetessa ja pöydät asetettava niin, että turvavälit toteutuvat. Asiakkaita ei saanut palvella ravintolan sisällä, vaan heitä oli sallittua palvella vain ravintolan terassilla. Pariisin pormestarin toimisto suostui helpottamaan ravintoloiden tilannetta, antamalla luvan laajentaa terassialuetta suuremmaksi aiempaan verrattuna. (FRANCE 24 2020.) Italiassa ravintolat saivat avata ovensa jälleen 18.5.2020 monen kuukauden kiinni olemisen jälkeen. Osa ravintoloista oli saanut alkaa myydä take-away-ruokaa kaksi viikkoa aikaisemmin. Ravintoloiden tuli noudattaa tarkkoja hygieniaohjeita ja vähintään yhden metrin pituisista turvaväleistä oli huolehdittava. Koska maahan ei saanut matkustaa turisteja, olivat puistot ja muut julkiset ulkoilmapaikat hiljaisia. Maan sisäisesti ei myöskään saanut matkustaa tiukkojen rajoitusten vuoksi, joten maakunnassa, jossa asui ei saanut edelleenkään poistua. (Deutsche Welle 2020.)

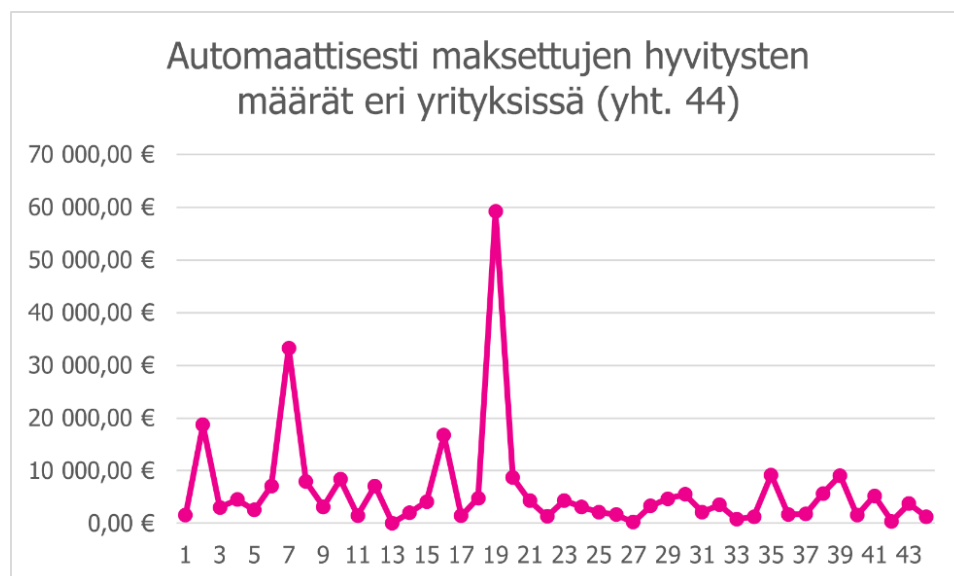
Suomessa kotimaan matkailijat korvasivat osittain ulkomaalaisten turistien puuttumista. Samankaltainen tilanne havaittiin myös Michiganissa. The National Park Servicen mukaan Sleeping Bear Dunes National Lakeshoren kävijämäärä oli heinäkuussa 19 % enemmän ja elokuussa 23 % enemmän, kuin edellisenä vuonna. Vierailijoiden määrää kasvatti ihmisten etätyöskentelymahdollisuus. Turistit saattoivat viipyä muutaman päivän sijaan lomalla jopa yli kuukauden. The Narrows Yacht Clubin liiketoiminta parani 20 % vuonna 2020 verrattuna vuoteen 2019. Ravintolat joutuivat rajoittamaan istumapaikkoja sisätiloissa. Mutta kuten Pariisissa, ravintolat saivat korvattua menetettyjä paikkoja lisäämällä niitä ulos, tai siirtyivät kokonaan ulkotiloissa oleviin asiakaspaikkoihin. (Brugeman 2020.)

5.3 Koronatuot ravitsemisyriyksille

Koronaviruksen vaikutuksista liiketoimintaan on toteutettu ja maksettu yriyksille erilaisia tukikokonaisuuksia ja uusia tukia on edelleen suunnitteilla. Tässä opinnäytetyössä yriysten koronarajoitusten vaikutuksiin haettavia hyvityksiä ja rahoituksia nimitetään koronatuiksi. Ravitsemisyriyksillä oli useita väyliä hakea ja saada koronatuksia viime vuoden liiketoiminnan vaikutuksiin. Tässä osiossa kerrotaan niistä muutamia merkittävimpiä.

Ravitsemisliiketoimintaa rajoitettiin 4.4.-31.5.2020 välisellä ajalla voimakkaasti lainsäädännöllä, kun ravintolat suljettiin asiakkailta. Eduskunta edellytti, että kustannuksia kompensoidaan kohtuullisesti ja, että vaikutusten lieventämiseksi tehdään toimenpiteitä, kun se hyväksyi rajoitukset. Eduskunta hyväksyi keväällä lain ravitsemisyriysten uudelleentyöllistämisen tukemisesta ja toiminnan rajoitusten hyvittämisestä. ELY-keskusten ja TE-toimistojen kehittämis- ja hallintokeskus (KEHA-keskus) vastasi tämän tukikokonaisuuden myöntämisestä ja maksamisesta. Lakiin perustuva koronatuki koostuu kahdesta tukielementistä: toiminnan rajoittamisen hyvityksestä ja uudelleentyöllistämistuesta. (KEHA-keskus 2020.)

KEHA-keskus myönsi ja maksoi ravintolayriyksille toiminnan rajoittamishyvitystä kiinteiden kustannusten hoitamiseen. Tuki maksettiin päätoimisille ravitsemisyriyksille ilman erillistä hakemusta, jos yriyksellä oli toimitettu verottajalle 4/2020 arvonlisäveroilmoitus. Kuvassa 3 on havainnollistettu maksettujen hyvitysmäärien vaihtelua Savonlinnan ja Rantasalmen ravitsemisyriyksissä. Hyvityksen määrä vaihtelu alle 100 eurosta lähes 60 000 euroon. Tilasto on tehty KEHA-keskuksen myöntämien hyvitysten pohjalta. Jos yriyks ei ollut oikeutettu automaattisesti hyvityksen maksuun, hyvitys myönnettiin ajallaan tehdyllä hakemuksella. Hakuaikaa hyvityksen hakemiseen oli lokakuun loppuun asti. Hyvitystä sai enintään 15 % myynnin laskusta huhtikuussa 2020 verrattuna edellisen vuoden huhtitoukokuuhun ja enimmillään 500 000 euroa. Toiminnan rajoittamisesta maksettu hyvitys ei vaikuta muihin tukiiin. (KEHA-keskus, 2020; Työ- ja elinkeinoministeriö 2020.)



Kuva 3. Toiminnan rajoittamisesta automaattisesti maksetut hyvitykset Savonlinnan ja Rantasalmen alueiden ravitsemisyriyksissä.

Matkailu- ja ravitsemisalan yritykset joutuivat asioimaan useiden eri viranomaisten kanssa hakeakseen eri koronatuksia. Yksinyrittäjien on mahdollista hakea koronatuksia kunnalta, jossa yritys sijaitsee. Tuen suuruus on 2 000 euroa. Keväällä yritysten oli mahdollista hakea kehitysrahoitusta Business Finlandilta ja ELY-keskuksilta. Hakuaika tukiin päättyi kesäkuun alussa. Business Finlandin koronatuksia koskivat pelkästään kehitystoimenpiteisiin haettavia rahoituksia. Tuksia ei esimerkiksi saanut käyttää palkkakuluihin tai menetettyyn kassavirtaan, vaan esimerkiksi uusien palvelujen ja tuotteiden kehittämiseen sekä digitaalisen liiketoiminnan kehittämiseen. Business Finland tarjoaa edelleen yrityksille myös edullista tutkimus-, kehitys- ja innovaatio (TKI) -lainaa. Lainan korko on alhainen, tällä hetkellä 1 %, eikä siihen tarvitse vakuutta. Laina myönnetään konkreettista kehityssuunnitelmaa vastaan. (Suominen 2020; Business Finland julkaisuaika tuntematon; ELY-keskus julkaisuaika tuntematon.)

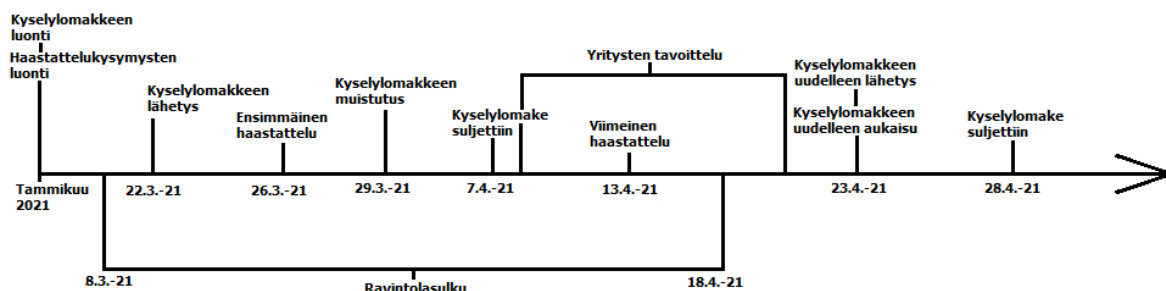
Koronaviruksen seurauksena myynnin lasku aiheutti yrityksille vaikeuksia kulujen kattamiseen. Ravitsemisyrietykset, jotka toimivat vuokratiloissa, saattoivat saada vuokranantajiltaan vuokrahelputuksia tilavuokraan. Kunnat ja yhdistykset tarjosivat helputuksia vuokranmaksuaikoihin sekä alennusta vuokraan. Madalletun vuokran puuttuva osa, on kuitenkin maksettava määrätyn ajan kuluessa. Esimerkiksi Savonlinnan kaupunki antoi vuokralaisilleen helputuksia vuokranmaksuun. Vuokrahelputusta tuli yrityksen itse hakea. (Hänninen 2020a.)

6 TUTKIMUKSEN TOTEUTUS

Tässä opinnäytetyössä toteutettiin tutkimus savonlinnalaisille ravitsemisalan yrityksille toimeksiantona Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:lle. Tutkimuksen tavoitteena oli saada tietoa siitä, millaisia toimenpiteitä ravitsemisyrietykset tekivät koronapandemian aiheuttamien muutosten seurauksena ja kuinka nämä toimenpiteet toimivat kesän 2020 aikana. Tutkimuksessa ei pyritty yleistettävään tietoon, vaan tarkoituksena oli kartoittaa, miten poikkeuksellinen kesä vaikutti tutkimukseen osallistuneiden ravitsemisyrietysten liiketoimintaan ja, millaisia toimia he tekivät koronakesänä. Näiden tietojen avulla tutkimuksen pohjalta olisi mahdollista koota keinoja, jotta tulevaisuudessa yritykset pystyisivät reagoimaan oikeanlaisilla toimenpiteillä, jos samankaltainen poikkeustilanne toistuisi.

Tutkimuksen teko oli monivaiheinen ja eteen tulleiden vastoinkäymisten vuoksi tutkimusaineiston keruuaikajakso oli huomattavan pitkä. Kuvassa 4 avataan aikajanan avulla tutkimuksen aineistonkeruun etenemistä ja eri vaiheita sijoitettuna kronologiseen järjestykseen. Janalta löytyy myös jakso ravintolasululle, mikä aiheutti tutkimuksen viivästymistä. Aikajana alkaa kyselylomakkeen ja haastattelukysymysten luonnista ja päättyy siihen, kun kyselylomake suljettiin.

Tutkimuksen kohderyhmä eli perusjoukko, oli Savonlinnan ja sen lähiseutujen kaikki ravitsemisyrietykset. Kyselyn otos ja vastaanottajat valikoituivat toimeksiantajan ravitsemistoimintaa harjoittavien yritysten yhteystietoluettelosta, johon kyselyn otos pääasiassa perustui. Tutkimuksessa kyselyn otanta jäi verrattain pieneksi. Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n yhteistyöyrityksiä, jotka harjoittivat ravitsemistoimintaa, oli yhteensä 32, joille lähetimme kyselylomakkeen. Koska yrityksistä, joille kysely lähetettiin, ei saatu riittävästi vastauksia, tavoiteltiin lisää ravintolayrityksiä kohderyhmästä. Lähestyimme listan ulkopuolisia Savonlinnan ja sen lähialueen ravitsemisyrietyksiä, mahdollisesta kiinnostuksesta vastaamaan kyselyyn. Kyselylomake lähetettiin lisäksi 26 ravitsemisalan yritykselle, eli kysely lähetettiin yhteensä 58 yritykselle.



Kuva 4. Tutkimuksen aikajana

6.1 Tutkimusmenetelmät

Tutkimusmenetelminä hyödynnettiin sekä kvantitatiivista tutkimusmenetelmää eli määrällistä menetelmää, että kvalitatiivista tutkimusmenetelmää eli laadullista menetelmää. Tutkimuksessa aineiston keräämiseen käytettiin määrällisenä menetelmänä kyselylomaketta ja laadullisena haastattelua.

Määrällisissä tutkimusmenetelmissä hyödynnetään mittaamista ja erilaisia asteikkoja. Niitä hyödyntämällä voidaan selvittää numeraalisia tuloksia, ja sitä kautta saadaan selville syy-seuraussuhteita. Määrällinen tutkimus pyrkii löytämään säännönmukaisuuksia tutkittavasta aineistosta. Pohjana määrällisessä tutkimuksessa on usein aiempia teorioita ja teoreettisia käsitteitä, joiden avulla tutkimusta selitetään, puretaan ja täsmennetään. (Koppa 2015; Vilkka 2007, 25.)

Laadullisen tutkimuksen aineistonkeruu on vuorovaikutusta tutkimuksen kohteiden kanssa. Tyypillisiä laadullisia aineistonkeruumenetelmiä ovat erilaiset haastattelu- ja havainnointimenetelmät. Menetelmiä voidaan käyttää yksinään tai yhdessä, jolloin menetelmät täydentävät toisiaan. Usein haastattelumenetelmään yhdistetään havainnointia. Tällöin tutkija havainnoi tutkimuksen kohdetta tai toimintaympäristöä ja haastattelun avulla saa käyttäjien tai asiantuntijoiden näkökulmia tutkimuksensa tueksi. Puusan ja Juutin (2020, 82) mukaan laadulliseen tutkimukseen valitaan harkinnanvaraisesti henkilöitä, joilla on tietoa ja kokemusta tutkittavasta asiasta mahdollisimman paljon, tai edustavat tiettyä ryhmää, joka on relevantti tutkimuksen kannalta. (Puusa & Juuti 2020, 97.)

6.1.1 Kyselytutkimus

Kysely on yksi kvantitatiivisen tutkimuksen menetelmistä. Kyselyssä kaikkien kysymysten muoto on vakioitu eli kyselyyn vastaajilta kysytään samat asiat, samalla tavalla ja samassa järjestyksessä. Kyselyyn vastatessa, vastaaja lukee itse kysymykset ja vastaa niihin. Kyselyä käytetään usein, kun vastaajia on paljon ja he ovat hajallaan. Kyselylomake soveltuu lisäksi hyvin arkaluontoisten asioiden tutkimiseen, kuten mielipiteiden ja asenteiden tutkimiseen. (Vilkka 2007, 28.)

Määrällisessä tutkimuksessa hyödynnetään otantamenetelmää, missä perusjoukosta valitaan tutkitavaksi otos. Otos on osa perusjoukkoa, mutta ei koskaan täysin vastaa sitä. Otoksessa tulisi olla edustettuna perusjoukon kaikkia erilaisia ominaisuuksia ja ilmenemistapoja. Tutkijan on varauduttava katoon suunnitellessaan otosta, koska lopullinen tutkittavien määrä pienenee otoksesta. Kaikki otokseen valitut eivät ole mittauksen kohteena, vaan toteutunut otos. Kato on tietojen puuttumista, esimerkiksi, kun kyselyn vastaanottaja jättää vastaamatta. Kyselytutkimuksissa vastauskato voi olla jopa yli 90 prosenttia otoksesta. (Vilkka 2007, 56–59.)

Yksi tärkeimmistä asioista kyselyn käytössä, on ajoituksen huomiointi. Kyselyn ajoittaminen on suunniteltava hyvin, jotta vastausprosentti ei sen vuoksi jää matalaksi. Vuodenaikoihin ja sesonkeihin liittyvät asiat ovat erityisen haastavia ajoituksen kannalta. Esimerkiksi matkailu ja ravintolatoiminta ovat sesonkiluonteisia, mikä voi vaikuttaa vastaajiin. Kyselyssä on myös ongelmana, että vastaukset palautuvat hitaasti. Uusintakyselyn toteuttaminen voi lisätä tutkimuksen kustannuksia. Kyselylomakkeen vastaanottajille on mahdollista lähettää muistutus kyselyyn vastaamisesta. Sähköisen kyselyn muistutus ei vaadi suurempia resursseja. Muistutuksen voi lähettää automaattisesti tietyn ajan kuluttua kaikille tutkimukseen valituille. (Vilkka 2007, 28.)

Määrällisessä tutkimuksessa monivalintakysymykset ovat niin sanotusti vakioituneita kysymyksiä, joilla tavoitellaan kysymysten ja vastausten vertailukelpoisuutta. Sekamuotoiset kysymykset ovat samantyyppisiä, kuin monivalintakysymykset. Ne eroavat monivalintakysymyksistä sillä, että valmiiden vastausvaihtoehtojen jälkeen annetaan tavallisesti yksi avoin kysymysvaihtoehto. Avoin kysymysvaihtoehto annetaan, jos on syytä epäillä, että kaikkia vastausvaihtoehtoja ei tunneta. Avointen

kysymysten periaate on saada vastaajilta omia mielipiteitä ja siksi niitä rajataan mahdollisimman vähän. Näiden vastauksien purkaminen voi olla haastavaa, mutta ne voivat antaa samalla tutkijalle erilaisen näkökulman tutkittavaan aiheeseen. (Vilka 2007, 67–69.)

Kyselylomakkeen kysymykset kehiteltiin tutkimuksen aihepiirien ympärille. Aihepiirit käsittelivät koronaviruksen vaikutuksia ravintolaliiketoiminnan eri osa-alueisiin. Lomakkeessa kysyttiin, millaisia vaikutuksia koronalla oli muun muassa tuotevalikoimiin, esimiestyöhön, markkinointiin ja kannattavuuteen. Kyselytutkimuksen alussa selvitettiin vastanneiden yritysten taustatietoja, kuten ravintolan tyyliä, kokoa ja sijaintia suhteessa Savonlinnan keskustaan. Kyselyssä käytettiin kysymystyyppinä monivalinta-, avoimia- ja sekamuotoisia kysymyksiä. Monivalintakysymyksissä kaikki vastausvaihtoehdot ovat annettu valmiiksi ja vastaaja voi niistä valita itselleen sopivan vaihtoehdon. Kyselyn vastaanottajien oli mahdollisuus saada lisätietoa, jos tutkimuksesta tai kyselystä heräsi kysymyksiä.

6.1.2 Haastattelu

Kvalitatiivisista tutkimusmenetelmistä tutkimuksessa hyödynnetään haastattelua. Haastattelu on yksinkertainen tapa selvittää, miksi haastateltava on tehnyt tietynlaisia päätöksiä. Haastattelun voidaan ajatella olevan tutkijan johtama keskustelu, jolla on tietty päämäärä. Parhaimmillaan tutkija pystyy haastattelun avulla pääsemään kiinni haastateltavan ajatuksiin, odotuksiin ja kokemuksiin. (Tuomi & Sarajärvi 2017, luku 3.1.; Puusa 2020a, 99.)

Haastattelutyyppejä on erilaisia: strukturoitu ja puolistrukturoitu haastattelu, teemahaastattelu, avoin haastattelu sekä syvähaastattelu. Strukturoitu haastattelu vastaa paljolti kyselylomaketta sen vakioitujen kysymysten vuoksi. Strukturoidun ja puolistrukturoidun haastattelun erona on se, että strukturoidussa haastattelussa on myös valmiit vastausvaihtoehdot, joista vastaaja valitsee omaa mielipidettään vastaavan vaihtoehdon. Teema-, avoin ja syvähaastattelu ovat haastattelun muotoja, jossa ei käytetä etukäteen mietittyjä kysymyksiä. Niitä voi kuvata enemmän keskustelumaisemmiksi. Teemahaastattelussa on mietitty tarkemmat teemat, joiden ympärille haastattelu muodostuu. Avoin ja syvähaastattelu ovat haastattelutyyleinä haastavampia tutkijalle, koska tutkijan täytyy olla perehtynyt haastattelun aihepiiriin riittävästi, jotta osaa keskustelun edetessä syventää haastateltavan vastauksia tämän aiemmin kertomaan peilaten. (Puusa 2020a, 106–108.)

Tutkimuksessa käytettiin haastattelutyyppinä puolistrukturoitua haastattelua. Haastattelukysymykset löytyvät tämän opinnäytetyön liitteistä. Haastattelun avulla haastateltavilta oli mahdollista saada tietoja, mitä tutkimuksen tekijät eivät ole osanneet ajatella vastausvaihtoehtoja laatiessaan. Tutkimuksen kysely ja haastattelu noudattivat samoja aihepiirejä, joten kyselylomakkeen tukena toimivan puolistrukturoidun haastattelun avulla haastateltavilta pystyi saamaan tarkennuksia vastauksiin ja lisätietoa aihepiiristä. Tällä haastattelumenetelmällä tutkija saa tutkimukseensa haastateltavien näkemykset, heidän omin sanoin kertomina (Puusa 2020a, 106). Tarvittaessa haastattelussa esitettiin tarkentavia kysymyksiä, jos vastaukset jäivät puutteellisiksi.

Tutkimukseen valitut haastateltavat ravitsemisalalan yritykset valikoituivat opinnäytetyön tekijöiden oman harkinnan mukaan. Haastateltavien ravitsemisyriyten valintojen pohjalla oli toimipaikkojen vaihtelevat sijainnit eripuolilla Savonlinnan aluetta, erikokoiset liiketoiminnat ja yritysten halukkuus osallistua tutkimukseen. Tutkimuksessa haastateltiin yhteensä viittä eri yritystä. Kolme ravintoloista

sijaitsee Savonlinnassa. Yritysten liiketoiminnot ja kokoluokat eroavat toisistaan, joten haastatelluista oli saatavissa erilaisia näkemyksiä. Kaksi haastatelluista yrityksistä oli Savonlinnan lähiseudulta. Näiden yritysten näkökulma oli hieman eri kulmasta, kuin savonlinnalaisten ravitsemisyri-tysten, jolloin tutkimukseen saatiin lisäksi tietoa, miten koronaviruksen vaikutukset näkyivät Savonlinnan lähialueilla sijaitsevilla yrityksillä.

Tutkimusmenetelmänä haastattelu sopi hyvin tämän tutkimuksen aineistonkeruumenetelmäksi, kun pyrittiin selvittämään tarkemmin, miten yrityksen olivat toimineet kesän aikana ja millä tavoin he joutuivat muuttamaan toimintaansa. Haastateltavat saivat kertoa haastatteluissa vapaammin toiminnastaan, jolloin saatu tieto oli monipuolisempaa, koska haastateltavat ravintolayritykset erosivat kuitenkin hieman liikeideoiltaan ja pystyivät haastatteluissa kertomaan oman kokemuksensa ke- sästä. Haastattelujen avulla pystyttiin selvittämään, millaisia odotuksia ravitsemisyri-tyksillä oli ko- ronakesälle sekä mitä he oppivat ja mitä tekisivät toisin.

6.2 Aineiston kerääminen

Tutkimusaineisto kerättiin kyselytutkimuksena ja haastatteluina. Kysely koottiin opinnäytetyön teorioiden ympärille, ja jokaisesta aihealueesta muotoiltiin kysymyksiä. Kyselylomake (kts. liite 1) luotiin Webropol-ohjelmalla. Kyselylomakkeen avulla pyrittiin selvittämään minkälaisia muutoksia ja toimenpiteitä COVID-19 aiheutti yritysten toimintaan, ja kartoitettiin yritysten liikevaihtoa kesiltä 2019 ja 2020 sekä kannattavuuteen vaikuttavia tekijöitä. Tutkimuksessa kerättiin kyselyn avulla tietoa yrityk- sien numeraalisista arvoista eli liikevaihdosta sekä työntekijöiden ja asiakaspaikkojen määrästä, jotka vaikuttavat liikevaihtoon ja yrityksen kannattavuuteen. Kyselyn vastauksista saatiin tietoa, kuinka koronavirus vaikutti koronakesän tulokseen edellisen kesän tulokseen verrattuna. Koronake- sän kannattavuutta ei kuitenkaan pystytty täysin vertaamaan edelliseen kesään, koska kesäseson- gissa oli paljon muitakin muuttujia.

Kyselylomakkeen lähettämisen ajoitus oli haastavaa tutkimuksen tekijöistä riippumattomista syistä johtuen. Alkuperäisen suunnitelman mukaan kyselylomake oli tarkoitus lähettää maaliskuun 2021 alussa, viikon 10 aikana, mutta eduskunnan hyväksymän kolmen viikon pituisen ravintolasulun takia kyselyn lähettämistä viivästyttiin kahdella viikolla. Viivästyttämällä tutkimuksen toivottiin tavoitta- van enemmän vastaanottajia ja saavan enemmän vastauksia kyselyyn, vaikka se tiukensi työn lop- puaikataulua. Kyselylomakkeen toimivuus testattiin ennen lomakkeen varsinaista lähettämistä. Lo- make todettiin selkeäksi ja toimivaksi. Kyselylomake lähetettiin vastaanottajille 22.3.2021. Vastausai- kaa oli runsas kaksi viikkoa vastausajan keskelle osuneiden pääsiäispyhien vuoksi 7.4.2021 asti. Ky- selylomakkeen vastaanottajille lähetettiin muistutusviesti kyselyyn vastaamisesta sähköpostilla 29.3.2021.

Kolmen viikon ravintolasulkua, joka alkoi 8.3.2021, eduskunta päätti jatkaa vielä toiset kolme viik- koa. Ensimmäisen kolmen viikon sulun jälkeen kyselyyn oli saatu yhteensä kuusi vastausta. Vähäis- ten vastausten vuoksi ravintoloihin, joille kyselylomakkeen linkki oli lähetetty, päätettiin ottaa yh- teyttä puhelimitse ja pyytää haastattelua tai antamaan vastauksia kyselylomakkeelle. Aktiivisen ta- voittelun myötä tutkimukseen saatiin mukaan kolme haastateltavaa lisää ja kyselylomaketta saatiin

lähetettyä tutkimuksen kannalta oikeille henkilöille, kun yrityksistä vastaavia henkilöitä tavoitettiin. Tutkimuksen vastausaikaa jatkettiin 28.4. saakka.

Jo aineistoa kerätessä on järkevää analysoida saatuja tietoja, jotta pystytään havaitsemaan tutkimuksen heikot kohdat ja reagoimaan mahdollisiin muutoksiin empiirisen tutkimuksen aikana (Puusa 2020b, 141–142). Opinnäytetyön kyselytutkimuksen teon aikana huomattiin, että toimeksiantajan välittämä yhteystietolista oli tutkimuksen kannalta vajavainen. Kolmasosa listan yrityksistä olivat pääasiassa majoitusalan toimijoita, joiden ravitsemistoiminta oli niin vähäistä, etteivät he soveltuneet kohderyhmään. Muutamista yhteystiedoista selvisi, että ne olivat yritysten markkinoinnista vastaavien yhteystietoja, joten kyselylomake meni osassa yrityksissä muun osaston henkilölle, kuin ravitsemispalveluista vastaaville. Kun tutkimuksen otannan puutteellisuus huomattiin, aloitettiin heti tavoitella kohderyhmän sisältä lisää potentiaalisia osallistujia tutkimukseen. Yrityksiin otettiin yhteyttä ja pyydettiin haastatteluihin, tai vaihtoehtoisesti kyselylomakkeeseen vastaamista. Näillä keinoin tutkimukseen saatiin lisää osallistujia.

Tutkimuksen aikana lisäksi havaittiin, ettei kyselyyn saada vastausaikana riittävästi vastauksia alkuperäisestä otannasta, jotta kysely olisi luotettava. Jos otanta jää pieneksi, siitä saadut tulokset ovat hyvin sattumanvaraisia, eikä niitä voida yleistää. Vilkka (2007, 57) antaa karkean ohjeistuksen otannasta: ”mitä suurempi otos, sitä luotettavimmat tulokset.” Tutkimukseen päätettiin kerätä lisää osallistujia, jotta tuloksista pystyttäisiin saamaan päteviä. Vaikka Savonlinna ja sen lähialueet ovat kokonaisuudessaan pieni alue, tutkimuksesta haluttiin siitä huolimatta saada kattava. Tästä syystä tutkimuksen otantaa laajennettiin lisää, ja kyselylomake lähetettiin yhteystietolistan lisäksi 26 ravitsemisalan yritykselle, jotka sijaitsevat Savonlinnassa tai sen lähikunnissa. Näiden uusien tutkimukseen mukaan otettujen yritysten yhteystiedot koottiin heidän verkkosivuiltaan ja tavoittelemalla heitä puhelimitse. Kyselylomake lähetettiin lopulta yhteensä 58 yritykselle, joista 46 olivat ravitsemisalan toimijoita.

Kyselylomaketta tehdessä, suunniteltiin myös haastattelukysymyksiä. Haastattelukysymykset luotiin tukemaan kyselylomakkeen kysymyksiä ja vastausvaihtoehtoja. Haastattelu noudatteli kyselylomaketta aihepiirien etenemisessä. Haastattelu toteutettiin viidelle yritykselle puhelimitse tai etäyhteyksiä hyödyntäen. Haastatteluista pyrittiin saamaan konkreettisia esimerkkejä siitä, mitä yritykset tekivät, joiden avulla he selvisivät poikkeuksellisesta kesästä.

Alkuperäisen suunnitelman mukaan haastattelut oli tarkoitus suorittaa kyselylomakkeen vastausajan aikana. Haastattelukutsuja lähetettiin sähköpostitse viidelle yritykselle, joista kaksi vastasi myöntyvästi heille sopivan ajan ehdotetuista haastatteluajoista. Koska sähköpostitse tavoittelu ei toiminut, kohderyhmästä tavoiteltiin soittamalla kuuteen eri yritykseen, joista saatiin kolme lisää haastateltavaa tutkimukseen mukaan. Kahdesta yrityksestä ei vastattu soittoon useammakaan tavoittelun jälkeen. Yhdestä kerrottiin, etteivät he voi vastata, koska heidän työntekijänsä ovat vaihtuneet viime kesästä, eikä heillä ole valitettavasti tutkimukseen soveltuvaa haastateltavaa.

Haastattelu voi olla joskus ainoa keino tavoittaa ihmiset, jotka vierastavat lomakkeiden täyttöö tai pitävät sähköpostikyselyitä epämiellyttävänä. Erästä haastateltavaa tavoitellessa puhelimitse kävi ilmi, ettei hänellä ollut aikaa tai mielenkiintoa täyttää sähköpostin kautta lähetettyä kyselylomaketta.

Hän kuitenkin suostui tutkimukseen mukaan puhelinhaastattelun muodossa. Haastatteluaineiston keräämisen aikana tuli esiin toinenkin henkilö, joka koki sähköisen Teams-sovelluksen avulla tehtävän haastattelun vaikeaksi. Myös hänelle haastattelu toteutettiin puhelinhaastatteluna.

Haastatteluja tehtiin eri päivinä haastateltaville sopivana ajankohtana. Haastattelut aloitettiin kyselylomakkeen aukiolon aikana. Ensimmäinen haastattelu tehtiin 26.3.2021. Seuraava haastattelu saatiin tehtyä seuraavalla viikolla 7.4.2021. Kaksi haastattelua suoritettiin samana päivänä 12.4.2021. Viimeinen haastattelu saatiin 13.4.2021.

Haastattelujen pohjalta tehdyt päätelmät ovat uskottavia, kun haastattelut on taltioitu (Puusa 2020a, 99.) Kaikki tutkimuksen haastattelut nauhoitettiin yhtä lukuun ottamatta. Tämä haastattelu suoritettiin puhelinhaastatteluna. Haastateltava oli kiireinen, ja pystyi vastaamaan haastattelukysymyksiin ainoastaan soittohetkellä, kun häneltä tiedusteltiin mahdollista haastattelu-aikaa. Nauhoitusta ei pystytty järjestämään niin nopealla aikataululla. Puhelinhaastattelun vastauksista pystyttiin dokumentoimaan kuitenkin pääkohdat paperille haastattelun aikana. Toinen puhelinhaastatteluista saatiin äänitettyä toisella laitteella. Teams -sovelluksen avulla tehdyt haastattelut nauhoitettiin sovelluksen kautta. Haastattelujen jälkeen nauhoitukset litteroitiin, jotta niitä olisi helpompi tarkastella ja analysoida. Litteroidut haastattelut auttavat tutkijaa palaamaan haastateltavan vastauksiin ja tutkimaan niitä tarkemmin, kun haastateltavan vastaukset eivät ole pelkästään tutkijan muistin varassa.

7 TUTKIMUSTULOKSET JA ANALYSOINTI

Tutkimusaineiston analyysin tarkoituksena on luoda kokonaisuus, jonka avulla pystytään tekemään perusteltu tulkinta sekä kokoamaan johtopäätöksiä ilmiöstä (Puusa 2020b, 143).

7.1 Tulosten analysointimenetelmät

Kysely on määrällinen tutkimusmenetelmä, ja sitä analysoidaan erilaisilla tunnusluvuilla. Analyysitapa päätetään tutkittavan asian mukaan. Päätökseen vaikuttaa, onko kyseessä vain yksi vai useampi muuttuja, joiden välisiä muuttujia ja riippuvuuksia tarkastellaan. Yleisesti käytettyjä tunnuslukuja ovat keskiarvo ja moodi, joiden avulla on helppo tarkastella ja esittää numeraalista tietoa, kun tarkastellaan yhtä muuttujaa. Ristiintaulukoinnilla ja korrelaatiokertoimella saadaan tarkasteltua useita muuttujia ja selvittää muuttujien riippuvuutta ja kuinka ne vaikuttavat toisiinsa. Kausaalisuhde kuvaa oletettua kahden tekijän vaikutussuhdetta toisiinsa. (Vilka 2007, 119–120, 131.)

Kyselyn vastauksien analysoimisessa hyödynnettiin kyselyssä selvitettyjä taustamuuttujia, joita ovat yrityksen tyyli, sijainti ja koko. Niiden avulla vertailtiin tuloksia ja etsittiin yhteneväisiä piirteitä yritysten toiminnassa suhteutettuna taustatekijöihin. Analysoinnissa käytettiin taustamuuttujia kausaalisuhteen selvittämisessä.

Kyselyn tuloksia esitetään kuvioiden, taulukoiden, tunnuslukujen ja tekstin avulla. Kuvioiden avulla saadaan esitettyä tarvittava tieto nopeasti ja helposti luettavalla tavalla. Taulukoita käytetään, kun on esitettävissä paljon numeraalista tietoa ja se halutaan esittää lukijalle tarkasti. Tärkeimmät tulokset on hyvä esittää kuvioiden ja taulukoiden avulla, mutta muita tuloksia voi esittää sanallisesti. Kuvioiden ja taulukoiden avulla on helppo havainnollistaa tekstissä käsiteltyä asiaa, joten teksti, kuviot ja taulukot täydentävät toisiaan. (Vilka 2007, 135.)

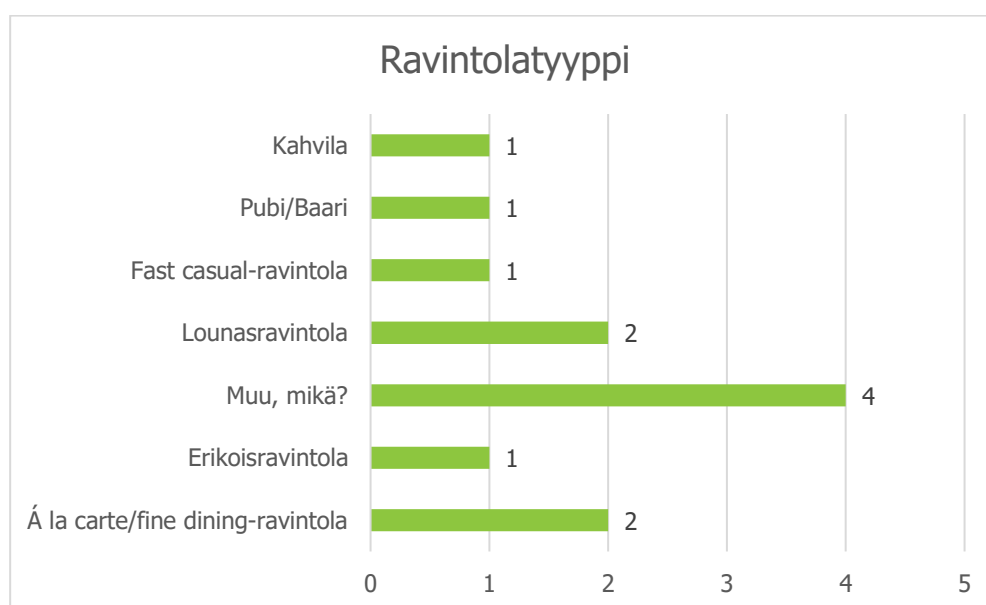
Laadullisen aineiston analyysi aloitetaan käymällä aineistoa useaan kertaan läpi. Jo aineistonkeruun aikana tutkijalle voi muodostua ensivaikutelma aineistosta. Tutkija jäsentää aineistoa lukiessaan ja havainnoi vastauksien sisältöä ja laatua. Kun aineistosta on saatu alustava kuva, pilkotaan aineisto osiin, ja pelkistetään saatuja vastauksia yksinkertaisemmiksi ilmauksiksi. On kuitenkin muistettava, ettei ilmauksia pelkistetä liikaa, jolloin niiden merkitys muuttuu alkuperäisestä vastauksesta. Ilmaisut voidaan tämän jälkeen jaotella samantyyppisten ja erilaisten ilmaisujen joukoiksi. Hyvä keino tähän on koodata aineisto. Koodaus tarkoittaa samaa tarkoittavien sanojen ja ilmaisujen tunnistamista ja merkitsemistä. Aineiston koodaaminen toimii hyvänä pohjustuksena teemoittelulle. Teemoittelun avulla ryhmitellään analyysiyksiköitä määriteltyihin kategorioihin. Näiden kategorioiden kautta pystytään analysoimaan ja tulkitsemaan aineistoja halutulla tavalla. (Puusa 2020b, 147.)

7.2 Kysely

Kyselyyn vastasi 12 yritystä. Kyselylomakkeen vastausprosentiksi saatiin 27 %. Vastausprosentti on laskettu kohderyhmään kuuluvien 45 yrityksen vastauksien mukaan. Laskelmasta jätettiin pois 13 yritystä, jotka olivat kohderyhmän ulkopuolelta. Vastaajien määrä on todella pieni, ja siksi tässä tutkimuksessa ja sen analysoinnissa emme käytä määrällisen tutkimuksen perinteisiä analysointimenetelmiä, kuten keskiarvoa, moodia ja mediaania. Tuloksien analysoimisessa sovelletaan kausaalisuh-

detta eli syy–seuraus -suhdetta ja hyödynnetään siinä taustamuuttujia. Tuloksia tulkitaan taustamuuttujien avulla, mutta niitä käytetään vain yhtä kerrallaan, jotta tutkimuksessa mukana olevien yritysten anonymiteetti säilyisi.

Tutkimukseen saatiin tietoa monelta eri tyyliseltä ravintolatoimijalta, joiden toimintatypit vaihtelevat paljon. Kuvasta 5 selviää, kuinka monta erilaista ravitsemisalan yritystä kyselyyn vastasi. Muu, mikä? - valinnan alla olevat ravintolatyypit ovat maisemaristeilyalus, yökerho ja kaksi hotellin yhteydessä toimivaa ravintolaa. Todellisuudessa yritysten toiminta voi käsittää useamman kyselyyn valitun ravintolatyylin, mutta kyselyssä vastanneet ovat valinneet vaihtoehdon, joka vastaa parhaiten heidän toimintaansa. Kyselyyn vastanneista yrityksistä seitsemän sijaitsee Savonlinnan ydinkeskustassa, ja muut vastanneista sijaitsevat kauempana keskustan alueesta.

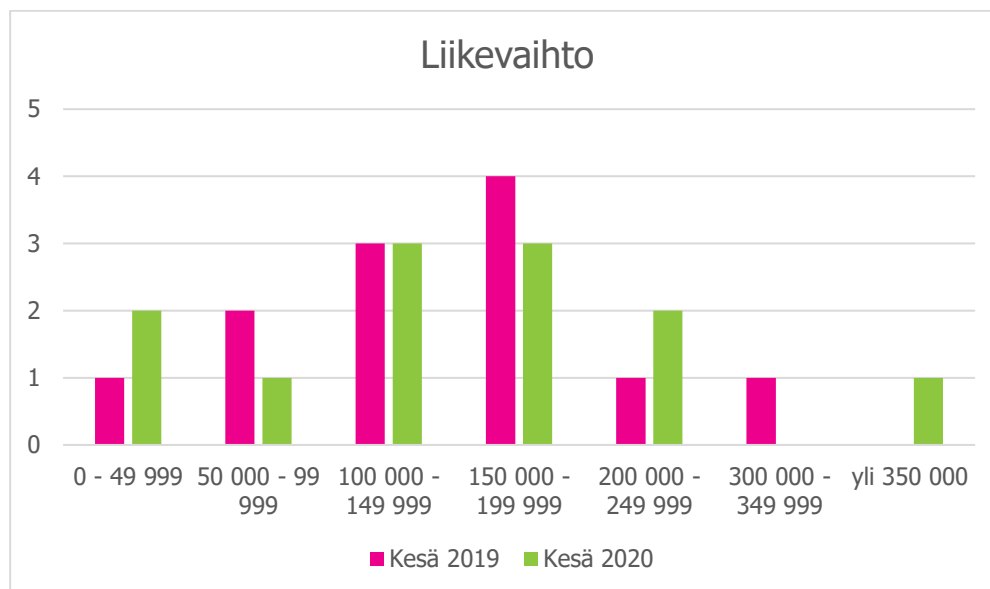


Kuva 5. Kyselyyn vastanneet yritykset ravintolatyypeittäin.

Liikevaihto ja sen muutokset

Kyselyssä pyrittiin selvittämään yrityksen liiketoiminnan kannattavuuteen liittyviä tekijöitä ja kuinka ne muuttuivat kesällä 2020 verrattuna kesään 2019. Sen lisäksi kysyttiin arvioita liikevaihdon muutosprosentista. Kyselyssä olleet liikevaihtojen välit ovat karkeita, joten niistä ei saada tarkkaa tietoa liikevaihdon muutoksesta. Niistä saadaan kuitenkin suuntaa antavan arvion yritysten liikevaihdoista ja niiden muutoksista. Kuvassa 6 punaisella on 2019 kesä-elokuun liikevaihto ja vihreällä 2020 kesä-elokuun liikevaihto. Liikevaihtoon vaikuttaa esimerkiksi yrityksen suuruus, joten vaikka liikevaihto olisi välillä 0–49 000 € voi liikevaihto olla kannattava pienemmässä yrityksessä. Kesällä 2019 yritysten liikevaihdot ovat olleet pääasiassa 199 000 € alapuolella, kahta yritystä lukuun ottamatta. Kuvasta 5 voi kuitenkin päätellä, että joissakin yrityksissä liikevaihdoissa on tapahtunut muutosta kesän

2019 ja 2020 välillä. Esimerkiksi välillä 200 000–249 000 € on kesän 2019 kohdalla vain yksi vastaus, ja kesän 2020 kohdalla asteikko on saanut kaksi vastausta, ja jokin yrityksen liikevaihto on ollut kesällä 2020 yli 350 000 €. Liikevaihtojen vinoutta arvioimalla pystytään tulkitsemaan liikevaihtojen muutoksia kesien välillä. Kesällä 2019 liikevaihdot ovat kuviossa jakautuneet symmetrisesti, kun kesällä 2020 liikevaihdot ovat hajautuneet tasaisemmin asteikkojen välille.



Kuva 6. Kyselyyn vastanneiden yritysten liikevaihdot kesinä (kesä-elokuu) 2019 ja 2020.

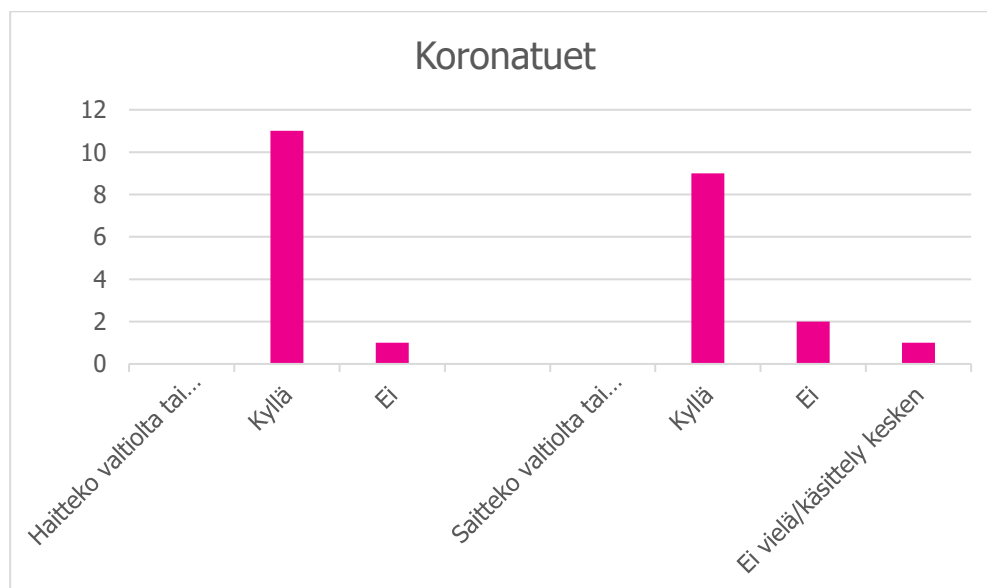
Vastaajalla 3 liikevaihto kesällä 2019 oli 50 000–99 999 €, kun taas kesällä 2020 se oli 0–49 999 €. Heidän mukaansa liikevaihto on laskenut 60 %. Vastaajalla 6 liikevaihto oli 150 000–199 999 € kesällä 2019, ja kesällä 2020 se oli 200 000–249 999 €. Vastaajan 6 mukaan heidän liikevaihtonsa kasvoi 10 %. Vastaajalla 8 liikevaihto oli 300 000–349 999 € kesällä 2019, kun taas kesällä 2020 se oli yli 350 000 €. Heillä liikevaihto kasvoi 25 %. Muilla vastaajilla liikevaihdot eivät muuttuneet annetulla asteikolla.

Vastaajista seitsemän kertoi liikevaihdon muuttuneen paremmaksi vertailtujen kesien välillä. Yksi vastaaja kertoi, ettei liikevaihto muuttunut mitenkään, ja neljä kertoi liikevaihdon pienentyneen. Vastaajilla, joilla liikevaihto oli pienentynyt, suurin liikevaihdon pieneneminen oli jopa 60 %. Yksi vastaaja kertoi liikevaihdon laskeneen 100 %. Vastaaja selitti liikevaihdon laskua omistajanvaihdoksella, koska hänellä ei ollut vertailupohjaa kesästä 2019. Liikevaihtojen muutokset vaihtelivat ravintoloiden sijainnin mukaan. Savonlinnan keskustassa sijaitsevilla ravintoloilla liikevaihto kasvoi kesällä 2020 verrattuna edelliseen kesään kaikissa muissa, paitsi juomaravintoloissa. Savonlinnan keskustan ulkopuolella sijaitsevien ravintoloiden liikevaihto laski verrattuna edelliseen kesään.

Koronatuet

Kyselyssä haluttiin selvittää, olivatko kyselyyn vastanneet yritykset hakeneet valtiolta tai muilta tahoilta tukea koronavirus kriisin aikana ja oliko heille myönnetty haettua tukea (kuva 7). Kyselyyn

vastaajista 11 oli hakenut tukea valtiolta tai muulta taholta, ja yhdeksän heistä oli saanut hake-
maansa tukea. Yksi vastaajista ei ollut vielä saanut tukea tai sen käsittely oli kesken. Vastanneista
yksi ei ollut hakenut ollenkaan tukea, joten yritys ei myöskään saanut tukea ja näkyy taulukossa ei
tukea saaneiden kohdassa. Valtiolta tai muilta tahoilta saatavat tuet eivät täysin koske vain kesä-
elokuu jaksoa, mutta tuet ovat silti suuressa merkityksessä yrityksen toiminnan jatkumisessa. Yri-
tykset hakivat ja saivat koronatukia riippumatta yrityksen sijainnista. Tuissa oli muita ehtoja, jotka
vaikuttivat tuen saantiin.



Kuva 7. Kyselyyn vastanneiden yritysten haetut ja saadut tuet.

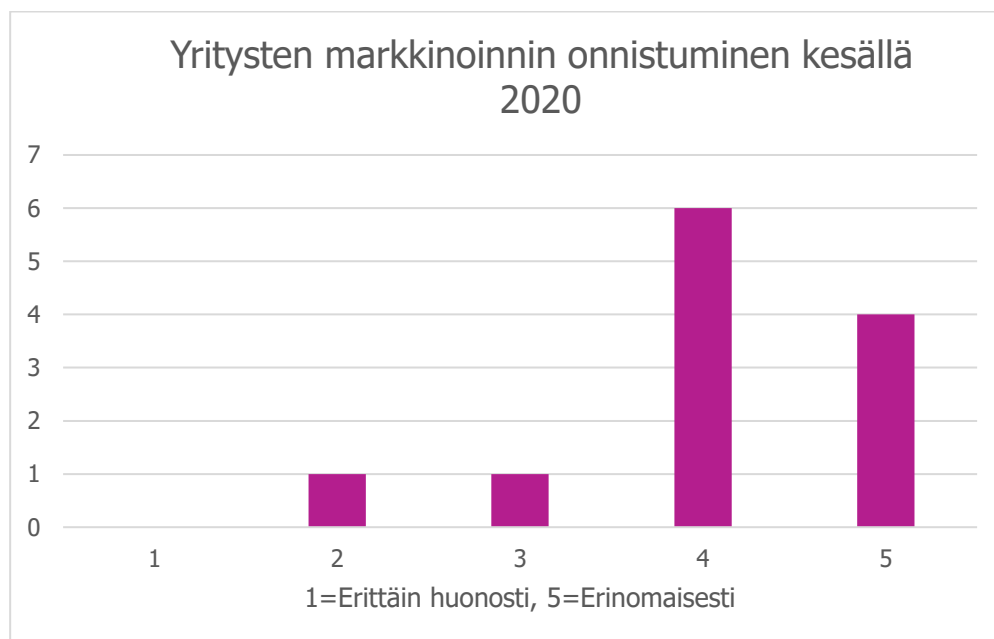
Kyselyssä selvitettiin myös, saivatko yritykset muita helpotuksia kustannuksiin, kuten esimerkiksi
vuokranantajalta helpotusta vuokraan. Kolme vastaajista kertoi saaneensa helpotusta vuokraan.
Nämä yritykset sijaitsivat keskustan alueella. Vuokrahypotusta saaneiden määrään voi vaikuttaa yri-
tyksen toimipaikan omistus. Jos kiinteistö on yrityksen omassa omistuksessa, ei heidän tällöin tar-
vitse maksaa vuokraa. Voi myös olla mahdollista, että vuokrahypotusta ei voitu antaa vuokranantajan
oman taloudellisen tilanteen vuoksi.

Yritysten toimenpiteet

Osa ravintoloista oli tehnyt erilaisia toimenpiteitä kesäajalle. Osittain toimenpiteet johtuivat välittö-
mästi rajoituksista ja osa välillisesti. Kyselyssä kysyttiin, mitä erilaisia toimenpiteitä ja muutoksia yri-
tykset mahdollisesti tekivät rajoitusten vuoksi, muun muassa aukioloajoista ja tuotevalikoimasta. Yli
puolet vastanneista ravintoloista joutuivat sulkemaan normaalia aiemmin, johtuen anniskelu- ja auki-
olorajoituksista. Yrityksen sijainnilla tai koolla ei ollut suurempaa vaikutusta ravintolan aukioloaiko-
ihin. Ravintolan tyylillä on kuitenkin havaittavissa olevan pieni vaikutus osaan ravitsemisyri-
tysten aukioloajoista. Ruokaravintoloiden ja kahviloiden aukioloaikoihin rajoitukset eivät vaikuttaneet juuri-
kaan. Pidempään illalla auki olevat ravintolat, kuten juomaravintolat ja à la carte -ravintolat joutuivat
sulkemaan suunniteltua aiemmin.

Muutamassa ravintolassa oli supistettu tuotevalikoimaa kesän ajalle. Tuotevalikoimaa muutettiin pienemmäksi esimerkiksi viinilistan suhteen. Oopperavieraat puuttuivat kesältä, eikä tällöin tarvittu niin laajaa viini- tai ruokalistaa pelkästään kotimaan matkailijoille. Yritysten taustatiedoilla: koolla, tyylillä tai sijainnilla, ei ollut merkitystä supistiko yritys valikoimiaan. Tuotteiden vähentämisen taustalla olivat yritysten omat valinnat.

Kyselyssä tiedusteltiin, lisäsivätkö yritykset markkinointiaan edelliseen kesään verrattuna, ja kuinka yritykset kokivat heidän markkinointinsa onnistuneen kesällä 2020. Kyselyyn vastaajista kolme kertoi lisänneensä markkinointia kesä-elokuussa 2020 verrattuna 2019 vastaaviin kuukausiin. Kuvassa 8 nähdään, että vastanneista kukaan ei kokenut markkinoinnin onnistuneen erittäin huonosti. Vastaajista kaksi koki markkinoinnin olevan normaalilla tai huonolla tasolla. Suurin osa vastaajista koki markkinoinnin onnistuneen hyvin. Vain kolme vastaajaa kertoi lisänneensä markkinointia, joten on huomioitava, kuinka hyvin yritysten markkinointi on onnistunut, vaikka he eivät olleet panostaneet siihen aiempaa enemmän.

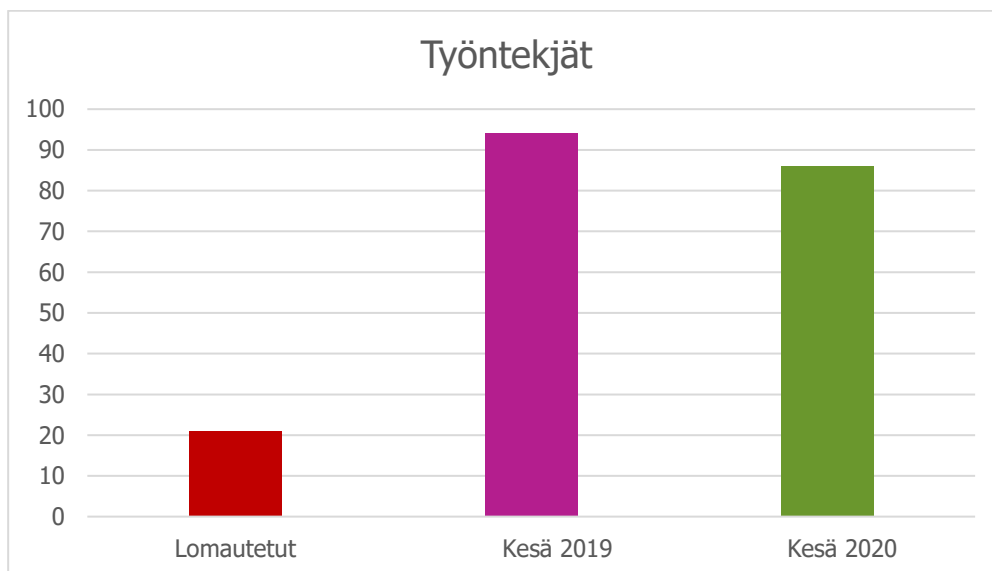


Kuva 8. Kyselyyn vastanneiden yritysten markkinoinnin onnistuminen.

Työntekijät

Kyselyssä selvitettiin työntekijöiden määrää kesällä 2019 ja kesällä 2020, jotta saataisiin selville, vaikuttiko koronavirus yritysten rekrytointiin. Kyselyssä tiedusteltiin myös lomautettujen ja irtisanottujen työntekijöiden määrää kesällä 2020. Kuvassa 9 on kaikkien vastanneiden yritysten yhteenlasketut työntekijämäärät kumpanakin kesänä sekä lomautettujen määrät. Kuvassa punaisella nähdään lomautettujen työntekijöiden määrä koronaviruksen takia, violetilla kesän 2019 työntekijöiden määrä ja vihreällä kesän 2020. Lomautettujen työntekijöiden määrä on 21 henkilöä, joka ei ole paljon, kun ottaa tilanteen huomioon. Yhtäkään työntekijää ei irtisanottu kyselyyn vastanneissa yrityksissä. Kesällä 2020 oli palkattuna 86 työntekijää, mikä on vain kahdeksan työntekijää vähemmän kuin kesällä

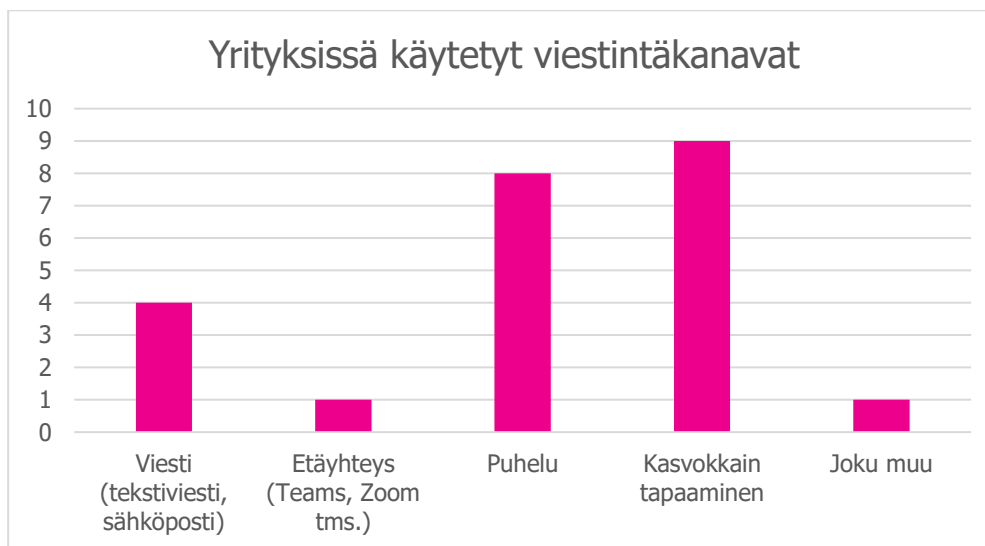
2019. Koronaviruksella oli vain vähän vaikutusta työntekijöiden määrään. Yhteenlaskettuna työntekijöiden määrä laski 8 työntekijällä kesästä 2019 kesään 2020 verrattuna. Tarkastellessa vastauksia yksittäin kävi ilmi, että yhdessä vastanneista yrityksistä työntekijöiden määrä oli kasvanut yhdellä työntekijällä kesällä 2020. Eniten työntekijöitä oli yrityksillä, jotka sijaittivat Savonlinnan ydinkeskustassa.



Kuva 9. Kyselyyn vastanneiden yritysten työntekijöiden ja lomautetut henkilöiden määrät.

Viestintäkanavat

Kyselylomakkeella pyydettiin valitsemaan yrityksissä käytetyt viestintäkanavat yrityksen sisäisessä viestinnässä. Kysymyksessä oli mahdollista valita useita vastausvaihtoehtoja. Kuvasta 10 nähdään, mitä viestintäkanavia vastanneet yritykset käyttivät kommunikointiin. Kyselyyn vastanneista yrityksistä yhdeksän kertoi kommunikoineensa työntekijöiden kanssa kasvokkain koronaviruksen aikana. Toiseksi käytetyin viestintäkanava oli puhelu, jota käytti vastaajista kahdeksan. Nämä ovat helpoimmat kommunikointitavat, koska päivittäin työpaikalla tapaa kasvokkain työntekijöitä. Tällöin heille on helppo kertoa ja tiedottaa asioista, samoin kuin puhelimitse. Muita viestintäkanavia käytettiin huomattavasti vähemmän. Neljä vastanneista kertoi käyttäneensä jonkinlaista viestiä, esimerkiksi tekstiviestiä tai sähköpostia työntekijöiden kanssa. Etäyhteys ja muu viestintäkanava saivat kumpikin vain yhden vastauksen. Viestien, etäyhteyksien ja muiden samankaltaisten työvälineiden voisi kuvitella olevan suuremmassa käytössä työpaikoilla, kun ottaa huomioon nykypäivän digitalisaation.



Kuva 10. Kyselyyn vastanneiden yritysten käyttämät viestintäkanavat.

Yrityksien tyylillä, koolla ja sijainnilla ei ollut merkitystä siihen, mitä viestintäkanavia yritys käytti henkilökuntansa kanssa. Myöskään työntekijöiden määrällä ei ollut vaikutusta kommunikointivälineen valinnassa, vaikka voisi luulla, että suuremmalla työntekijämäärällä käytettäisiin kattavampaa viestintää.

7.3 Haastattelu

Tutkimukseen saatiin kerättyä haastatteluja viideltä yritykseltä. Kun tutkimuksen haastatteluaineistot oli nauhoitettu, haastattelut litteroitiin eli nauhoitetut aineistot muutettiin kirjoitettuun muotoon. Litteroinneista aloitettiin haastattelujen analysointi, jonka ensimmäinen vaihe oli vastausten jaottelu samankaltaisuuksien mukaan. Luokittelun helpottamiseksi aineistoa koodattiin, jotta haastatteluista löydettiin helposti yhteneväiset vastaukset. Teemoittelu, eli yhteisiin piirteisiin jaottelu, päätettiin toteuttaa kyselyssä ja haastatteluissa käytettyjen aihepiirien mukaan.

Haastatteluista selvisi, että ravintolayritykset tekivät ennen kesäkautta erilaisia toimenpiteitä sopeuttaakseen koronaviruksen aiheuttamia vaikutuksia kannattavuuteen. Osa haastateltavista oli ennakkoivana toimenpiteenä laskenut tuotteidensa hintoja, ja lisännyt esimerkiksi lastenruokalistan valikoimaansa. Näiden toimenpiteiden tarkoituksena oli houkuttaa paikallisia asiakkaita ja maksimoida myyntiä. Vaikka hintatasoa laskettiin, niin useiden yritysten liikevaihto kasvoi siitä huolimatta jopa 15 % verrattuna edelliseen kesään.

Haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että vaikka oopperajuhlia ei järjestetty, niin turisteja silti riitti Savonlinnassa koko kesäsesongin ajan. Olavinlinna oli todella suosittu matkakohde ja se houkutteli paljon kotimaan matkailijoita. Haastateltavat olivat sitä mieltä, että Savonlinnan kesä on muutakin kuin Oopperajuhlat. Tapahtumalla on vetovoimavaikutusta alueelle, mutta se ei yksinään tee kesäsesonkia Savonlinnaan. Muutamit haastatelluista yrityksistä kertoivat että, suunniteltuja tapahtumia ei tarvinnut perua, mutta niiden yleisömäärät olivat rajoitettuja. Vuoden 2020 kesän sää oli myös hyvin suosiva kotimaan matkailulle ja se toi lisää kesämatkailijoita myös Savonlinnan alueelle. Suurimmalla

osalla haastateltavista ei ollut minkäänlaisia odotuksia kesäsesongista tai ne olivat negatiiviset. Kuitenkin vielä ennen koronasta aiheutuneita rajoituksia odotukset tulevasta kesästä olivat todella korkealla. Yksi haastateltavista kertoi heidän odotuksensa kesästä 2020 olleen hyvät. Positiivisten odotusten taustalla saattoi olla vahva usko kotimaan matkailuun, koronan vaikuttaessa negatiivisesti ulkomaan matkailuun.

Kaikki haastateltavat olivat sitä mieltä, että heillä oli liian vähän työntekijöitä kesällä 2020 asiakasmäärään nähden. Useat vastaajista kertoivat, että kokoneiden työntekijöiden saatavuus oli hankalaa kesän 2020 aikana. Muutamien haastateltavien mukaan kesäsesongissa ei oikeastaan tullut mitään uutta, koska heidän ravintolayritystensä liiketoiminta on ollut toiminnassa jo kymmeniä vuosia. He ovat myös ehtineet kokemaan monia erilaisia haasteita ja kriisitilanteita, joten koronasta aiheutuneet vaikeudet eivät tuntuneet heistä ylitsepääsemättömiltä. Osa haastatelluista yrityksistä on kesäravintoloita, jolloin heidän toimintansa on kausiluontoista. Koronaviruksen vaikutukset näkyneet heidän kertomansa mukaan toiminnassa rajoitusten ja hygieniaohjeiden lisäksi.

Haastatelluista yrityksistä noin 60 % oli sitä mieltä, että esimiesten työ ei muuttunut yhtään vaativammaksi verrattuna edeltävään kesään. Siitäkin huolimatta, että heidän täytyi ottaa kaikki koronasta aiheutuneet rajoitukset ja toimenpiteet huomioon. Suurin osa haastatelluista kertoi viestineensä henkilökunnan kanssa kasvokkain. Vastaajat kertoivat myös viestineen henkilökunnan kanssa tarvittaessa tekstiviesteillä. Eräs haastateltavista kertoi, että tarvittava tieto kulkee myös työntekijältä toiselle, koska heillä on tiivis työyhteisö. Lisäksi kummankin tutkimusmenetelmän tulosten mukaan asiakkaiden terveydestä ja työntekijöiden hyvinvoinnista huolehtiminen koettiin tärkeäksi tekijäksi kesällä 2020. Yritykset noudattivat viranomaisten ohjeiden mukaan hygieniaohjeita ja tarjosivat muun muassa asiakkaille käsidesiä, sekä lisäsivät kosketuspintojen puhdistuksia.

8 JOHTOPÄÄTÖKSET

Kysely ja haastattelu käsittelivät samoja teemoja, joten tuloksia on päätelmissä avattu limittäin. Eri tutkimusmenetelmien välillä on etsitty samankaltaisuuksia ja eroavaisuuksia menetelmien tuloksista. Saatuja tuloksia pystytään vertailemaan ja eri tutkimusmenetelmien tulokset nidottua yhteen tällä tavalla. Kun tuloksia on tulkittu limittäin, tuloksista saa paremmin tietoa ja niistä on helpompi tehdä johtopäätöksiä. Johtopäätökset ovat tutkimuksen laatijoiden loogista päättelyä siitä, mitä eri menetelmien tuloksista pystytään yleistämään tutkimuksessa mukana olleista yrityksistä useimpiin.

Kyselyyn saatiin 12 vastausta vaihtelevasti erityyppisistä ravintoloista ja haastatteluja toteutettiin yhteensä viidelle yritykselle. Tutkimukseen osallistuneet yritykset olivat erikokoisia ja eripuolilta Savonlinnaa sekä sen lähialueita. Näin tutkimukseen saatiin vastauksia eri näkökulmista, vaikka vastauksia olikin suhteellisen vähän eikä niitä voida yleistää Savonlinnan alueen ravintoloihin, saati koko alaan. Tutkimus antaa silti suuntaa antavaa kuvaa siitä, miten yritykset olivat reagoineet koronapandemiasta aiheutuneeseen tilanteeseen ja millä tavoin se oli mahdollisesti vaikuttanut erityyppisiin ravintolatoimintoihin.

Tutkimuksessa selvisi, että työntekijöitä oli lomautettuna suhteellisen vähän ja yhtään työntekijää ei tutkimuksen tulosten mukaan irtisanottu. Työntekijöiden määrä kokonaisuudessaan laski vähän kevästä 2019 kesään 2020 verrattuna. Haastatteluissa nousi korostetusti esiin se, että työntekijöitä ei ollut palkattu riittävästi kesän asiakasmääriin suhteutettuna. Lisäksi yrityksissä koettiin, että kokeneita työntekijöitä oli haastavaa löytää kesälle 2020. Kesäajalle tehtyjä rekrytointeja oli vaikeaa arvioida, koska tulevaa ei pystynyt mitenkään ennakoimaan ja rekrytointi piti jättää todella myöhäiseksi, koska ei tiedetty miten liikkeet saavat avautua. Erään haastateltavan mukaan niin sanotusti normaalin kesän rekrytointimäärät olisivat olleet lähellä todellista tarvetta myös kesällä 2020.

Yksi mahdollinen syy työntekijöiden saannin vaikeudessa saattoi olla se, että niin moni yritys haki työntekijöitä yhtä aikaa, joten kysyntä oli mahdollisesti liian suurta tarjontaan verrattuna. Moni työnhakija saattoi myös jättää hakematta ravintola-alan työtehtäviin nopeasti muuttuvien tilanteiden ja koronaviruksen luoman epävarmuuden vuoksi, jolloin työn pysyvyys ei hakijan mielestä ollut varmaa. Myös osa pidempään alalla työskennelleistä osaajista on voinut epävarmuuden jatkuessa päättää vaihtaa alaa, jolloin työnhakijoiden määrä on laskenut.

Yrityksissä käytettiin sisäisessä viestinnässä pääasiassa kasvokkain kommunikointia. Ravintola-alalla se on vaivaton tapa viestiä, ottaen huomioon työn luonteen paikan päällä. Seuraavaksi eniten käytettiin puheluita sekä tekstiviestejä ja sähköpostia. Vain yksi vastasi, että yrityksessä oli käytössä etäyhteydet viestiessä. Tästä voidaan tehdä johtopäätös, että etäyhteyksien käyttö ei ole alalla tyydyttävää, koska kohtaamisia tapahtuu jo työpaikalla esimiesten ja työntekijöiden kesken, jolloin pystytään kertomaan asiaa eteenpäin.

Kasvokkain kommunikointi voidaan myös kokea helpommaksi ja sillä saa varmuuden, että viestittävä asia on täysin ymmärretty. Monissa yrityksissä voi olla käytössä myös esimerkiksi WhatsApp-ryhmät, jolloin kaikki yrityksen työntekijät ovat siihen lisätty ja oletettavasti kaikki myös lukevat ja seuraavat

sinne saapuvia viestejä, sekä tiedotteita. Tällä metodilla asioita ei tarvitse kertoa moneen eri kertaan, mutta samalla viesti voi jäädä joltain epähuomiossaan lukematta. Sama myös koskee muun muassa sähköposteja. Sähköpostin lähetettäessä oletuksena on, että se menee perille ja saaja sen lukee, mutta sähköpostit voivat myös päätyä roskapostiin, jolloin viesti jää saajalta saamatta.

Erilaiset toiminnan muutokset koettiin toimiviksi ratkaisukeinoiksi kompensoida koronan aiheuttamia vaikutuksia liiketoimintaan. Osa yrityksistä oli laskenut hintatasoa ja tehnyt muutoksia ruokalistoihin. Hintoja laskettiin oopperavieraiden ja ulkomaalaisten puuttumisen takia, koska kotimaan matkailijoille oopperakesän hintataso olisi ollut liian korkea, ja näin asiakasmäärät olisivat jääneet alhaisiksi. Lapsiperheet olivat iso asiakaskunta kesän aikana, joten myös heidät täytyi ottaa huomioon hinnoissa ja ruokalistan muutoksissa. Lisäämällä valikoimiinsa lastenruokalistan, ravintolat lisäsivät houkuttelevuutta ja saivat tällä myös houkuteltua paikallisia asiakkaita. Paikallisten asiakkaiden määrän kasvu lisää pitkällä tähtäimellä yritysten kannattavuutta. Hintatason laskusta huolimatta suurimmalla osalla tutkimukseen osallistuneista yrityksistä liikevaihto kasvoi huomattavasti verrattuna edeltävään kesäkauteen. Jos hintataso olisi pidetty kesää edeltävällä tasolla, liikevaihto olisi mahdollisesti voinut kasvaa enemmän.

Yksi tekijä liiketoiminnan menestymiseen on onnistunut markkinointi. Kyselyyn vastaajista kolme kertoi lisänneensä markkinointia kesä-elokuussa 2020. Suurin osa vastanneista koki markkinoinnin onnistuneen hyvin tai erinomaisesti. Kukaan ei kokenut markkinoinnin onnistuneen erittäin huonosti, ja vain kaksi vastaajaa koki markkinoinnin onnistuneen huonosti tai keskinkertaisesti. Tuloksista voidaan tehdä päätelmä että, tutkimukseen osallistuneiden yritysten markkinointi oli todennäköisesti jo aiemmin hyvällä tasolla. Markkinoinnin osaava käyttö on hyödyllistä mille tahansa yritykselle. Erityisesti koronapandemian aikana, kun ravintolarajoitukset ovat vahvasti rajoittaneet asiakasmääriä ravintoloissa, on ravintolayritysten hyvä muistuttaa olemassaolostaan.

Kyselyn avulla kartoitettiin ravitsemisyriyten liikevaihtoja vuosien 2019 ja 2020 kesinä. Vastauksista päätellen yritysten liikevaihtojen muutokset vaihtelivat paljon kesien välillä. Kesällä 2020 osan yritysten liikevaihdot olivat kasvaneet jopa 10–25 %. Yksi vastaajista kertoi, että liikevaihto ei ollut muuttunut laisinkaan ja alle puolet vastaajista taas kertoivat liikevaihdon pienentyneen. Yhden yrityksen mukaan heidän liikevaihtonsa oli laskenut 100 % verrattuna edeltävään kesään. Vastatun muutosprosentin selittää se, että kyseinen yritys oli eri omistajalla vuonna 2019, joten vertailu vuodesta 2020 edelliseen vuoteen ei onnistu. Ruokaravintolat ja anniskeluun painottuneet ravintolat olivat kesällä 2020 eriarvoisessa asemassa, koska koronarajoitukset rajasivat aukiolo- ja anniskeluaikoja suurimman osan kesästä. Juomaravintolat avaavat yleensä illalla, joten niiden ei ollut järkevää avata ollenkaan, satunnaisten asiakkaiden toivossa. Ravintoloiden stigmatisointi korona-aiheisten uutisointien kautta ei auttanut parantamaan ravintoloiden asemaa.

Kyselyn vastaajista enemmistö oli hakenut tukea valtiolta tai muulta taholta, ja heistä yli puolet oli saanut hakemaansa tukea. Yksi vastaajista ei ollut vielä saanut tukea tai sen käsittely oli kesken. Ravintolatuki maksettiin pääsääntöisesti automaattisesti, mitä ei huomioitu kyselyä luodessa. Pieni osa yrityksistä jäi automaattisen maksun ulkopuolelle, ja heidän tuli hakea itse tukea, jonka he helposti saivatkin. Jäi tulkinnan varaiseksi, vastasiko tutkittava tukikysymyksiin sisällyttäen ravintolatuon, vai niin, että jätti vastatessa huomioimatta automaattisesti maksetun tuon. Toki yritykset,

jotka eivät saaneet ravintolatukea automaattisesti, pystyvät vastaamaan kysymyksiin tukien kannalta tasavertaisesti.

Kyselyssä selvitettiin myös, saivatko yritykset mahdollisesti helpotuksia muihin kustannuksiin kuten esimerkiksi vuokranantajalta helpotusta vuokraan. Vain kolme vastaajista oli saanut helpotusta vuokrassa ja ne sijaitsivat kaikki keskustassa. Vastausten yhtenäisestä kausaalisuhteesta voidaan tehdä päätelmä, että kiinteistöt, missä yritykset toimivat, ovat kaupungin omistamia, koska Savonlinnan kaupunki antoi vuokralaisilleen helpotuksia vuokranmaksuun.

Kaikki haastateltavat kertoivat, että vaikka oopperajuhlat peruttiin kesältä, Savonlinnassa oli kesän aikana paljon matkailijoita. Matkailijamääristä pystytään toteamaan, että Savonlinna alueena kiinnostaa matkailijoita. Savonlinna ja sen lähialueet ovat jo itsestään kiinnostavia matkailualueita, ja oopperajuhlat ovat vain lisänneet ja tuoneet alueen myös kansainvälisten matkailijoiden tietoisuuteen. Kotimaisten matkailijoiden määrät yllättivät kaupungin ja lähialueet, vaikka sitä osattiin jossain määrin odottaa. Savonlinna sijaitsee kokonaisuudessaan vesistöjen läheisyydessä, joten alueella on paljon loma-asutusta. Saimaan vesistö lisää veneilijöitä alueella, jotka vuokraavat mökkejä Savonlinnan ympäristöstä ja käyttävät kaupungin muita palveluita.

Savonlinnassa on paljon nähtävyyksiä, jotka houkuttelevat matkailijoita kaupunkiin ja lähialuille. Olavinlinna oli varmasti kiinnostavin nähtävyys myös kesällä 2020, koska oopperajuhlien puuttumisen takia, linnassa pystyi kiertämään reittejä, jotka eivät ole normaalina kesänä käytössä. Hotelli Punkaharju ja Järvisydän olivat matkailijoiden suosiossa ja lisäsivät varmasti myös Savonlinnan kaupungin matkailijoiden määrää. Kaupunki järjesti päivittäin tapahtumia kaiken ikäisille matkailijoille ja paikkakuntalaisille, ja näin saatiin myös paikalliset lomailijat liikkeelle. Myös muut lähipaikkakunnat ovat kesäisin matkustajien suosiossa ja alueilla sijaitsee paljon mökkejä, joten myös ne tuovat turisteja alueelle ja tuovat mökkeilijät viettämään kesäpäiviä kaupungin alueelle.

Kyselyssä oli avoin kysymys, johon vastaajat pystyivät kertomaan vapaasti kommentteja koronaviruksen vaikutuksista liiketoimintaa. Sen kautta yksi vastaajista moitti tukien myöntämisehtoja. Jotta tuen saamiseen olisi ollut oikeus, täytyisi useiden ehtojen täytyä. Muutamassa vastauksessa nousi esiin, että nuori yritys (noin vuoden toiminnassa) saattoi saada vain pienen siivun tuesta, tai jäädä ilman täysin ilman tukea, koska ei pystynyt perustelevaan liikevaihdon laskua.

Tutkimuksesta kävi ilmi, että suurimmalla osalla ravintola-alan yrityksistä kesä onnistui todella hyvin, etenkin kun ottaa huomioon alkukesän rajoitukset ja yritysten taloudellisen tilanteen. Rajoitukset eivät kohdelleet erityyylisiä ravintoloita kylläkään tasapuolisesti. Vaikka tilanne oli täysin uusi kaikille, yritykset pystyivät tekemään pääasiassa hyviä ratkaisuja ja selviämään tilanteesta ilman ongelmaa. Tämä kertoo alan sopeutumiskyvystä ja ammattitaitoisista työntekijöistä.

9 POHDINTA

Tutkimukselle asetettu tavoite saavutettiin osittain. Tutkimuksen toteutus ei onnistunut niin kuin oli alun perin suunniteltu. Alkuun opinnäytetyön aihetta ei rajattu riittävän tarkasti, mistä muodostui alussa ongelmia työn etenemisessä ja epäselvyyksiä siihen mitä työssä oltiin tutkimassa. Asia saatiin kuitenkin ratkaistua ja tutkimuksen avulla saatiin vastaus tutkimuskysymykseen. Aikataulullisesti opinnäytetyön eteneminen alkoi aivan liian hitaalla tahdilla, minkä takia lopussa oli kiire analysoida tuloksia etenkin, kun aineiston kerääminen pitkittyessä siihen kului todella paljon aikaa.

Tutkimuksen toteuttamisessa noudatettiin hyvää tieteellistä käytäntöä. Tutkijalla on velvollisuus tiedottaa riittävästi tutkimuksen kohteille tutkimuksesta ja sen etenemisestä, huolehtia tietosuojan noudattamisesta sekä siitä, ettei tutkimuksesta aiheudu haittaa, vahinkoa tai riskejä tutkimuksen kohteille tai muille osapuolille. (Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019.)

Tutkimus toteutettiin toimeksiantajana toimivan Savonlinnan Seudun Matkailu Oy:n yhteistyöyrityksille kyselylomakkeella ja haastatteluilla. Kyselylomake lähetettiin sähköpostitse vastaanottajille. Lomakkeen vastaanottajia varten toimeksiantajan kanssa tehtiin tutkimuslupa, joka tukee tutkimuksen eettisyyttä ja luotettavuutta. Tutkimusluvan myötä tutkimukseen saatiin käyttöön toimeksiantajan rekisteri yhteistyöyritysten yhteystiedoista. Rekisterin lisäksi kyselylomake lähetettiin myös Yrityksien, joille kyselylomake lähetettiin toisessa erässä, yhteystiedot etsittiin niiden verkkosivuilta. Tutkimuksen vastaanottajille lähetettiin kyselyn ohessa saatekirje, jossa selvitettiin tutkimuksen taustaa ja tarkoitusta. Tutkimukseen osallistuminen perustui tutkimuksen jokaisessa vaiheessa vapaaehtoisuuteen.

Haastateltaville tiedotettiin haastattelujen etenemisestä. Haastattelujen alussa tutkimuksen kohteille kerrottiin tutkimuksesta ja haastattelusta sekä sen periaatteista. Ensin esiteltiin haastattelijat sekä tutkimuksen aihe ja taustat. Haastateltaville kerrottiin lisäksi, että haastattelu nauhoitetaan ja, että he voivat ohittaa kysymykset, joihin eivät halua vastata tai keskeyttää halutessaan haastattelun. Haastateltavat vastasivat kaikkiin kysymyksiin, eikä kukaan lopettanut haastattelua kesken.

Lainattujen aineistojen tekijöitä kunnioitetaan noudattamalla Savonian lähdeviiteohjeistusta. Tekijänoikeuslaissa on linjattu, että hyvän tavan mukaisesti toisen kirjoittamaa tekstiä voi käyttää suoriin lainauksiin. Suoria lainauksia käytettäessä lähdeviitteet on asianmukaisesti tehty. Myös lähteiden muussa referoinnissa on merkitty käytetyt lähteet asianmukaisesti. Lähteiden valinnassa käytettiin harkintaa, ja lähteiksi valittiin tunnettujen organisaatioiden julkaisuja, painettuja- ja verkkokirjoja sekä yleisesti saatavilla olevia julkaisuja luotetuista lähteistä.

Tietosuoja on yksi tutkimuksen tärkeimmistä elementeistä, erityisesti kun tutkimuksen kohteena on ihmisiä. Tietosuoja tarkoittaa henkilöiden yksityisyyden suojan kunnioittamista (Vilka 2007, 95). Tutkimuskysymykset kohdistuvat ainoastaan yritysten tietoihin, joten tutkimusaineistossa ei käsitelty kenenkään henkilötietoja ja vastaajien yksityisyyden suoja säilyy. Tutkimuksessa sovellettiin tietosuojaa myös yritysten kohdalla. Yritystoiminnan yksityisyyden suojaamiseksi, tutkittavilta ei kysytty yritysten nimiä kyselylomakkeella. Kyselytutkimus suunniteltiin niin, että tutkittavilta ei tarvitse kysyä

yritystä yksilöiviä tietoja. Näin tutkimusaineistosta tai tuloksista ei pysty määrittelemään tutkimukseen osallistuneita yrityksiä. Vastausten esittäminen yksinkertaisesti näin pienellä vastausmäärällä on hyödyllisempää, koska liian tarkalla vertailulla tuloksista olisi mahdollista päätellä tutkimukseen osallistuneet yritykset. Myös tulosten esittämisessä on huomioitu, että yritysten anonymiteetti säilyy.

Määrällisen tutkimuksen tulosten analysoinnissa perinteisesti käytössä olevat tunnusluvut eivät soveltuneet tämä tutkimuksen analysointiin erityisen hyvin. Tunnuslukuja hyödyntämällä pienestä vastausmäärästä ei olisi saatu oikeellisia tuloksia ja johtopäätöksiä. Siksi analysoinnissa hyödynnettiin kausaalisuhdetta. Jos kyselyyn olisi saatu vastauksia enemmän, tulosten purkaminen kysymyksittäin tunnuslukuja käyttäen olisi ollut hyvä ratkaisu.

Kyselyn saatekirjeeseen lisättiin tekijöiden sähköpostit, jos kyselyssä oli vastaajille jotain epäselvää, he pystyivät ottamaan yhteyttä. Kukaan vastaajista ei tarvinnut kyselyn aihepiireistä tarkempaa tietoa, mutta yksi kyselyn vastaanottajista otti yhteyttä kyselylomakkeen käyttöongelmista. Kyselyssä saattoi siis olla osalla vastaajista jonkin tekninen ongelma, jossa kysely ei päästänyt vastaajaa kyselyssä eteenpäin, mikä on voinut vaikuttaa paljon kyselyn vastausmääriin.

Toinen vastauksien määriin vaikuttanut asia on kyselyn ajankohta. Aluksi ongelmana oli uusi koronavirusaalto, joka siirsi kyselyn alkuperäistä lähetyspäivää kahdella viikolla eteenpäin. Kyselyssä käsitellystä kesästä on melkein vuosi, ei yrityksillä välttämättä ole halua vasta kyselyyn, joka vaatii liikevaihdollisia tietoja vuoden takaisesta kesästä, sekä myös kahden vuoden takaisesta kesästä. Näistä syistä toteutunut otos jäi pieneksi, jolloin vähäisten vastausmäärien vuoksi tuloksia ja johtopäätöksiä ei voida yleistää kohderyhmään.

Tutkimuksen kokonaisluotettavuus koostuu reliabiliudesta ja validiudesta. Reliabiliteetti tarkoittaa tutkimuksen toistettavuutta ja sitä, miten tulokset pysyvät samansuuntaisina tutkimuksesta toiseen. Reliaabelius arvioi, miten hyvin otos edustaa perusjoukkoa ja millainen on tutkimuksen vastausprosentti. Validiteetti on tutkimuksen kyky mitata asiaa, jota sen oli tarkoitus mitata. Validius tarkoittaa siis sitä, kuinka hyvin tutkija on onnistunut siirtämään teorian lomakkeelle ja kysymyksiksi, joihin tutkittavat ovat osanneet vastata tarkoitettulla tavalla. Eli tutkija ja vastaaja ymmärtävät kysymykset samoin. Validius myös arvioi, miten kysymyksissä käytetyt mittarit ovat toimineet, ja millaisia epä-tarkkuuksia käytetystä mittarista saadaan. (Vilka 2007, 149-152.)

Tutkimuksen kokonaisluotettavuus on kohtalainen, koska tutkimuksen toistettavuus on epävarmaa. Tutkimusraportissa on kuitenkin selvitetty kaikki tutkimuksen vaiheet sivupolkuineen. Tutkimusta tehdessä kohdattiin erilaisia haasteita, muun muassa, kun ravintolat suljettiin määräajaksi, ja kyselyä jouduttiin sen vuoksi siirtämään. Luultavasti osittain sen seurauksena kyselylomakkeen vastausprosentti jäi useista tavoitteluista huolimatta todella alhaiseksi, joten tulokset ovat lähinnä satunnaisia, eikä niitä voi yleistää perusjoukkoon. Tutkimuksen luotettavuutta heikentää korkea vastauskato. Vastauskato voi johtua pitkästä aikavälistä tutkittavaan ajankohtaan, koska vuoden 2020 kesästä oli tutkimuksen teon aikaan kulunut noin 9 kuukautta aikaa. Myös korona tutkimuksen aiheena voi olla ravintola-alan toimijoille arka aihe, sen aiheuttamien rasisusten vuoksi, mikä vei vastaajien mielenkiintoa osallistua tutkimukseen.

Vuosi kesän 2020 jälkeen, nykyinen tilanne on vastaava kuin vuosi takaperin, joten alkava kesäsezonki tulee olemaan todennäköisesti samantyylinen kuin edeltävä kesä. Edelleen epävarmuus koronavirustartuntojen leviämisen suhteen jatkuu, mutta jos vuoden 2020 kesään peilaa, tulevat tämänkin kesän ajan tartunnat pysymään alhaisina, ja rajoitukset sen myötä lievempinä. Tämä mahdollistaa yrityksille toisen hyvätuottoisen kesän, jos kotimaan matkailijoilla riittää mielenkiinto kotimaisille lomakohteille. Ulkomaalaisia turisteja ei varmaan tänäkään kesänä tulla näkemään suurta määrää matkustusrajoitusten takia. Kun oopperajuhlat siirtyvät jälleen, on ravintoloiden tärkeää huomioida kesäajan toiminnassaan kotimaan matkailijat ja heidän tarpeensa.

Tutkimuksesta saadut tulokset ja johtopäätökset voivat olla hyödyksi paikallisille yrityksille tulevaa kesää ajatellen. Tuloksista koottu raportti lähetetään toimeksiantajalle. Toimeksiantajan on mahdollista välittää tutkimuksen tuloksia yhteistyöyrityksilleen, tai koota niistä mieleistään materiaalia ja hyödyntää kehittämistöissä.

Tutkimukselle olisi hyvä tehdä lisätutkimusta Savonlinnan alueesta, jotta tulos saataisiin luotettavammaksi. Tutkimus vaatisi jatkotutkimuksia ympäri Suomea, jos tuloksista haluttaisiin tehdä yleistettäviä koko ravintola-alaan. Kun alueista on saatu riittävästi dataa, ja niitä on tulkittu riittävästi, voisi olla mahdollista koota tehtyjen tutkimusten perusteella ravitsemisyriksille opas vastaaviin kriisitilanteisiin.

Opinnäytetyön avulla työryhmä kehitti ammatillista osaamistaan ja analysointitaitojaan tutkimuksen myötä. Tutkimuksen teoriaosuuden aiheet käsittelevät vahvasti ravintolaliiketoimintaan liittyviä osa-alueita, joihin perehtymällä kartutettiin paljon ajankohtaisia tietoja aiheista, ja millaisia vaikutuksia kriisitilanteella niihin on. Tutkimuksesta saatuja tuloksia pystytään hyödyntämään mahdollisesti tulevaisuudessa esimiestehtävissä. Esimiestyössä tärkeä ominaisuus on myös ryhmätyöskentelytaidot, joita kehitettiin tutkimusta tehdessä. Tutkimuksessa eteen tulleet vastoinkäymiset myös testasivat tekijöiden ongelmanratkaisukykyä.

LÄHTEET

Business Finland julkaisuaika tuntematon. Liiketoiminnan kehitysrahoitus häiriötilanteissa. Verkkojulkaisu. <https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/rahoitus/hairiotilannerahoitus>. Viitattu 16.4.2021.

Brugeman, Stacey 2020. Summer 2020 Was a Grueling, Record-Breaking Season for Many Northern Michigan Restaurants. Verkkojulkaisu. Eater Detroit 23.9.2020. <https://detroit.eater.com/21451446/restaurants-northern-michigan-upper-peninsula-covid-19-summer-2020-pandemic-tourism>. Viitattu 18.4.2021.

Deutsche Welle 2020. Coronavirus: Italy carefully reopens for business. Verkkojulkaisu. Deutsche Welle 18.5.2020. <https://www.dw.com/en/coronavirus-italy-carefully-reopens-for-business/a-53483942>. Viitattu 18.4.2021.

Digitaalinen markkinointi, 2020. Hyödyllistä tietoa digimarkkinoinnista. Verkkojulkaisu. <https://digitaalinenmarkkinointi.info>. Viitattu 18.3.2021.

FRANCE 24 2020. 'The soul of our city': Paris restaurants, cafés to reopen for outdoor service only. Verkkojulkaisu. FRANCE 24 31.5.2020. <https://www.france24.com/en/20200531-the-soul-of-our-city-paris-restaurants-and-caf%C3%A9s-to-reopen-for-terrace-only-service>. Viitattu 18.4.2021.

Grönroos, Christian 2009. Palvelujen johtaminen ja markkinointi. Verkkokirja. Ellibs. Alma Talent. <https://www.ellibslibrary.com/book/9789521443541>. Viitattu 19.3.2021.

Hauck, Grace, Gelles, Karl, Bravo Veronica & Thorson, Mitchell 2020. Five months in: A timeline of how COVID-19 has unfolded in the US. Verkkojulkaisu. USA TODAY 22.4.2020. Päivitetty 23.6.2020. <https://eu.usatoday.com/in-depth/news/nation/2020/04/21/coronavirus-updates-how-covid-19-unfolded-u-s-timeline/2990956001/>. Viitattu 21.4.2021.

Heikkinen, Anne-Mari 2020. Strateginen johtaminen. Opetusmateriaali. Savonia-ammattikorkeakoulu. https://moodle.savonia.fi/pluginfile.php/1114150/mod_resource/content/1/strateginen%20johtaminen.pdf. Viitattu 23.3.2021

Hyppänen, Riitta 2013. Esimiesosaaminen. Liiketoiminnan menestyskirja. Verkkokirja. Ellibs. Edita Publishing Oy. <https://www.ellibslibrary.com/book/978-951-37-6258-2>. Viitattu 23.3.2021.

Hänninen, Jaana 2020a. Kaupunki antaa yrityksille vuokrahelpotusta – maksettava takaisin parin vuoden kuluessa. Verkkojulkaisu. Itä-Savo 26.3.2020. <https://www.ita-savo.fi/paikalliset/3858946>. Viitattu 23.4.2021.

Hänninen, Jaana 2020b. Ravintolat saavat avautua kesäkuun alussa – Savonlinnassakin moni ravintola avaa ovensa, vaikka rajoituksia on tulossa aukioloaikoihin ja asiakaspaikkamääriin. Verkkojulkaisu. Itä-Savo 19.5.2020. <https://www.ita-savo.fi/paikalliset/3857266>. Viitattu 18.4.2021.

Hänninen, Jaana 2020c. Sosterin alueella ei uusia koronavirustartuntoja toukokuun jälkeen - Silti pitää muistaa kesihygienia ja turvavälit. Verkkojulkaisu. Itä-Savo 22.7.2020. <https://www.ita-savo.fi/paikalliset/3855159>. Viitattu 14.4.2021.

Härkönen, Reima julkaisuaika tuntematon. Perustietoa Savonlinnan historiasta. Savonlinnan historia III osa 1876-1976. Pdf-tiedosto. <http://www.reimaharkonen.com/wp-content/uploads/2019/07/Savonlinnan-historia-III-osa-1876-%E2%80%931976.pdf>. Viitattu 17.3.2021.

Jänkälä, Susanna 2016. Ravitsemistoiminta. Toimialaraportit 1/2016. Työ- ja elinkeinoministeriö. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/79841/1_2016_TOIMIALARAPORTTI_ravitsemistoiminta.pdf. Viitattu 14.4.2021.

Karjalainen, Marja-Liisa 2020. Olavinlinnassa oli vuosituhannen vilkkain vuosi – ”Tavallisena oopperakesänä 43 899 kävijää heinäkuussa olisi ollut mahdottomuus”, linnan intendentti sanoo. Verkkojulkaisu. Itä-Savo 30.12.2020. <https://www.ita-savo.fi/paikalliset/3849433>. Viitattu 13.4.2021.

KEHA-keskus 2020. Väliaikaiset tuet ja hyvitykset. Tuet ja hyvitykset ravitsemisyriyksille. Verkkojulkaisu. <https://www.keha-keskus.fi/poikkeusrahoitus/mara/#Hyvitys>. Viitattu 15.4.2021.

KOPPA, 2015. Määrällinen tutkimus. Verkkojulkaisu. Jyväskylän yliopisto. <https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/tutkimusstrategiat/maarallinen-tutkimus>. Viitattu 20.1.2021.

Kukkonen, Tiina 2020. Ravintola Waahto saa kuin saakin uuden terassin kesäksi - Satamapuistossa sijaitsevalla terassilla järjestetään viikonloppuisin disko. Verkkojulkaisu. Itä-Savo 2.6.2020. <https://www.ita-savo.fi/paikalliset/3856850>. Viitattu 18.4.2021.

Kyrölä, Hanna 2020. Henkilöstöjohtaminen. Opetusmateriaali. Savonia-ammattikorkeakoulu. <https://moodle.savonia.fi/mod/resource/view.php?id=589294&redirect=1>. Viitattu 23.3.2021

Kyrölä, Hanna & Heikkinen, Anne-Mari 2020. Päivittäisjohtaminen. Opetusmateriaali. Savonia-ammattikorkeakoulu. <https://moodle.savonia.fi/mod/resource/view.php?id=576695&redirect=1>. Viitattu 23.3.2021

Laihonen, Harri & Lönnqvist, Antti 2013. Tiedolla johtaminen tarkoittaa tiedon hyödyntämistä. Verkkojulkaisu. <https://tietovirta.wordpress.com/2013/11/06/tiedolla-johtaminen-tarkoittaa-tiedon-hyodyntamista/>. Viitattu 23.3.2021

Leppänen, Risto 2020. Jopa huipputuloksia on tehty tämän vuoden mökkikaupoissa – Vapaa-ajan-asunnot Saimaan rannalta ovat olleet ostajien suosiossa. Verkkojulkaisu. Itä-Savo 30.9.2020. <https://www.ita-savo.fi/paikalliset/3852858>. Viitattu 17.4.2021.

Marski, Lea 2021. Matkailun suuntana kestävä ja turvallinen tulevaisuus. TEM toimialaraportit 2021:1. Työ- ja elinkeinoministeriö. https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/162841/TEM_2021_01_t.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Viitattu 14.4.2021.

Matheson, Jesse 2020. How has coronavirus affected pubs, cafes and restaurants?. Verkkojulkaisu. Economics Observatory 2.7.2020. Päivitetty 12.10.2020. <https://www.economicsobservatory.com/how-has-coronavirus-affected-pubs-cafes-and-restaurants>. Viitattu 19.4.2021.

Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara ry 2020a. Matkailu- ja ravintola-alan suhdannekatsaus. <https://www.mara.fi/toimiala/suhdanteet/suhdannekatsaus.html>. Viitattu 10.3.2021.

Matkailu- ja ravintolapalvelut Mara Ry 2020b. Matkailun merkitys kansantaloudelle. Verkojulkaisu. <https://www.mara.fi/toimiala/alan-merkitys-kansantaloudelle.html>. Viitattu 10.3.2021.

Minilex julkaisuaika tuntematon. Työntekijän salassapitovelvollisuus. Verkojulkaisu. <https://www.minilex.fi/a/ty%C3%B6ntekij%C3%A4n-salassapitovelvollisuus>. Viitattu 28.1.2021.

National Restaurant Association 2021. State of the Restaurant Industry report measures virus' impact on business. Verkojulkaisu. National Restaurant Association 25.1.2021. <https://restaurant.org/articles/news/new-report-measures-pandemics-effect-on-business>. Viitattu 19.4.2021.

NoHo Partners Oyj 2020. Tilinpäätös 31.12.2020. Pdf-tiedosto. https://www.noho.fi/wp-content/uploads/2021/03/NoHo_Partners_Oyj_Tilinp%C3%A4%C3%A4t%C3%B6s_31.12.2020.pdf. Viitattu 17.4.2021.

Puusa, Anu 2020a. Haastattelutyypit ja niiden metodiset ominaisuudet. Teoksessa Anu Puusa & Pauli Juuti (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät, 99–112. Verkkokirja. Helsinki: Gaudeamus Oy. <https://www.ellibslibrary.com/book/9789523456167>. Viitattu 26.4.2021.

Puusa, Anu 2020b. Näkökulmia laadullisen aineiston analysointiin. Teoksessa Anu Puusa & Pauli Juuti (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät, 141–152. Verkkokirja. Helsinki: Gaudeamus Oy. <https://www.ellibslibrary.com/book/9789523456167>. Viitattu 15.4.2021.

Puusa, Anu & Juuti, Pauli 2020. Laadullisen tutkimuksen olemus. Teoksessa Anu Puusa & Pauli Juuti (toim.) Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät, 73–83. Verkkokirja. Helsinki: Gaudeamus Oy <https://www.ellibslibrary.com/book/9789523456167>. Viitattu 15.4.2021.

Ravintolamedia 2015. Piirakkakuvio ravintola-alan kulujakaumasta. Valokuva. <https://www.ravintolamedia.uutisparkki.com/?cat=24>. Viitattu 5.2.2021.

Satokangas, Pasi & Vieru, Markku 2017. Majoitukset ja majoittujat Lapissa. Teoksessa Heli Ilola, Pasi Satokangas & Mirva Tapaninen (toim.) Tilastoja tutkimassa – lukuja Lapin matkailusta. Rovaniemi: Matkailualan tutkimus- ja koulutusinstituutti, 19–30. <https://lauda.ulapland.fi/bitstream/handle/10024/63143/Ilola.Heli%3B%20Satokangas.Pasi%3B%20Tapaninen.Mirva.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Viitattu 14.4.2021.

Savonlinnan elinkeinopalvelut julkaisuaika tuntematon. Palvelut matkailuyrittäjille. Verkojulkaisu. <https://elinkeinopalvelut.fi/matkailu/>. Viitattu 25.1.2021.

Savonlinna julkaisuaika tuntematon a. Savonlinna-tietoa. Verkojulkaisu. <https://www.savonlinna.fi/savonlinna-tietoa>. Viitattu 25.1.2021.

Savonlinna julkaisuaika tuntematon b. Savonlinnan historiaa. Verkojulkaisu. <https://www.savonlinna.fi/savonlinna-tietoa/historiaa>. Viitattu 17.3.2021.

Savonlinnan oopperajuhlat 2020. Oopperajuhlat siirtyy kesään 2021 hallituksen linjauksen mukaisesti – tämän kesän lippuvaraukset siirtyvät suoraan vuoden päähän. Verkojulkaisu. Julkaistu 22.4.2020. https://operafestival.fi/2020/04/juhlat_siirtyy/. Viitattu 16.3.2021.

- Savonlinnan oopperajuhlat julkaisuaika tuntematon. Tietoa oopperajuhlsta. Verkkojulkaisu. <https://operafestival.fi/oopperajuhlat/about/>. Viitattu 16.3.2021.
- Savonlinnan seurakunta julkaisuaika tuntematon. Kerimäen kirkko. Verkkojulkaisu. <https://www.savonlinnaseurakunta.fi/kerimaen-kirkko>. Viitattu 19.3.2021.
- Selander, Kai & Valli, Vuokko 2007. Hinnoittelu ja kannattavuus matkailu- ja ravitsemisalalla. Helsinki: WSOY Oppimateriaalit Oy. Viitattu 27.1.2021.
- Selander, Kai & Valli, Vuokko 2007. Hinnoittelu ja kannattavuus matkailu- ja ravitsemisalalla. Verkkokirja. <https://www.selanderoy.fi/digikirja/matkailu-ja-ravitsemisala/>. Viitattu 5.2.2021.
- Sosteri 2020. Lehdistötiedote 10.7.2020. Verkkojulkaisu. Päivitetty 15.7.2020. <https://www.sosteri.fi/lehdistotiedote-10-7-2020/>. Viitattu 14.4.2021.
- Suominen, Jukka 2020. Koronauet silppuna. Mara ry:n ammatti- ja järjestölehti Vitriini. Verkkojulkaisu. <https://www.vitriini.fi/ajankohtaista/koronauet-silppuna.html>. Viitattu 16.4.2021.
- Suomen virallinen tilasto (SVT). Palvelualojen liikevaihtokuvaaja. Elokuu 2020. Verkkojulkaisu. Helsinki: Tilastokeskus. http://www.stat.fi/til/plv/2020/08/plv_2020_08_2020-10-15_tie_001_fi.html. Viitattu 17.4.2021.
- Terveyskirjasto 2021. Uusi koronavirus. Verkkojulkaisu. https://www.terveyskirjasto.fi/terveyskirjasto/tk.koti?p_artikkeli=dlk01257. Viitattu 25.1.2021.
- Tilastokeskus 2005. Matkailutoimialojen määritelmä. Kuntapuntari -lehti 4/2005. https://www.stat.fi/tup/kuntapuntari/kuntap_4_2005_matkailu_maaritelma.html. Viitattu 14.4.2021.
- Tilastokeskus 2008. Toimialaluokitus 2008. Verkkojulkaisu. https://www.stat.fi/fi/luokitukset/toimiala/toimiala_1_20080101/. Viitattu 30.3.2021.
- Tilastokeskus 2020. Suomalaisten matkailu keskittyi kotimaahan kesällä 2020. Verkkojulkaisu. Julkaistu 5.11.2020. Helsinki: Tilastokeskus. http://tilastokeskus.fi/til/smat/2020/14/smat_2020_14_2020-11-05_tie_001_fi.html. Viitattu: 14.4.2021.
- Tuomi, Jouni & Sarajärvi, Anneli 2017. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalysointi. Verkkokirja. Elib. Tammi. <https://www.ellibslibrary.com/book/9789520400118>. Viitattu 20.1.2021.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakoarviointi Suomessa. Verkkojulkaisu. https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/Ihmistieteiden_eettisen_ennakoarvioinnin_ohje_2019.pdf. Viitattu 5.2.2021.
- Työ- ja elinkeinoministeriö 2020. Suuri osa ravitsemisyryksistä saa hyvitystä toiminnan rajoittamisesta ilman hakemusta – tukea työllistämiseen voi hakea 5. kesäkuuta alkaen. Verkkojulkaisu. <https://tem.fi/-/suuri-osa-ravitsemisyryksista-saa-hyvitysta-toiminnan-rajoittamisesta-ilman-hakemusta-tukea-tyollistamiseen-voi-hakea-5-kesakuuta-alkaen>. Viitattu 15.4.2021.

Valtioneuvosto 2020a. Hallitus linjasi lievennyksistä kokoontumisrajoituksiin, ravitsemisliikkeiden toimintaan ja vierailukäytäntöihin. Verkkojulkaisu. <https://valtioneuvosto.fi/-/10616/hallitus-linjasi-lievennyksista-kokoontumisrajoituksiin-ravitsemisliikkeiden-toimintaan-ja-vierailukaytantomihin-1>. Viitattu 29.1.2021.

Valtioneuvosto 2020b. Muutoksia koronavirusepidemian vuoksi asetettuihin rajoituksiin 1. kesäkuuta. Verkkojulkaisu. <https://valtioneuvosto.fi/-/10616/muutoksia-koronavirusepidemian-vuoksi-asetettuihin-rajoituksiin-1-kesakuuta>. Viitattu 29.1.2021.

Valtioneuvosto 2020c. Ravitsemisliikkeiden toimintaa rajoitetaan ja valmiuslain mukaisia toimivaltuuksia jatketaan. Verkkojulkaisu. <https://valtioneuvosto.fi/-/10616/ravitsemisliikkeiden-toimintaa-rajoitetaan-ja-valmiuslain-mukaisia-toimivaltuuksia-jatketaan>. Viitattu 29.1.2021.

Viitala, Riitta & Jylhä, Eila 2019. Johtaminen. Keskeiset käsitteet, teoriat ja trendit. Ellibs. Verkkokirja. <https://www.ellibslibrary.com/book/978-951-37-7519-3>. Viitattu 26.1.2021.

Vilkka, Hanna 2007. Tutki ja mittaa: määrällisen tutkimuksen perusteet. Verkkokirja. Helsinki: Kustannusosakeyhtiö Tammi. <http://hanna.vilkka.fi/wp-content/uploads/2014/02/Tutki-ja-mittaa.pdf>. Viitattu 26.1.2021.

Visit Savonlinna julkaisuaika tuntematon. Näe ja koe. Verkkojulkaisu. <https://visitsavonlinna.fi/nae-ja-koe/>. Viitattu 13.4.2021.


Väänänen, Ville 2020. Lomamökkikauppa kasvanut alkuvuoden aikana lähes 43 prosenttia – vapaa-ajan asunnot merkittävä tekijä muuttotappioalueille. Verkkojulkaisu. Itä-Savo 30.7.2020. <https://www.ita-savo.fi/paikalliset/3854935>. Viitattu 17.4.2021.

Ylisaari, Ulla 2020. Suurensuosion saaneet aamunavaukset järjestetään Savonlinnassa tänäkin kesänä, vaikkei oopperaa olekaan - Isäntänä on tietysti Aarno Cronvall. Verkkojulkaisu. Itä-Savo 26.6.2020. <https://www.ita-savo.fi/paikalliset/3856058>. Viitattu 2.4.2021.

Yritystoiminta julkaisuaika tuntematon. Mitä markkinointi on?. Verkkojulkaisu. <http://www.tieto.osaavayrittaja.fi/mitae-markkinointi-on>. Viitattu 14.2.2021.

LIITE 1 KYSELYLOMAKE

SAVONIA**Kyselytutkimus Savonlinnan alueen ravintoloille koronaviruksen vaikutuksista ravintolatoimintaan**

 Pakolliset kentät merkitään asteriskilla (*) ja ne tulee täyttää lomakkeen viimeistelemiseksi.

Taustatietoa**Minkä tyylinen ravintolanne on? ***

- Kahvila
- Lounasravintola
- Henkilöstöravintola
- À la carte/fine dining-ravintola
- Fast casual-ravintola
- Grillikioski
- Erikoisravintola
- Pubi/Baari
- Pikaruokaravintola
- Muu, mikä?

Ravintolan sijainti Savonlinnan keskustasta *

- Savonlinnan ydinkeskustassa
- 10-20 kilometriä ydinkeskustasta
- 20-50 kilometriä ydinkeskustasta
- 50-100 kilometriä ydinkeskustasta
- yli 100 kilometriä ydinkeskustasta

Asiakaspaikkojen määrä *

Työntekijöiden määrä kesällä 2019 *

Työntekijöiden määrä kesällä 2020 *

Muuttuiko työntekijöiden työnkuvat kesä-elokuussa 2020 verrattuna vuoden 2019 kesä-elokuuhun? *

- Kyllä
 Ei

Kuinka työnteko muuttui, kun otettiin koronasta aiheutuneet rajoitukset/suositukset huomioon? *

Järjestettiinkö työntekijöille koulutusta työtehtävien uudelleen järjestelyn myötä? *

- Kyllä, millaista?
 Ei

Jouduitteko lomauttamaan tai irtisanomaan työntekijöitä koronaviruksen takia? *

Kyllä

Ei

Kuinka monta työntekijää lomautettiin? *

Kuinka monta työntekijää irtisanottiin? *

Mitä kanavia käytitte viestiessä kriisitilanteesta työntekijöille? *

Viesti (tekstiviesti, sähköposti)

Etäyhteys (Teams, Zoom tms.)

Puhelu

Kasvokkain tapaaminen

Joku muu, mikä?

Lisäittekö markkinointia kesä-elokuussa 2020 verrattuna vuoden 2019 kesä-elokuuhun? *

Kyllä

Ei

Arvioi markkinointinne onnistumista kesällä 2020, asteikolla 1-5 (1=erittäin huonosti, 5=erinomaisesti) *

	1	2	3	4	5
*	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Millainen vaikutus koronakriisillä oli liiketoimintaanne kesä-elokuun aikana vuonna 2020? *



Vaikuttivatko rajoitukset ravintolan aukioloaikoihin kesä-elokuussa 2020? *

- Kyllä, miten?
- Ei

Supistettiin ravintolassa tuotevalikoimaa kesä-elokuussa 2020? *

- Kyllä, miten?
- Ei

Kesän (kesä-elokuun ajalta) 2019 liikevaihto *

- 0 - 49 999
- 50 000 - 99 999
- 100 000 - 149 999
- 150 000 - 199 999
- 200 000 - 249 999
- 250 000 - 299 999
- 300 000 - 349 999
- yli 350 000

Kesän (kesä-elokuun ajalta) 2020 liikevaihto *

- 0 - 49 999
- 50 000 - 99 999
- 100 000 - 149 999
- 150 000 - 199 999
- 200 000 - 249 999
- 250 000 - 299 999

300 000 - 349 999

yli 350 000

Paljonko arvioisit liikevaihdon muuttuneen kesän 2019 ja kesän 2020 välillä? *

Vastaus prosenttilyksikköinä. Mainitse myös oliko muutos positiivinen tai negatiivinen.

Haitteko valtiolta tai muilta tahoilta tukea koronavirukseen? *

Kyllä

Ei

Saitteko valtiolta tai muilta tahoilta tukea koronavirukseen? *

Kyllä

Ei

Ei vielä/käsittely kesken

Saitteko helpotuksia kustannuksiin, esimerkiksi vuokranantajalta vuokrasta? *

Kyllä, millaista?

Ei

Muuta kyselyyn liittyvää kommenttia koronaviruksesta ja sen vaikutuksesta liiketoimintaan?

LIITE 2 HAASTATTELUKYSYMYKSET

-Millaiset odotukset teillä oli kesästä?

-Täyttyivätkö odotukset?

-Millaisia muutoksia teitte toiminnassanne rajoitustoimenpiteiden lisäksi? (arjessa ja isommassa kuvassa)

-Lomautettiin työnteekijöitä? Montako?

-Jouduttiinko työnteekijöitä irtisanomaan?

-Miten viestitte työnteekijöidenne kanssa? (perustelu)

-Lisäsittekö markkinointia verrattuna edelliseen kesään? Arvioi miten onnistuitte markkinoinnissa?

-Muuttuiko esimiesten työ vaativammaksi? (minkälaista johtamista tarvittiin)

-Osaatko arvioida, kuinka paljon liikevaihto muuttui kesäkuukausilla 2019 verrattuna kesäkuukausiin 2020?

-Haitteko valtiolta tai muilta tahoilta tukia? Saitteko niitä?

-Mitä kesä sesonki teille opetti?

-Mitä tekisitte toisin?