



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Digitalisaatio restonomin työssä; Case Original Sokos Hotel Tapiola Garden

Karttunen Anssi
Tiainen Antti

2016 Laurea



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU
Yhdessä enemmän

Laurea-ammattikorkeakoulu

Digitalisaatio restonomien työssä;
Case Original Sokos Hotel Tapiola Garden

Karttunen Anssi & Tiainen Antti
Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Marraskuu, 2016

Karttunen, Anssi & Tiainen, Antti

Digitalisaatio restonomiin työssä; Case Original Sokos Hotel Tapiola Garden

Vuosi 2016 Sivumäärä 44

Työn tarkoituksena on luoda kehitysideoita koulutuksen parantamiseksi, jotta valmistuvat restonomit ovat valmiimpia työelämän haasteita ja digitalisaation kehitystä varten hotellityössä. Tavoitteena on, että opinnäytetyön tuloksista on konkreettista apua koulutuksen muokkaamiseen tulevaisuudessa. Työn yhtenä tavoitteena on saada selville digitalisaation tuomat haasteet ja muutokset hotellityössä. Työssä myös perehdytään restonomikoulutuksen nykytilaan, ja selvitetään miten koulutus vastaa hotellityöskentelyn haasteisiin. Yhtenä tärkeimpänä tavoitteena on saada pitkään alalla työskennelleiden henkilöiden konkreettisia mielipiteitä ja näkökulmia tutkimusaiheeseen liittyen.

Opinnäytetyön kohdeyrityksenä toimii Espoossa sijaitseva Original Sokos Hotel Tapiola Garden, jossa pidetään tutkimuksen kannalta oleelliset hotellialan työntekijöille suunnatut haastattelut. Haastattelut pidetään myös Laurea ammattikorkeakoulussa, jossa haastatellaan restonomiopiskelijoita, jotta saadaan hyvä yleiskuva alaan valmistavasta koulutuksesta. Haastattelujen perusteella kehitetään restonomiopintoja varten kehitysideoita.

Opinnäytetyön viitekehityksessä käydään läpi opinnäytetyön kannalta tärkeää teoriatietoa. Opinnäytetyössä tehdään laaja tietoperustaselvitys digitalisaatiosta, matkailualan digitalisaatiosta, vastaanoton työnkuvasta, hotellin esimiestehtävistä, hotellista toimintaympäristönä, restonomiin koulutuksesta sekä tutkimusmenetelmistä, joita opinnäytetyössä käytetään. Tutkimusmenetelmänä opinnäytetyössä toimii ryhmähaastatteluina toteutettavat teemahaastattelut.

Original Sokos Hotel Tapiola Gardenissa suoritetuista haastatteluista saatiin hyvä näkemys alan kehityksestä sekä alalla vaadittavista osaamisalueista. Haastatteluihin valituilla henkilöillä oli pitkä työkokemus hotellialalta, joten he olivat kokeneet digitalisaation aiheuttaman muutoksen henkilökohtaisesti. Hotellissa tehtyjen haastattelujen perusteella tehtiin haastattelu Laurea-ammattikorkeakoulun opiskelijoille, joilta saatiin tietoa ja kokemuksia restonomikoulutukseen liittyvistä seikoista. Restonomihaastattelu suoritettiin Hotel management-opintojaksolla. Haastateltavat olivat suurimmaksi osaksi kolmannen vuoden opiskelijoita, jotta heiltä saatiin mahdollisimman laaja kuvaus koulutuksesta.

Hotellihaastatteluista saatiin koottua tuloksia digitalisaation tuomista muutoksista hotellialalla. Haastattelujen jälkeen saatiin kasattua kehitysideoita ammattikorkeakoulu restonomikoulutuksen kehittämiseksi. Haastatteluiden tuloksia verrattiin toisiinsa jotta niiden yhtäläisyydet sekä ongelmakohdat saadaan koottua kehitysideoiksi. Kehitysideoita kehitettiin useampi, ja niiden tuli olla realistisia ja toteutettavissa olevia ratkaisuja. Yhtenä tärkeimpänä kehitysideoana on se, että koulutukseen tulisi kuulua selkeämmin erikoistuminen haluamaansa alaan, toisin sanoen siten, että opiskelijat saisivat valita pääaineen ensimmäisen opiskeluvuoden jälkeen. Pääaineen mukaiset opiskelut alkaisivat toisena vuotena ja sen aikana yksilön taidot painottuisivat nykyistä tarkemmin tiettyihin osa-alueisiin. Pääaineen valinta vaikuttaisi myös käytännön opetukseen. Lisäksi hotellivarausjärjestelmä opintojakso pidettäisiin hotellialalle erikoistuville, jotta työnteko olisi sujuvampaa tulevaisuudessa. Näiden muutosten lisäksi restonomikoulutuksessa tulisi oppia markkinointiin liittyviä taitoja, sekä nykyään erittäin tärkeää sosiaalisen median markkinointia.

Asiasanat: Restonomi, Digitalisaatio, Hotelliala, Koulutus.

Karttunen, Anssi & Tiainen, Antti

Digitalisation in Hospitality Management Work: Case Original Sokos Hotel Tapiola Garden

Year	2016	Pages	44
------	------	-------	----

The purpose of this thesis is to create improvement ideas for the Hospitality Management Degree Programme. The thesis is executed because of a desire to develop hospitality management studies to become better qualified for the hotel industry. The objective is that the results of this thesis will help to modify the study programme in the future. This thesis will open up the challenges and changes that digitalisation has caused in the hotel business. The thesis covers the present state of the Hospitality Management Degree Programme and the purpose is to discover how the study programme prepares students for challenges in the hotel industry.

The commissioner company of this thesis is Original Sokos Hotel Tapiola Garden, which is located in Espoo. The hotel interviews were held in Original Sokos Hotel Tapiola Garden, where the hotel personnel were interviewed for the research. Hospitality management students were interviewed in Laurea University of Applied Sciences (UAS). The purpose of student interviews is to obtain knowledge about hospitality management studies and with these results improvement ideas are created.

The theoretical section of the thesis is built on the topics of digitalization commonly and in travel industry, hotel as a working environment, hospitality management studies and research methods, which are used in the thesis. The main research method in this thesis is interview, which was carried out as theme interviews. All the interviews were held as group interviews.

Original Sokos Hotel Tapiola Garden interviews gave a solid view of developments in the sector, as well as the required areas of expertise in the field. The interviews were with selected individuals, who had wide a work experience in the hotel industry, and as a result they had experienced a change caused by digitalization in person. Based on the interviews conducted at the hotel an interview was carried out with Laurea UAS students, who provided the knowledge and experience of matters related to hospitality management studies. The interviewees were mainly third-year students, so that they had experienced most of the study units provided in their study plan.

After the interviews, the development ideas for improving hospitality management studies were planned. The results of the interviews were compared for similarities and problem areas, so that they could be assembled to development ideas. Multiple development ideas were drawn up, and they had to be realistic and feasible solutions. One of the most important ideas is that education should include explicit specialization in the field of the students' choice, so that the students would choose their major after the first year of studies. Studies on the major would start in the second year and they would focus more on particular subjects. The major would also affect the choice of practical teaching. In addition, a hotel reservation system course would be considered compulsory for the students who choose the hotel sector, in order to work more efficiently in the future. In addition to these changes in the hotel industry, hospitality management students should learn skills related to marketing, and social media marketing, which is really important nowadays.

Keywords: Digitalization, Hospitality Management, Hotel, Education.

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Hotelli toimintaympäristönä	8
2.1	Hotellin esimiestehtävät	9
2.2	Vastaanottovirkailija	10
2.3	Hotelliasiakkaan palvelupolku	11
2.4	Restonomi	12
3	Digitalisaatio	13
3.1	Digitalisaatio matkailualalla	15
3.2	Hotellien teknologiajärjestelmät.....	16
3.3	Hotellien varausportaalit	18
4	Tutkimusmenetelmät ja toteutus	19
4.1	Haastattelujen toteutusvaihe	20
4.2	Esimiehille suunnattu digitalisaatiohaastattelu	22
4.3	Vastaanotolle suunnattu digitalisaatiohaastattelu	26
4.4	Restonomiopiskelijoiden koulutushaastattelu	29
4.5	Luotettavuus	33
5	Tulokset ja kehitysehdotukset.....	34
6	Johtopäätökset ja pohdinta	38
	Liitteet.....	42

1 Johdanto

Opinnäytetyön aiheena toimii digitalisaatio restonomien työssä. Aiheesta pureudutaan siihen miten digitalisaatio on muuttanut ja tulee muuttamaan alaan vaadittavia tietoja ja taitoja. Aiheesta tutustutaan Original Sokos Hotel Tapiola Gardenissa oleviin työtehtäviin. Pääpaino tutkimuksessa keskittyy vastaanoton sekä hotellipuolen esimies näkökulmaan ja niiden muutoksiin menneessä sekä tulevaisuudessa. Aihetta tutkitaan hotellissa järjestämällä ryhmäkeskusteluita hotellin esimiestehtävissä olevien, sekä vastaanotossa työskentelevien vastaanotto-
virkailijoiden kanssa. Tavoitteena on saada pitkään alalla työskennelleiden henkilöiden konkreettisia mielipiteitä ja näkökulmia tutkimusaiheeseen liittyen. Aihe lähestyy myös Laurean ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoita, joille järjestetään myös vastaavat ryhmäkeskustelut. Restonomi opiskelijoille tarkoitettujen ryhmäkeskusteluiden tarkoituksena on saada opiskelijoiden mielipide ja näkökulma tutkimusaiheeseen. Hotellissa suoritetun ryhmäkeskustelun perusteella luodaan aihealueet opiskelijoille suunnattuun ryhmäkeskusteluun.

Aiheen mielenkiinnon herätti sen ajankohtaisuus, kun nykyään melkein kaikki palvelut ovat enemmän tai vähemmän siirtyneet digitaliseen muotoon. Digitalisaatio on muuttanut ja muuttaa alaa kokoajan ja tämän takia aihe on hyvin ajankohtainen sekä mielenkiintoinen. Opintojen aikana huomatu puutteet hotellialan koulutusta koskevista opinnoista herättivät mielenkiinnon kehittämistehtävään. Opinnot halutaan saada koskemaan myös lähemmin hotellialaa ja sen vaatimaa tietotaitoa. Työn mielenkiintoisuutta lisää mahdollisuus esittää kehitysehdoituksia restonomikoulutuksen sisältöön. Aihe esiteltiin opinnäytetyöpajassa raakileena ilman toimeksiantajaa. Aihe herätti heti mielenkiinnon ja aihetta lähdettiin ideoimaan eteenpäin. Ideoinnin pohjalta päätettiin kysyä toimeksiantoa Original Sokos Hotel Tapiola Gardenista, josta saatiin toimeksianto opinnäytetyöhön.

Sokotel Oy on SOK:n matkailu- ja ravitsemisliiketoimintaa harjoittava tytäryhtiö. Suomessa Sokotel Oy:n hotelleihin kuuluu viisi Radisson Blu Hotellia sekä 16 Sokos Hotellia pääkaupunkiseudulla, Tampereella, Vaasassa ja Oulussa. Opinnäytetyön toimeksiantajana toimii Original Sokos Hotel Tapiola Garden. Tapiola Garden sijaitsee Tapiolan ytimessä, ja se kuuluu Sokotel-hotelliketjuun. Original Sokos Hotel Tapiola Gardenissa on 154 huonetta, ja kesälomasesongin ulkopuolella asiakaskunta koostuu pääosin yritysmatkailusta. Hotellin yhteydestä löytyy ravintola Grill it!, josta saa päiväsaikaan buffetlounasta sekä À la carte ruokaa ja iltaisin ravintola toimii À la carte ravintolana. Hotellin aamiaisen tarjoillaan ravintolan tiloissa. Hotellissa on kokous käyttöön kolme eri kabinettia, joihin saa erikseen tilattua kokouspalveluita. Asiakkaiden käyttöön hotellista löytyy kuntosali, saunaosasto ja uima-allas. Hotellista löytyy myös vastaanoton yhteydessä toimiva aulabaari.

Aihe on rajattu koskemaan digitalisaation muutoksista restonomiin työhön Original Sokos Hotel Tapiola Gardenissa vastaanoton ja esimiehien näkökulmasta. Aiheessa perehdytään ainoastaan hotellityöskentelyyn ja rajauksen ulkopuolelle jää muut restonomityöt. Hotellissa suoritettujen haastatteluiden perusteella saaduista tuloksista kootaan aihealueita Laurea ammattikorkeakouluopiskelijoita varten. Opiskelijoita haastatellaan erikseen hotellihaastatteluiden jälkeen. Opiskelijoiden haastattelu rajataan koskemaan heidän näkemyksiään hotellityöskentelystä, sen haasteista ja restonomiin opintojen valmistavuudesta hotellityöhön.

Työn tarkoituksena on luoda kehitysideoita koulutuksen parantamiseksi, jotta valmistuvat restonomit ovat valmiimpia työelämän haasteita ja digitalisaation kehitystä varten hotellityössä. Tavoitteena on, että opinnäytetyön tuloksista on konkreettista apua koulutuksen muokkaamiseen tulevaisuudessa. Työn yhtenä tavoitteena on saada selville digitalisaation tuomat haasteet ja muutokset hotellityössä. Työn tavoitteena myös on selvittää digitalisaation vaikutuksia restonomiin työhön, ja siihen ohjaavaan koulutukseen nyt ja tulevaisuudessa. Tavoite sisältää selvityksen miten restonomi koulutusta saataisiin muutettua vastaamaan tulevaisuuden muutoksiin. Opinnäytetyössä tehdään laaja tietoperustaselvitys digitalisaatiosta, vastaanoton työnkuvasta, restonomiin koulutuksesta sekä tutkimusmenetelmistä joita opinnäytetyössä käytetään. Opinnäytetyössä tehtävien haastatteluiden sekä tietoperustan avulla pyritään pääsemään opinnäytetyöhön asetettuihin tavoitteisiin.

Opinnäytetyön tavoitteiden saavuttamiseksi perehdytään digitalisaation teoriaan ja aiempiin tutkimusaineistoihin aiheesta. Näiden avulla pystytään luomaan laaja tietopohja aiheesta, jonka pohjalta voidaan rakentaa hyvä rakenne haastatteluille. Teoriaa kerätään opinnäytetyössä käytettävistä menetelmistä, jotta saadaan luotua mahdollisimman tehokkaita ja hyviä tapoja kerätä tutkimusaineistoa. Haastattelut tehdään kahdessa vaiheessa, joista ensimmäisenä haastatellaan hotellin esimiehiä ja vastaanoton henkilökuntaa. Haastattelu suunnitellaan ja valmistellaan mahdollisimman hyvin etukäteen, jotta mahdolliset ongelmat haastattelussa saadaan minimoitua. Ryhmähaastatteluista pyritään saamaan mahdollisimman avointa ja vapaata keskustelua aiheesta, jossa päästään tutkimusaiheen ytimeen. Haastattelut nauhoitetaan ja litteroidaan, jotta tulokset saadaan mahdollisimman tarkasti kirjattua tutkimukseen. Hotellissa suoritettujen haastatteluiden ja niiden tuloksien pohjalta rakennetaan uudet haastattelukysymykset restonomiopiskelijoita varten. Seuraavassa vaiheessa haastatteluista selvinneet tulokset ja kehityskohteet kootaan yhteen ja tuloksista rakennetaan kehitysideoita sekä parannusehdotuksia restonomikoulutuksen sisältöön.

2 Hotelli toimintaympäristönä

Tässä luvussa perehdytään hotelliin toimintaympäristönä, hotellityöhön valmistavaan restonomikoulutukseen sekä hotellissa toimiviin erilaisiin työtehtäviin. Luvussa käydään tarkemmin läpi hotellin vastaanoton perusperiaatteita, vastaanottovirkailijan työtehtäviä, hotelliesimiestyön tehtäviä, hotelliasiakkaan palvelupolkua sekä ammattikorkeakoulun restonomitutkintoa. Luvun avulla lukija saa käsityksen hotelliin liittyvistä edellä mainituista osa-alueista.

Hotellin vastaanotto on erittäin tärkeä osa hotellin toimintaa ja sitä pidetäänkin hotellin ytimenä. Suurissa hotelleissa vastaanotto voi olla jaettu useaan osaan eri tehtäviä varten, kun taas pienemmissä hotelleissa vastaanotto sisältää useita eri tehtäviä samassa työpisteessä. Hotellin koon lisäksi myös hotellin taso ja omistussuhteet vaikuttavat vastaanoton rakentamiseen. Vastaanotto on tärkeä osa hotellin palveluympäristöä, ja sen toiminta vaikuttaa asiakkaan mielipiteeseen koko hotellin palvelutasosta. Vastaanoton lähettyvillä on yleensä oleskelutilaa asiakkaita varten, jossa he voivat istua ja työskennellä. Hotellin esitemateriaalia on esillä vastaanoton läheisyydessä, josta löytyy myös opasteet hotellin tiloihin. (Rautiainen & Siikonen 2015, 162.)

Asiakkaan viihtyvyyteen vaikuttavia fyysisiä tekijöitä ovat vastaanoton toimiympäristön järjestys ja siisteys, hotellin aulan sisustus ja kalusteet, sekä vastaanoton asiakaspalvelun tarvittavat laitteet, ohjelmat ja koneet. Asiakkaan ostohalukkuuteen vaikuttavat kaikki edellä mainitut tekijät. Ensimmäinen fyysinen kontaktipiste asiakkaalle tulee hotellin vastaanotossa, joten sujuva asiakaskohtaaminen on ensiarvoisen tärkeää. Uudelleen saapuvien asiakkaiden ja uusien asiakkaiden kanssa vastaanoton merkitys korostuu, koska vastaanoton toiminnossa ilmenevät puutteet voi aiheuttaa sen, ettei vastaanottotoimintaan tyytymätön asiakas palaa hotelliin uudestaan, vaikka hotelli muuten vastaisi asiakkaan odotuksia ja tarpeita. Asiakkaan viihtyvyyteen vaikuttaa myös hotellivirkailijan kohtelias ja ystävällinen palvelu. (Rautiainen & Siikonen 2015, 162.)

Vastaanottoa voidaan pitää hotellin kommunikaatiokeskuksena, koska sieltä välitetään informaatiota kaikille hotellin eri osastoille. Vastaanotosta myydään myös esimerkiksi hotelliravintolan muita palveluita sekä kokoustilojen varauksia, siispä vastaanoton työhön liittyy myös paljon myyntityötä. Vastaanoton työ on ensisijaisen tärkeää myynnin edistämisessä. (Rautiainen & Siikonen 2015, 162.)

2.1 Hotellin esimiestehtävät

Suurissa hotelleissa esimiestehtävät ovat jaettu hotellipäällikön, vastaanottopäällikön, vuoropäällikön, palvelupäällikön ja Revenue Managerin tehtäviin. Pienemmissä hotelleissa esimiestehtävät ovat usein yhdistettyjä. Hotellipäällikön vastuualueisiin kuuluu hotellin kannattavuuden, tuottavuuden sekä myynnin ja markkinoinnin kehittäminen. Myyntipäällikkö ja vastaanottopäällikkö toimivat hotellipäällikön apuna kyseisten tavoitteiden saavuttamiseksi. Hotellipäällikkö pyrkii tuloksen kehittämiseen laaditun myyntibudjetin sekä tavoitteiden saavuttamiseksi. Lisäksi hotellipäällikkö on vastuussa henkilökuntaan liittyvistä tekijöistä, kuten uusien työntekijöiden palkkaamisesta, sisäisestä tiedottamisesta, kehitys ja koulutusmahdollisuuksien luomisesta sekä hänen vastuullaan on myös työtehtävien delegointi. (Rautiainen & Siikonen 2015, 163.)

Esimiestehtävissä henkilö joka valvoo ja hoitaa hotellin majoitustoimintaa on vastaanottopäällikkö. Vastaanottopäällikkö yleensä on usein myös vuoropäällikkö ja toimii hotellivirkailijoiden esimiehenä. Vastaanottopäällikkö tekee myös toisinaan vastaanoton tavallisia työtehtäviä. Vastaanottopäällikön tulee myös kehittää hotellin palveluiden myyntiä esimerkiksi erilaisilla tarjouksilla tai tuotepaketeilla. Liikejohdollisia tehtäviä vastaanottopäälliköllä on muun muassa myyntiennusteiden laatiminen, tuotetuntemus ja tuotekehitys, hotellipalveluiden hinnoittelu ja kustannusten seuraaminen, työvuorolistojen laadinta, uusien työntekijöiden perehdyttäminen sekä hotelliosaston budjetin laadinta ja seuranta. (Rautiainen & Siikonen 2015, 163.)

Usein hotellissa toimii myös palvelupäällikkö, jonka vastuulla on palveluiden kehittäminen ja johtaminen hotellissa. Palvelupäällikön työtehtävät voivat olla sekoitus hotellipäällikön, vastaanottopäällikön sekä vuoropäällikön tehtäviä. Esimiesten määrä ja nimikkeet kuitenkin vaihtelevat suuresti hotellikohtaisesti. Usein palvelupäällikkö toimii vastaanoton esimiehenä vastaten samalla palveluiden sujuvuudesta sekä kustannustehokkuudesta. (Rautiainen & Siikonen 2015, 163 - 164.)

Revenue Managerin vastuuseen kuuluu huoneiden hinnoittelu, sekä kysyntätilanteiden seuranta päivätasolla. Revenue Manager hinnoittelee huoneet ajankohdan ja kysynnän mukaan. Sesongin aikana tuotteet hinnoitellaan kalliimmiksi ja matalamman kysynnän aikana Revenue Manager voi tehdä erilaisia tarjouksia asiakkaita houkutellakseen. Revenue Managerin tehtäviin kuuluu huoneiden hinnoittelu yrityksen omissa varauskanavissa sekä jälleenmyyjien varauskanavissa. Lisäksi Revenue Manager määrittää jälleenmyyjien kanavissa olevien huoneiden saatavuusmäärän. Myyntibudjetin laadinta ja seuranta kuuluu Revenue Managerin vastuualueisiin. Usein ketjuhotelleissa yhden Revenue Managerin vastuulla saattaa olla useampi hotelli. (Rautiainen & Siikonen 2015, 164.) Revenue Managerin hotellien oikeanlainen hinnoittelu ja

kilpailullisen aseman positiointi on nykypäivänä vaikeampaa, kun kaikki hotellin palvelun virheet sekä asiakkaiden hyvät ja huonot kokemukset laitetaan kaikkien nähtäväksi Internetiin. Revenue Managerin tulisi osata hinnoitella kannattavasti ja strategisesti huoneet oikein, ja samaan aikaan heidän pitää ottaa huomioon kaikki tekijät mitkä muodostavat hinnan hotellihuoneelle. (McGuire 2016, 4.)

2.2 Vastaanottovirkailija

Vastaanottovirkailijan työtehtävät koostuvat useasta eri tehtävästä, joista tärkeimmät ovat asiakaspalvelun hoitaminen, erilaisten varausten valmistelu ja vastaanottaminen, saapuvien asiakkaiden vastaanotto ja sisäänkirjaus, erilaiset laskutusasiat sekä asiakkaiden uloskirjaus. Vastaanottovirkailijan yksittäisistä työvälineistä tärkein on varausjärjestelmä. Varausjärjestelmän avulla hoidetaan suurin osa asiakasliikenteestä. Varausjärjestelmän hallinnan lisäksi tulee vastaanottovirkailijan hallita nykyaikaiset tietoliikennekanavat kuten Internet ja sähköposti.

Vastaanottotyö on usein kolmivuorotyötä, jossa on aamu- ilta- ja yövuoro. Vastaanottovirkailijan työ koostuu pitkälti henkilökohtaisesta myyntityöstä. Vastaanottovirkailijalle tärkeä ominaisuus on, että hän osaa esitellä ja myydä hotellin palvelut sekä tuotteet. Vastaanottovirkailijan tulee myös tuntea lähiseudun palvelut ja osata kertoa niistä asiakkaille. Vastaanottovirkailijan tulee olla positiivinen sekä aktiivinen asiakaspalvelussa, jotta asiakkaalle tulisi mahdollisimman hyvä kokemus. Vastaanottovirkailijan hyviin ominaisuuksiin kuuluu palvelualttius, asiakaslähtöisyys, hyvät vuorovaikutus- ja viestintätaidot sekä yhteistyökykyisyys kollegoiden ja eri osastojen kanssa. Vastaanotossa työskentelevien tulee myös olla huolellisia esimerkiksi rahaliikenteeseen ja asiakasturvallisuuteen liittyvissä seikoissa. (Rautiainen & Siikonen 2015, 165 - 166.)

Samanaikaisesti vastaanottovirkailija joutuu työssään hoitamaan useita eri tehtäviä. Monen asiakkaan palvelusta yhtäaikaaisesti huolehtiminen kuuluu vastaanottovirkailijan toimenkuvaan. Ystävällisyys, järjestelmällisyys sekä asiakkaiden yksilöllinen palvelu ovat vastaanottotyössä tärkeitä asioita. Vastaanoton työtehtävien lisäksi vastaanottovirkailija voi hoitaa kokouspalvelutehtäviä, aulabaarin tarjoilutehtäviä, tai työskennellä hotellin myyntipalvelussa. (Rautiainen & Siikonen 2015, 165.)

2.3 Hotelliasiakkaan palvelupolku

Hotelliasiakkaan palvelupolku alkaa siitä, kun potentiaalinen asiakas kysyy huoneen saatavuutta haluamalleen ajankohdalle, joko henkilökohtaisesti tai varauspalvelun kautta. Varausten vastaanottaminen ja hoitaminen vaativat erityistä ammattitaitoa, jotta asiakkaalle osataan esitellä ja myydä hotellin tarjoamia palveluita. Varausten hoitamisessa tulee olla täsmällinen ja huolellinen, sillä varaukset ovat hotellin elinehto. Yleensä asiakkaat tekevät haluamaansa ajankohtaan liittyvät varaukset soittamalla hotellin vastaanottoon, lähettämällä sähköpostia tai käyttämällä Internetin erilaisia varausjärjestelmiä. Hotellin kannalta on tärkeää, että tiedusteluihin vastataan mahdollisimman nopeasti. (Rautiainen & Siikonen 2015, 168 - 169.)

Asiakkaan tehtyä huonevaraus, alkaa vastaanoton osalta valmistautuminen asiakkaan saapumiseen. Saapuvien asiakkaiden varausten valmistelu kuuluu jokaiselle työvuorolle, pääpaino on kuitenkin aamuvuorolla. Asiakkaiden huoneiden valitsemisessa tulee huomioida muun muassa huoneluokka, erityistoivomukset, mahdolliset huoneen mukana tilatut tuotteet, huoneiden saatavuus sekä asiakkaiden check-in ajat. Yövuorossa tehdään yöajo, jonka aikana seuraavan päivän tiedot päivittyvät. Yöajon yhteydessä tulostetaan seuraavan päivän saapuvien asiakkaiden lista, jonka mukaan vastaanottovirkailija blokkaa eli valitsee asiakkaalle toiveiden mukaisen huoneen. Asiakkaan toivomuksissa saattaa olla esimerkiksi lisävuode, joten blokkaminen tulee suorittaa huolellisesti ja ilmoittaa housekeepingille kyseisistä toiveista, jotta asiakas saa varmasti odottamaansa palvelua. Joissain tapauksissa huoneet blokataan valmiiksi jo varausta tehdessä, etenkin jos on kyseessä esimerkiksi harvinaisempi huonetyyppi. Iltavuoron aikana tarkistetaan vielä valmiiksi erityistoiveiden mukaan blokatut huoneet. (Rautiainen & Siikonen 2015, 170.)

Asiakkaan saapumistilanne tulee hoitaa ystävällisesti, ammattimaisesti ja sujuvasti, jotta asiakkaalle tulee tervetullut olo. Suullinen vuorovaikutus on tärkeä osa vastaanottovirkailijan työssä, koska siten saavutetaan asiakkaan luottamus hotellin toimintaa kohtaan. Asiakkaan huomioiminen ja tervehtiminen ovat erittäin tärkeitä tekijöitä asiakkaan saapumisessa. Lisäksi asiakkaan mielikuvaan vaikuttaa vastaanottovirkailijan yleisilme sekä siisti yrityksen liikeidean mukainen pukeutuminen. Asiakkaan sisäänkirjaaminen tulee tapahtua sujuvasti, jotta asiakas ei joudu turhaan odottamaan pitkiä aikoja. Sisäänkirjaaminen tapahtuu yleensä rutiinomaisesti, vastaanottovirkailija tarkistaa asiakkaan nimen ja profiilin, tulostetaan majoituskortti asiakkaalle, varmistetaan majoitukseen liittyvät tekijät, kuten yöpymisten määrä sekä maksutapa. Tämän jälkeen asiakkaalle luovutetaan huoneavaimet sekä mahdollisesti hotellista riippuen esimerkiksi ateriakupongit. Lisäksi asiakkaalle esitellään tarvittaessa lähialueen palveluita sekä kulkumahdollisuuksia. Jossain tapauksissa asiakkaat haluavat paremman huoneluokan, jolloin vastaanottovirkailija myy asiakkaalle paremman huoneluokan korotuksen. Tätä lisämyyntiä kutsutaan yleensä upselling-myyntiksi. Toisinaan asiakkaalle annetaan

check-in tilanteessa parempi huone veloituksetta, jolloin kyseessä on upgrade. Upgrade tapahtuu yleensä tärkeiden usein hotellia käyttävien asiakkaiden kohdalla, tai tilanteessa jossa standard huoneet ovat loppuunmyyty ja jäljellä on vain paremman huoneluokan huoneita. (Rautiainen & Siikonen 2015, 172 - 173.)

Asiakkaan saapumisen jälkeen vastaanoton ja asiakkaan kanssakäyminen ei suinkaan lopu kokonaan. Asiakkaan oleskelun aikana monet tarvitsevat vastaanoton palveluita erilaisissa asioissa. Asiakkaat voivat esimerkiksi haluta vaihtaa oleskelunsa pituutta, jolloin avaimet on koodattava uudelleen ja varausta on muutettava vastaanotossa, lisäksi vastaanotosta käydään pyytämässä herätyksiä, varhaista aamiaista tai vaikkapa pesulapalveluita. Yleensä kysymykset liittyvät joko lähialueiden erilaisiin palveluihin, liikenneyhteyksiin, ravintoloiden ja baarien aukioloaikoihin sekä tarjontaan tai Internetyhteyksien käyttöön. Vastaanottovirkailijan tulee siis tuntea hotellikokonaisuuden eri aukioloajat ja palvelut sekä lähialueen tärkeimmät palvelut ja aktiviteetit, jotta asiakaspalvelu olisi mahdollisimman sujuvaa jo majoittuneille asiakkaille. (Rautiainen & Siikonen 2015, 173 - 174.)

Asiakkaan lähtiessä vastaanoton tehtävänä on valmistella asiakkaan lasku kuntoon. Ennen kuin asiakas kirjautuu ulos, tarkistetaan huonelasku, kysytään mahdollinen minibaarin kulutus sekä maksutapa, joka on yleensä joko käteinen tai maksukortti, ellei kyseessä ole yrityksen kanssa laskutus sopimuksen sopinut yritys, silloin lasku voidaan lähettää suoraan yritykselle asiakkaan niin halutessaan. Lasku voidaan myös jakaa useampaan osaan, esimerkiksi minibaarin tuotteet ja majoitus eri laskuille. Maksun jälkeen tai sen aikana kysellään miten majoitus on sujunut ja tarvitseeko asiakas esimerkiksi taksia. Tämän jälkeen asiakas hyvästellään asianmukaisesti ja toivotetaan tervetulleeksi uudelleen hotelliin. (Rautiainen & Siikonen 2015, 175 - 176.)

2.4 Restonomi

Restonomi on nimike matkailu- ja ravitsemusalan ammattikorkeakoulututkinnolle ja sen laajuus on 210 opintopistettä (Opintopolku). Työskentelymahdollisuuksia restonomilla on lukuisia, esimerkiksi alan asiantuntijana restonomi voi toimia tuotekehittäjänä, hotellipäällikkönä, ruokapalveluesimiehenä tai myyntineuvottelijana (Laurea 2016). Suomessa restonomiksi voi opiskella suomeksi, ruotsiksi tai englanniksi. Restonomi on ammattikorkeakoulutasoinen tutkinto. (Opintopolku.)

Laurea-ammattikorkeakoulun lehtori Korkiakangas kertoo, että restonomin nimikkeellä on historiaa ennen ammattikorkeakoulujen aikaa. Restonomi nimike oli ensin käytössä Haaga Instituutin liikkeenjohdon koulutuksesta valmistuville opiskelijoille. Haaga Instituutti oli hotelli- ja ravintola-alan ja Alko Oy:n omistama ja rahoittama koulutus. Haaga Instituutti oli säätiöpoh-

jainen yksityinen koulu. Ammattikorkeakouluja perustettaessa haluttiin kaikille aloille tutkintonimikkeet. Sosiaalialalta sekä hotelli- ja ravintola-alalta puuttui nimikkeet, lopulta sosiaalialalle löytyi nimike sosionomi, ja hotelli- ja ravintola-alalle lähdettiin kyselemään restonomi nimikettä Haaga Instituutilta. Haaga Instituutti ei halunnut aluksi luopua restonomi nimikkeestä, mutta lopulta Haaga Instituutti luopui nimikkeen yksityiskäytöstä. Nimike saatiin koko matkailu-, ravitsemus- ja talousalan tutkintonimikkeeksi. Antti Halli oli Haaga Instituutin rehtori, kun tämä sopimus opetusministeriön kanssa tehtiin. (Korkiakangas 2016.)

Eri ammattikorkeakouluissa restonomiopiskeluiden pääpainot vaihtelevat, mutta kaikille yhteistä on liiketoimintaosaaminen, palvelukulttuuriosaaminen, kansainvälisyysosaaminen ja työyhteisöosaaminen. Opinnot koostuvat ammattikorkeakoulusta riippumatta perus- ja ammattiopinnoista sekä harjoittelusta, opinnäytetyöstä ja vapaasti valittavista opinnoista. Restonomiopiskelijöiden perusopinnot koostuvat muun muassa vuorovaikutus- ja viestintätaitojen kehittämiseen sekä alan perustietämyksen lisäämiseen. Ammattiopinnoissa puolestaan keskitytään erilaisiin palvelu- ja asiakasprosessien johtamiseen ja toteuttamiseen sekä palvelutuotteiden kehittämiseen liittyviin seikkoihin. Restonomiopinnoissa yhteys työelämän kanssa on tiivistä, ja opiskelu on usein projektiluonteista. Harjoittelujaksojen avulla opiskelija voi vahvistaa omaa ammattitaitoa, lisätä liiketaloudellista osaamista, sekä suunnata kehittymistään tulevaisuutta varten. (Opintopolku.)

3 Digitalisaatio

Tässä luvussa kerrotaan digitalisaatio-ilmioistä yleisesti sekä sen vaikutuksista matkailualan toimintaan. Luvussa kerrotaan myös digitalisaation ansiosta kehittyneistä hotellien teknologiajärjestelmistä sekä uudenlaisista varausportaaleista. Digitalisaation käsite avataan helposti ymmärrettäväksi, jotta lukija saa käsityksen tutkittavasta ilmiöstä.

Digitalisaatiosta puhutaan nykyään yleisesti eri medioissa ja arkikielessä, mutta termille ei ole vakiintunutta määritelmää. Digitalisaatiota kuvataan usein erilaisin esimerkein, mutta sitä ei luokitella sen konkreettisemmin. Useimmin digitalisaatiosta puhutaan kun aiheena ovat esimerkiksi verkkokaupan vaikutukset kivijalkakaupan myyntiin, teknologiset innovaatiot arjessa tai koko yhteiskunnan ja teollisuuden suuriin muutoksiin. Digitalisaatio on yleisenä keskustelunaiheena politiikassa ja sitä pidetään yhtenä osatekijänä Suomen talouden pelastumiseen. (Ilmarinen & Koskela 2015, 22.)

Digitalisaatio on seurausta digitalisoitumisesta. Digitalisoitumisella tarkoitetaan tapahtumaketjua, jossa esineitä, asioita tai prosesseja digitalisoidaan, eli muutetaan analogisesta digitaaliseksi. Esimerkiksi kun valokuvat muutetaan digikuviksi ja digikuvat tallennetaan valokuvien pilvipalveluun. (Ilmarinen & Koskela 2015, 22.)

Liiketoimintaprosesseja myös digitalisoidaan. Esimerkkinä pankin asuntolainahakemus ennen tehtiin paperilomakkeella, mutta digitalisoinnin myötä palvelu voidaan tehdä sähköisenä verkkopalvelussa. Koko käsittelyprosessi voi tapahtua digitalisaation ansiosta joko sähköisesti tai jopa kokonaan automaattisesti. (Ilmarinen & Koskela 2015, 22.)

Digitalisaatio ei ole kuitenkaan yksistään digitalisoitumisesta johtuva ilmiö. Digitalisaatiosta voidaan puhua kun ihmisten käyttäytyminen, markkinoiden, ja yritysten toiminta muuttuu digitalisoitumisen myötä. Ilman teknologiaa digitalisaatio ei ole mahdollista, mutta pelkästään kehittynyt teknologia ei itsessään riitä digitalisaation toteutumiseen. (Ilmarinen & Koskela 2015, 23.) Globaali tietoyhteiskunnan kehitys on jatkunut 1980-luvun lopulta lähtien pysähtymättä ja kiihtyvällä vauhdilla. Maailmanlaajuisesti lankapuhelimet levisivät sadassa vuodessa, mobiilipuhelimet taasen kymmenessä vuodessa ja sitten uuden sosiaalisen median sovellukset levisivät lähes kaikkialle alle vuodessa. Vauhti ja kehitys on kokoajan vain kiihtyvää. (Turkki 2009, 26.)

Digitalisaatiota voidaan tarkastella mikrotasolla eli yksittäisten yritysten, markkinoiden ja toimialojen tasoilla, sekä makrotasolla eli koko yhteiskunnan tasolla. Mikrotasosta puhuttaessa pohditaan miten digitaalisuus muuttaa strategioita, palveluita, tuotteita, toimintamalleja sekä ansainta mekanismeja. Kun taas makrotasolla se selittää miten digitalisoitumisen avulla muuttuu koko yhteiskunta, talouden rakenne, markkinoiden dynamiikka sekä ihmisten käyttäytymismallit. (Ilmarinen & Koskela 2015, 23.)

Eri maiden hallitukset ovat tärkeässä roolissa, kun digitaalinen talous halutaan muuttaa kestäväksi kasvuksi ja uusiksi työpaikoiksi. Hallitusten täytyy pystyä osoittamaan johtajuutta ja politiikan koordinoitua jos tietoyhteiskunnan esteet halutaan purkaa ja saada sitä kautta taloudellista hyötyä ja kasvua. (Turkki 2009, 27.) Yksittäiset yritykset voivat hyödyntää digitalisaatiota laaja-alaisesti ja sen avulla pystytään muuttamaan yrityksen strategiaa ja toimintamalleja. Digitalisaatio vaikuttaa monipuolisesti koko yrityksen toimintaan. Yrityksen strategia, markkinointikeinot sekä tuotteistamiset ovat kokeneet suuria muutoksia digitalisaation myötä. Digitalisaatio on synnyttänyt uudenlaisia osaamistarpeita, ja useissa yrityksissä haetaan uusia työntekijöitä jotka pystyvät vastaamaan uusiin haasteisiin vanhoja työntekijöitä paremmin. Tämän myötä useissa yrityksissä on myös jouduttu irtisanomaan vanhoja työntekijöitä, sillä heidän tietotaito ei ole enää tämän päivän haasteisiin riittävää. Digitaalista osaamista voidaan siis pitää valttikorttina työmarkkinoilla. Digitaalisuus vaikuttaa myös vahvasti yritysten johtamiseen. (Ilmarinen & Koskela 2015, 24 - 25.) Sähköiset palvelut eivät ole enää digitalisoituvassa maailmassa nykyisten palveluiden kylkiäisiä, vaan palvelut integroituvat digitaalisiin prosesseihin, jossa digitaalisuus siirtyy yhteiskunnan sisään. Tämä tarkoittaa sitä,

että myös julkinen hallinto ja niiden sähköiset palvelut muuttuvat luonteeltaan kansalaisille aidosti virtuaalisiksi palveluiksi perinteisen mallin sijaan. (Turkki 2009, 32.)

3.1 Digitalisaatio matkailualalla

Hotelli- ja majoitusliiketoiminta muodostaa merkittävän osan matkailusta, joka on yksi maailman suurimmista toimialoista. Ennen vanhaan hotellihuoneen varaaminen etukäteen tehtiin puhelimella, kirjeellä tai faksilla. Tämä toimintamalli on nykypäivänä muuttunut huomattavasti tietokoneiden ja tietojärjestelmien mukaantulon myötä. Internetin yleistyttyä 1990-luvulla tapahtui merkittävin muutos hotellivarausprosessissa, kun se tarjosi aivan uudenlaisia jakelukanavia hoteleille. (Valorinta 2008, 5.)

Matkailutoimiala kuuluu maailman kilpailuimpiin toimialoihin. Kilpailu on nopeutunut globalisaatiokehityksen ja digitalisaation myötä, kun lukuisat keskenään kilpailevat vaihtoehdot ovat helposti kuluttajan vertailtavissa. Matkailukohteet Suomessa kilpailevat useiden kansainvälisten toimijoiden kanssa. Tähän asti matkailuyritykset ovat käyttäneet kilpailussa varsin perinteisiä menetelmiä ja markkinointi on usein hyvin samantyylistä eri yrityksillä. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015.)

Digitalisaation ansiosta ihmisten tavat oppia, viestiä hakea ja jakaa tietoa ovat muuttuneet. Kuluttajien rooli viestinviejinä, kaupan aktiivisena osapuolena sekä arvonluojana ovat kasvaneet. Sosiaalisten medioiden yleistyessä kuluttajilla on enemmän valtaa ja mahdollisuuksia tuoda omat näkemykset yrityksistä ja heidän palveluistaan ja sitä kautta vaikuttaa muiden potentiaalisten asiakkaiden mielikuviin. Tuttavien ja läheisten suositukset ovat nykyään luotettavampia kuin yritysten ja organisaatioiden omat markkinointiviestintäkeinot. Palveluntarjoajan haasteena nykyään on hallita lukuisten eri kanavien tuomaa palautevirtaa, koska yhden ostoprosessin aikana asiakas käyttää monia eri väyliä tiedonhankinnassa ja päätöksenteossa. Ostopäätöstä tehdessä suurin osa asiakkaista luottaa muiden asiakkaiden verkossa tuomiin mielipiteisiin, ja monet ovat valmiita jopa vaihtamaan tehdyn päätöksen verkosta löytyneiden arvosteluiden vuoksi. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015.)

Mobiilihaut ovat kaksinkertaistuneet vuosien 2013 - 2014 välillä ja mobiilihaut ovat jo yli kolmannes kaikista matkailuhauista. Mobiilihauista matkailuaiheiset haut ovat yksi suosituimmista hauista. Niiden haasteena on, että yli neljällä viidestä on ollut huonoja kokemuksia matkailualan mobiilisivustoista. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015.)

Asiakkailla on nykyään käytettävissä lähestulkoon kaikki mahdollinen tieto saatavilla olevista matkakohteista. Tästä tiedon valtavasta määrästä on tullut yhtäläinen ongelma, kun ennen

digitalisaatiota oleva tiedon vähäinen saatavuus. Nykyään haasteena ovat asiakkaiden nopeasti muuttuvat tottumukset ja niihin vastaaminen. Yritykset alkavat muistuttaa yhä enemmän toisiaan, kun he kopioivat toistensa ideoita ja käytänteitä. Yksi nykyajan suurimmista haasteista onkin muista kilpailijoista erottuminen edukseen. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015.)

Erottuakseen muista kilpailijoista, olisi olennaista pohtia asiakkaiden aitoja tarpeita ja niitä kysymyksiä joita asiakkaille nousee esille sekä tarjota niiden pohjalta paras tieto ja palvelu joka yllättää asiakkaan positiivisesti. Kilpailutekijöiksi nousee asiakaskeksisessä mallissa yksilöllisyys, asioinnin sujuvuus, aktiivisuus ja kokonaispalvelun tarjoaminen. Kilpailuetuna yksilöllisyys tarkoittaa, että asiakkaalla on mahdollista valikoida itseään kiinnostava kokonaisuus. Asioinnin sujuvuudella puolestaan tarkoitetaan sitä, että asiakas pystyy asioimaan käytössä olevalla laitteella sujuvasti olinpaikasta riippumatta. Tämä edellyttää yritykseltä mobiiliratkaisuiden huomioimista verkkosivujen tekemisvaiheessa. Kokonaispalvelulla tarkoitetaan asiakkaan mahdollisuutta ostaa kokonaispaketti, jossa majoituksen lisäksi on erilaisia aktiviteetteja. Aktiivisuudella tarkoitetaan, että asiakas tuntee tullessa palveluksi ennen kuin on osannut tiettyjä asioita kysyä, asiakasta tuetaan eri vaiheissa koko asiakkuuden ajan. Näiden kilpailutekijöiden saaminen yrityksen menestyksen pohjaksi edellyttää järjestelmällistä sekä pitkäjänteistä työskentelyä, jossa tavoitela on selkeästi määritelty. Digitaaliset kanavat tulee huomioida tärkeänä osana luonnollista sekä päivittäistä kommunikaatiota asiakkaiden kanssa. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2015.)

3.2 Hotellien teknologiajärjestelmät

Hotelleilla tänä päivänä on monia eri digitaalisia ja teknologisia järjestelmiä, mitä ilman hotellien jokapäiväinen toiminta olisi melkein mahdotonta. Järjestelmiä on monia ja niillä jokaisella on joku tietty tarkoitus hotellin arvonmääritysketjussa. Hotellin varausten välitykseen ja jakeluun liittyy lukuisia näitä järjestelmiä ja niiden välisiä kytkentöjä ja integraatioita. (Valorinta 2008, 35.)

Property Management System eli PMS on tietojärjestelmä hotellin sisällä. Sillä hallinnoidaan varaus- ja saatavuustilanteen lisäksi asiakkaiden sijoittelua huoneisiin sekä hinnoittelua. Kasajärjestelmä hotellin ravintolassa voi olla osana PMS-järjestelmää ja muukin laskutus tapahtuu yleensä sen kautta, kuten esimerkiksi hotellihuoneen minibaarin laskutus. Hotellin PMS-järjestelmää voidaan hyvällä syyllä kutsua hotellin sydämeksi, koska hotellin jakelu- ja varausvirrat kulminoituvat tähän järjestelmään ja PMS-järjestelmä hallinnoi viimekädessä hotellin varaustilannetta. (Valorinta 2008, 36.)

Keskusvarausjärjestelmä eli CRS (Central Reservation System) hallinnoi useiden yksittäisten hotellien hinta- ja saatavuustietoja, jakaa niitä arvoketjussa eteenpäin sekä ottaa vastaan jakelukanavista tulevia varauksia. Keskusvarausjärjestelmästä voidaan nähdä hotellihuoneiden saatavuustilanne ja tehdä varauksia eri yksittäisiin hotelleihin. Keskusvarausjärjestelmän kautta tapahtuu myös saatavuus ja hintatietojen välitys ulkopuolisiin elektronisiin jakelukanaviin. Hotellin PMS-järjestelmän sekä keskusvarausjärjestelmän välinen yhteys voi olla joko integroitu tai manuaalinen. Jos hotellilla on manuaalinen järjestelmä, siihen joudutaan itse päivittämään saatavuus- sekä hintatiedot keskusvarausjärjestelmään käsin CRS:n tarjoaman päivitystyökalun avulla. Nykyään päivitykset tehdään käytännössä aina erilaisten online-työkalujen avulla. Integroidussa mallissa CRS- ja PMS-järjestelmät keskustelevat keskenään ja kaikki hinta ja saatavuustiedot kulkevat elektronisesti ja automaattisesti näiden järjestelmien välillä. (Valorinta 2008, 37.)

Hotellivaihde eli Switch toimii linkkinä erilaisten hotellien järjestelmien välillä ja sitä kautta se tarjoaa pääsyn yhden rajapinnan kautta lukuisien eri hotelliketjujen yleisiin tietoihin. Kytkeä Switchiin tapahtuu aina jonkun CRS:n kautta. CRS:n ja Switchin väli on aina saumaton ja integroitu. Kun Switch saa jostain varausjärjestelmästä saatavuuskyselyn, se ohjaa kyselyn automaattisesti eteenpäin kyseisen hotellin CRS:lle ja se palauttaa muutamassa sekunnissa kaikki julkiset hinnat kyseisille päiville. Switch on nimenomaan vaihde, ja se ei siis itse pidä tietoja yllä hotellien saatavuuksista ja hinnoista, vaan se välittää saatavuuskyselyjä CRS:iin ja varausjärjestelmien välillä. (Valorinta 2008, 38 - 39.)

Global Distribution System eli GDS:t ovat maailmanlaajuisia varausjärjestelmiä, joita matkatoimistot käyttävät. GDS-järjestelmillä on merkittävä maailmanlaajuinen hotellitarjonta. Suurimpia GDS-varausjärjestelmiä ovat muun muassa Amadeus sekä Galileo. Alun perin GDS-järjestelmät ovat lentoyhtiöiden kehittämiä ja käyttämiä varausjärjestelmiä. Hotelleille globaalit GDS-järjestelmät ovat suhteellisen kalliita. Vain noin viisi - kymmenen prosenttia kaikista varauksista tulee GDS:n kautta. Parhaiten maailmanlaajuiset varausjärjestelmät toimivat niissä hotelleissa, joissa majoittuu paljon liikematkustajia, hotelli sijaitsee lentokentän läheisyydessä tai isossa kaupungissa, jossa sijaitsee suuria kansainvälisiä yrityksiä. Global Distribution Systemin kautta tehtynä, varauksen kustannukseksi voi muodostua 15 - 35 % koko varauksen arvosta. GDS-varausjärjestelmät tarvitsevat toimiakseen Switch-vaihteen, joka kokoaa tarjonnan GDS-järjestelmälle. (Rautiainen & Siikonen 2015, 467 - 468.)

3.3 Hotellien varausportaalit

Ennen vanhaan hotellien huonemyynti oli suurimmaksi osaksi hotellien omassa hallinnassa. Nykyään ollaan siinä tilanteessa, jossa hotellin myynti ja markkinointi tapahtuu Internetissä ja Internetin palveluita hyödyntäen. Nykyään huonevaraukset ja varaustiedot ylläpidetään pääosin Internetissä hotellin asiakkaan ja välittäjän välillä. Internetin varausportaalit ovat esimerkki ulkoisesta välittäjästä. Huonevarausten välitystoiminnassa suurin muutos on tapahtunut siinä, että hotellien varaukset ovat muuttaneet fyysisistä tiloista (call center, matkatoimistot) Internetin verkkovarauspalveluihin. Asiakkaan näkökulmasta tämä muutos on helpottanut huomattavasti hotellien varaamista sekä eri vaihtoehtojen vertailemista, kun ei tarvitse erikseen lähteä esimerkiksi matkatoimistoon varaamaan huonetta vaan kaiken pystyy hoitamaan kellonajasta ja paikasta riippumatta Internetin avulla. Asiakas pystyy varaussivuston kautta myös helposti muuttamaan tai perumaan tekemänsä varauksen. (Rautiainen & Siikonen 2015, 428.)

Asiakkaiden ja hotellin välillä voi toimia myös kolmas osapuoli, jotka välittävät online-varauksia. Tämä kolmas osapuoli, hotellivarausportaalit, välittää asiakkaan tekemän varauksen hotelliin. Tämän kolmannen osapuolen, eli välittäjän tulee tuottaa lisäarvoa niin asiakkaalle kuin hotellille, koska nämä osapuolet voivat jo muutenkin asioida ilman välikäsiä. Lisäarvoa asiakkaan näkökulmasta nämä välittäjät tuovat, kun asiakkaat pystyvät vertailemaan eri hotelleja nopeasti ja helposti. Lisäksi hotellivälittäjät takaavat usein edullisimman huonehinnan. Asiakas myös pystyy vertailemaan kaikkia eri huonetyppejä keskenään ja varata itsellensä sopivimman vaihtoehdon. Asiakkaan näkökulmasta varausportaalit ovat turvallinen vaihtoehto varata hotelli, jossa luottokorttien henkilötiedot siirretään salattuna eteenpäin. Varauskanavien kautta tehdyt varaukset eivät sisällä lisäkustannuksia ja varauskanavaa käyttäessä asiakkaalta ei veoliteta esimerkiksi peruutusmaksuja, käsittelykuluja eikä varausmaksuja. Hotellit saavat lisäarvoa näistä varausportaleista siten, että se kasvattaa huonevarausten määrää hotellissa. Hotellitiedot löytyvät useilla eri kielillä hotellivarausportaleissa. Varausportaalit luovat myös tärkeän markkinointi ja jakelu verkoston hotelleille. Asiakkaat pitävät varausportaleita luotettavampana varauskanavana, kuin hotellin omia Internet sivuja. Verkkovarausportaleita ovat muun muassa Expedia, Booking.com, Hotelzon ja Orbitz. Osa välittäjäpalveluista kohdistaa tarjontansa enemmän yritysasiakkaille, kun taas toiset keskittyvät vapaa-ajan matkustajiin. (Rautiainen & Siikonen 2015, 429 - 431.)

4 Tutkimusmenetelmät ja toteutus

Tässä luvussa kerrotaan opinnäytetyössä käytettävistä tutkimusmenetelmistä. Opinnäytetyössä suoritetaan Original Sokos Hotel Tapiola Gardenissa sekä myöhemmin Laurea-ammattikorkeakoulussa teemahaastatteluja, jotka suoritetaan ryhmähaastatteluiden muodossa. Luvussa perehdytään haastattelumenetelmien teoriaan sekä haastattelumenetelmien valintaan.

Haastattelu tiedonkeruumenetelmänä tulee olla perusteltu. Haastattelua ei tule valita tiedonkeruumenetelmäksi ilman sen soveltuvuuden vertaamista tutkimusongelmaan. Kvalitatiivisessa, eli laadullisessa tutkimuksessa päämenetelmänä käytetään haastattelua. Suuri etu haastattelussa verrattuna muihin tiedonkeruumuotoihin on se, että siinä voidaan joustavasti säädellä tiedon keruuta tilanteen mukaan ja sen edellyttämällä tavalla. Haastattelun aikana haastatteluaiheiden järjestystä voidaan säädellä tilanteen mukaan, sekä vastausten tulkintamahdollisuudet ovat monipuolisemmat kuin esimerkiksi kyselylomaketta käyttäessä. Haastattelu voidaan valita useista syistä. Esimerkiksi kun tutkimuksessa halutaan antaa haastateltavalle mahdollisuus tuoda esille hänelle itsellensä tärkeitä asioita mahdollisimman vapaasti. Haastattelu on toimiva menetelmä myös jos tutkittava aihe on suhteellisen tuntematon, ja haastateltavien vastauksia on vaikea ennakoida etukäteen. (Hirsijärvi, Remes ja Sajavaara. 2013, 205.)

Haastattelun etuina voidaan pitää sitä, että siten saadaan haastateltavat osalliseksi tutkimukseen. Lisäksi haastateltavat ovat yleensä helposti tavoiteltavissa jos halutaan tehdä tarkennuksia heidän haastattelussa kertomiinsa asioihin. Haastatteluissa on myös tiettyjä ongelmakohtia. Ensinnäkin haastattelut vievät paljon aikaa, itse haastattelu on yleensä suhteellisen pitkä, sillä lyhyttä haastattelua ei välttämättä kannata suorittaa, koska samat tiedot saadaan esimerkiksi kyselylomakkeella. Itse haastattelua ennen tulee tehdä huolelliset alustustyöt, kuten haastattelun suunnittelu sekä haastattelijan roolin harjoittelu. Haastattelun huonoina puolina voidaan pitää myös erilaisia tulkinnallisia ongelmia sekä itse haastattelun ajautumista ohi virallisesta aiheesta. (Hirsijärvi ym. 2013, 206 - 207.)

Teemahaastattelua pidetään avoimen- ja lomakehaastatteluiden välimuotoina. Teemahaastattelussa aihepiirit, eli teemat ovat haastattelijoiden tiedossa, mutta kysymysten tarkka järjestys ja muoto puuttuvat. Teemahaastattelu on kvalitatiivinen tutkimusmenetelmä, mutta sitä voidaan myös käyttää kvantitatiivisesti painottuneessa tutkimuksessa. (Hirsijärvi & yms. 2013, 208.) Teemahaastattelun ideana on se, että haastattelu pohjautuu eri teemojen mukaan kulkemiseen, ei suoranaisesti kysymysten järjestyksen mukaan. Tämä puolestaan tuo haastattelijan mielipiteet vapaammin ja aidommin esille kuin strukturoiduissa haastatteluissa. (Hirsijärvi & Hurme 2001, 48.)

Opinnäytetyön tutkimuksellisessa osassa käytetään ryhmähaastatteluja, jotta saataisiin mahdollisimman monipuolista tietoa aiheesta alan työntekijöiltä. Yksilöhaastattelujen sijaan päädyttiin lähestymään aihetta ryhmähaastattelun avulla. Yksi syy ryhmähaastattelujen valitsemiseen tutkimusmenetelmäksi on se, että ryhmähaastatteluissa haastateltavat ovat usein rennompia, koska haastattelussa on mukana myös muita henkilöitä. Haastateltavien käyttäytymisen riippuu myös paljolti haastattelun aihealueesta sekä itse henkilöistä. Haastattelun toteutuksen suunnittelussa tulee siis ottaa usea eri tekijä huomioon, jotta saadaan mahdollisimman toimiva ja todenmukaisia vastauksia tuova haastattelu. (Hirsijärvi ym. 2013, 210.)

Ryhmähaastattelua voidaan pitää huomattavasti tehokkaampana tutkimusmenetelmänä kuin esimerkiksi yksilöhaastattelua. Ryhmän vaikutukset haastatteluun voivat olla positiivisia tai negatiivisia. Ryhmä voi auttaa esimerkiksi muistiin perustuissa kysymyksissä tai vääринymmärrysten korjaamisessa. Huonona puolena voidaan pitää sitä, että ryhmä ei välttämättä tuo esille asioita jotka voivat vaikuttaa kielteisesti ryhmän toimintaan. Ryhmähaastatteluissa saattaa ilmaantua määrääviä henkilöitä, jotka ohjaavat keskustelun kulkua, ja tämä tuleekin huomioida haastattelua purkaessa. (Hirsijärvi ym. 2013, 211.)

4.1 Haastattelujen toteutusvaihe

Haastattelujen suunnittelu aloitettiin heti kun teoriapohja saatiin tarpeeksi kattavaksi. Haastattelujen ajankohtien valitseminen oli haasteellista, sillä kuhunkin haastatteluun tuli saada useampi kuin yksi haastateltava, koska haastattelut suoritettiin ryhmähaastatteluina. Haastattelut ovat tyypiltään teemahaastatteluja, sillä liian avoin tai puolestaan täysin strukturoidut vaihtoehdot eivät ole kyseisen tutkimuksen kannalta optimaalisia haastattelutyylejä. Tähän tutkimusmenetelmään valittiin ryhmähaastatteluina toteutettavat teemahaastattelut siksi, että saataisiin mahdollisimman paljon tietoa aiheesta, siten että haastateltavien omat mielipiteet tulisivat mahdollisimman selkeästi esille. Haastatteluissa haluttiin saada mahdollisimman paljon haastateltavien omia rehellisiä vastauksia, joten haastattelut suoritettiin ryhmähaastatteluina. Ryhmähaastattelun etuina voidaan pitää sitä, että haastateltavat saavat toisistaan lisätukea ja pystyvät täydentämään ja jatkamaan toisten haastateltavien mielipiteitä. Lisäksi ryhmähaastattelussa koetaan usein vähemmän jännitystä kuin yksilöhaastatteluissa, joten tämä tekijä tuo lisää rentoutta ja näin ollen vähemmän jäykkiä vastauksia.

Haastattelujen suunnittelussa tuli ottaa huomioon kaikki tarvittavat aihealueet, sekä se kelle haastattelu pidetään. Haastattelut päätettiin ensimmäiseksi pitää Original Sokos Hotel Tapiola Gardenissa, jotta saataisiin ensiksi selville hotellissa työskentelevien henkilöiden mielipiteet digitalisaatiosta ja sen tuomista muutoksista, sekä mahdollisista epäkohdista, jotka liittyvät alan koulutukseen. Hotellin esimiehille pidettävässä haastattelussa tuli olla erilaisia

kysymyksiä kuin vastaanoton työskenteleville pidettävissä haastatteluissa. Lisäksi hotellin palvelupäälliköltä tuli kysyä hieman enemmän syventäviä kysymyksiä kuin vastaanottovirkailijoilta. Esimiehillä on yleensä laajempi, pitkäaikainen kokemus alan erilaisista työtehtävistä, joten niiden avulla saadaan laajemmin tietoa alan muutoksista digitalisaation näkökulmasta. Hotellin esimiestehtävissä puolestaan käytetään myös nykyään yhä useampaa digitaalista työkalua, joten heitä haastatteleamalla saadaan monipuolisempaa tietoa. Vastaanotossa suoritettiin haastatteluihin tuli enemmän kysymyksiä juuri vastaanoton työtehtäviin liittyen. Original Sokos Hotellissa on vastaanotossa useampi vähintään 10 vuotta hotellialalla työskennellyt vastaanottovirkailija, joten heitä haastatteleamalla saadaan hyvä yleisnäkemys digitalisaation erilaisista vaikutuksista vastaanoton työhön.

Haastattelut suoritettiin Original Sokos Hotellissa 11.10.2016 alkaen. Haastattelujen ajankohdat vaativat tarkkaa suunnittelua, sillä osa hotellin esimiehistä työskentelee useammassa kuin yhdessä hotellissa, kuten ketjuhotelleissa on usein tapana. Kun sopiva ajankohta saatiin sovittua, alettiin haastatteluun valmistautua ripeästi. Ensimmäisenä haastatteluna päätettiin pitää juuri hotellin esimiehille, hotellipäällikölle sekä Revenue Managerille. Esimieshaastattelu päätettiin pitää ensimmäisenä, koska siitä saadaan hyvä ja laaja käsitys hotellialan muutoksista. Ennakkotietoina tiedettiin, että haastateltavilta löytyi pitkäkö kokemus alan töistä, hotellipäälliköltä noin 13 vuoden, ja Revenue Managerilta 20 vuoden hotellialakokemus. Esimiehille suunnattu haastattelu tehtiin siltä näkökannalta, että heiltä tiedusteltaisiin mahdollisimman paljon konkreettista tietoa digitalisaation muutoksista ja kehityksestä kokonaisvaltaisesti hotellialalla.

Haastattelut pyrittiin tekemään noin viiden laajahkon kysymyksen varaan. Teemahaastattelun mukaan kysymysjärjestystä pystyisi myös vaihtelemaan haastattelun edetessä, jotta aihealueet kulkevat loogisesti aihe kerrallaan. Osa-alueita olivat muun muassa esimiestehtävien muutokset, digitalisaation vaikutukset kyseisiin työnkuviin, digitalisaation vaikutukset laajemmin (koko hotellialaan), alan sekä hotellityöskentelyn tulevaisuuden näkemyksiin, digitalisaation aiheuttamiin riskeihin ja niihin varautumiseen sekä hotellialalla vaadittaviin taitoihin. Haastattelukysymykset pyrittiin laittamaan mahdollisimman loogiseen järjestykseen, pitäen niiden muuttamisen haastattelun aikana mahdollisena. Yhtenä prioriteettina esimiehille suunnatussa haastattelussa pidettiin alan vaatimuksia sekä mahdollisia ideoita mitä osa-alueita tulisi painottaa hotellipuoleen kouluttavissa restonomiopinnoissa.

4.2 Esimiehille suunnattu digitalisaatiohaastattelu

Haastattelu aloitettiin kysymällä hotellipäällikön ja Revenue Managerin työhistoriasta hotellialalla, jotta tiedettiin heidän työkokemuksen määrä aihealueita varten. Hotellipäällikkö kertoi aloittaneensa hotellityöskentelyn vuonna 2003 kesähotellissa. Vuonna 2005 hän siirtyi S-ryhmän hotelleihin, jossa on työskennellyt tähän asti. Hotellipäällikkö on työskennellyt S-ryhmässä muun muassa aamiaisella, kerroshoidossa, vastaanotossa sekä myyntipalvelussa. Kokemusta löytyy useasta eri S-ryhmän hotellista. Original Sokos Hotel Tapiola Gardenin Hotellipäällikkönä hän on aloittanut elokuussa 2016. Revenue Manager on puolestaan aloittanut hotelliuuransa vuonna 1996 yksityisessä hotellissa vastaanottovirkailijana, josta siirtyi vuonna 1999 Intercontinentaliin Mannerheimintielle vuoropäälliköksi. Tämän jälkeen hän siirtyi Scandiciin vuoropäälliköksi, josta hän vaihtoi Restelille, jossa hän teki myyntisihteerin ja Revenue Managementin tehtäviä. Restelin jälkeen vuorossa oli Kämp Group, jossa jatkoi Revenue Management tehtävissä. S-ryhmässä hän on ollut viisi vuotta, hotellipäällikkönä sekä tämän vuoden alusta Revenue Managerina.

Alustuksen jälkeen tiedusteltiin esimiesten työnkuissa lähiaikoina tapahtuvia muutoksia. Haastattelijat kertoivat yleisesti hotellityöskentelyssä tapahtuvista muutoksista, ei niinkään esimiestehtävissä tapahtuneista muutoksista. Heti ensimmäisenä muutoksena nousi varausjärjestelmissä tapahtuneet muutokset. Vielä 2000- luvun puolessavälissä faksi näytteli suurta osaa hotellityöskentelyssä. Lähes kaikki varaukset tulivat faksin kautta ja ne jouduttiin käsin kirjaamaan Fidelio-varausjärjestelmään. Fidelio oli käytössä useissa hotelleissa ennen Opera-varausjärjestelmää. Fidelio ei ollut yhteydessä Internetiin, jonka takia varaukset kirjattiin siihen manuaalisesti. Faksin kautta tulleet varaukset olivat aikaa vieviä, sillä ne tuli lajitella aluksi kuukausittain ja sitten päivä kerralla kansioihin. Esimerkiksi ”ylibuukkaamista” oli vaikea seurata ja ennakoida, sillä kaikki varaukset tuli laskea erikseen, kun taas nykyään tilanteen näkee nopeasti Operan kautta pitkälle tulevaan. Faksin ohella myös sähköpostin kautta tulevat varaukset alkoivat yleistyä, mutta faksi oli käytössä vielä Opera-varausjärjestelmän alkuajoina. Faksi työllisti niin paljon, että esimerkiksi myyntipalvelussa oli erikseen faksivastaavan työvuoroja. Hotelli esimiehet pitivät muutoksia nopeina, mutta työnteon kannalta helpottavina ja nopeuttavina muutoksina.

Seuraavana osa-alueena oli lähemmin digitalisaation tuomat muutokset hotellityöskentelyssä. Hotellipäällikön mukaan digitalisaatio on selkeyttänyt hotelliyksiköiden toimintaa sekä nopeuttanut huomattavasti työskentelyä. Revenue Managerin mukaan yhtenä tärkeimpänä tekijänä pidetään sitä, että varaukset tulevat suoraan hotellien varausjärjestelmiin, ilman välikäsiä tai manuaalisia varausten käsittelyjä. Hotellipäällikön ja etenkin Revenue Managerin käytössä oleva Ideas-järjestelmä on helpottanut huomattavasti monia myynnin kannalta tärkeitä tekijöitä. Ideas muun muassa määrittelee tulevien päivien huonehinnat, käyttöasteen mu-

kaan, kun taas ennen ne on tehty manuaalisesti. Manuaalisesti tehtynä huonehintojen tarkkailu ja määrittely pidemmälle tulevaisuuteen vei todella paljon aikaa, kun taas Ideas-järjestelmä tutkailee itse huonehintojen kehittymistä, jopa vuoden päähän. Ennen Ideas-järjestelmää, hotellien hinnoittelu määriteltiin sen mukaan kuinka paljon kullekin päivälle oli varauksia Operassa. Myös muiden kilpailijahotellien hintoihin tuli verrata päivittäisiä hintoja. Kun hotellihuoneiden hintoja ei tarvitse itse määritellä, jää aikaa muihin työtehtäviin.

Digitalisaation myötä hotellien kannattavuus on muuttunut siinä määrin, että huoneiden keskihinnat ovat nousseet, kun tietokone laskee ja määrittelee huonehinnat ihmisen sijaan. Kone laskee hinnat tiettyjen algoritmien mukaan, eikä poikkea niistä, toisin kuin ihminen voi poiketa. Koneen laskemat hinnat ovatkin usein rohkeampia kuin ihmisen määrittelemät hinnat.

Nykyajan hotellityössä vaaditaan erilaisia digitaalisia taitoja huomattavasti enemmän kuin ennen, sillä käytössä on lukuisia eri ohjelmia ja järjestelmiä. Etenkin hotelliesimiestehtävissä tietokoneiden käyttö ja erilaisten ohjelmien hallinta on edellytys kyseisten työtehtävien suoritukseen, sillä manuaalisesti ei tehdä nykyään juuri mitään muutamia poikkeuksia lukuun ottamatta. Esimerkiksi budjetointi on täysin tekniikan varassa, joten niitä tehdessä tulee olla osaamista järjestelmistä. Suurimpana haasteena pidetäänkin sitä että Internet yhteydet tai järjestelmät eivät toimi. S-ryhmän verkkopalvelut ovat samassa yhteydessä S-pankin järjestelmien kanssa, joten turvajärjestelyt ovat korkeat. Tämä puolestaan tarkoittaa sitä, että pienetkin virhetilat verkossa saattavat aiheuttaa toimintaongelmia koko S-ryhmän järjestelmissä.

Yksi digitalisaation tuomista merkittävistä ilmiöistä on teoriaosuudessa mainitut OTA- eli Online Travel Agency kanavat. Haastattelussa haluttiin selvittää hotelliesimiesten mielipiteitä OTA-kanaviin ja niiden suosioon. Revenue Managerin tietojen mukaan, OTA-kanavien suosio on vähentynyt ja vähenee kokoajan myös muualla Suomessa ei pelkästään Original Sokos Hotel Tapiola Gardenissa. Hotellin kannalta tämä suuntaus on erittäin positiivinen, sillä OTA-kanavien kautta tulevat varaukset ovat huomattavasti kalliimpia hotellille, kuin heidän omien varauskanavien kautta tulleet varaukset. OTA-kanaville hotellit maksavat tuntuvia komissioita jokaisesta varauksesta, joten niiden kautta tehdyt varaukset eivät ole läheskään niin kannattavia liiketoiminnan kautta. Hotellien tulee siis pyrkiä markkinoimaan mahdollisimman tehokkaasti omia varaussivustojaan, jotta asiakkaat varaisivat niiden kautta majoituksen, eikä esimerkiksi Hotels.comin kautta.

Revenue Manager ei osannut kertoa mitään tiettyä syytä mikä on muuttanut OTA-kanavien suosiota S-ryhmässä. Osasyys Revenue manager epäilee sitä, että tietyt matkatoimistot saattavat myydä asiakkaille erilaisia kiintiövarauksissa olevia huoneita edullisella hinnalla,

vaikka itse kiintiö olisikin jo täynnä. Tämä tarkoittaa sitä että asiakkaan varaus ei ole voimassa, vaikka on maksanut sen matkatoimistolle. Hotellissa huomattu varauksen puuttuminen puolestaan laskee asiakkaiden luottoa näihin ulkopuolisiin matkailutoimistoihin. Nämä matkatoimistot eivät kuitenkaan ole hotellin suoria yhteistyökumppaneita, vaan välikäsiä jotka hyödyntävät erilaisia kiintiöitä käyttöönsä. Revenue Managerin mukaan suurten OTA-kanava sivustojen kautta varaukset tulevat hyvin hotellin varausjärjestelmiin, eikä niitä kautta tehtyjä ”haamuvauksia” juuri ole nykyään. Yhtenä syynä OTA-kanavien suosion laskuun pidetään asiakkaiden luottamuksen laskemisena. Esimerkiksi Hotels.com ja Expedia sivustoilla on tapahtunut lähiaikoina tietomurtoja, joissa on saatu kerättyä asiakkaiden luottokorttitietoja, joka puolestaan laskee asiakkaiden luottamusta kyseisiin sivustoihin huomattavasti. Hotellin omien varaussivustojen tietoturvasa on huomattavasti korkeampi, eikä esimerkiksi asiakkaiden luottokorttitiedot jää varausjärjestelmiin pysymään. Lisäksi Sokos hotellin nettisivujen kautta tehdyt varaukset muuttavat luottokorttitiedot koodin avulla, joten niitä ei pystyisi käyttämään tietomurron avullakaan. Haastattelussa selvisi, että usein ulkomailla OTA-kanavien käyttö on huomattavasti suositumpaa kuin Suomessa. Hotellipäällikön mukaan Suomalaiset asiakkaat ovat selvästi varovaisempia kuin esimerkiksi Englantilaiset, ja esimerkiksi tietoon tulleen tietomurron jälkeen Suomalaiset asiakkaat eivät välttämättä uskalla enää käyttää kyseisiä sivustoja hotellihuonetta varatakseen.

Seuraavaksi haastattelussa perehdyttiin henkilökunnan perehdyttämiseen erilaisiin uusiin tietokone ohjelmiin ja niiden muutoksiin. Hotellipäällikön mukaan perehdytys on hotellin esimiesten vastuulla ja koko henkilökunta tulee perehdyttää monipuolisesti, jotta osataan käyttää järjestelmiä oikein. Sokotel järjestää tietotekniikkaan liittyvien ohjelmien koulutuspäiviä suhteellisen paljon, jotta niiden käyttö olisi sujuvaa ja tehokasta hotellityöskentelyssä.

Haastattelussa haluttiin saada myös lisää hotelli esimiesten näkemystä vastaanoton työnkuvan muutoksista ja digitalisaation tuomista osa-alueista. Molempien haastateltavien mukaan vastaanottotyöskentely on helpottunut ja selkeytynyt kuluviin kymmenen vuoden aikana, kun lähes kaikki toiminnot ovat digitaalisessa muodossa, eikä manuaalisesti tarvitse enää tehdä niin paljoa kuin ennen. Ennen käytössä ollut Fidelio-varausjärjestelmä oli ulkonäöltään ja perustoiminnoiltaan hyvin samanlainen kuin nykyinen Opera-varausjärjestelmä, joten niiden vaihtaminenkaan ei ollut mitenkään suuri haaste vastaanoton työssä. Revenue Managerin mukaan kaikki varausjärjestelmät ovat perustoiminnoiltaan hyvin samantyyllisiä, joten kun oppii yhden järjestelmän, niin oppii tarvittaessa myös uuden varausjärjestelmän käytön. Vastaanotossa tehdään myös paljon taxitilauksia, ravintolan pöytävarauksia, sekä esimerkiksi S-Card kanta-asiakaskortti tilauksia ja pisteiden tarkastuksia. Nykyään nämä kaikki tehdään tietokoneella erillisissä ohjelmissa, kun taas ennen taxit tilattiin soittamalla, ravintolavaraukset vietiin ravintolaan ja S-Card toimintoja tehtiin paperilla ja faksin avulla. Yhtenä digitalisaation vaiku-

tuksista Revenue Manager mainitsee sen, että moni työpaikka on lähtenyt pois, koska yksi ihminen pystyy tekemään useampaa eri toimintoa tietokoneen avulla. Esimerkiksi hotellien puhelinvaihteen vastaavat ovat jääneet kokonaan pois.

Esimiehiltä kysyttiin hotellialan tulevaisuuden näkökohtia. Molemmat haastateltavat uskovat vahvasti digitalisaation muuttavan alaa yhä enemmän tulevaisuudessa. Yhtenä puheenaiheena olivat hotellit jossa vastaanotto on puhelimen välityksellä toimiva, minkä avulla asiakas saa ovikoodit, jolla pääsee huoneeseen sisään. Myös Check-in automaatteja pidetään hyvin mahdollisina useissa eri hotelleissa tulevaisuudessa. Myös Sokos hotellilla on ollut Check-in automaatti kokeilu vuonna 2015. Myös erilaiset kapselihotellit tulevat luultavasti myös yleistyään tulevaisuudessa haastateltavien mielestä. Check-in automaatteja pidetään uskottavina vaihtoehtoina business hotelleissa. Revenue Manager uskoo älypuhelinkehittymisen ja muun digitalisaation tuovan yhä enemmän automatisoituja hotelleja, joissa asiakas kirjautuu sisään ja maksaa hotellin kännykällä. Hotellien uskotaan kategorisoituvan yhä enemmän sel-laisiin hotelleihin jossa halutaan palvelua, ja niihin joissa kaikki tapahtuu niin sanotusti automaattisesti, ilman paikalla olevaa henkilökuntaa. Eri asiakassegmentit tarvitsevat eritasoista palvelua. Kiireiset business-asiakkaat voivat hyvinkin majoittua ilman virallista asiakaspalvelua, kun taas lomamatkailijat pitävät asiakaspalvelua tärkeänä osana majoitusta.

Tulevaisuuden uhkakuvina haastateltavat pitävät työpaikkojen vähenemistä digitalisaation johdosta. Se, että pystyykö koneet hoitamaan kaikki ihmisen työt hotellissa tulevaisuudessa, on kuitenkin suhteellisen epätodennäköistä. Myös nykyaikaisia hotellialan kilpailijoita, kuten esimerkiksi Airbnb, pidetään myös uhkana hotellitoiminnalle. Kun teknologia ja ihmisten ajatusmaailma muuttuu nopeaan tahtiin, ei voi olla varma hotellialan nykyisestä vakaasta tilasta tulevaisuudessa. Haastateltavat uskovat että tulevaisuudessa asiakas päättää itse haluaako hän hyvää palvelua vai pelkästään huoneen jossa majoittua, joka puolestaan näkyy hinta-eroina kyseisten vaihtoehtojen välillä. Vaikka uhkia on olemassa, hotelli esimiehet pitävät kehitystä tähän asti suurimmaksi osaksi hyvänä asiana. Hotelliesimiestehtävien muutoksina haastattelijat pitävät lähes varmana sitä, että tulevaisuudessa esimiehiltä tullaan vaatimaan yhä enemmän vastuuta ja osaamista, kun työtehtävät laajenevat. Jos jatkossa työntekijöiden määrä pienenee, niin työtehtävät siirtyvät yhä enemmän yhden ihmisen vastuulle.

Viimeisenä kysymyksenä haluttiin selvittää hotelliesimiesten mielipiteitä alan koulutukseen liittyvistä vaatimuksista. Hotellipäällikön mukaan hotellityöskentelyn oppii hyvin vain tekemällä, ei niinkään teoriaa opettelemalla. Työharjoittelua pidetään erittäin tärkeänä, mikäli haluaa hotelliin työskentelemään. Teorian osaaminen auttaa kuitenkin etenkin esimies tehtävissä, että tietää hotellin toiminnan perusperiaatteet hyvin. Hotelliesimiestehtäviin kouluttamisessa tulisi huomioida myös johtamiseen liittyviä tekijöitä, sillä niitä ei välttämättä opita itse työssä niin hyvin. Markkinoinnin kouluttaminen nousi ehkäpä tärkeimmäksi osa-alueeksi

koulutuksesta puhuttaessa. Hotellipäällikön mukaan hyvistä koulussa hankituista markkinointitaidoista olisi selvää hyötyä hänen työssään, jossa ollaan myös vastuussa paljolti hotellin markkinoinnista. Lisäksi sosiaalisen median markkinointia olisi hyvä käydä koulutuksessa läpi, sillä se on nykyään tärkeä osa yrityksen markkinoinnissa. Revenue Managerin mukaan etenkin esimiestehtävissä työskentelevien tulisi omata hyvät paineensietokyvyt, sillä työ voi olla erittäin stressaavaa. Lisäksi kirjoitustyyliin tulisi kiinnittää huomiota koulutuksessa, jotta osataan myydä asiakkaille tuotteita ja palveluita.

4.3 Vastaanotolle suunnattu digitalisaatiohaastattelu

Vastaanoton haastattelussa kysyttiin vastaanoton henkilökunnalta aluksi työtehtävien muutoksista ja omakohtaisista kokemuksista. Haastattelussa selvitettiin vastaanottovirkailijoiden sekä vastaanoton esimiehen, palvelupäällikön mielipiteitä. Vastaanoton työntekijöiden mukaan työtehtävät ovat muuttuneet ja kehittyneet jatkuvasti, mutta suhteellisen tasaisin harppauksin. Heidän mukaansa 2000-luvun puolivälin jälkeen muutokset olivat aiempaa nopeampia ja merkittävämpiä. Muutoksia on tapahtunut koko vastaanoton toiminnassa, kuten muun muassa maksutavoissa, varausjärjestelmissä, varauskanavissa ja asiakasryhmissä (ulkomaalaisryhmien kasvu). Palvelupäällikön mukaan muutoksia on tapahtunut suhteellisen nopeasti esimies työskentelyssä. Palvelupäällikkö on työskennellyt hotellialalla vuodesta 2004, jolloin muutos on ollut suhteellisen nopeaa.

Vastaanoton henkilökunta kertoo, että digitalisaatio on muuttanut heidän työnkuvaansa hyvin merkittävästi. Kysymyksellä haluttiin selvittää miten järjestelmät ovat konkreettisesti muuttuneet, sekä onko työskentely helpottunut tai vaikeutunut digitalisaation myötä. Hotellin varausjärjestelmät ovat kokeneet suuren muutoksen. Ennen varausjärjestelmänä oli käytössä Fidelio, joka ei ollut ollenkaan yhteydessä Internettiin. Vastaanoton tehtävänä oli tehdä varaukset Fidelio-järjestelmään manuaalisesti käsin. Fidelion hyvinä puolina nykyisiin järjestelmiin verrattuna oli, että järjestelmä ei jumittunut eikä kaatunut, koska se ei toiminut nimenomaan Internetin kautta. Fidelio-varausjärjestelmä poistui käytöstä Tapiola Gardenissa alle kymmenen vuotta sitten. Fidelio-järjestelmän korvasi Internet pohjainen Opera-järjestelmä. Haastateltavien mukaan Opera-järjestelmän myötä vastaanoton työtehtävät helpottuivat, sillä varaukset tulivat usein suoraan järjestelmään ja niitä ei tarvinnut enää niin usein manuaalisesti kirjata ja varauksiin käytettävä aika pieneni huomattavasti. Haastateltavat kertovat, että ennen vastaanoton työ oli enemmän ”multitaskingiä”, kun taas nykyisin lähes kaikki työtehtävät tehdään tietokoneen avulla.

Digitalisaation ehkä merkittävin muutos haastateltavien mukaan on faxin poisjääminen vastaanoton työnteossa, mikä on nopeuttanut vastaanoton työntekoa huomattavasti. Ennen asiakkaiden maksuihin ja niihin liittyviin tekijöihin meni enemmän aikaa, sillä nykyään monet

maksavat yöpymisensä jo Internetissä varatessaan hotellia. Kerroshoidon ja vastaanoton yhteistyö toimii nykyään jouhevammin, koska kerroshoidolla on käytössään Serviator-järjestelmä, joka on yhteydessä vastaanoton Opera-varausjärjestelmään. Haastateltavat kertovat, että kerroshoidolla on nykyään käytössään Tablet-tietokoneet, joilla he näkevät siivottavat huoneet reaaliaikaisesti. Tämä puolestaan helpottaa myös vastaanoton työntekoa, kun esimerkiksi siivotut huoneet näkyvät Opera-järjestelmässä ja vastaanoton ei tarvitse kommunikoida niin paljoa kerroshoidon kanssa kuin ennen, koska tieto on molemmilla sähköisesti saatavilla. Sokos Hotel Tapiola Gardenin pidempään vastaanotossa työskennelleet henkilöt kertovat, että Internetin myötä myös asiakkaat ovat enemmän tietoisia muun muassa hotellin palveluista, joten vastaanoton ei tarvitse enää nykyään kertoa niin paljon tietoa asiakkaalle hotellin omista- sekä lähialueen palveluista. Internetistä löytyvät tiedot voivat olla joillekin asiakkaille valintakriteerejä hotellia valitessa. Palvelupäällikön näkökulmasta digitalisaatio on vaikuttanut kyseiseen työhön voimakkaasti. Paljon uusia tietokoneohjelmia on tullut ja tulee kokoajan lisää, mikä on osaltaan lisännyt vastuuta, mutta myös helpottanut työtehtäviä. Vastaanoton esimiehen mielestä työtehtäviä ja vastuualueita on tullut lisää. Helpottavina seikkoina hän mainitsee muun muassa sen että booking.com-varauksia ei tarvitse syöttää manuaalisesti Opera-varausjärjestelmään, sekä sen että faksi on poistunut lähes kokonaan käytöstä. Yhtenä merkittävänä ilmiönä palvelupäällikkö nimeää sosiaalisen median vaikutukset ja muutokset. Nykyään esimiehen tulee olla hyvin tietoinen erilaisista sosiaalisen median kanavista sekä niiden avulla tehtävästä markkinoinnista ja imagon luomisesta yrityksen hyväksi. Lisäksi erilaisia mobiilisivuja on nykyään paljon, ja niiden toimintaan tulisikin kiinnittää huomiota, sillä monet asiakkaat käyttävät lähes pelkästään niitä esimerkiksi varatessaan huonetta. Esimiehellä tulee myös olla hyvät taidot Internet sivujen päivittämisestä ja muokkaamisesta. Sokos Hotelsin mobiilisivuja palvelupäällikkö haluaisi helpommin nopeammin käytettäväksi.

Yhden konkreettisen muutoksen haastateltavat kertovat hotellissa tapahtuneen hotellin laajennusremontin yhteydessä. Silloin hotellin avaimenperälliset huoneiden Abloy avaimet vaihdettiin nykyaikaisiin vastaanotossa koodattaviin huoneavainkortteihin. Vanhat avaimet katosivat asiakkailta helposti ja olivat kalliita uusia. Uusien koodattavien avaimien hyöty on, että ne ovat helppoja ja halpoja uusia jos asiakas hukkaa avaimen. Uuden avainkortin voi koodata helposti suoraan vastaanotossa ja hävinneen avaimen voi poistaa käytöstä yhtä helposti. Palvelupäällikön mukaan koodattavat avainkortit ovat nykyään kuitenkin hieman haasteellisia, sillä asiakkailta on lähes aina käytössä älypuhelimet ja etenkin kannelliset suojakuoret vievät korteista virran magneetin takia. Avaimista pitäisi saada jollain tapaa kestävämpiä, jottei niiden virta lähtisi niin helposti.

Haastateltavilta tiedusteltiin miten osaamisvaatimukset ovat muuttuneet digitalisaation myötä ja heidän mielestään vastaanoton työtehtävien osaamisvaatimukset ovat muuttuneet

ja muuttuvat yhä enemmän tietotekniisiin taitoihin. Haastateltavat pitävät uusien järjestelmien kouluttamista erittäin tärkeänä, koska järjestelmät ovat nykyään osa jokapäiväistä toimintaa vastaanotossa. Vastuu järjestelmäkoulutuksista on työpaikan esimiehillä. Opera-varausjärjestelmän lisäksi vastaanotossa tulee hallita muun muassa ravintolavarausjärjestelmä, tilitystyökalu, Internetmaksuohjelma, Expedia, Booking.com, kanta-asiakasjärjestelmä sekä lukuisia muita järjestelmiä. Vastaanottovirkailijoiden mukaan uusien järjestelmien kouluttamiseen tulisi varata enemmän aikaa kuin nykyään. Palvelupäälliköllä on suuri vastuu uusien järjestelmien kouluttamisessa.

Monet uusista ohjelmista ja järjestelmistä ovat helpottaneet vastaanoton työtä, koska enää nykyään ei tarvitse tehdä näitä tapahtumia manuaalisesti. Palvelupäällikön mukaan vastaanottovirkailijoiden tulee hallita tietokone ohjelmat, varsinkin Opera-varausjärjestelmä hyvin, jotta työskentely olisi mahdollisimman sujuvaa. Vastaanotossa työskentelevien tulee olla myös muuntautumiskykyisiä, sillä järjestelmät muuttuvat jonkin verran tasaisin väliajoin. Säännökset ja toimintatavat muuttuvat nykyään usein, ja niihin tulee osata varautua myös vastaanotossa. Myös turvallisuuteen liittyvät asiat ovat nykyään enemmän huomioitu toiminnassa ja ne vaativatkin enemmän työtä kuin ennen. Palvelupäällikön tulee puolestaan olla erittäin hyvin mukana kehittyvässä työympäristössä. Lisäksi esimiesten tulee hallita sosiaalisen median sekä muita kanavia kautta tehtävät markkinointi tehtävät, jotta kovassa kilpailutilanteessa saadaan pidettyä kyseinen hotelli mukana kilpailijoiden matkassa. Haastateltavien mukaan palvelupäälliköltä vaaditaan myös myyntihenkisyyttä, sillä tulosten tekeminen eri keinoin on erittäin tärkeää nykyään. Palvelupäällikön mukaan Opera-varausjärjestelmä ei ole enää niin nykyaikainen, ja sitä tulisikin kehittää enemmän nykyistä työtä varten.

Haastateltavat uskovat, että tulevaisuudessa hotellityöskentelyssä tulee olemaan vielä nykyistä enemmän erilaisia tietokonejärjestelmiä. Haastateltavilla on vahva näkemys siitä, että tulevaisuudessa automatisoidut hotellit yleistyvät nykyiseen verrattuna, mikä puolestaan luultavasti johtaa työpaikkojen vähenemiseen hotellialalla. Työntekijät uskovat toisaalta myös hyvän palvelun olevan yhtäläillä tärkeää useille asiakkaille kuin se on nykyäänkin. Tulevaisuuden riskeinä haastateltavat pitävät tietokoneiden ja niiden järjestelmien toimivuutta sekä luotettavuutta, koska melkein kaikki toimivat jo nyt niiden varassa. Myös varausjärjestelmän luotettavuus on yksi huolenaihe joka on tulevaisuudessa luultavasti yhä merkittävämpi uhka. Palvelupäällikkö uskoo lähitulevaisuudessa tulevan yleiseen käyttöön älypuhelimilla tehtävät mobiili check-in ja check-out-toiminnot, joiden avulla hoidetaan myös huoneiden maksaminen. Lisäksi hän uskoo itsepalvelutiskien ja check-in automaattien yleistyvän huomattavasti, mikä puolestaan vaikuttaa tulevaisuuden hotellityöskentelyyn. Haastateltavat pitävät todennäköisenä että vastaanoton työkuva muuttuu asiakaspalvelusta enemmän digitaalisten laitteiden hallintaan ja ylläpitoon sekä asiakkaiden neuvontaan. Lisäksi jo nykyään yleistyvä trendi,

työtehtävien yhdistäminen yleisty todennäköisesti tulevaisuudessa. Tällaisia yhdistämissä ovat esimerkiksi vastaanottotyön ja ravintolatyöskentelyn yhdistäminen.

Hotellissa suoritettujen haastattelujen perusteella saatiin monipuolisesti tietoa hotellialalla tapahtuneista muutoksista, nykypäivän tilanteesta sekä mahdollisista tulevaisuuden suunnista. Tulokset olivat laadullisesti hyviä, koska niissä oli niin monen alalla pitkään työskennelleen vastaanottovirkailijan sekä hotelliesimiehen näkemyksiä digitalisaation vaikutuksista. Yksi opinnäytetyön kannalta oleellisimmista osa-alueista eli koulutukseen ja osaamistaitoihin liittyviä seikkoja nousi myös suhteellisen paljon haastatteluista. Niitä ja haastatteluissa ilmenneistä muista aiheista suunniteltiin Laurea ammattikorkeakoulussa suoritettaviin haastatteluihin kysymyksiä, jotka sitten kysyttiin Laurean restonomiopiskelijoilta. Koulutuksen kehittämisen kannalta tehtäviä muutosideoita pidettiin myös hotellissa erittäin tärkeänä ja mielenkiintoisena aiheena. Haastatteluissa ilmenneet alalla vaadittavat taidot koskevat suurimmaksi osaksi esimiestehtäviä, mutta myös vastaanottovirkailijan työtaitoja käytiin läpi. Toisaalta monet ammattikorkeakoulun käyneet hotellialasta kiinnostuneet tähtäävät juuri hotellin esimiestehtäviin, joten tulokset ovat sopivia koululla tehtävään haastatteluun. Hotellin esimiesten mielestä tärkeimpiä koulussa opittavia, esimiestehtävissä auttavia osaamisalueita olivat etenkin markkinointi, myyntitaidot, paineensietokyky sekä sosiaalisen median hallinta nykyaikaisessa yritystoiminnassa. Nämä päätettiin ottaa yhdeksi aihealueeksi restonomeille tehtävää haastattelua varten.

4.4 Restonomiopiskelijoiden koulutushaastattelu

Haastattelu suoritettiin Laurea ammattikorkeakoulussa, restonomeille suunnatussa Hotel management opintojaksolla. Haastatteluun osallistui kymmenen restonomiopiskelijää. Haastattelavista opiskelijoista kuudella oli kokemusta hotellityöskentelystä, sekä yksi heistä toimi vuoropäällikkönä hotellissa. Myös muilla haastateltavilla oli kiinnostusta hotellityötä kohtaan. Haastattelun lähtökohdat olivatkin kohdallaan, sillä näin suuresta ryhmästä saa paljon irti, kun aihe on tuttu tai ainakin mielenkiintoinen. Kaikilla hotellityötä tehneistä oli kokemusta vastaanoton työstä, ja yhdellä jopa vuoropäällikön tehtävistä. Useampi opiskelija oli käynyt matkailuvirkailijan tai vastaanottovirkailijan perustutkinnon, josta kuulimme myös positiivisia kehitysideoita ammattikorkeakoulu opetusta varten. Haastattelun päämääränä oli saada mielipiteitä oppilailta Laurea ammattikorkeakoulun restonomitutkinnon sisällöstä. Haastattelussa selvitettiin miten Laureassa perehdytään hotellialan tehtäviin ja millaisia opintoja on tarjolla hotellialaan liittyen. Hotellihaastatteluissa nousi johtamis- ja markkinointitaitojen tärkeys etenkin hotellin esimiestyössä, ja haastattelussa haluttiin selvittää miten näitä osa-alueita opetetaan Laurea ammattikorkeakoulussa. Haastattelussa haluttiin myös saada konkreettisia kehitysideoita, jotta Laurean restonomiopiskelijat olisivat valmiimpia hotellityöskentelyn

haasteisiin. Haastatteluun valikoitui suurimmaksi osaksi kolmannen vuoden restonomiopiskelijoita, jotka tietäisivät Laurea ammattikorkeakoulun opinnot mahdollisimman hyvin omien kokemusten perusteella.

Haastateltavien hotellityöskentelyn sekä siihen kohdistuneen kiinnostuksen selvittämisen jälkeen alettiin käydä läpi koulutukseen liittyviä tekijöitä. Opiskelijoiden mielestä koulussa on hyvin vähän hotellialaan liittyviä opintojaksoja. Haastateltavat mainitsivat että opinnoissa on vain yksi pakollinen hotellialaan liittyvä opintojakso. Kyseisellä opintojaksolla pelattiin virtuaalista hotellipeliä, jonka tarkoituksena oli oppia hotellin pyörittämiseen liittyviä seikkoja. Opiskelijat sanoivat että hotellipeli oli sekava, eikä siitä oppinut juuri mitään itse hotellialasta. Osa opiskelijoista kertoi tämän valinnaisen Hotel management opintojakson olevan ensimmäinen opintojakso josta saa hyödyllisiä taitoja hotellityöskentelyyn. He toivoivatkin enemmän valinnaisia hotellialaan liittyviä kursseja, jotta koulutusta saisi ohjattua paremmin haluamiinsa suuntiin. Haastateltavista osa piti harmillisena sitä, että valinnaisten opintojen valinta oli myös rajallista sen takia, että monet niistä menivät päällekkäin pakollisten opintojaksoiden kanssa, eikä niitä siis voinut valita. Valinnaiset kurssit tuli siis valita sen mukaan, mitkä sattuivat sopimaan pakollisten opintojen ajankohtien kanssa. Opiskelijoista suurimman osan mielestä koulutus tulisi muuttaa sellaiseksi, että valitaan joku linja johon erikoistutaan. Linjoja voisi olla esimerkiksi hotellipuoli, ravintolapuoli sekä tapahtumapuoli. Haastateltavien mukaan Haaga-Heliassa on paremmin tarjolla hotellipuolen koulutusta, ja siellä on selkeämpi erikoistuminen kuin Laurea ammattikorkeakoulussa. Esimerkkinä nousee sellainen ehdotus, että ensimmäinen vuosi tehtäisiin alan perusopintoja, jonka jälkeen erikoistuttaisiin omien mielenkiinnon kohteiden mukaan.

Haastattelussa nousi huomattavan paljon keskustelua Bar Laureassa suoritetuista käytännön harjoitteista. Bar Laurea on Laurea ammattikorkeakoulun opiskelijaruokala. Restonomiopiskelijoiden koulutukseen kuuluu kaksi pakollista opintojaksoa, joissa työskennellään Bar Laureassa, Laurean opiskeluravintola Flow:ssa sekä Laurean aulakahvilassa ensimmäisenä ja toisena opiskeluvuotena. Opintojaksoissa opiskelijat tekevät vaaditun määrän vuoroja näissä opintoympäristöissä puolenvuoden aikana. Monet pitävät Bar Laureassa suoritettuja vuoroja opettavaisina, mutta he kertoivat myös, että vuoroja joutui tekemään heidän mielestä liian paljon. Haastattelussa opiskelijat kertoivatkin oman kehitysehduksensa niin, että toinen Bar Laureassa suoritettava opintojakso suoritettaisiin valinnaisena, jonka tilalle voisi valita halutessaan hotellissa suoritettavan samantyyllisen harjoittelun. Hotellissa suoritettavan opintojakson avulla saataisiin hyvä käsitys hotellityöskentelystä, sillä jos ei opintojen aikana suorita työharjoittelua hotellissa, jää käsitys hotellialasta hyvin suppeaksi. Lisäksi tämä toisi enemmän vapautta valita suuntautuminen mieleiseen erikoistumisalaan.

Digitaalisista taidoista kysyttäessä haastateltavat mainitsivat ensimmäisenä Opera-varausjärjestelmän tärkeyden hotellityöskentelyssä. Opiskelijat halusivat, että koulussa opetettaisiin Opera-varausjärjestelmän käyttöä. Varausjärjestelmän osaaminen on lähes pakollista haettaessa töitä hotellista, joten sen opettamista koulussa pidettiin todella tärkeänä. Haastateltujen mielestä varausjärjestelmien kouluttaminen voisi olla esimerkiksi valinnaisessa opintojaksossa, jotta sen voisi valita, mikäli opiskelijalla on kiinnostusta hotellialaa kohtaan. Muutama haastateltavista oli käynyt Omnia-ammattikoulussa matkailuvirkailijan tai vastaanottovirkailijan perustutkinnon, jossa oli koulutettu Opera-varausjärjestelmän käyttöä käytännössä, ja sen käyttötaidoista pidettiin koe. Kyseisen koulutuksen käyneet pitivät tätä hyödyllisenä, ja heidän mielestään samantyylistä koulutusta tulisi järjestää myös Laurea ammattikorkeakoulussa. Varausjärjestelmien käyttöä kukaan haastateltavista ei ollut oppinut Laurea ammattikorkeakoulussa, vaan aikaisemmassa koulussa tai työharjoittelussa.

Digitaalisista taidoista jatkaessa ilmeni, että restonomikoulutuksessa oli pidetty ensimmäisenä vuotena atk-opintojakso, jossa käytiin läpi muun muassa Excelin käyttöön liittyviä asioita sekä erilaisia Word-ohjelmalla käytettäviä menetelmiä. Usean haastateltavan mukaan oli harmillista se, ettei digitaalisiin taitoihin keskitytty myöhemmissä opinnoissa, sillä vain koulutuksen alussa niitä käydessä asiat unohtuivat vuosien aikana. Suurin osa haastateltavista kertoivat haluavansa lisää koulutusta digitaalisiin ohjelmiin, sillä ne ovat niin tärkeässä roolissa nykyaikana. Yksi haastateltava mainitsi Laurea ammattikorkeakoulun opetuksessa huomaamaansa epäkohtaan, nimittäin ryhmätöiden aiheuttamaan työnjakoon. Hänen mukaansa yleensä ryhmätyössä esimerkiksi Excelin käyttö asetettiin sen henkilön vastuulle kuka sitä parhaiten osasi käyttää. Kyseinen ongelma oli kuulemma monella opintojaksolla, ja tämän takia kyseinen henkilö ei ollut käyttänyt esimerkiksi Exceliä lainkaan ensimmäisen vuoden pakollisen atk-opintojakson jälkeen. Ryhmätöiden huonona puolena haastateltavat mainitsivatkin juuri sen, että siinä ei yksilötasolla kehity niin hyvin kun töiden vastuualueet jaettiin usein oppilaiden vahvuusalueiden mukaan, eikä näin ollen joutunut kehittämään heikkouksiaan.

Hotelliesimieshaastatteluissa ilmennyt markkinointitaitojen tärkeys oli yksi aihe jota haluttiin kysyä haastateltavilta restonomiopiskelijoilta. Osa haastateltavista kertoi oppineensa tapahtumantuottamisen opintojaksolla markkinoinnista paljon. Kyseessä olevalla opintojaksolla kuitenkin jaettiin pienryhmät tehtävien mukaan, joten markkinointiin perehtyi syvemmin vain osa oppilaista. Yksi haastateltava kertoi Bar Laurean Flow-ravintolassa pidettävän teemaviikon olevan merkittävin markkinoinnin kannalta oleva opintojakso. Pienemmissä ryhmissä järjestettävät teemaviikot tuli osata markkinoida mahdollisimman tehokkaasti ja näyttävästi, jotta ravintolaan saataisiin asiakkaita. Monet haastateltavat kertoivat valinnaisia markkinointiin liittyviä kurseja olevan suhteellisen hyvin tarjolla, mutta usein ne olivat liiketalouden opintoja. Haastateltavat toivoivatkin markkinointiin liittyvien kurssien pakollisuutta, sillä ny-

kyisessä opinto-ohjelmassa ei ole heidän mukaan yhtäkään pakollista markkinointi opintojaksoa. Haastateltavat halusivat myös oman alan markkinointia opetettavan huomattavasti laajemmin kuin heille oli opetettu. Haastattelussa ilmeni myös että nykyään erittäin suurta roolia näyttelevää sosiaalisen median markkinointia ei käyty valinnaisen digitaalisen markkinoinnin opintojakson lisäksi yhdelläkään opintojaksolla, mikä on haastateltavien mukaan harmillista. Pidempään koulussa opiskelleet restonomiopiskelijat toivoivat myös, että opinnoissa käytäisiin läpi erilaisia kirjoitustapoihin liittyviä tekijöitä. Eräs haastateltava kertoi olleensa Yhdysvalloissa työharjoittelussa ja huomanneensa esimerkiksi sähköpostin kirjoittamisen olevan aivan erilaista kuin Suomessa, jossa sähköpostit ovat usein lyhyitä ja ytimekkäitä. Yhdysvalloissa puolestaan täytyi kirjoittaa aivan eri tyylillä, jotta viestiä ei tulkita tylynä. Kirjoitustyylisiin oli perehdytty ruotsin kielen kurssilla, mitä pidettiin hyvänä, mutta opiskelijat olisivat halunneet harjoitella kyseisiä asioita myös muilla opintojaksoilla. Myöhemmin aloittaneet palveluliiketoiminnan opiskelijat kertoivat käyneen opintojakson, jossa oli käyty kansainväliseen kaupankäyntiin liittyviä asioita, ja pitivät siitä saamiaan vinkkejä hyödyllisinä työelämässä.

Haastattelussa ilmeni että Laurea ammattikorkeakoulun restonomi opinnot antavat hyvät perustiedot useaan eri aiheeseen, mutta mitään tiettyä erityisosaamista esimerkiksi hotellialalle sieltä ei saa. Haastateltavien mukaan monet opintojaksot ovat samankaltaisia keskenään, etenkin palvelumuotoiluun liittyvät opintojaksot. Palvelumuotoilu nousi monien haastateltavien mukaan eniten opetetuksi aiheeksi restonomiopintojen aikana, mikä sai myös jonkin verran kiitosta haastateltavilta. Heidän mukaansa olisi kuitenkin mielekkäämpää jos tietämys olisi enemmän suunnattu tiettyihin suuntiin sen sijaan, että kaikesta majoitus-, ravitsemus- ja talousalan osista tietäisi vähän.

Yhtenä puheenaiheena haastattelussa oli johtaminen ja siihen liittyvä koulutus. Haastateltavista lähes jokainen piti restonomi opintosuunnitelmassa olevaa johtamisen opintojaksoa erittäin opettavana ja mielenkiintoisena kokonaisuutena. Pakollisen johtamisopintojakson lisäksi on haastateltavien mukaan myös hyviä valinnaisia opintoja, liittyen johtamiseen ja itsensä johtamiseen (ajankäytön tehostamiseen). Osa haastateltavista koki myös oppineensa johtamista Bar Laureassa toisena vuotena suoritetuissa esimies vuoroissa. Toisena vuotena Bar Laureassa toimittiin ensimmäisen vuoden opiskelijoiden ”esimiehinä” kahvilassa sekä ala carte ravintola Flow:ssa. Yksi johtamiseen liittyvä näkökulma haastattelussa oli ryhmätöiden tekeminen. Usein ryhmätöissä toimi ryhmänjohtaja, jolla oli suurin vastuu työn etenemisestä ja laadusta. Useiden haastateltavien mukaan ryhmänjohtajana oppii todella hyvin stressin sietoa sekä muun muassa tehtävien delegointia. Haastateltavien mukaan lähes jokaisella opintojaksolla jossa toimittiin ryhmissä, saivat oppilaat jossain määrin vaikuttaa ryhmän johtajan valintaan. Usein johtajaksi valikoitui samoja henkilöitä kuin aikaisemmillä opintojaksoilla, joten kaikki eivät päässeet kokeilemaan ryhmän vetäjän roolia. Haastateltavien mukaan olisi hyvä

jos jokainen pääsisi edes kerran toimimaan ryhmän johtajana, jotta tietäisi mitä kaikkea tulee ottaa huomioon muita johtaessa.

4.5 Luotettavuus

Eri tutkimusten kesken luotettavuus ja pätevyys vaihtelevat riippuen tekijöistä, mutta tutkimuksissa pyritään välttämään virheiden syntymistä. Tästä syystä jokaisessa tutkimuksessa pyritään arvioimaan tehdyn tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimus- sekä mittaustapoja luotettavuuden arviointiin on useita erilaisia. Reliaabelius tutkimuksessa tarkoittaa mittaus- tai tutkimustulosten toistettavuutta. Reliaabeliuden voi todeta usealla tavalla. Esimerkiksi kun kaksi tutkijaa päätyy samaan tulokseen samasta aiheesta, voidaan tutkimusta pitää reliaabelina tai kun jotain tiettyä henkilöä arvioidaan kahtena tai useampana eri kertana ja saadaan sama tulos, niin voidaan tuloksia pitää reliaabeleina. (Hirsjärvi, Remes ja Sajavaara. 2015, 231.)

Tutkimuksen arviointiin liittyvä toinen käsite on validius eli pätevyys. Tutkimuksen pätevyydellä mitataan sitä, kuinka hyvin tutkimuksessa käytettävä mittari tai menetelmä mittaa juuri sitä mitä halutaankin mitata. Aina käytettävät menetelmät ja mittarit eivät vastaa sitä mitä tutkija kuvittelee mittaavansa, joten validiuden arviointi on syytä suorittaa huolella. (Hirsjärvi ym. 2015, 231.)

Luotettavuutta laadullisessa tutkimuksessa parantaa tarkka selostus tutkimuksen toteuttamisesta. Tarkkuus tutkimuksen selostuksesta koskee tutkimuksen kaikkia vaiheita. Olosuhteet aineiston tuottamisessa on syytä kertoa mahdollisimman totuudenmukaisesti ja selvästi. Esimerkiksi mahdolliset häiriötekijät, virhetulkinnat ja tutkijan oma itsearviointi tilanteesta tulisi kertoa selkeästi ja totuudenmukaisesti. Tulosten tulkinnassa myös tutkijan pitää kertoa millä perusteella näihin tulkintoihin on päädytty ja mihin tutkija nämä tulkinnat perustaa. (Hirsjärvi ym. 2015, 232.)

Luotettavuus tuli ottaa huomioon opinnäytetyön tutkimusta tehdessä, jotta tuloksia voidaan pitää tarpeeksi valideina. Tutkimuksessa on kerrottu käytetyt menetelmät mahdollisimman tarkasti, jotta lukija ymmärtää mitä on tutkittu ja miten. Tutkimuksen eteneminen on kuvattu loogisessa järjestyksessä, jotta lukija pystyy seuraamaan tutkimusten etenemistä selkeästi.

Hotellissa suoritettaviin haastatteluihin valikoitiin henkilöitä, joilla on pitkä työkokemus hotellialan työtehtävistä. Tällä valinnalla saatiin haastateltaviksi sellaisia henkilöitä, jotka ovat itse henkilökohtaisesti kokeneet digitalisaation tuomat muutokset alan toiminnassa. Haastateltavilla oli kokemusta myös muista hotelleista, joten näkökulmat eivät kohdistuneet pelkästään Original Sokos Hotel Tapiola Gardeniin, vaan saatiin käsitystä kokonaisvaltaisemmin koko

hotellialalla tapahtuneista muutoksista. Luotettavuutta olisi voinut parantaa laajemmalla, useammassa hotellissa suoritetuilla haastatteluilla, mutta opinnäytetyön aiheen rajausta olisi ollut huomattavasti haastavampaa. Tämä luotettavuustekijä saatiin minimoitua sillä, että useampi haastateltava oli työskennellyt muissakin hotelleissa.

Restonomiopiskelijoiden haastattelussa puolestaan valittiin kolmannen vuoden opiskelijoita, jotta heidän käsitys koulutuksesta olisi mahdollisimman laaja. Heidät myös valittiin haastateltavaksi sen takia, että heiltä löytyi kiinnostusta ja kokemusta hotellialasta. Haastateltavista lähes jokainen oli työskennellyt hotellissa, joka puolestaan lisäsi haastattelun validiutta.

5 Tulokset ja kehitysehdotukset

Tutkimuksen tulokset luotiin hotellin esimies- ja vastaanottohaastatteluiden pääkohdista. Varausjärjestelmien muuttuminen ei-Internetpohjaisesta Fidelio-järjestelmästä, Internetpohjaiseen Opera-varausjärjestelmään, on yksi keskeisemmistä digitalisaation vaikutuksen tuloksista hotellialalla. Ennen Opera-varausjärjestelmää suurin osa varauksista tuli faksin ja puhelimen kautta ja ne kirjattiin manuaalisesti Fidelio-järjestelmään. Nykyään taas suurin osa varauksista tulee suoraan Internetin eri varaussivustojen kautta ja varaukset rekisteröityvät automaattisesti ilman välikäsiä Opera-varausjärjestelmään. Tämä on helpottanut ja yksinkertaistanut työtä varausjärjestelmien parissa. Faksia ei nykyään enää käytetä ollenkaan hotellien varauksiin liittyen, joka on seurausta digitalisaation vaikutuksista alaan.

Digitalisaation myötä alalta on poistunut joitain työtehtäviä. Tietotekniikan ja digitalisaation myötä, yksi ihminen pystyy tekemään samat asiat, mikä on aiemmin vaatinut monen ihmisen työpanosta. Mikäli kehitys jatkuu samanlaisena, tulee yhden ihmisen vastuualue laajenemaan.

Yksi digitalisaation tuomista järjestelmistä on Ideas-järjestelmä, joka on esimiesten työkalu. Ideas-järjestelmä muun muassa määrittää päivittäiset hotellihuonehinnat. Ennen Ideas-järjestelmää huonehinnat määriteltiin itse varausten määrien ja kilpailijahotellien hintojen mukaan. Digitalisaation myötä hotellien huonekeskihinnat ovat nousseet, koska tietokone laskee huoneiden hinnat ihmisen sijaan.

Etenkin hotellin esimiestehtävissä lähes kaikki tehdään tietokoneen avulla eri ohjelmilla. Esi miehen tulee hallita eri ohjelmia ja järjestelmiä, jotta työnteko on sujuvaa. Tästä johtuen suurimpana haasteena ja uhkana pidetään Internet-yhteyden tai järjestelmien kaatumista. Digitalisaation vaikutuksena työnteko ilman Internetyhteyttä tai järjestelmien toimivuutta on lähes mahdotonta.

Nykyään asiakkaat ovat tietoisempia kuin ennen vanhaan, mikä puolestaan johtuu suurimaksi osaksi Internetistä löytyvien tietojen helposta saatavuudesta. Markkinointi on nykyään erittäin tärkeässä roolissa hotellin toiminnassa ja etenkin esimiestehtävissä tulee osata markkinoita ja myydä tuotteita ja palveluita asiakkaille. Digitalisaation myötä kehittyneet sosiaalisen median kanavat ovat nykyään erittäin tärkeässä roolissa markkinoinnin kannalta. Esimiesten tulee osata käyttää sosiaalisen median kanavia tehokkaasti ja oikeaoppisesti asiakkaita houkutellakseen.

Esimiesten lisäksi myös vastaanottovirkailijoiden tulee osata käyttää useita eri tietokoneohjelmia ja järjestelmiä. Vastaanottovirkailijan tulee hallita hotellivarausjärjestelmän lisäksi lukuisia merkittäviä ohjelmia, kuten esimerkiksi Online Travel Agency-sivustot, S-Card jäsenkorttiohjelma, taksi-järjestelmä, ravintolan varausjärjestelmä, sekä Internet maksuohjelma.

Kehitysehdotuksia lähdettiin luomaan haastatteluiden tulosten perusteella. Kehitysehdotuksia varten pohdittiin kaikki haastatteluiden tulokset läpi. Haastatteluiden tuloksia verrattiin toisiinsa, jotta niiden yhtäläisyydet sekä ongelmakohdat saadaan koottua kehitysideoiksi. Kehitysideoiden pohjalla oli ajatus, että restonomikoulutusta saataisiin vastaamaan paremmin hotellialan nykyajan vaatimuksiin. Koulutuksen laatu sekä siellä saadut taidot näyttelevät suurta roolia etenkin hotellialan esimiestehtävissä. Hotellialan esimiestehtävissä tarvitaan tiettyjä erityisosaamisalueita, joita restonomikoulutuksen olisi hyvä tarjota alasta kiinnostuneille opiskelijoille. Hotellialaa koskevat jatkuvat muutokset tulisi huomioida koulutuksen rakenteessa ja suunnittelussa.

Suurin osa kehitysehdotuksista ilmeni restonomiopiskelijoille suunnatusta haastattelusta, jonka aihealueet oli valikoitu hotellihaastatteluiden perusteella. Keskeisimmäksi kehitysehdotukseksi nousi koulutuksen muuttaminen enemmän yksilön kiinnostuskohteiden suuntaiseksi. Koulutukseen tulisi kuulua selkeämmin erikoistuminen haluamaansa alaan. Toisin sanoen opiskelija voisi valita tietyn pääaineen, jotta koulutus kehittäisi opiskelijoista erikoisosaajia nykyisen yleisosaamisen sijaan. Opintojen kulku jaettaisiin ensimmäisen vuoden perusopetukseen sekä toisena vuotena alkaviin erikoistumisopintoihin. Pääaineina olisi ravintola-alan-, hotellialan- ja tapahtumantuottamisalan koulutus. Ensimmäisenä opiskeluvuotena opiskelijoille tulisi kertoa mahdollisimman monipuolisesti eri aloista sekä niissä olevista uramahdollisuuksista, jotta pääaineen valinta sujuisi helpommin. Pääaineen valinta vaikuttaisi myös työharjoittelupaikan valintaan. Pääaineen tuoman osaamisen avulla opiskelijat saisivat enemmän hyötyä koulutuksesta, ja olisivat oman alan erikoisosaajia. Tämä mahdollistaisi myös urakehityksen nopeutumista alan työtehtävissä. Lisäksi alalla erottuminen on nykyään tärkeää ja erikoistuminen auttaisi siinä huomattavasti.

Kehitysideaksi valittiin myös nykyisten Bar Laureassa toteutettavien opintojaksojen tilalle toisenlainen ratkaisu. Toisen vuoden Bar Laurea työvuorot tulisi muuttaa siten, että erikoistumislinjan mukaan vuorot tehtäisiin valinnaisesti joko hotellissa, Bar Laureassa tai Laurea Eventsissä, mikä on Laurean sisäinen tapahtumantuottamiseen keskittyvä yksikkö. Tämä muutos auttaisi erikoistumisopinnoissa tuomalla käytännön kokemusta haluamastaan alasta heti erikoistumisen alkuvaiheessa.

Yhtenä kehitysideana on hotellialaan erikoistuneille opiskelijoille järjestettävä varausjärjestelmiä kouluttava opintojakso, jossa käydään läpi yleisimpien hotellivarausjärjestelmien (esimerkiksi Opera) käyttöä ja toimintoja käytännössä. Opiskelijat jotka osaavat jo varausjärjestelmän käyttöä esimerkiksi aikaisemmista opinnoista tai työkokemuksen kautta voisivat tehdä kyseisen opintojakson tilalla muita opintoja. Hotellivarausjärjestelmän käytön opettaminen auttaisi huomattavasti opiskelijoiden toimintaa hotellissa olevissa harjoitteluvuoroissa. Vaikkakin hotelleilla on usein erilaisia versioita esimerkiksi Opera-varausjärjestelmistä, niin perusosaaminen auttaisi taitojen kehittymistä hotellityöskentelyssä. Varausjärjestelmän osaaminen auttaisi myös opiskelijoita saamaan helpommin työharjoittelupaikkoja, sillä sen kouluttaminen työpaikalla on usein aikaa vievää, jos on kyseessä henkilö kuka ei tiedä varausjärjestelmien toiminnasta mitään.

Hotellipuolen haastatteluissa ilmennyt markkinointitaidon tärkeys on hyvä myös ottaa huomioon restonomikoulutuksessa. Markkinointiin tulisi keskittyä tarkemmin opinnoissa pääaineesta huolimatta, sillä markkinointi on nykyajan kovassa kilpailutilanteessa merkittävässä roolissa alasta riippumatta. Pakollisessa markkinoinnin opintojaksossa käydään perusperiaatteiden lisäksi sosiaalisen median markkinointia, joka on tänä päivänä yksi yritysten tärkeimmistä markkinointikanavista. Sosiaalisen median markkinoinnin osaaminen huomattiin puutteelliseksi restonomeille tehdyssä haastattelussa ja kehitysidea syntyi sen ja hotellihaastatteluissa ilmenneiden vaatimusten pohjalta.

Yhtenä kehitysideana on ryhmätöiden muuttaminen osittain yksilötehtäviksi, sillä usein Laureassa toimitaan ryhmissä, jolloin yksilötasolla ei välttämättä opita niin monipuolisesti esimerkiksi tietokoneen käyttöön liittyviä asioita. Ryhmätöissä yleensä työt jakautuvat sen jäsenten vahvuuksien mukaan, joten usein tietyt henkilöt toimivat aina ryhmänjohtajina. Yksin tehtynä tehtävissä oppii ajanhallintaa, paineensietokykyä, eri osa-alueiden tekemistä sekä vastuuta, jolloin oppii myös tärkeitä taitoja esimerkiksi esimiestehtäviä varten. Yksilöinä toimiessa pysyy myös esimerkiksi tietokoneen käyttötaidot paremmin muistissa, kun joku muu ei tee itselle haastavia tehtäviä puolestasi. Tehtävät jotka tehdään silti ryhmittäin, tulisi toimia niin että jokainen opiskelija pääsisi jossain vaiheessa ottamaan vastuuta ryhmänjohtajana. Ryhmänjohtajana oppii delegoimaan eri työtehtäviä, toimimaan esimiesroolissa, aikatauluttamaan töiden etenemistä sekä kantamaan vastuuta päätöksistään ja ryhmästään. Johtamistaito

ja paineensietokyky ovat hotellihaastattelujen mukaan erittäin tärkeitä taitoja muuttuvalla hotellialalla.

Taulukossa 1 kerrotaan lyhyesti merkittävimmät tulokset ja kehitysideat. Taulukossa on jokaiselle haastattelun pääkohdille oma laatikko. Kaavio tehtiin selkeyttämään tärkeimpien tulosten lukemista.

	Mitä?	Miksi?	Mitä vaaditaan?	Muuta
Esimies tulokset	Tietokoneen avulla tehdään lähes kaikki työt	Tietokoneohjelmiä/järjestelmiä on tullut paljon lisää, ja työ on yhä enemmän digitaalista	Tietotekniset- sekä markkinointitaidot ovat tärkeitä	Melkein kaikki tietoliikenne kulkee Internetin kautta
Vastaanotto henkilöstön tulokset	Varausjärjestelmä on nykyään internet pohjainen.	Varausjärjestelmään tulee automaattisesti varaukset Internetin kautta	Tietokonetaitoja, varausjärjestelmän osaaminen	Faksia ei käytetä enää juuri ollenkaan eikä varauksia kirjata käsin
Restonomi kehitysideat	Pääaineen valinta toisena opiskeluvuotena	Opiskelija saa laajan erityisosaamisalueen valitsemallaan linjalla	Koulutuksen muuttamista enemmän valinnaisiin opintoihin perustuvaksi	Markkinointiin tulisi kiinnittää enemmän huomiota koulutuksen aikana

Taulukko 1: Keskeisimmät tulokset ja kehitysideat

Ylläolevassa taulukossa horisontaalisessa linjassa on aihealueet, ja vertikaalisessa linjassa on haastatteluryhmät, joiden tuloksia käydään läpi. Taulukon ensimmäisessä kohdassa on hotellin esimiesten haastatteluissa ilmenneitä asioita, jonka pääkohta on että esimiestyö on nykyään yhä enemmän tietokoneella tehtävää työtä. Seuraavassa kohdassa käydään vastaanoton henkilökunnalle tehtyjen haastatteluiden tuloksia. Niistä oleellisin tulos oli varausjärjestelmien muutos Internetpohjaiseen Opera-varausjärjestelmään. Viimeisessä kohdassa käydään läpi restonomiopiskelijoille suunnatussa haastattelussa nousseita osa-alueita. Ilmenneistä kehitysideoista merkittävin oli restonomikoulutuksen muuttaminen enemmän valinnaisiin opintoihin, jossa valittaisiin pääaine kiinnostuskohteiden pohjalta.

6 Johtopäätökset ja pohdinta

Opinnäytetyö oli erittäin antoisa kokemus. Matkan varrella oli monia haasteita joista oppi hyvin paljon. Opinnäytetyön aloitus ja oikean aiheen löytäminen oli työn haasteellisin vaihe. Mielenkiintoisen aiheen löytymisen jälkeen opinnäytetyötä oli erittäin mielekästä lähteä rakentamaan haluttuun suuntaan. Opinnäytetyön aihe oli mielenkiintoinen, koska samantyyllisiä tutkimuksia on tehty vain hyvin vähän aikaisemmin. Lisäksi halu luoda konkreettisia kehitysideoita auttoi työn eteenpäin viemisessä. Opinnäytetyö suoritettiin parityöskentelynä, jossa oli sekä hyvät ja huonot puolet. Aluksi oli vaikea saada aikatauluja sopimaan yhteen ja työskentely yhdessä oli alussa haasteellista. Opinnäytetyön etenemisen aikana kuitenkin parityöskentely osoittautui oikeaksi valinnaksi, kun yhteinen motivaatio työn tekemiseen löytyi ja konkreettista tuotosta alettiin saada, alkoi työskentely sujua mallikkaasti. Suunnittelun jälkeen alettiin kirjoittaa opinnäytetyön aiheita vastaavaa teoriapohjaa. Teoriaosuudessa haasteena oli hyvien lähdemateriaalien löytäminen. Sopivia lähdemateriaaleja löydettiin laajojen etsintöjen jälkeen ja niiden pohjalta pystyttiin rakentamaan laaja tietoperusta. Teoriaosuus kirjoitettiin lähes kokonaan kahdestaan, jotta kirjoitusasu olisi yhtäläinen. Teoriaosuudessa oli joitain aiheita josta oli erittäin haasteellista löytää laadukasta materiaalia, mutta tehokkaalla etsimisellä saatiin niihinkin aiheisiin laadukasta teoriaa. Teoriaosuuden ohella, keskityttiin opinnäytetyön tutkimusosuuteen kuuluviin haastatteluihin. Haastattelukysymykset rakentuivat luontevasti sitä mukaa kun teoriapohjassa oli käsitelty kyseisiä aihealueita. Kysymysten tuli myös olla aiheeseen sopivia sekä niitä laatiessa tuli ottaa huomioon se, kenelle ne oli suunnattu.

Haastatteluiden järjestäminen oli yksi suurimmista haasteista opinnäytetyön aikana. Ryhmähaastatteluiden toteuttaminen hotellissa, jossa työajat ovat vaihtelevia, koettiin haastavaksi, koska useamman työntekijän samanaikainen haastattelu vaati monien aikataulujen yhteensovittamista. Haastatteluajankohdat saatiin kuitenkin sovittua suhteellisen nopeasti ja hotellissa suoritettavia haastatteluja päästiin suorittamaan aikataulussa. Haastattelut sujuivat kuitenkin ilman ongelmia ja niistä saatiin toivotunlaisia tuloksia. Haastatteluaiheet olivat haastateltavien mukaan ajankohtaisia sekä mielekkäitä, joka lisäsi aiheen kiinnostavuutta entisestään. Hotellissa järjestetyistä haastatteluista saatiin hyvä ja laaja kuva alalla vaadittavista taidoista sekä alaa koskevista muutoksista. Näiden perusteella olikin suhteellisen helppoa rakentaa haastattelu Laurea ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijoille. Hotellihaastatteluissa tuli hyvin tietoa digitalisaation konkreettisista ja varsin merkittävistä vaikutuksista eri työtehtäviin, mutta restonomiopiskelijoille suunnatussa haastattelussa keskityttiin enemmän itse hotellityöskentelyn haasteisiin ja siihen valmistavan koulutuksen sisältöön. Restonomiopiskelijoille suunnattu haastattelu sujui myös erittäin hyvin ja haastateltavilla oli erittäin hyviä näkökulmia haastattelun erilaisiin aiheisiin.

Haastattelujen perusteella luotiin kehitysideoita, jotka ovat realistisia toteuttaa tulevaisuudessa. Kehitysideoita saatiin monipuolisesti laadittua, joka olikin koko opinnäytetyön tarkoituksena. Kehitysideoiden toimeenpano vaatisi kuitenkin suuria muutoksia nykyiseen opintosuunnitelmaan. Muutokset ovat kuitenkin mahdollisia ja haastatteluiden perusteella toivottuja, jotta tulevaisuudessa ammattikorkeakoulun restonomiopiskelijat olisivat valmiimpia työelämän haasteisiin valmistuttuaan.

Hotelliala, kuten moni muukin ala on nykyään nopeasti kehittyvää, joten koulutuksen tulisi pysyä ajan hermoilla nykyistä tehokkaammin. Digitalisaation takia kehitys on ehkäpä nopeampaa kuin ikinä aikaisemmin, ja tämä tulisikin ottaa huomioon koulutuksen suunnittelussa. Alle kymmenessä vuodessa monet hotellialan työtehtävät ovat muuttuneet radikaalisti, ja sen tulisi näkyä myös koulutuksessa. Opinnäytetyön tekeminen tällaisesta aiheesta on mielenkiintoista sen takia, että saadaan konkreettisia kehitysideoita luotua. Vaikka tällä opinnäytetyöllä ei pystyisi suoranaisesti vaikuttamaan tulevaisuuden restonomikoulutuksen sisältöön, oli työn tekeminen silti sen arvoista. Työn aikana oppi paljon uutta hotellialan haasteista, muutoksista sekä tulevaisuuden odotuksista. Positiivisena yllätyksenä oli restonomiopiskelijoiden halu kehittää koulutusta uudenlaiseen suuntaan, mikä kertoo siitä että tutkimusaihe on monien opiskelijoiden mielestä ajankohtainen. Hotellialan muutokset tulevat luultavasti jatkumaan tulevaisuudessa yhtä nopeina tai jopa nopeampina kuin tänä päivänä, ja alan koulutuksen tulisi pysyä mukana muutosten tahdissa mahdollisimman hyvin.

Lähteet

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. Tutkimushaastattelu. Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2013. Tutki ja kirjoita. 18. Painos. Porvoo: Bookwell.

Hirsjärvi, S. & Remes, P. & Sajavaara, P. 2015. Tutki ja kirjoita. 20. Painos. Porvoo: Bookwell.

Ilmarinen, V. & Koskela, K. 2015. Digitalisaatio. Yritysjohdon käsikirja. Talentum.

McGuire, K. 2016. Hotel pricing in a social world. Driving value in the digital economy. New Jersey: John Wiley & Sons Inc.

Rautiainen, M. & Siikonen, M. 2015. Hotellivaraukset. Majoitusala tutuksi. Yhdeksäs painos. Vantaa: Hansaprint.

Turkki, T. 2009. Nykyaikaa etsimässä. Suomen Digitaalinen tulevaisuus. Helsinki: Yliopistopaino

Valorinta, V. 2008. Hotellivarausten arvoketju. Lönnberg Print: Booking Partner.

Sähköiset lähteet

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2015. Digitaalisen matkailumarkkinoinnin ja myynnin haasteet ja ratkaisuehdotukset. Viitattu 2.10.2016. http://www.kulmat.fi/images/tiedostot/Artikkelit/TEM_digitaalinen_matkailumarkkinointi.pdf

Opintopolku. Matkailu-, ravitsemis- ja talousala ammattikorkeakoulussa. Viitattu 10.10.2016. <https://opintopolku.fi/wp/ammattikorkeakoulu/mita-amkssa-voi-opiskella/matkailu-ravitsemis-ja-talousala/>

Laurea. 2016. Matkailu- ja palveluliiketoiminnan koulutus. Viitattu 10.10.2016. <https://www.laurea.fi/opiskelu-ja-hakeminen/amk-tutkinnot/matkailu-ja-palveluliiketoiminta>

Julkaisemattomat lähteet

Korkiakangas, M. 2016. Henkilökohtainen tiedonanto.

Taulukot

Taulukko 1: Keskeisimmät tulokset ja kehitysideat	37
---------------------------------------------------------	----

Liitteet

Liite 1: Hotellihaastattelun kysymykset	43
Liite 2: Restonomiopiskelijoiden haastattelukysymykset	44

Liite 1 Hotellihaastattelun kysymykset

1. Miten työtehtävät ovat muuttuneet? (omia kokemuksia)
2. Miten digitalisaatio vaikuttaa työnkuvaanne? (Järjestelmät); miten järjestelmät ovat kehittyneet, mitä uutta on tullut/ mitä jäänyt pois/ miten helpottanut hommaa.
3. Millaisia taitoja alalla vaaditaan? (digitaaliset taidot)/ miten digitalisoituminen on vaikuttanut osaamisvaatimukseen/ mistä aiemmasta osaamisesta hyötyä/ miten ehtii oppia uutta/ mikä vaikeinta?
4. Miten näette tulevaisuuden kehityksen alalla? (tuleeko uusia järjestelmiä, kehittääkö jotain/ miten työn tekeminen muuttuu/ helpottuu/ monimutkaistuu/ säilyy asiakaslähtöisenä/ miten palvelulupaukset lunastetaan kun toimitaan digitaalisesti?)
5. Mitkä ovat digitalisaation suurimmat vaikutukset hotellialan toimintaan? / markkinointiin/ kannattavuuteen/ palveluun/ henkilöstöasioihin/ asiakassuhteiden hoitamiseen/ johtamiseen
6. Miten tulevaisuuden digitalisiin haasteisiin varauduttu?

Liite 2 Restonomiopiskelijoiden haastattelukysymykset

1. Onko teillä kokemusta hotellityöstä?
2. Onko teillä kiinnostusta tehdä hotellityötä?
3. Onko mielestänne koulussa opetettu hotellialaan liittyviä asioita? Mitä? Miten?
4. Voisiko olla enemmän hotellialaan liittyvää koulutusta? (valinnaisia kursseja) Millaisia? Mitä osa-alueita?
5. Mitä luulette että millaisia digitalisia taitoja hotellialalla tarvitaan?
6. Tulisiko digitalisia taitoja opettaa enemmän koulussa? Miksi?
7. Opetetaanko koulussa mielestänne markkinointia tarpeeksi? (Some-markkinointia?) Tarvitaanko lisää?
8. Onko mielestänne johtamiseen liittyviä asioita opetettu koulussa? Tarvitseeko lisää?

Kysymysten jälkeen kerrotaan hotelli haastatteluissa ilmenneitä kohtia ja koitetaan niiden pohjalta saada aikaan keskustelua.