

Opinnäytetyö (AMK)

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma

Ravintola-ala

2014

Iina-Majja Frantti

TOISEN ASTEEN RAVINTOLA- ALAN OPIKELIJOIDEN ODOTUKSET JA KOKEMUKSET ALAN OPINNOISTA

- Case Salon Ammattiopisto



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

OPINNÄYTETYÖ (AMK) | TIIVISTELMÄ

TURUN AMMATTIKORKEAKOULU

Palvelujen tuottamisen ja johtamisen koulutusohjelma | Ravintola-ala

2014 | Sivumäärä 61

Annika Karppelin

lina-Maija Frantti

TOISEN ASTEEN RAVINTOLA-ALAN OPISKELIJOIDEN ODOTUKSET JA KOKEMUKSET ALAN OPINNOISTA

Tässä opinnäytetyössä tutkittiin Salon Seudun Ammattiopiston ravintola-alan opiskelijoiden odotuksia ja kokemuksia ravintola-alan opinnoista sekä alasta yleisesti. Kyselytutkimuksia suoritettiin kaksi, joihin osallistui yhteensä 77 opiskelijaa eri vuosikursseilta. Tarkoituksena oli selvittää, miksi alan opintoihin haettiin ja oliko esimerkiksi ammattiopiston käyttämä markkinointi tai joku muu vaikuttanut alan valintapäätökseen. Lisäksi kyselyn avulla selvitettiin opiskelijoiden tyytyväisyyttä opintoihin ja sitä, millaisia mielikuvia ravintola-alasta oli muodostunut.

Iso osa vastanneista vastasi innostuneensa ammatinalasta yläkoulun kotitaloudentunneilla, kotona tai olleen kiinnostunut alasta jo pitkään itse. Myös ravintola-ala-aiheisten televisio-ohjelmien suosio vaikutti kiinnostukseen positiivisesti. Oma kiinnostus oli suurin syy hakeutua alalle, mutta myös työllistymisen mahdollisuus houkutteli opintoihin.

Salon Ammattiopiston ravintola-alan peruskoulutukseen sekä yleisesti ammatinvalintaan oltiin pääosin tyytyväisiä. Vastanneiden mielestä oppilaitoksen käyttämä markkinointi vastasi todellisuutta hyvin.

Positiivisista tutkimustuloksista huolimatta Salon Seudun Ammattiopiston ravintola-alan peruskoulutukseen hakijoiden määrä on laskenut viime vuosina. Tutkimustulosten avulla pystyttiin luomaan kehitysehdotuksia opetuskeinoihin sekä markkinointiin, jotta yksittäistä opiskelualaa pystyttäisiin tuomaan paremmin esille. Koska suuri osa vastanneista käytti vapaa-ajallaan sosiaalista mediaa ja seurasi ravintola-alaa koskevia aiheita niiden välityksellä, voisi alakohtaista markkinointia parantaa eri some-palveluiden avulla.

ASIASANAT:

Ammattikoulu, ravintola-ala, ravintolakokki, kyselytutkimus, markkinointi, sosiaalinen media, some

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Hospitality Management | Restaurant Services

2014 | Total number of pages 61

Annika Karppelin

lina-Majja Frantti

THE EXPECTATIONS AND EXPERIENCES OF A RESTAURANT SERVICES STUDENT

This thesis studied the expectations and experiences of a student studying restaurant services in Salo Vocational School, Salon Seudun Ammattiopisto. The goal of the thesis was to run two different surveys for restaurant services students studying in different grades. The surveys were made to clarify what made the students choose restaurant services for their field of study and why. With the help of the surveys it was also a goal to find out whether the marketing ran by the school had an effect on the student's decision making. All in all 77 students took part in the survey.

Majority of the students who took part in the survey were already interested in restaurant services in household classes held in secondary schools. Also the popular TV-shows about restaurants had an effect on their decisions.

The students were mostly pleased with their studies in the vocational school and their whole decision about their field of study. Majority also answered that the marketing was realistic and met with the practices.

Despite the positive results of the surveys, the number of the applicants in the restaurant services studies have decreased within few years. From the survey results it was possible to make some development proposals, especially in the marketing field. According to the surveys, majority of the students use multiple services in the social media. Social media could be used as a marketing tool and help increasing the interest of a single field on study.

KEYWORDS:

Restaurant services, vocational school, student, marketing, social media

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 SALON SEUDUN AMMATTIOPISTO	7
Hotelli-, ravintola- ja catering-alan ammatin ja koulutuksen kuvaus	7
3 MARKKINOINTI	9
3.1 Markkinoinnin määritelmä	9
3.2 Palvelujen markkinointi	9
3.3 Imago	10
3.4 Markkinointi sosiaalisessa mediassa	10
3.5 Koulujen markkinointi	12
3.6 Salon Seudun Ammattiopiston markkinointi	13
4 TUTKIMUSMENETELMÄT	15
4.1 Kyselytutkimus	15
4.2 Kvantitatiivinen kyselytutkimus	16
4.3 Internetin välityksellä suoritettava kysely	16
5 TUTKIMUSTULOKSET	18
5.1 Kyselytutkimusten tiedot	18
5.2 Kysely 1: Opiskelijoiden tyytyväisyys ravintola-alan opintoihin	19
5.2.1 Perustiedot	19
5.2.2 Opiskelijoiden odotukset ja tyytyväisyys yleisesti	19
5.2.3 Opiskelijan omat voimavarat ja oppimistyylit	21
5.2.4 Ryhmähenki ja opetus	22
5.2.5 Opiskelijoiden työelämä ja tulevaisuudensuunnitelmat	25
5.2.6 Mielikuvat ravintola-alasta	28
5.3 Kysely 2: Opiskelijoiden odotukset ja markkinoinnin toimivuus	30
5.3.1 Perustiedot	30
5.3.2 Markkinoinnin vaikutus ja näkyvyys	33
5.3.3 Opiskelijan omat voimavarat	34
5.3.4 Mielikuvat ja odotukset ravintola-alasta	35
6 PÄÄTELMÄT JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET	38
6.1 Tulosten vertailu	38

6.2 Johtopäätökset ja kehittämissuhteet	39
---	----

LÄHTEET	43
----------------	-----------

LIITTEET

Liite 1. Kysely toisen- ja kolmannen vuoden oppilaille

Liite 2. Kysely ensimmäisen vuoden oppilaille

KUVAT

Kuva 1. Esimerkki Ammattiopiston Google-hakuvastauksista.	41
---	----

TAULUKOT

Taulukko 1. Opiskelijoiden tyytyväisyys ammatinvalintaansa.	20
Taulukko 2. Ravintola-alan opiskelu verrattuna opiskelijoiden odotuksiin.	20
Taulukko 3. Opiskelijoiden mielekkyys käydä koulussa.	21
Taulukko 4. Semanttinen differentiaali oppilaan sosiaalisuudesta.	22
Taulukko 5. Ryhmähengen vaikutus opiskelumotivaatioon.	23
Taulukko 6. Opiskelijoiden arvio koulunsa ravintola-alan opetuksesta.	24
Taulukko 7. Hyödyllisimmät oppimistavat.	24
Taulukko 8. Tulevaisuudensuunnitelmat.	26
Taulukko 9. Kiinnostavat työtehtävät.	27
Taulukko 10. Opiskelijoiden mielikuva alan palkasta	28
Taulukko 11. Mielikuvat ravintola-alan suosiosta.	29
Taulukko 12. Millaiseksi ravintola-alan työ koetaan.	29
Taulukko 13. Kiinnostus opiskelualasta omin sanoin.	31
Taulukko 14. Hakupäätökseen vaikuttavat tekijät.	32
Taulukko 15. Opiskelijoiden mielekkyys käydä koulussa. Kysely 2.	34
Taulukko 16. Semanttinen differentiaali opiskelijoiden sosiaalisuudesta. Kysely 2.	35
Taulukko 17. Odotukset ravintola-alan työn luonteesta.	36
Taulukko 18. Opiskelijoiden käyttämät tiedonlähteet ja -välineet.	37

1 JOHDANTO

Opinnäytetyönäni tutkin Salon ammattiopiston ravintola-alan opiskelijoita. Tarkoituksena oli selvittää, mikä sai opiskelijat hakemaan alalle, mitä opinnoilta odotettiin ja oltiinko koulutukseen tyytyväisiä. Samalla tutkin oliko oppilaitoksen käyttämä markkinointi vaikuttanut koulutusalan valintapäätökseen. Tutkimusmenetelmänä käytin kvantitatiivista kyselytutkimusta ja kohderyhmänä toimi ravintola-alan oppilaita eri vuosikursseilta. Kyselytutkimus suoritettiin kahdessa erässä – toisen- ja kolmannen vuosikurssin oppilaat vastasivat kyselyyn keväällä 2014, jossa selvitettiin tyytyväisyys opiskelun ja opetuksen laatuun sekä sen hetkisiä mielikuvia ravintola-alalla työskentelystä. Lokakuussa 2014 suoritettuun kyselyyn vastasivat koulutusalan ensimmäisen vuosikurssin oppilaat. Oppilailta selvitettiin, mikä sai heidät hakeutumaan alalle, millaisia odotuksia alasta oli ja oliko oppilaitoksen käyttämä markkinointi saavuttanut kyseisen kohderyhmän,

Toisin kuin esimerkiksi Turun ammatti-instituutissa, Salon ammattiopiston ravintola-alan opiskelijoiden hakijamäärät yhteishaussa ovat laskeneet viime vuosina. Kun Salossa ravintola-alan koulutukseen tarjotaan 60 opiskelupaikkaa, ja ensisijaisia hakijoita, (hakijoita, joiden ensimmäinen hakuvaihtoehto on ravintola-alan opinnot) on yhtä paljon eli 60, ei oppilaitokselle jää varaa valita tai karsia opiskelijoita. Esimerkiksi Turun ammatti-instituutin ravintola-alan perustutkintoon ensisijaisia hakijoita oli vuonna 2014 204, aloituspaikkoja 152 (Turun ammatti-instituutti 2014). Tulisi siis selvittää, miten hakijoita saataisiin lisää ja kuinka yksittäistä koulutusala pystyttäisiin markkinoimaan paremmin ja ennen kaikkea realistisemmin.

2 SALON SEUDUN AMMATTIOPISTO

Salon Seudun Ammattiopisto on osa Salon Seudun koulutuskuntayhtymää (SSKKY). SSKKY tarjoaa koulutusmahdollisuuksia ammattiopiston lisäksi aikuisopiston sekä oppisopimuskeskuksen puolella. Oppilaitos järjestää ammatillista peruskoulutusta noin 1700:lle opiskelijalle 35:ltä eri koulutusosalta. Hotelli-, ravintola- ja catering-alan toimipiste sijaitsee Salossa Venemestarinkadulla. Koulutusala tarjoaa vuosittain 60 aloituspaikkaa, joista neljä paikkaa YO-tutkinnon suorittaneille. (Salon Seudun Ammattiopisto 2014.)

Hotelli-, ravintola- ja catering-alan ammatin ja koulutuksen kuvaus

Tarkka määritelmä hotelli-, ravintola- ja catering-alan perustutkinnon suorittaneesta on henkilö, joka osaa toimia erilaisissa majoitus- ja ravitsemuspalvelutehtävissä asiantuntevasti ja asiakaslähtöisesti, sekä osaa työskennellä tehokkaasti ja säädösten mukaisesti.

”Hotelli-, ravintola- ja catering-alan perustutkinnon suorittaneella on monipuolista alan perusosaamista. Hän palvelee suomalaisia ja ulkomaisia asiakkaita ja pystyy toimimaan eri liikeideoilla toimivissa yrityksissä ja toimipaikoissa majoitus- ja ravitsemuspalvelutehtävissä. Perustutkinnon tavoitteena on saada alalle palveluhenkisiä, vastuullisia, oma-aloitteisia, luotettavia ja yhteistyökykyisiä työntekijöitä. Perustutkinnon suorittaneella on hyvä työntekijän aseman ja työelämän tuntemus. Hän noudattaa alan sopimuksia, säädöksiä ja yhteiskunnallisia velvollisuuksia. Hänellä on hyvät käytöstavat, hän on suvaitsevainen ja kunnioittaa eri kulttuureista tulevia työtovereita ja asiakkaita.

Hotelli-, ravintola- ja catering-alan perustutkinnon suorittanut toimii työssään asiakaslähtöisesti, kannattavasti ja tuloksellisesti huolehtien tuotteiden laatuvaatimuksista, turvallisuudesta, terveellisyydestä

ja esteettisyydestä. Hän arvostaa suomalaista ruoka- ja tapakulttuuria ja edistää sitä omalla toiminnallaan. Hän tuottaa työssään asiakkaille monipuolisia palveluja sekä huolehtii asiakkaiden tyytyväisyydestä. Hän tietää kuinka toimipaikan tulos muodostuu ja kuinka hän itse voi vaikuttaa siihen. Hänelle alkaa kehittyä vahva ammatti-identiteetti, hän on kiinnostunut ammattitaitonsa jatkuvasta kehittämisestä ja seuraa alan kehittymistä.”

”-- Perustutkinnon suorittanut hallitsee alan perusvalmiudet ja hän on lisäksi erikoistunut asiakaspalvelun, hotellipalvelujen tai ruoanvalmistuksen tehtäviin.”

(Hotelli-, ravintola- ja catering-alan opetussuunnitelma, Salon Seudun Koulutuskuntayhtymä 2013).

3 MARKKINOINTI

3.1 Markkinoinnin määritelmä

Vierulan mukaan markkinointi on integrointia. Se ei ole vain markkinointiosaston yksinoikeus, vaan siitä on vastuussa koko organisaatio. Myynnillisuus sekä markkinointihenkisyys ovat keskeisiä ehtoja yrityksen menestykselle. (Vierula 2009, 35.)

Markkinoinnissa pyritään mahdollisimman hyvään lopputulokseen asiakastyytyväisyyden avulla. Se on organisaation toiminnan ohjauksen ydin. Keskeisiä asioita markkinoinnissa ovat merkkituotteistamisen ja strategioiden kehittäminen, sillä niiden avulla palvelu- ja tuotekokonaisuus pystytään siirtämään asiakkaille. Markkinoinnin perustana on asiakkaan ja hänen tarpeidensa tyydyttäminen. Itse palvelu tai fyysinen tuote on pelkkä välikappale, ei itsetarkoitus. Niiden tarkoituksena on tuottaa lisäarvoa asiakkaille. (Rainisto 2004, 58.)

3.2 Palvelujen markkinointi

Palvelujen markkinointi on yksi markkinoinnin erikoisalue. Nykymarkkinoinnissa tuotteetkin voidaan ymmärtää palveluina, koska keskeistä palvelussa on asiakkaan tarpeen tyydyttäminen. Palvelualalla organisaation mielikuvaa ja imagoa rakennettaessa palvelujen aineettomuus on tärkeä tekijä. Asiakkaan ostopäätökseen vaikuttaa palveluntarjoajan imago, sillä palveluun ei pysty juurikaan tutustumaan etukäteen. Palvelu kun on toimintaa, ei esine. Sitä voidaan kuluttaa ja tuottaa samanaikaisesti, mutta ei varastoida. Onnistunut vuorovaikutus viestinnässä on palveluntarjoajan imagon kannalta tärkeää, sillä epäonnistunutta palvelua ei voida esineen tavoin palauttaa. (Rainisto 2008, 42-43.)

Salon Seudun Ammattiopistolla on imago hyvänä oppilaitoksena, ja ravintola-alan peruskoulutuksestakin on valmistunut hyvin työllistyneitä ja menestyneitäkin ravintola-alan ammattilaisia. Koulutusala tulisi markkinoida kuin palvelua, ja

tuoda esiin henkilökunnan osaaminen sekä siitä hyötyvien oppilaiden saama mahdollisuus – työllistyminen ja ura alalla.

3.3 Imago

Palveluajatus, toimiala sekä palvelun laatu vaikuttavat imagon muodostumiseen. Palveluajatuksen tulee vastata kahteen kysymykseen: mihin asiakashyötyyn organisaatio pyrkii ja mitkä palvelun ominaisuudet kertovat sen parhaiten? (Rainisto 2008, 43.) Imagon luominen ja vaikuttaminen asiakkaiden mielikuvin on tulevaisuudessa yhä tärkeämpää. Imago muodostuu monista eri toimintojen ja ympäristöjen osasista. Niiden yhteyksiä tutkimalla voidaan hahmottaa vahvuustekijöitä sekä kilpailutekijöitä ja niiden kokonaisuuksia uudella tavalla. (Rainisto 2008, 36.)

”Imagot perustuvat paikkaa koskevaan omaksuttuun tietoon, omiin kokemuksiin ja vastaanotettuun informaatioon. Kohde voi kuitenkin profiloitua tarjoamalla informaatiota, jonka toivotaan ohjaavan mielikuvia toivottuun suuntaan. Kohteesta muodostettu mielikuva ei ole sama kuin kohde itse. Mielikuva ei perustu pelkästään objektiiviseen tietoon vaan pitkälti ihmisen omiin asenteisiin ja arvoihin sekä niistä johtuviin odotuksiin. Mielikuva kohteesta on asenteen kaltainen tuntemusten ja arvojen kokonaisuus, joka syntyy ihmisen oman minäkuvan, ryhmäidentiteetin ja kohdetta koskevan informaation vuorovaikutuksesta.” (Rainisto 2008, 37.)

3.4 Markkinointi sosiaalisessa mediassa

Sosiaalinen media tarkoittaa palveluita, jotka toteutuvat niin kutsutun Web 2.0 teknologian avulla. Toisin kuin vanhanaikainen Web 1.0 internet, Web 2.0 koostuu sisällöistä, joiden tuottamisesta vastaa niin käyttäjät kuin ylläpitäjätkin. Sosi-

aalinen media on siis avointa, sosiaalista, osallistumiseen perustuvaa ympäristöä, jossa sen käyttäjät voivat tuottaa ja julkaista omia tuotoksia tai arvioida ja jakaa muiden tuottamia sisältöjä. (Juslén 2009, 116.)

Sosiaalisen median palveluita on mahdollista ryhmitellä eri perustein. Juslén (2011, 199) on jaoitellut palvelut kolmeen eri ryhmään niiden tarkoituksen perusteella: *verkottumispalveluihin, sisällön julkaisupalveluihin sekä tiedon luokittelu- ja jakamispalveluihin.*

Verkottumispalveluiden tarkoituksena on suhteiden ja erilaisten yhteisöjen luominen ja ylläpito virtuaalisesti. Esimerkiksi *Facebook* ja yritysten suosima *LinkedIn* ovat tämän kaltaisia verkostoitumistyökaluja.

Sisällön julkaisupalvelut tarjoavat kenelle tahansa mahdollisuuden julkaista erilaista sisältöä internetissä. Tällaisia sivustoja ovat esimerkiksi videopalvelu *YouTube*, valokuvien jakoon tarkoitettu *Flickr* sekä tietosanakirja *Wikipedia*. Myös blogit, eli päiväkirjamaiset sivustot kuuluvat sisällön julkaisupalveluihin.

Tiedon luokittelu- ja jakamispalvelut antavat käyttäjälleen mahdollisuuden luokitella ja jakaa internetistä löytämiään mielenkiintoisia sivustoja ja sisältöjä. Palveluita tarjoaa esimerkiksi *Digg* ja *Delicious*. (Juslén 2011, 199.)

Suomessa suosituin sosiaalisen median palvelu on *Facebook*. Sen ominaisia toimintoja ovat esimerkiksi tilapäivitysten, kuvien tai videoiden julkaisu ja jakaminen. Muiden julkaisuista voi myös tykätä ja niitä voi kommentoida. Yrityksille ja organisaatioille on mahdollista luoda oma *Facebook*-käyttäjä tai -sivu, jota voi käyttää yhtenä mainonnan työkaluna. (Juslén 2011, 241–243.)

Sosiaalisessa mediassa ideana on osallistuminen. Tällaista yhteisöllistä osallistumista ja sen neljää tukijalkaa voidaan mallintaa neljän C:n mallilla (Leponiemi, Soininen & Wasenius 2010, 112–113).

- **Sisältö** (*content*) on se, josta sosiaalinen media muodostuu. Jaettu ja tuotettu sisältö ovat sosiaalisen median peruselementtejä.

tejä. Käytettäessä sosiaalista mediaa markkinoinnissa, on tuotettava sellaista sisältöä joka herättää mielenkiintoa ja on tarvittaessa informatiivista.

- Konteksti (*context*) on viitekehys, jossa sisältö esiintyy, ja joka yhdistää tuotetut sisällöt laajemmaksi ja yhteneväisemmäksi kokonaisuudeksi.
- Yhteisön jäsenten jakaessa sisältöä eteenpäin on kyse yhdistymisestä (*connectivity*). Jotta sisältö olisi löydettävissä, on sen eteenpäin jakaminen keskeinen tekijä koko sosiaalisen median toiminnassa. Varsinkin blogeissa on yleistä linkittää sisältöjä toisiinsa, jotta ne olisivat yhä useamman käyttäjän löydettävissä.
- Tuloksellisuuden varmistamiseksi tärkeää on myös jatkuvuus (*continuity*), eli osallistuminen keskusteluun sekä virtuaalinen läsnäolo.

3.5 Koulujen markkinointi

Kouluja markkinoidaan usein positiivisella minäkuvalla ja sitä ilmaisevalla tiedottamisella. Koulujen esitemateriaaleissa saattaa esimerkiksi esiintyä mainoslauseita, kuten ”tätä kaikkea yhdessä ja yksin, tavoitteena mielekäs oppiminen”. Esitteissä annetaan lupauksia ja kerrotaan entisten opiskelijoiden positiivisia kokemuksia koulusta. Jotkut koulut, kuten lukiot, mainitsevat markkinoinnissa opiskelijoidensa hyvistä arvosanoista, kun taas osa mainitsee kaikki koulua tukevat yhteistyökumppanit ja sponsorit. (Junkkari 2001, 77.)

Kouluja markkinoidessa avuksi voidaan ottaa tuotteistaminen, jonka tavoitteena on markkinoinnin avulla erottautuminen. Erilaistumisen on aina perustuttava tekijään, joka voi koulujen tapauksessa olla erikoistuminen tiettyyn alaan tai oppiaineeseen. (Junkkari 2001, 79.)

Tehokkaan markkinoinnin saavuttamiseksi on tärkeää, että palvelun tuottajan henkilökunta, tässä tapauksessa koulun henkilökunta, sitoutuu lupauksiin joita markkinoinnissa annetaan. Mikäli sitoutumista ei tehdä ja tyydytään pelkkään markkinointiviestintään, hukataan resursseja ja pahimmassa tapauksessa petetään käyttäjiä (oppilaita) harhaanjohtavalla markkinoinnilla. Näin käy, jos henkilökunta ei ole motivoitunut tuottamaan luvattua kaltaista palvelua, eli jos sisäinen markkinointi epäonnistuu. Jos koulun oppiaineet eivät todellisuudessa eroa tavallisesta tuotetusta peruspalvelusta, ei myöskään voida mainostaa koulun olevan erikoistunut tiettyihin aineisiin. (Junkkari 2001, 82.)

3.6 Salon Seudun Ammattiopiston markkinointi

Salon Seudun Koulutuskuntayhtymä on lähiaikoina verkostoitunut vahvasti sosiaalisen median avulla. SSKKY markkinoi itseään usean eri välineen avulla, kuten muun muassa verkostoitumistyökalu *LinkedIn*:in, *Facebookin*, kuvapalvelu *Instagramin* ja *Pinterestin* sekä blogialusta *Bloggerin* kautta. Aikuiskoulutus- sekä oppisopimuskeskus mainostavat lisäksi paikallisessa sanomalehdessä lähes vuoden ympäri. Ammattiopiston koulutusaloja markkinoidaan eniten yläkoululaisten yhteishaun aikana. Markkinoinnissa käytetään esimerkiksi avoimet ovet-päivää sekä yläkoululaisten omaa tutustumispäivää, jolloin yläkoulujen oppilaat pääsevät tutustumaan oppilaitokseen ja näkemään koulutusalamahdollisuuksia käytännössä. Tutor-opiskelijat kiertävät yläkouluissa esittelemässä koulutusala tarjontaa, ja oppilaille jaetaan *Jatkoon!*-hakuopas, joka sisältää kaikki lähiseudun lukiot sekä ammatilliset koulut. Hakuopas sisältää kaikista koulutusaloista informaatiota ja lyhyen esittelyn, sekä esimerkiksi entisen oppilaan kertomuksen alasta. Näiden lisäksi oppilaitosta mainostetaan paikallisissa sanoma- ja viikko-lehdissä, ja mainoskylttejä ja -lakanoita löytyy niin teiden varsista, oppilaitoksen ulkopuolelta kuin paikallisbussien takaikkunoiltakin. Ammattiopistolla on myös oma Facebook-sivu, jossa jaetaan tietoa koulun ajankohtaisista asioista ja tapahtumista

Koska Koulutuskuntayhtymä tarjoaa 35 eri koulutuslavaihtoehtoa, on oppilaitoksen mahdotonta markkinoida jokaista koulutusala erikseen. Koulutusaloilla on oppilaitoksen www-sivuilla omat esittelysivunsa, jossa kerrotaan esimerkiksi opiskelijoiden tarjoamista palveluista, kuten ravintola- ja catering-alan opetusravintolan ja kahvilan ruoka- ja tilauspalveluista.

Osa koulutusaloista on pyrkinyt tuomaan alaansa esille blogin avulla. Blogiteksteissä kerrotaan alojen omista tapahtumista ja projekteista, joiden avulla saadaan realistinen kuva alan opiskelusta ja arjesta. Blogia käyttävät jo esimerkiksi hiusalan ja muotoilualan koulutukset. Ravintola- ja catering-alan koulutuksella blogia ei vielä ole.

4 TUTKIMUSMENETELMÄT

4.1 Kyselytutkimus

Kysely on aineiston keräämisen tapa, jossa kysymysten muoto on standardoitu eli vakioitu. Näin ollen kaikilta kyselyyn vastaavilta kysytään samat asiat, samassa järjestyksessä ja samalla tavalla. (Vilkkä 2007, 28.)

Käytin tutkimusmenetelmänäni kvantitatiivista kyselytutkimusta. Tavoitteena oli suorittaa kaksi kyselyä; ensimmäinen kysely toteutui toukokuussa 2014 (liite 1), jossa kohderyhmänä toimi toisen- ja kolmannen vuoden ravintola-alan opiskelijat. Kyselyn avulla oli tarkoitus mitata oppilaiden opiskelumielekkyyttä alalla sekä saada selville, oliko ala tähän mennessä vastannut odotuksia. Opiskelun mielekkyyteen ja opiskelukykyyteen yleensä vaikuttavat esimerkiksi oppilaan omat voimavarat sekä opiskeluympäristö (Kunttu 2006). Lokakuussa 2014 ensimmäisen vuoden opiskelijat vastasivat toiseen kyselyyn (liite 2), jossa tutkin mikä oli saanut opiskelijat hakeutumaan alalle ja miksi. Toimeksiantajan toiveesta selvitin kyselyn avulla myös, olivatko uuden opiskelijat saaneet yhteishaun aikana tietoa koulutuksesta muun muassa ammattiopiston käyttämän mainonnan kautta.

Koska tuloksia analysoidessa vertailtiin kahta kyselyä ja niiden tuloksia keskenään, saattaa tutkimuksen reliabiliteetti ja validiteetti olla kyseenalainen, otannan ollessa eri kyselyssä 1 ja 2. Tulokset olisivat oletettavasti olleet luotettavampia, mikäli molemmat kyselyt olisi teetetty samalla otannalla kahden vuoden aikavälillä.

Kummatkin kyselyt toteutuivat Webropol-kyselyohjelmalla internetin välityksellä. Käytin kyselyssä pääosin Likertin asteikkoa, jonka avulla sain selville muun muassa miten tärkeänä opiskelijat pitävät esimerkiksi ryhmähenkeä, työharjoittelua tai muita tiettyjä opetus- tai opiskelumenetelmiä oppimisensa kannalta.

4.2 Kvantitatiivinen kyselytutkimus

Kvantitatiivinen, eli määrällinen tutkimusmenetelmä on vallitseva tutkimusstrategia sosiaali- ja yhteiskuntatieteissä. Kvantitatiivisessa tutkimuksessa keskeisiä ovat aiemmat johtopäätökset ja teoriat sekä hypoteesien esittäminen. Tutkimusta varten määritellään koehenkilöt ja otanta; perusjoukko, johon tulosten tulee päteä, ja otetaan tästä perusjoukosta otos. (Hirsjärvi ym. 2009, 129.) Kvantitatiivinen tutkimus vastaa esimerkiksi kysymyksiin mikä, missä, paljonko, kuinka usein. Sen otos on numeerisesti suuri ja edustava, ja ilmiö kuvataankin numeerisen tiedon pohjalta. Tästä syystä kvantitatiivista menetelmää voidaan nimittää myös tilastolliseksi tutkimukseksi. (Heikkilä 2010, 16–17.) Heikkilän mukaan kvalitatiivinen tutkimus sopii hyvin toiminnan kehittämiseen, vaihtoehtojen etsimiseen ja sosiaalisten ongelmien tutkimiseen. Lisäksi sen avulla voidaan ymmärtää paremmin, miksi esimerkiksi kuluttaja valitsee tietyn tuotteen tai miksi hän reagoi mainontaan tietyllä tavalla. (Heikkilä 2010, 16.)

Tämän opinnäytetyön kyselyn tapauksessa löytyi yksi samankaltainen tutkimus ammattikorkeakoulun opiskelijoista, Case Laurea. Lisäksi perustuen omiin kokemuksiin sekä tutkimuskysymykseen, oli olemassa aiempia johtopäätöksiä. Tässä tapauksessa oletus oli ”ravintola-alan suosion olevan kasvussa”, osittain johtuen alan senhetkisestä suosiosta mediassa. Perusjoukoksi oli määritelty Salon Seudun Ammattiopiston ravintola-alan opiskelijat, josta otantana HRC11, HRC13 ja HRC14 vuosikurssien opiskelijat.

4.3 Internetin välityksellä suoritettava kysely

Internetin välityksellä tehtävä kysely on tätä nykyä yleinen menetelmä, mutta soveltuu kuitenkin vain sellaisten perusjoukkojen tutkimukseen, joissa jokaisella jäsenellä on mahdollisuus Internetin käyttöön. Vastausprosentti riippuu kohdejoukosta, eli kenelle kysely on jaettu. Verrattuna esimerkiksi haastatteluun, arkaluonteisten kysymysten käyttömahdollisuus on hyvä tämän tyyllisissä kyselyissä,

sillä vastaaja pystyy vastaamaan anonyymisti, toisin kuin ollessaan haastateltavana. Tällaisessa tutkimuksessa vastausten tarkkuus on valitettavasti kuitenkin kyseenalainen, ja myös väärinkäsityksen mahdollisuus on suuri. (Heikkilä 2010, 18-21.)

5 TUTKIMUSTULOKSET

5.1 Kyselytutkimusten tiedot

Kummankin kyselylomakkeen muoto oli osittain strukturoitu, mutta kumpikin kysely sisälsi myös avoimia vastauksia opiskelijan oman ja avoimen mielipiteen lisäämiseksi. Osaan kysymyksistä oli myös lisätty niin sanottu ”*joku muu, mikä*”-vaihtoehto, jolloin vaihtoehdon perään pystyi kirjoittamaan avoimen vastauksen. Lisäksi kyselyssä käytettiin skaaloihin perustuvia kysymystyyppejä, joissa mielipide esitettiin Likertin asteikon tai semanttisen differentiaalivälikäytön avulla. Kyselyihin vastaaminen vei aikaa korkeintaan 10 minuuttia. Webropol-kyselyohjelman avulla strukturoidut kysymykset sai helposti kuvaajamuotoon, ja ohjelma laski myös automaattisesti prosenttimäärät koko vastaajamäärään perusteella. Avoimien kysymysten vastaukset syötettiin Exceliin, jossa ne analysoitiin ja syötettiin kuvaajiin.

Likertin asteikko tarkoittaa vastausasteikkoa, jonka avulla pystyy vastaamaan kysymykseen ilmaisemalla joko tyytyväisyyden tai tyytymättömyyden. Likertin asteikkoa edeltävä kysymys on usein väittämämudossa, ja väittämään vastataan kolme-, viisi- tai seitsenportaisella asteikolla. Vastausvaihtoehdot ovat esimerkiksi *täysin samaa mieltä, jokseenkin samaa mieltä, ei samaa eikä eri mieltä, jokseenkin eri mieltä, täysin eri mieltä, en osaa sanoa*. Tässä tutkimuksessa käytettiin viisiportaista asteikkoa, muun muassa edellä mainituin vastausvaihtoehdoin.

Semanttinen differentiaali eli Osgoodin asteikko on vastausasteikko, jossa käsitettä arvioidaan semanttisesti eli merkityksellisesti. Asteikon ääripäihin asetetaan vastaparit, joiden väliltä vastausvaihtoehto valitaan. Asteikko voi olla 1 – 5, 1 – 7 tai 1 – 9. Tässä tutkimuksessa asteikon laajuus oli 1 – 5.

Kysely 1 (liite 1) tarkoittaa ensimmäistä, toukokuussa suoritettua kyselyä, kysely 2 (liite 2) lokakuussa suoritettua. Tutkimustuloksissa N tarkoittaa vastauksien lukumäärää.

5.2 Kysely 1: Opiskelijoiden tyytyväisyys ravintola-alan opintoihin

Toisen- ja kolmannen vuosikurssin opiskelijat vastasivat ensimmäiseen kyselyyn toukokuussa 2014. Kyselyssä selvitettiin tyytyväisyyttä koulutusalaan ja ravintola-alaan yleensä, sekä opiskelijan omiin voimavaroihin liittyviä tekijöitä, kuten luokan ryhmähenkeä ja sen vaikutusta opiskeluun. Lisäksi opiskelijat vastasivat, kuinka opinnot olivat vastanneet heidän odotuksiaan.

5.2.1 Perustiedot

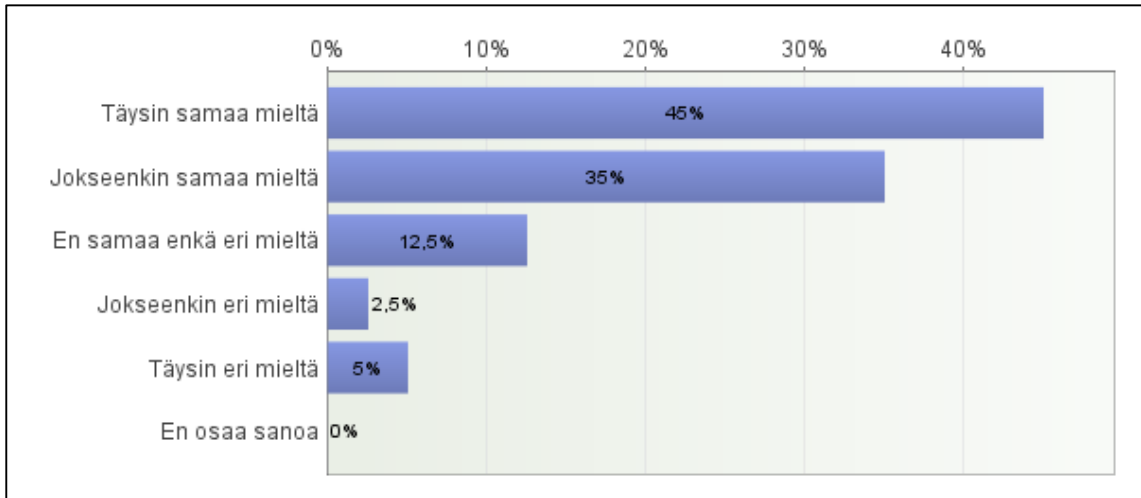
Yhteensä 79:stä opiskelijasta kyselyyn vastasi 40 opiskelijaa. Vastaajaryhmän ikä vaihteli 17–25 vuotiaisiin. Naisia vastanneista oli 57,5 prosenttia (N=23) ja miehiä 42,5 prosenttia (N=17). Vastaajista 60 prosenttia (N=24) oli toisen vuosiluokan opiskelijoita, 40 prosenttia (N=16) kolmannen luokan opiskelijoita.

Suuntautumisvaihtoehtoa tiedusteleva kysymys oli lähinnä suunnattu kolmannen vuoden opiskelijoille, sillä toisen vuoden opiskelijat eivät ole vielä suuntautumistaan valinneet. Yhteensä 16:sta vastanneesta kolmannen vuoden opiskelijasta 12 oli ravintolakokkeja, kolme suurtalouskokkeja ja yksi tarjoilija.

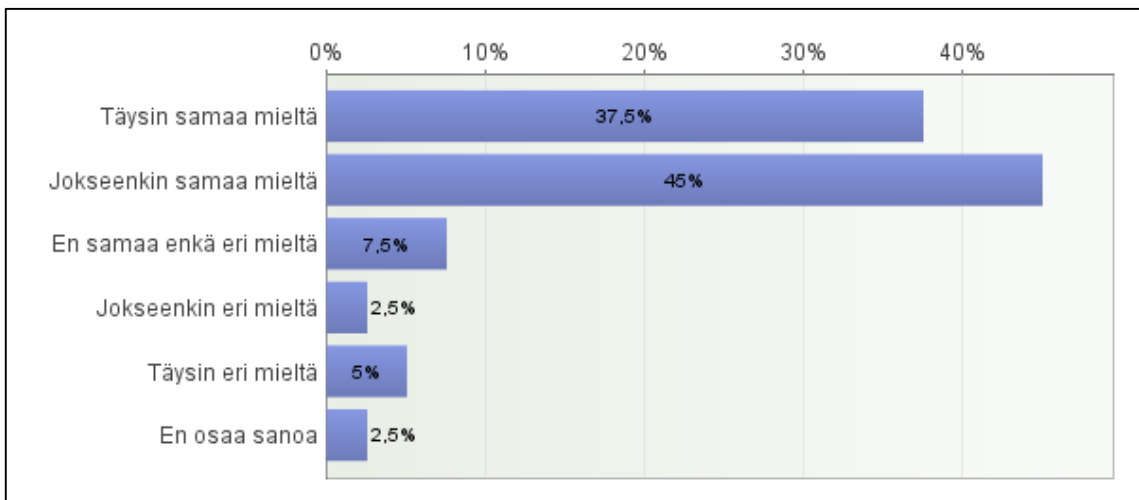
Kaikista vastaajista 77,5 prosenttia (N=31) kertoi ravintola-alan perustutkinnon olleen ensimmäinen hakuvaihtoehto yhteishaussa.

5.2.2 Opiskelijoiden odotukset ja tyytyväisyys yleisesti

Taulukko 1 kertoo Likertin asteikon avulla opiskelijoiden tyytyväisyyden ammatinvalintaansa. 45 prosenttia (N=18) vastaajista oli täysin samaa mieltä siitä, että he ovat tyytyväisiä ammatinvalintaansa. Vastaajista 35 prosenttia (N=14) jokoseenkin samaa mieltä, 12,5 prosenttia (N=5) ei ollut samaa eikä eri mieltä. Jokoseenkin eri mieltä vastaajista oli 2,5 prosenttia (N=1), täysin eri mieltä 5 prosenttia (N=2).



Taulukko 1. Opiskelijoiden tyytyväisyys ammatinvalintaansa.

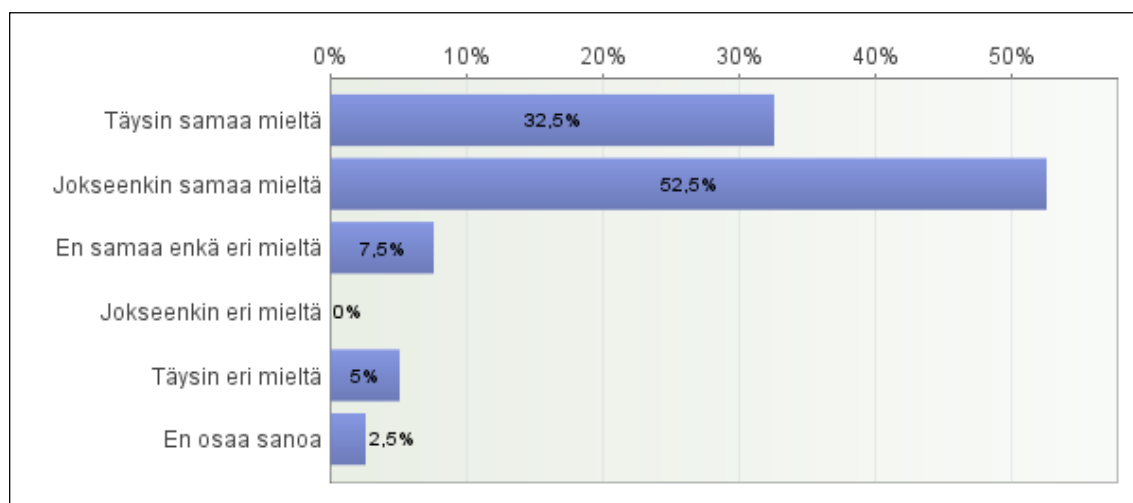


Taulukko 2. Ravintola-alan opiskelu verrattuna opiskelijoiden odotuksiin.

Taulukon 2 mukaan opiskelijat ovat vastanneet väittämään ”*Ravintola-alan opiskelu on vastannut odotuksiani*”. 37,5 prosenttia (N=15) vastaajista oli väittämän kanssa täysin samaa mieltä, 45 prosenttia (N=18) jokseenkin samaa mieltä, 7,5 prosenttia (N=3) ei ollut samaa eikä eri mieltä. Jokseenkin eri mieltä väittämästä oli 2,5 prosenttia (N=1), täysin eri mieltä 5 prosenttia (N=2). 2,5 prosenttia (N=1) vastaajista ei osannut sanoa.

5.2.3 Opiskelijan omat voimavarat ja oppimistyyli

Kyselyssä selvitettiin muutaman kysymyksen avulla, mitkä ovat oppilaiden mielekkäimpiä oppimistyyliä. Lisäksi kartoitettiin lyhyesti oppilaan omia voimavaroja ja luokan ryhmähenkeä, sillä niillä on suuri vaikutus oppimiskykyyn sekä kouluviihtyvyyteen. Ensimmäisenä opiskelijat vastasivat mielekkyyteensä käydä koulussa, jota kuvaa taulukko 3. Väittämän ”*käyn mielelläni koulussa*”- kanssa vastasi olevansa täysin samaa mieltä 32,5 prosenttia (N=13), jokseenkin samaa mieltä 52,5 prosenttia (N=21), ei samaa eikä eri mieltä 7,5 prosenttia (N=3). Täysin eri mieltä oli 5 prosenttia (N=2) ja 2,5 prosenttia (N=1) ei osannut sanoa. Mikäli vastaaja valitsi vaihtoehdon ”*jokseenkin eri mieltä*” tai ”*täysin eri mieltä*”, aukesi hänelle mahdollisuus vastata avoimeen tekstikenttään, miksi näin oli. Vastauksia tuli vain yhdeltä henkilöltä, joka vastasi olevansa eri mieltä, koska ala ei ole hänelle mielekäs.



Taulukko 3. Opiskelijoiden mielekkyys käydä koulussa.

72,5 prosenttia (N=29) vastaajista vastasi olevansa täysin samaa mieltä siitä, että he kokevat omaavansa ystäviä koulussa. Jokseenkin samaa mieltä oli 20 prosenttia (N=8), 2,5 prosenttia (N=1) ei ollut samaa eikä eri mieltä. Jokseenkin eri mieltä oli 5 prosenttia (N=2).

Kysymyksiin sosiaalisuudesta, ryhmä- ja yksilötyöskentelystä vastattiin semanttisen differentiaalivälillä, joissa oma mielipide esitettiin valitsemalla sanaparien väliltä. Taulukossa 4 esimerkki siitä, miten vastaajien sosiaalisuus jakautuu, kun luku 1 kuvaa sosiaalista ja 5 omissa oloissaan viihtyvää. Vastaus on keskiarvoltaan 1,88 josta voi päätellä vastaajaryhmän opiskelijoiden olevan keskimäärin sosiaalisia (N=17) tai jokseenkin sosiaalisia (N=14).

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Sosiaalinen	42,5%	35%	15%	7,5%	0%	Omissa oloissani	40	1,88

Taulukko 4. Semanttinen differentiaali oppilaan sosiaalisuudesta.

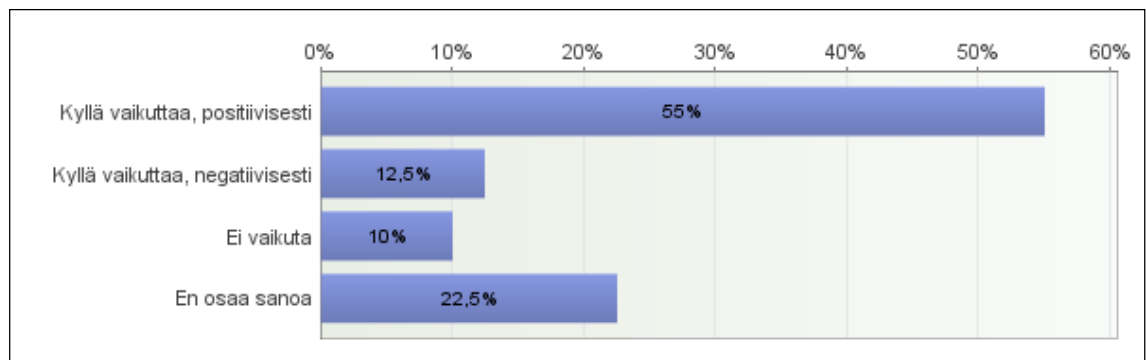
Kysymysten 13 ja 14 väittämät olivat, ”*Koetko oppivasi paremmin ryhmässä vai itsenäisesti*” sekä ”*Työskenteletkö mieluummin ryhmässä vai itsenäisesti*”. Kumpaankin vastattiin edellisen kysymyksen tavoin semanttisen differentiaalivälillä. Vastauksista selvisi oppimisen onnistuvan kohtuullisen tasapuolisesti kummasakin tapauksessa, mutta ryhmässä aavistuksen paremmin, keskiarvolla 2,7. Myös ryhmässä työskentely oli suurimmalle osalle mielekkäämpää, keskiarvolla 2,4 (kun ryhmää kuvaa luku 1 – itsenäisesti luku 5).

5.2.4 Ryhmähenki ja opetus

Sekä luokan ryhmähenki että opetus saattavat vaikuttaa opiskelijoiden tyytyväisyyteen opinnoista. Kysymyksessä 15 opiskelijat arvioivat luokkiensa ryhmähengen Likertin asteikkoa käyttäen, skaalalla *erittäin hyvä – erittäin huono*. Vastaukset olivat enimmäkseen positiivisia, 57,5 prosenttia (N=23) vastasi ryhmähengen olevan hyvä. 5 prosenttia (N=2) vastasi ryhmähengen olevan huono ja 5 prosenttia (N=2) erittäin huono. Mikäli vastaaja valitsi vaihtoehdon *huono* tai *erittäin huono*.

huono, aukesi hänelle jatkokysymys, joka pyysi kertomaan miksi näin oli. Jatkokysymyksessä selvisi ryhmähengen olevan huono, koska luokassa ilmenee koulukiusaamista tai koska ala ei kiinnosta.

Taulukossa 5 nähdään jakauma siitä, vaikuttaako opiskelijoiden mielestä ryhmähengi heidän opiskelumotivaatioonsa. Ryhmähengellä oli positiivinen vaikutus 55 prosentilla (N=22) vastaajista, negatiivinen 12,5 prosentilla (N=5).



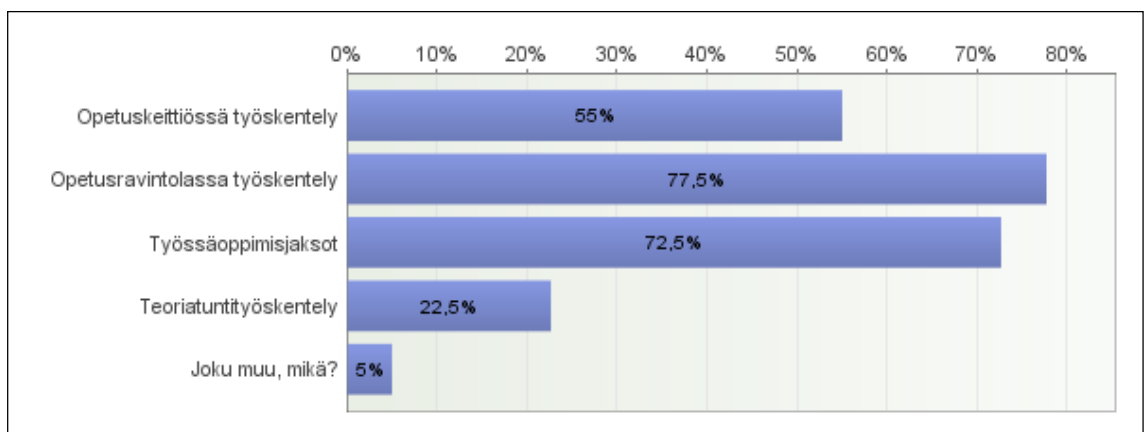
Taulukko 5. Ryhmähengen vaikutus opiskelumotivaatioon.

Kysymyksessä 18 oli esitetty väittämiä ravintola-alan opetuksesta Salon Ammattiotopistossa, joita opiskelijat arvioivat Likertin asteikon avulla skaalalla *täysin samaa mieltä – täysin eri mieltä*. Väittämät käsittelivät opettajien toimintaa sekä opetusta yleisesti. Vastauksen olivat enimmäkseen positiivisia, sillä vain harva vastasi olevansa eri mieltä väittämien kanssa. Esimerkiksi väittämään ”*Olen tyytyväinen opetukseen*” vastasi olevansa eri mieltä vain yksi henkilö, eli 2,5 prosenttia vastaajista.

	Täysin samaa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En samaa enkä eri mieltä	Jokseenkin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa	Keskiarvo
Olen tyytyväinen opetukseen	25%	65%	7,5%	2,5%	0%	0%	1,88
Saan opettajiltani tukea	32,5%	45%	15%	2,5%	0%	5%	2,08
Saan opettajiltani uusia ideoita tekemiseeni	30%	45%	20%	5%	0%	0%	2
Opettajani ovat ammattitaitoisia	47,5%	47,5%	0%	2,5%	0%	2,5%	1,68
Opettajani ovat kannustavia	42,5%	47,5%	5%	0%	2,5%	2,5%	1,8
Yhteensä	35,5%	50%	9,5%	2,5%	0,5%	2%	1,89

Taulukko 6. Opiskelijoiden arvio koulunsa ravintola-alan opetuksesta.

Vastanneista opiskelijoista 97,5 prosenttia oli sitä mieltä, että opiskelun aikana oppimista asioista on hyötyä tulevaisuudessa. Yhtä vastaajaa (2,5 %) lukuun ottamatta väittämän kanssa oltiin joko täysin samaa mieltä (50 %) tai jokseenkin samaa mieltä (47,5 %).



Taulukko 7. Hyödyllisimmät oppimistavat.

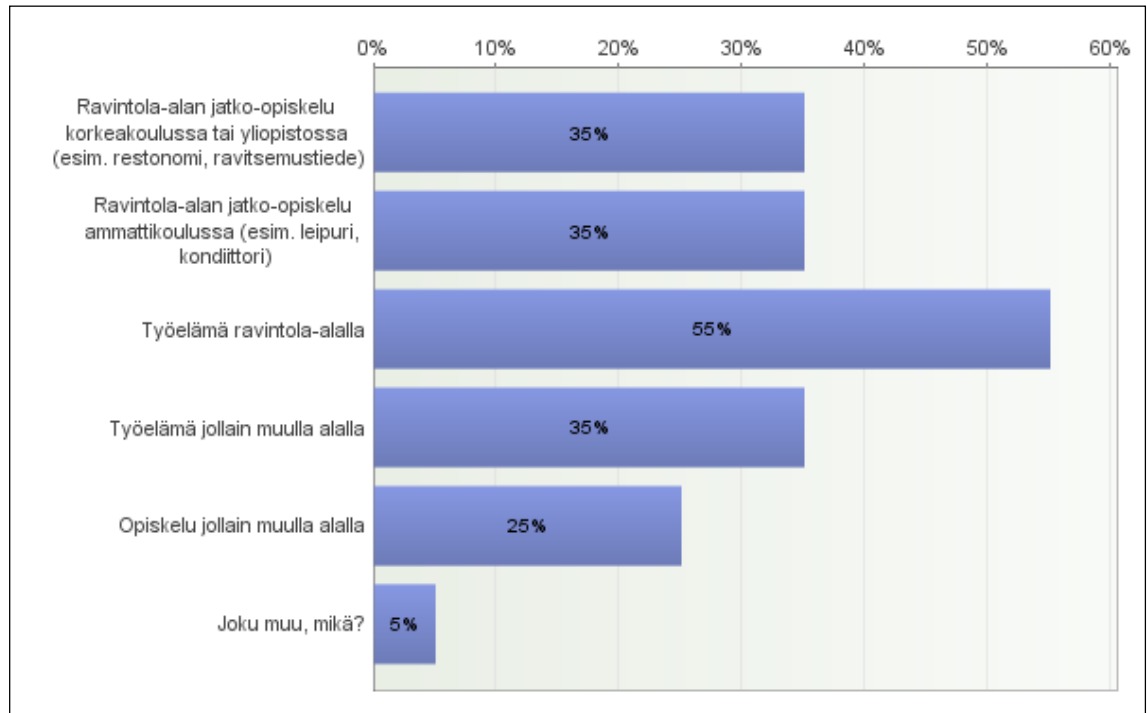
Kysymys 20 antoi opiskelijoiden valita mielestään hyödyllisimmät oppimistavat (taulukko 7). Annetut vaihtoehdot perustuivat ammattiopiston opetussuunnitel-

maan, ja kysymykseen oli mahdollista vastata yhdellä tai useammalla vaihtoehdolla. Hyödyllisimmiksi koettiin työskentely koulun omassa opetusravintolassa (31 valintaa 40:stä vastaajasta) sekä työssäoppimisjaksot (29 valintaa). *Joku muu, mikä* – vaihtoehdolla hyödylliseksi koettiin myös omat kokeilut vapaa-aikana sekä koulun järjestämä *Nuori yrittäjyys*-projekti.

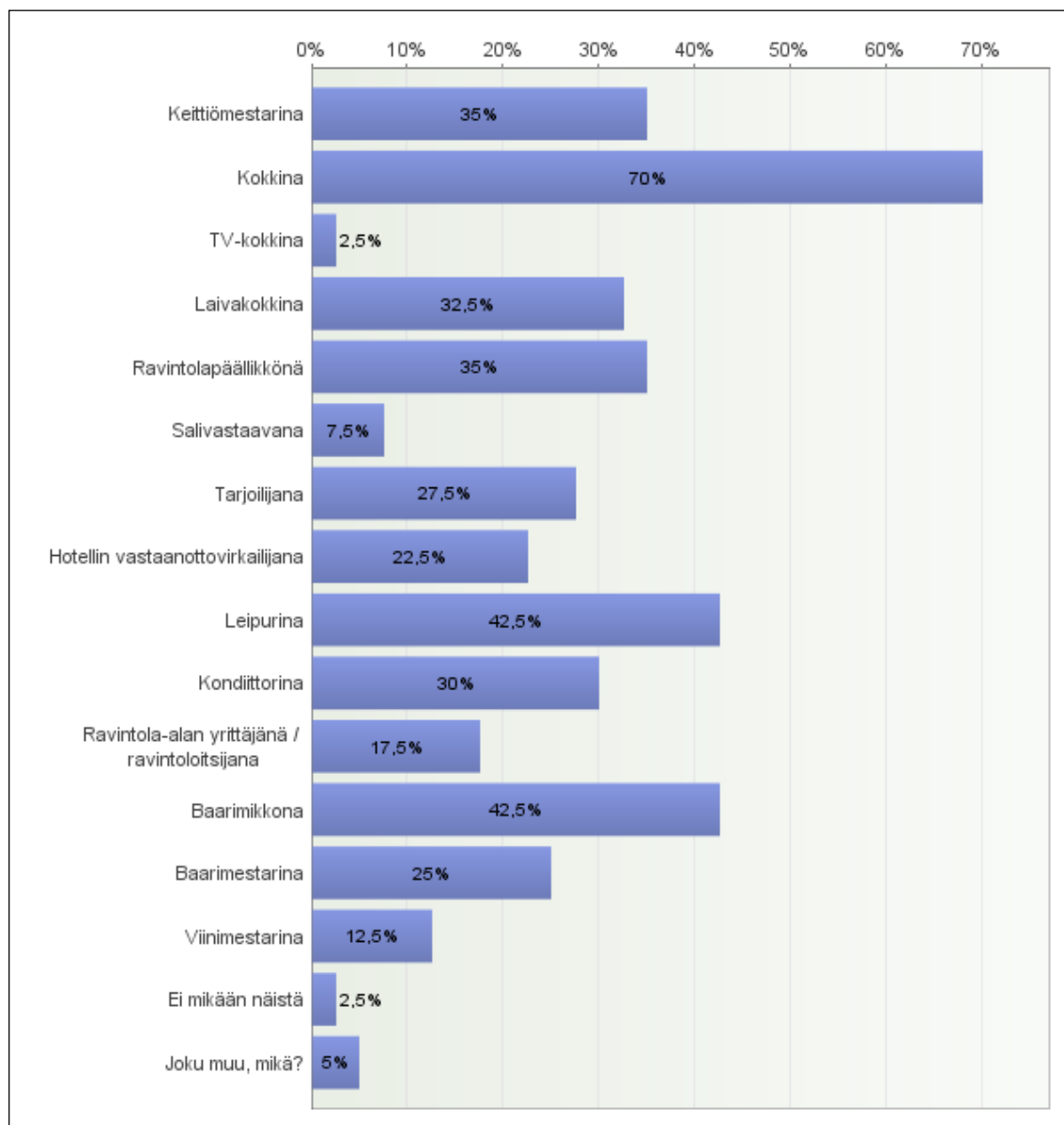
5.2.5 Opiskelijoiden työelämä ja tulevaisuudensuunnitelmat

67,5 prosenttia (N=27) vastanneista opiskelijoista kävi töissä koulun ohella, joista noin puolet (N=14) vain kesätöissä. Työelämässä oli keskimäärin oltu alle vuodesta kahteen vuoteen. Työssä käyvistä 21 teki ravintola-alan töitä. Kaikista työssä käyvistä yhtä lukuun ottamatta töissä käyminen oli mielekästä tai joksenaikin mielekästä.

Tulevaisuudensuunnitelmista eniten kiinnosti työelämä ravintola-alalla (55 % vastaajista). Kysymyksessä 26 oli annettu vaihtoehtoja työ- ja opiskeluelämästä, joista sai valita yhden tai useamman kiinnostavan vaihtoehdon (taulukko 8). Myös työelämä jollain muulla alalla sekä ravintola-alan opiskelu korkeakoulussa, yliopistossa tai ammattikoulussa kiinnosti 35 prosenttia vastaajista. *Joku muu, mikä* – avoimeen vaihtoehtoon vastattiin tulevaisuudessa kiinnostavan tarjoilijan koulutus.



Taulukko 8. Tulevaisuudensuunnitelmat.



Taulukko 9. Kiinnostavat työtehtävät.

Kysymyksessä 27 opiskelijat valitsivat millaisissa työtehtävissä haluaisivat työskennellä tulevaisuudessa. Vaihtoehtoiksi oli listattu muutamia Ammattinetin mukaan yleisimmistä matkailu- ja ravitsemusalan työtehtävistä, ja vaihtoehtoista sai valita yhden tai useamman (taulukko 9). Kummankin tulevaisuudensuunnitelmia koskevan kysymyksen (kysymykset 26 ja 27) tarkoituksena oli kartoittaa, näkeekö opiskelija itseään jatkamassa ravintola-alan tehtävissä tulevaisuudessa.

28 vastaajaa 40:stä oli kiinnostunut kokin työtehtävistä. Sekä leipurin että baarimikon työtehtävistä vastasi olevansa kiinnostunut 17 vastaajaa. Keittiömestarin

tehtävistä oli kiinnostunut 14 vastaajaa, samoin kuin ravintolapäällikön tehtävistä (14 vastaajaa 40:stä). *Joku muu, mikä* – vaihtoehdolla vastattiin kiinnostavan kahvilatyöntekijän ammatti.

5.2.6 Mielikuvat ravintola-alasta

Tässä osiossa opiskelijat kuvailivat semanttisen differentiaalilin ja adjektiiviparien avulla mielikuviaan ravintola-alasta. Kysymys kuului ”Millaisiksi kuvailisit seuraavia asioita ravintola-alalla?”. Väittämät olivat palkka, työajat, työtehtävät, työympäristö sekä työssä etenemisen mahdollisuudet, ja niitä arvioitiin adjektiiviparin ”hyvä – huono” – väliltä numeroin 1-5, numero 1 tarkoittaen hyvää ja 5 huonoa. Lopuksi kysyttiin myös mielipidettä, onko ravintola-alan suosio vastaajan mielestä nousussa vai laskussa.

Ravintola-alan palkkauksesta toisen- ja kolmannen vuoden opiskelijat olivat jokseenkin neutraalia mieltä. Differentiaalilin keskiarvo 2,75 tarkoittaa kuitenkin sitä, että alan palkkaa pidettiin keskimäärin hyvänä (taulukko 10).

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Hyvä	12,5%	32,5%	30%	17,5%	7,5%	Huono	40	2,75

Taulukko 10. Opiskelijoiden mielikuva alan palkasta

Alan työaikoja kuvailtiin palkan tavoin keskimäärin hyväksi keskiarvolla 2,55. Työtehtävät miellettiin hyväksi 2,1 keskiarvolla, kun taas työympäristö (keskiarvo 1,98) ja työssä etenemisen mahdollisuudet (1,75) katsottiin hyväksi tai jopa erittäin hyväksi.

Taulukossa 11 näkyy jakauma opiskelijoiden mielikuvasta ravintola-alan suosioista, kun luku 1 kuvaa nousua ja 5 laskua. Vastausten keskiarvo 2 kertoo, että ala mielletään edelleen nousujohteiseksi suosionsa puolesta.

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Nousussa	35%	35%	27,5%	0%	2,5%	Laskussa	40	2

Taulukko 11. Mielikuvat ravintola-alan suosiosta.

Semanttisen differentiaalilin avulla selvitettiin, millaista opiskelijat kuvaavat ravintola-alan työn olevan (taulukko 12). Vastaparien avulla mitattuna työ miellettiin pääosin positiiviseksi, vaikkakin uudeksi ja vaihtelevaksi sekä jännittäväksi.

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Helppoa	15%	10%	47,5%	25%	2,5%	Haasteellista	40	2,9
Hauskaa	27,5%	50%	12,5%	5%	5%	Tympeää	40	2,1
Jännittävää	25%	32,5%	37,5%	5%	0%	Tylsää	40	2,23
Itsenäistä	15%	32,5%	32,5%	12,5%	7,5%	Tiimityötä	40	2,65
Säännöllistä	17,5%	27,5%	37,5%	15%	2,5%	Epäsäännöllistä	40	2,58
Uutta ja vaihtelevaa	17,5%	42,5%	27,5%	10%	2,5%	Samanlaista ja toistuvaa	40	2,38
Yhteensä	19,58 %	32,5%	32,5%	12,08 %	3,33%		240	2,47

Taulukko 12. Millaiseksi ravintola-alan työ koetaan.

Jopa 80 prosenttia (N=32) vastanneista kertoi seuraavansa vapaa-ajallaan ravintola-alaa koskevia TV-ohjelmia. Seuraavaksi eniten seurattiin uutisia (37,5 %, N=15) sekä Facebookin kautta (35 %, N=14).

Viimeisen kysymyksen avulla kartoitettiin, mihin ravintola-alassa oltiin tyytyväisiä tai pettyneitä. Kysymykseen sai vastata avoimesti, eikä kysymys ollut pakollinen. Eniten tyytyväisiä oltiin alan monipuolisuuteen ja vaihtelevuuteen (N=5), hyvin

työmahdollisuuksiin (N=3) sekä työn luovuuteen (N=2), omien taitojen kehittämiseen sekä hyötyyn omassa elämässä (N=3). Tyytymättömiä oltiin työn jatkuvaan kiireellisyyteen (N=2) sekä matalaan palkkaan (N=2).

5.3 Kysely 2: Opiskelijoiden odotukset ja markkinoinnin toimivuus

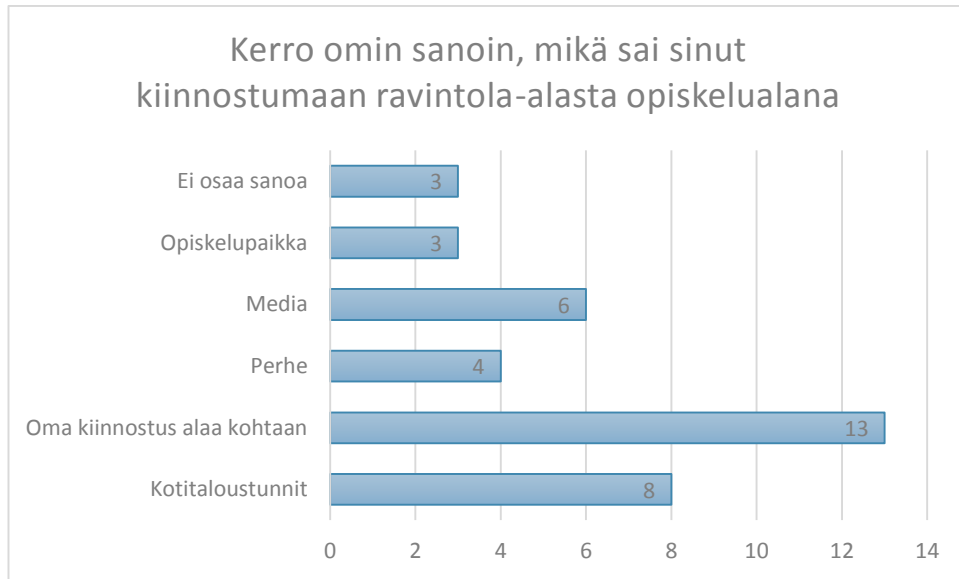
Ammattiopiston ensimmäisen vuoden ravintola-alan opiskelijat vastasivat loka-kuussa 2014 kyselyyn, jonka tarkoituksena oli selvittää, mitä ravintola-alan opiskelulta odotettiin, miksi koulutukseen oli haettu sekä mistä tietoa koulutuksesta oli saatu. Osa kysymyksistä oli samoja kuin ensimmäisessä kyselyssä, jotta tiedot vastauksia pystyttäisiin vertailemaan opiskelijaryhmien kesken.

5.3.1 Perustiedot

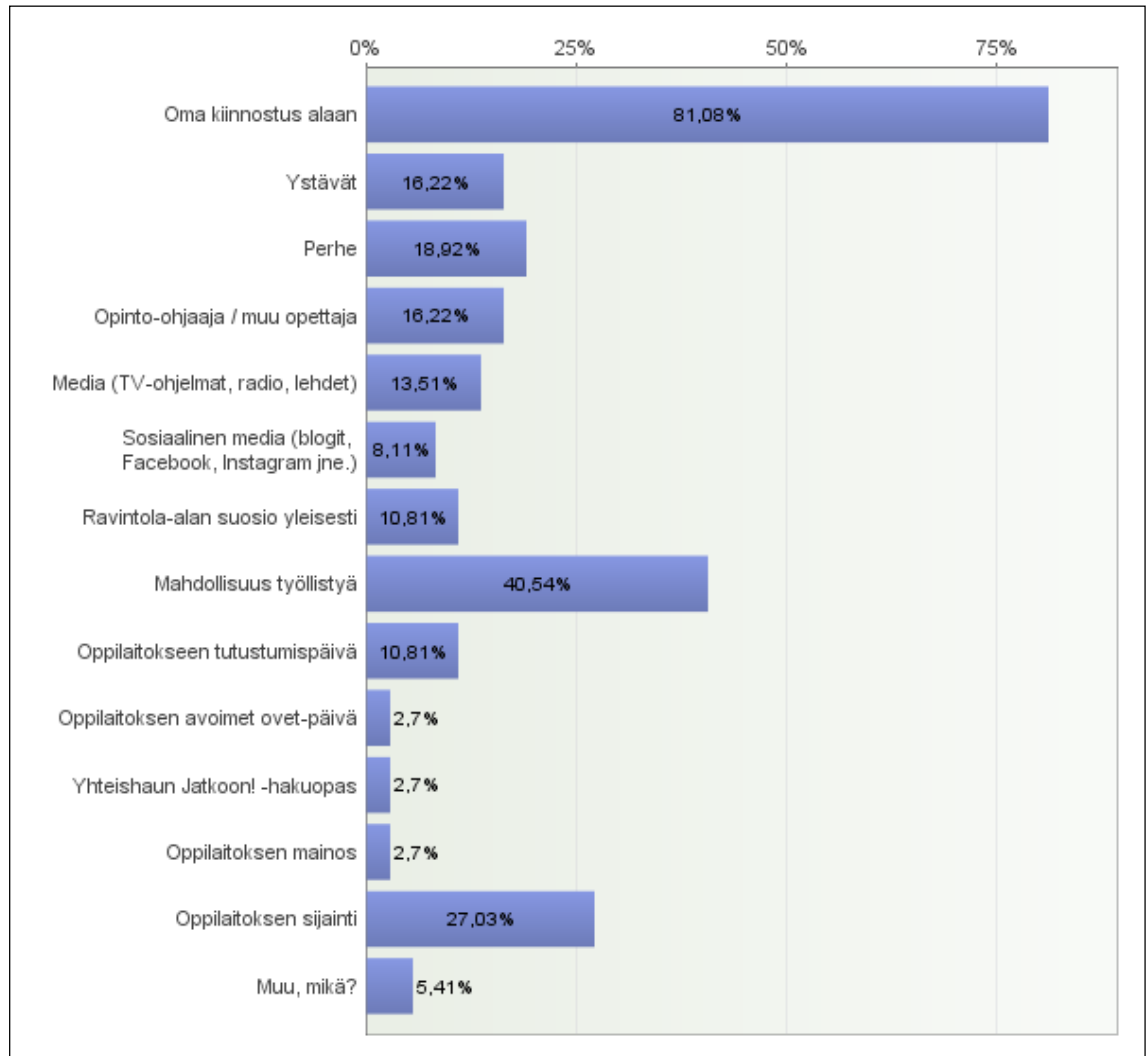
Yhteensä 60:stä aloittaneesta ensimmäisen vuoden opiskelijoista kyselyyn vastasi 37. Vastaaajista suurin osa oli iältään 16-vuotiaita. Naisia vastanneista oli 54 prosenttia (N=20) ja miehiä 45 prosenttia (N=17).

Ravintola-alan perustutkinto oli yhteishaun ensimmäinen hakuvaihtoehto 57 prosentilla vastaajista.

Avoimen kysymyksen avulla oppilaat saivat vastata omin sanoin, mikä sai kiinnostumaan ravintola-alasta opiskelualana. Vastaukset syötettiin Exceliin, jossa ne luokiteltiin pääaiheittain ja syötettiin taulukkoon tulkinnan helpottamiseksi (taulukko 13). Yleisin vastaus (35 %, N=13) oli, että alasta ja etenkin ruoanlaitosta ja asiakaspalvelusta oltiin jo pitkään oltu itse kiinnostuneita. Seuraavaksi eniten vaikutteita oli saatu yläkoulun kotitaloustunneilta (22 %, N=8) ja mediasta (16 %, N=6). Myös perheen mielipiteellä ja vaikutteilla oli merkitystä (11 %, N=4), mutta koulutukseen oli hakeuduttu myös pelkästään opiskelupaikan toivossa (8 %, N=3).



Taulukko 13. Kiinnostus opiskelualasta omin sanoin.



Taulukko 14. Hakupäätökseen vaikuttavat tekijät.

Päätökseen hakeutua juuri Salon Ammattiopiston ravintola-alan opintoihin vaikutti eniten oma kiinnostus alaan, jonka 37:stä vastaajasta 30 valitsi. Myös mahdollisuus työllistyä vaikutti päätökseen suurella osalla vastaajista (15 vastausta 37:stä). Lisäksi oppilaitoksen sijainnilla oli tärkeä rooli (10 vastausta 37:stä). Taulukossa 14 näkyy jakauma päätökseen vaikuttaviin asioihin. *Muu, mikä* – vaihtoehtoon vastattiin lisäksi päätökseen vaikuttaneen mahdollisuus työskennellä ulkomailla sekä se, ettei oltu saatu muuta opiskelupaikkaa.

5.3.2 Markkinoinnin vaikutus ja näkyvyys

Eniten tietoa Salon Ammattiopiston ravintola-alan koulutusohjelmasta oli saatu opinto-ohjaajalta tai muulta opettajalta (57 %, N=21). Ystävilta oli saanut tietoa 35 prosenttia (N=13) ja oppilaitokseen tutustumispäivästä tietoa oli saanut 27 prosenttia (N=10) vastaajista. *Muualta, mistä* – vastanneet olivat saaneet tietoa perheenjäseniltä ja tuttavilta, yksi vastaajista ei ollut saanut tietoa mistään. Jatkokysymyksenä kysyttäessä, olisiko hakija kaivannut lisätietoa koulutuksesta, 26:sta vastaajasta vain neljä olisi kaivannut lisätietoa. Tietoa olisi kaivattu tarjoilijan koulutuksesta ja siitä, mitä muita aloja koulu tarjoaa, sekä mitä koulussa käytännössä tehdään. Myös tutustumispäivänä olisi kaivattu kierrosta keittiöluokissa.

Oppilaitoksen mainontaan oli useimmin törmätty Facebookissa (65 %, N=24) . Myös sanomalehdessä mainoksia oli nähnyt 43 prosenttia (N=16) sekä oppilaitoksen ulkopuolella 35 prosenttia (N=13). 16 prosenttia (N=6) ei ollut nähnyt mainontaa lainkaan.

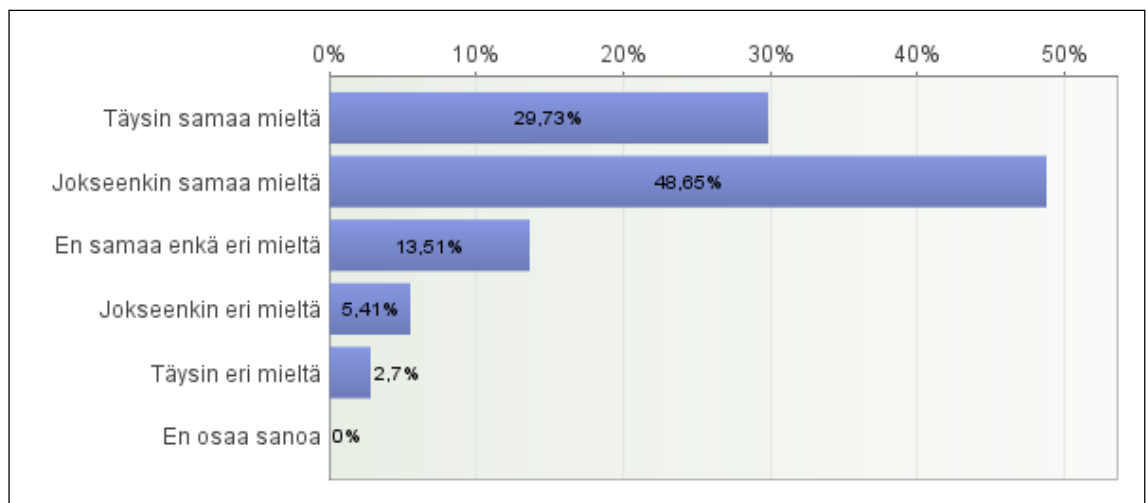
Opiskelijoiden mielestä opinnot vastasivat mainosten antamaa mielikuvaa keskimäärin hyvin (62 %, N=23) tai erittäin hyvin (16%, N=6).

Ammatinvalintaan oli tyytyväisiä 43 prosenttia (N=16) tai erittäin tyytyväisiä 37 prosenttia (N=14). Suurin osa koki olevansa myös motivoitunut opiskelemaan ravintola-alan opintoja, vastaamalla olevansa väittämän kanssa täysin samaa mieltä (46 %, N= 17) tai jokseenkin samaa mieltä (35 %, N=14).

Väittämä ”*Ravintola-alan opiskelu on vastannut odotuksian*” jakoi mielipiteitä hie-man. Vaikka 35 prosenttia (N=13) vastaajista oli väittämän kanssa täysin samaa mieltä ja jokseenkin samaa mieltä oli 40,5 prosenttia (N=15), oli yhteensä 11 prosenttia (N=4) vastaajista jokseenkin eri mieltä tai täysin eri mieltä. Yhteensä 92 prosenttia (N=34) oli kuitenkin täysin tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että opiskelun aikana oppimista asioista on hyötyä tulevaisuudessa.

5.3.3 Opiskelijan omat voimavarat

Käyn mielelläni koulussa- väittämään vastattiin suurimmaksi osaksi positiivisesti (taulukko 15). Vain 7,5 prosenttia (N=3) vastasi olevansa jokseenkin eri mieltä tai täysin eri mieltä. Näin vastatessaan opiskelijalle aukesi mahdollisuus vastata avoimeen tekstikenttään, miksi näin oli. Vastausten mukaan kyseiset opiskelijat kokivat olevansa väärällä alalla.



Taulukko 15. Opiskelijoiden mielekkyyks käydä koulussa. Kysely 2.

Kolmea vastausta lukuun ottamatta kaikki (92 %, N=34) olivat joko täysin samaa mieltä tai jokseenkin samaa mieltä siitä, että heillä on koulussa ystäviä.

Ensimmäisen kyselyn (liite 1) tavoin kysymyksiin sosiaalisuudesta, ryhmä- ja yksilötyöskentelystä vastattiin semanttisen differentiaalivälikäytön avulla. Taulukossa 16 esimerkki siitä, miten vastaajien sosiaalisuus jakautuu, kun luku 1 kuvaa sosiaalista ja 5 omissa oloissaan viihtyvää. Keskiarvo 2,35 kertoo vastanneiden opiskelijoiden olevan koulussa keskimäärin jokseenkin sosiaalisia.

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Sosiaalinen	24,32%	35,14%	27,03%	8,11%	5,41%	Omissa olois- sani	37	2,35

Taulukko 16. Semanttinen differentiaali opiskelijoiden sosiaalisuudesta. Kysely 2.

Koetko oppivasi paremmin ryhmässä vai itsenäisesti- väittämään vastattiin keskiarvolla 2,54 (kun ryhmää kuvaa luku 1, itsenäisesti luku 5), jolloin enemmistö koki oppivansa jokseenkin paremmin ryhmässä. Ryhmässä työskentely oli suurelle osalle myös mielekkäämpää, kun *Työskenteletkö mieluummin ryhmässä vai itsenäisesti-* väittämän keskiarvoksi laskettiin lähes sama tulos, 2,59.

Luokkien ryhmähenkeä arvioitiin kyselyssä Likertin asteikolla erittäin hyvästä erittäin huonoon. Vastaukset olivat positiivisia, sillä jopa 86 prosenttia (N=32) piti luokan ryhmähenkeä hyvänä tai jopa erittäin hyvänä. Yksikään ei vastannut ryhmähengen olevan huono tai erittäin huono. 38 prosenttia (N=14) vastasi ryhmähengellä olevan positiivinen vaikutus omaan opiskelumotivaatioon, 30 prosentin kohdalla (N=11) ryhmähenki ei vaikuttanut lainkaan.

5.3.4 Mielikuvat ja odotukset ravintola-alasta

Ensimmäisen kyselyn tavoin opiskelijat kuvailivat semanttisen differentiaalimallin ja adjektiiviparien avulla mielikuviaan ravintola-alasta. Kysymys kuului ”Millaisiksi kuvailisit seuraavia asioita ravintola-alalla?”. Väittämät olivat palkka, työajat, työtehtävät, työympäristö sekä työssä etenemisen mahdollisuudet, ja niitä arvioitiin adjektiiviparin ”hyvä – huono” – väliltä numeroin 1-5, luku 1 kuvaten hyvää ja luku 5 huonoa. Lopuksi kysyttiin myös mielipidettä, onko ravintola-alan suosio vastaajan mielestä nousussa vai laskussa.

Sekä palkkaus että työajat miellettiin hyviksi tasaisesti keskiarvoin 2,35 (palkka) ja 2,38 (työajat). Työtehtävät ja työympäristö koettiin myös hyviksi yhtä tasaisesti 2,14 ja 2,11 keskiarvoilla. Työssä etenemisen mahdollisuuksia pidettiin hyvinä tai

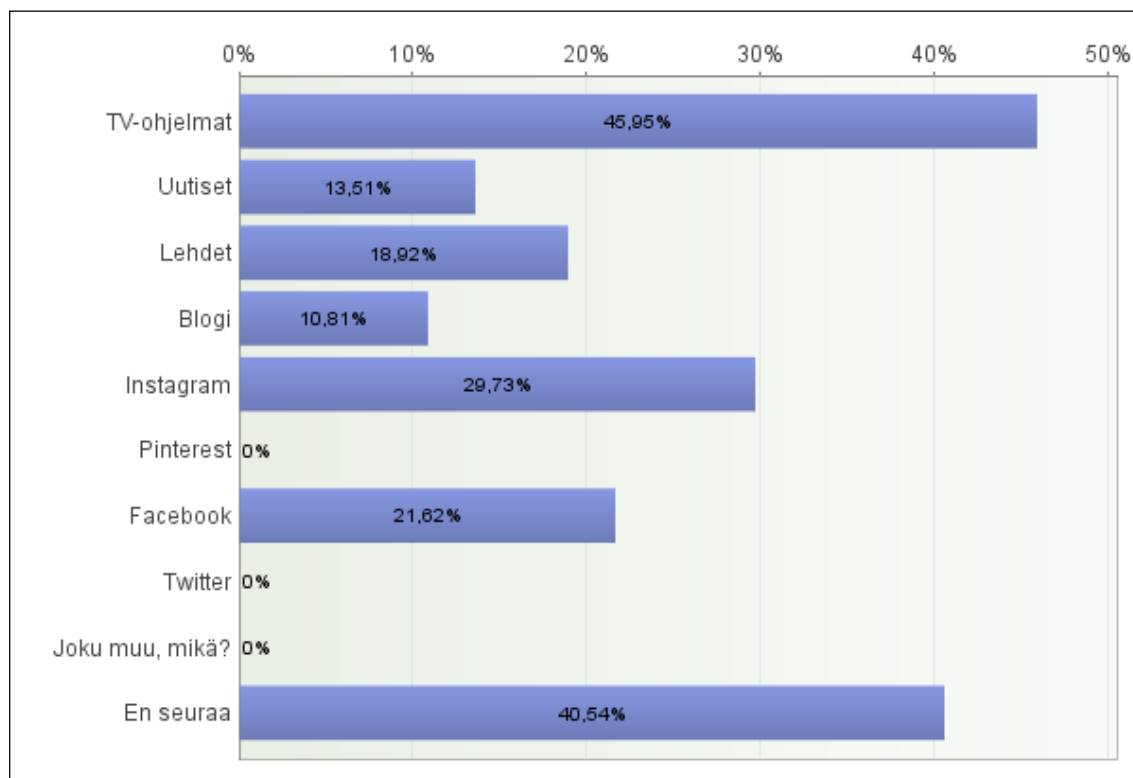
jopa erittäin hyvinä (keskiarvo 1,89). Samoin kuin ensimmäisen kyselyn vastauksissa, myös ensimmäisen vuoden opiskelijat mielsivät ravintola-alan suosion olevan yhä nousussa (keskiarvo 2,24 kun luku 1 kuvaa nousua ja 5 laskua).

Kun kyselyssä 1 (liite 1) toisen- ja kolmannen vuoden oppilaat vastasivat taulukon 11 mukaisesti, millaiseksi he kokevat ravintola-alan työn, käytettiin tässä kyselyssä samaa taulukkoa (taulukko 17) kartoittamaan, millaista uudet opiskelijat odottavat ravintola-alan työn olevan. Työn ei odotettu olevan helppoa muttei haasteellistakaan, ja sen odotettiin olevan hauskaa sekä uutta ja vaihtelevaa samanlaisen ja toistuvan sijaan.

	1	2	3	4	5		Yhteensä	Keskiarvo
Helppoa	2,7%	21,62%	48,65%	27,03%	0%	Haasteellista	37	3
Hauskaa	21,62%	37,84%	37,84%	2,7%	0%	Tympeää	37	2,22
Jännittävää	8,11%	40,54%	40,54%	8,11%	2,7%	Tylsää	37	2,57
Itsenäistä	5,41%	27,03%	45,95%	10,81%	10,81%	Tiimityötä	37	2,95
Säännöllistä	16,22%	32,43%	40,54%	10,81%	0%	Epäsäännöllistä	37	2,46
Uutta ja vaihtelevaa	21,62%	32,43%	40,54%	5,41%	0%	Samanlaista ja toistuvaa	37	2,3
Yhteensä	12,61%	31,98%	42,34%	10,81%	2,25%		222	2,58

Taulukko 17. Odotukset ravintola-alan työn luonteesta.

Opiskelijat vastasivat vielä omin sanoin, mitä he odotuksia heillä on opiskelulta. Suurin osa odotuksista (41 %, N=15) kohdistui ruokaan ja sen valmistukseen, 16 prosenttia (N=6) odotti yleisesti kokevansa ja oppivansa uutta. 5 prosenttia (N=2) kertoi odottavansa tarjoilun oppimista. Iso osa ei osannut sanoa mitä odottaa (27 %, N=10), yksi halusi vain saada koulutuksen ja loppuilla (8%, N=3) ei ollut minikäänlaisia odotuksia opiskelun suhteen.



Taulukko 18. Opiskelijoiden käyttämät tiedonlähteet ja -välineet.

Viimeisessä kysymyksessä kävi ilmi, että toisen- ja kolmannen vuosikurssin ta-
voin eniten ravintola-alaa seurataan TV:n välityksellä (17 vastausta 37:stä). Myös
Instagram- sovelluksen kautta vastasi seuraavansa 11 vastaajaa 37:stä. Face-
bookin välityksellä vastasi seuraavansa 8. Jakaumaa kuvaa taulukko 18.

6 PÄÄTELMÄT JA KEHITTÄMISEHDOTUKSET

6.1 Tulosten vertailu

Koska kyselyjen sisältö oli osittain samaa, pystyi tuloksia vertailemaan kahden vastaajaryhmän välillä. Odotetun ja koetun laadun välisiä tuloksia ei voida kuitenkaan pitää täysin luotettavina, koska kyse on kahden eri vastaajaryhmän ja eri ikäluokkien kokemuksista.

Työn tutkimusongelmana oli selvittää, mikä sai opiskelijat hakeutumaan alalle, oliko koulun markkinointi vaikuttanut hakupäätökseen, ja oltiinko koulutukseen tyytyväisiä opintojen aikana.

Kyselytutkimuksen mukaan suuri osa hakijoista hakeutui opiskelemaan oman kiinnostuksen perässä, kun ruoanlaitosta ja asiakaspalvelusta oltiin oltu kiinnostuneita jo pitkään. Suuri vaikutus oli myös yläkoulun kotitaloudentunneilla, joilla moni opiskelija oli tutustunut ruoanlaittoon, sekä omalla perheellä ja ystävillä. Yksi suurimmista vaikuttajista oli media ja etenkin TV-ohjelmat, joita seurasi yli puolet kaikista vastanneista. Näiden lisäksi oppilaitokseen hakeuduttiin työllistymismahdollisuuden sekä oppilaitoksen sijainnin perusteella. Oppilaitoksen järjestämän tutustumispäivän kerrottiin myös vaikuttaneen hakupäätökseen. Eniten tietoa koulutuksesta oli saatu opinto-ohjaajalta tai muulta opettajalta, sekä Ammattiopistoon tutustumispäivästä. Tietoa oli saatu myös ystäviltä ja perheeltä, sekä oppilaitoksen nettisivuilta ja mainoksista. Koulutuspaikasta saatu informaatio oli riittävää, ja vain harva olisi kaivannut lisätietoa koulutuksesta. Salon Ammattiopiston mainontaa ja näkyvyyttä oli eniten tavattu Facebookissa, sanomalehdessä, sekä oppilaitoksen ulkopuolella, ja suurin osa vastasi opintojen vastaavan mainonnan antamaa mielikuvaa hyvin.

Odotettua ja koettua verrattiin esimerkiksi taulukoiden 12 ja 17 semanttisten differentiaalien avulla. Taulukossa 17 ensimmäisen vuosikurssin opiskelijat vastasivat, millaista he odottavat työn olevan, kun taas vanhemmat opiskelijat vastasivat millaiseksi työ koetaan (taulukko 12). Vastauksista selvisi, että alan työt koetaan aavistuksen verran helpommaksi kuin on odotettu. Työ on myös odotettua hausempaa ja jännittävämpää. Toisin kuin ensimmäisenä vuonna ajateltiin, ravintola-alan työ koettiin tutkinnon aikana enemmän itsenäiseksi työskentelyksi kuin tiimityöksi. Lisäksi työ koettiin aavistuksen luultua epäsäännöllisemmäksi sekä samanlaiseksi ja toistuvaksi.

Mielikuvat ravintola-alan työtä koskevista asioista olivat erilaiset eri vuosikurssien välillä. Opintojen alussa olevien opiskelijoiden mukaan ravintola-alan työn palkka miellettiin keskimäärin hyväksi, mutta opintoja jo suorittaneilla oli palkasta aavistuksen negatiivisempi kuva. Alan työaikojen odotettiin olevan parempia kuin millaiseksi ne myöhemmin todettiin, mutta työtehtävät kohtasivat odotukset. Työympäristö sekä työssä etenemisen mahdollisuudet koettiin odotettua paremmiksi.

Muiden kysymysten perusteella suuri osa kaikista vastanneista oli tyytyväinen ammatinvalintaansa ja vastasi ravintola-alan vastanneen odotuksia.

Kyselyistä kävi ilmi koulunkäynnin olevan mielekästä suurimmalla osalla vastanneista. Opetukseen sekä opettajien työhön oltiin keskimäärin tyytyväisiä tai erittäin tyytyväisiä. Vastausten perusteella suurin osa vastanneista oli kiinnostunut jatkamaan ravintola-alan työtehtävissä tulevaisuudessakin.

6.2 Johtopäätökset ja kehittämissuhteet

Jo ennen tutkimusta Salon Seudun Koulutuskuntayhtymä on kehittänyt merkittäviä keinoja ravintola-alan elvyttämiseksi. Esimerkiksi markkinoinnissa ollaan alettu perehtyä enemmän jo yläkoulun kahdeksannen vuoden oppilaisiin, kun yhdeksännellä tehdään jo valinnat yhteishakua varten. Salon seudun yläkoulujen kahdeksaluokkalaiset pääsevät keväällä 2015 Turkuun seuraamaan vuosittaista Taitaja-tapahtumaa, joka on Suomen suurin ammatillisen koulutuksen ta-

pahtuma. Myös entisiä, jo valmistuneita opiskelijoita on käytetty apuna sekä opetuksessa että nyt myös markkinoinnissa. Tulevana vuonna on lehtoreiden mukaan tarkoitus järjestää ravintola-alan koulutuksesta kiinnostuneille päivällistarjoilu, jonka menun suunnittelisi eräs ammattiopiston entinen opiskelija, nykyinen Suomen kokkimaajoukkueen edustaja.

Uusista keinoista huolimatta kyselytutkimuksen avulla pystyttiin luomaan kehitysehdotuksia niin opetukseen kuin markkinointiin liittyen.

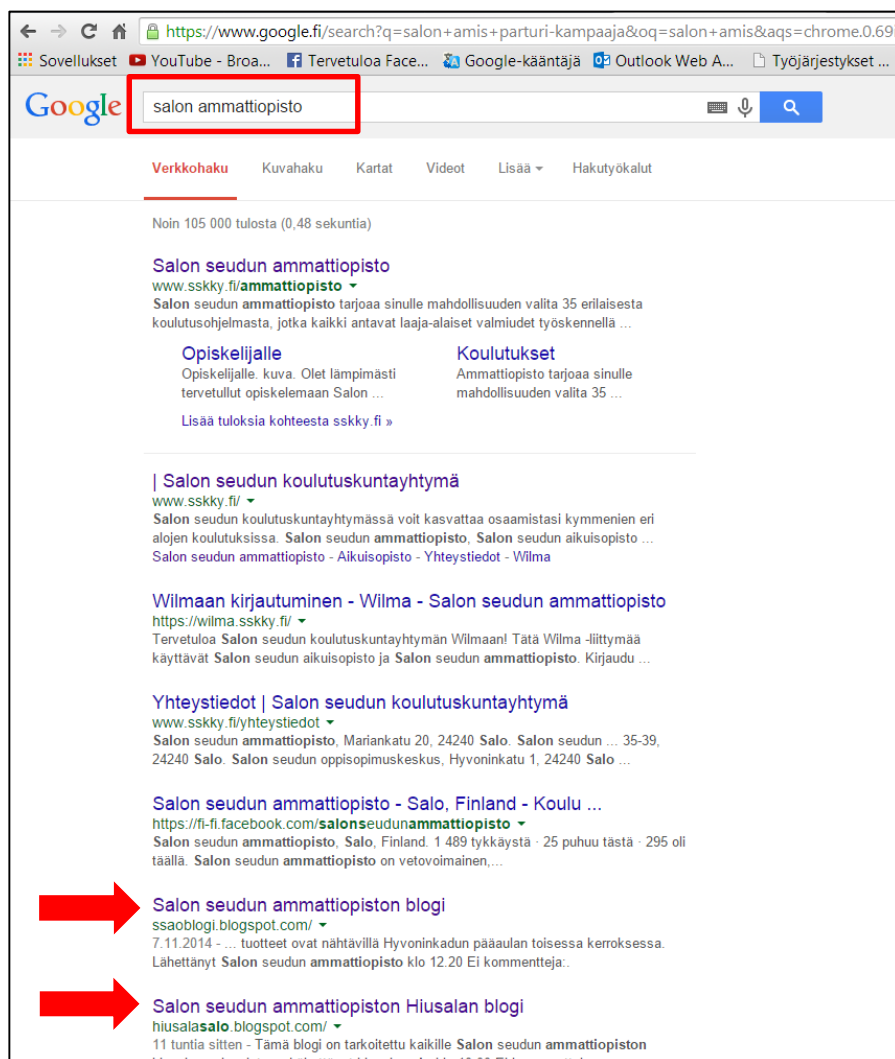
Vanhoiden työtapojen uudistaminen

Kyselytutkimuksen mukaan koulutukseen ja omaan ammatinvalintaan oltiin pääsääntöisesti tyytyväisiä, mutta vastauksien perusteella voidaan silti luoda kehitysehdotuksia. Esimerkiksi ryhmätyöskentelyä voitaisiin hyödyntää enemmän eri oppimistilanteissa, kun noin puolet vastanneista koki olevansa sosiaalisia ja oppimisen olevan sekä mielekkäämpää että tehokkaampaa ryhmässä kuin itsenäisesti. Teoriatuntityöskentely koettiin vähiten hyödylliseksi oppimistavaksi. Tähän tulisi saada muutos esimerkiksi erilaisten ryhmätöiden tai –projektien avulla. Lisäksi mielenkiintoiset vierasluennoitsijat tai omien työssäoppimiskokemusten jakaminen luokan kesken voisivat tuoda uusia ideoita sekä realistista ammatinkuvaa opiskelijoille.

Opiskelumenetelmistä hyödyllisimmiksi koettiin koulun omassa opetusravintolassa työskentely sekä työssäoppimisjaksot. Oman opiskelukokemuksen sekä Salon ravintolatuntemuksen perusteella voi sanoa, ettei valinnanvaraa työssäoppimispaikoista juuri ole Salon seudulla. Suuri osa ravintoloista on osa Suur-Seudun Osuuskauppaa. Huonon taloustilanteen vuoksi Salon ravintolakulttuuri on jäänyt ketjuravintoloiden ja lounasruokailun varaan, jolloin paikallinen ravintolatarjonta ei anna parasta mahdollista kuvaa ravintola-alan työstä alan opiskelijalle – saati parhaita eväitä työelämään. Tämän vuoksi olisi tärkeää kannustaa opiskelijoita rohkeasti hakeutumaan muualle työssäoppimaan. Myös koulun jo aikaisemmin järjestämät työssäoppimisjaksot ulkomailla voivat olla opiskelijalle antoisia.

Sosiaalinen media osana markkinointia ja opetusta

Kyselyn vastauksista selvisi tulevien opiskelijoiden olevan kiinnostunut siitä, mitä koulussa käytännössä tehdään ja mistä koulupäivät koostuvat. Iso osa vastanneista seurasi vapaa-ajallaan sosiaalisessa mediassa ravintola-alaa koskevia blogeja tai Instagram-sovellusta, joiden avulla olisi helppo jakaa opiskelijoiden ja luokkien jokapäiväisiä tehtäviä ja tapahtumia. Osalla SSKKY:n muista koulutusaloista on jo oma blogi, jonne valitut henkilöt kirjoittavat ajankohtaisia asioita alan opiskelusta. Blogi voi olla tärkeä väline mainonnassa ja myös tiedonlähteenä, kun yhteishaun aikaan tulevat opiskelijat hakevat tietoa eri koulutusaloista internetistä (esimerkki Google-hausta kuva 1).



Kuva 1. Esimerkki Ammattiopiston Google-hakuvastauksista.

Blogin lisäksi Instagram-sovelluksen kautta on helppo jakaa tapahtumia kuvien kautta. Koulutuskuntayhtymällä oli jo oma Instagram tili, mutta yksittäisen koulutusalan oma käyttäjätili toisi näkyvyyttä ja antaisi käytännön näkökulmaa sitä etsiville.

Sosiaalisen median sisältöä voisi hallita niin opettajat kuin opiskelijatkin. Esimerkiksi blogitekstin luominen tietyistä aiheista tai tapahtumasta olisi hyvä ryhmäprojekti toteutettavaksi viikoittain tai kuukausittain. Blogituotos voisi sisältää tekstiä, kuvia tai jopa videoita. Näin opiskelijat saisivat tutustua nykyaikaisiin markkinoitikeinoihin ja luoda samalla informatiivista sisältöä alan opiskelusta.

LÄHTEET

Kirjalliset lähteet

Heikkilä, T. 2010. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.

Hirsjärvi, S.; Remes, P. & Sajavaara, P. 2009. Tutki ja kirjoita. 15. uud. p. Helsinki: Tammi.

Junkkari, T. Helsinki: 2001. Julkiset palvelut ja koulujen markkinoinnin säännöt. Kauppakaari. Lakimiesliiton Kustannus.

Juslén, J. 2009. Netti mullistaa markkinoinnin: hyödynnä uudet mahdollisuudet. Helsinki: Talentum Media Oy.

Juslén, J. 2011. Nettimarkkinoinnin karttakirja. Helsinki: Tietosykli Oy

Leponiemi, T., Soininen, J. & Wasenius, R. 2010. Yhteisöllinen media osana yrityksen arkea. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.

Rainisto, S. 2004. Kunnasta brändi? Kunnallisalan kehittämissäatiö. Vammala: Vammalan Kirjapaino Oy.

Rainisto S. 2008. Kaupunkibrändi: Paikan markkinoinnin teoriaa ja käytäntöjä. Kymenlaakson Ammattikorkeakoulu.

Vierula, M. 2009. Markkinointi, myynti ja viestintä. Suuri integraatiokirja. Helsinki. Talentum.

Vilka, H. 2007. Tutki ja mittaa: Määrällisen tutkimuksen perusteet. Helsinki: Tammi

Muut kirjalliset lähteet

Kunttu, K. 2006, Opiskelukykymalli-kaavio, Ylioppilaiden terveydenhoitosäätiö YTHS

Salon seudun koulutuskuntayhtymän hotelli-, ravintola- ja catering-alan opetus-suunnitelma 2013. Viitattu 9.11.2014

Sähköiset lähteet

Salon Seudun Koulutuskuntayhtymän www-sivut. Viitattu 31.10.2014.
www.sskky.fi

Turun ammatti-instituutin www-sivut. Viitattu 31.10.2014.
www.turkuai.fi

Työ- ja elinkeinoministeriön tukeman Ammattinetti www-sivut. Viitattu
4.11.2014.
www.ammattinetti.fi

Liite 1

Kysely toisen- ja kolmannen vuoden oppilaille

1. Ikä *

2. Sukupuoli *

Nainen

Mies

3. Opiskeluvuosi *

2. vuoden opiskelija

3. vuoden opiskelija

4. Luokka *

5. Suuntautumisvaihtoehto *

Ravintolakokki

Suurtalouskokki

Tarjoilija

6. Oliko ravintola-alan perustutkinto ensimmäinen hakuvaihtoehtosi yhteis-
haussa? *

Kyllä

Ei

En osaa sanoa

Valitse väittämälle mielestäsi sopivin vastausvaihtoehto.

7. Olen tyytyväinen ammatinvalintaani *

- | | | | | | |
|-----------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Täysin | Jokseen- | En samaa | Jokseen- | Täysin | En |
| <input type="radio"/> samaa | <input type="radio"/> kin samaa | <input type="radio"/> enkä eri | <input type="radio"/> kin eri | <input type="radio"/> eri | <input type="radio"/> osaa |
| mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | sanoa |

8. Ravintola-alan opiskelu on vastannut odotuksiani *

- | | | | | | |
|-----------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Täysin | Jokseen- | En samaa | Jokseen- | Täysin | En |
| <input type="radio"/> samaa | <input type="radio"/> kin samaa | <input type="radio"/> enkä eri | <input type="radio"/> kin eri | <input type="radio"/> eri | <input type="radio"/> osaa |
| mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | sanoa |

Valitse väittämälle mielestäsi sopivin vastausvaihtoehto.

9. Käyn mielelläni koulussa *

- | | | | | | |
|-----------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Täysin | Jokseen- | En samaa | Jokseen- | Täysin | En |
| <input type="radio"/> samaa | <input type="radio"/> kin samaa | <input type="radio"/> enkä eri | <input type="radio"/> kin eri | <input type="radio"/> eri | <input type="radio"/> osaa |
| mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | sanoa |

10. Jos vastasit vaihtoehdolla "Jokseenkin eri mieltä" tai "Täysin eri mieltä", kerro miksi:

Valitse kahden vaihtoehdon väliltä sen mukaan, kumpaan sinun on helpompi samaistua.

11. Koen että minulla on koulussa ystäviä *

Täysin samaa mieltä
 Jokseenkin samaa mieltä
 En samaa enkä eri mieltä
 Jokseenkin eri mieltä
 Täysin eri mieltä
 En osaa sanoa

12. Oletko koulussa sosiaalinen vai omissa oloissasi? *

1 2 3 4 5

Sosiaalinen Omissa oloissani

13. Koetko oppivasi paremmin työskentelemällä ryhmässä vai itsenäisesti? *

1 2 3 4 5

Ryhmässä Itsenäisesti

14. Työskenteletkö mieluummin ryhmässä vai itsenäisesti? *

1 2 3 4 5

Ryhmässä Itsenäisesti

15. Miten arvioisit luokkasi ryhmähenkeä? *

Erittäin hyvä
 Hyvä
 Ei hyvä eikä huono
 Huono
 Erittäin huono
 En osaa sanoa

16. Jos vastasit vaihtoehdolla "Huono" tai "Erittäin huono", kerro miksi:

17. Vaikuttaako luokkasi ryhmähenki opiskelumotivaatioosi? *

Kyllä vaikuttaa, positiivisesti
 Kyllä vaikuttaa, negatiivisesti
 Ei vaikuta
 En osaa sanoa

18. Arvioi koulusi ravintola-alan opetusta seuraavin väittämin *

	Täysin sa- maa mieltä	Jokseenkin samaa mieltä	En samaa enkä eri mieltä	Jokseen- kin eri mieltä	Täysin eri mieltä	En osaa sanoa
Olen tyytyväi- nen opetukseen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan opettajil- tani tukea	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saan opettajil- tani uusia ide- oita tekemiseeni	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opettajani ovat ammattitaitoisia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Opettajani ovat kannustavia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

19. Opiskeluni aikana oppimistani asioista on minulle hyötyä tulevaisuudessa *

Valitse väittämälle mielestäsi sopivin vastausvaihtoehto.

<input type="radio"/> Täysin samaa mieltä	<input type="radio"/> Jokseen- kin samaa mieltä	<input type="radio"/> Ei samaa eikä eri mieltä	<input type="radio"/> Jokseen- kin eri mieltä	<input type="radio"/> Täysin eri mieltä	<input type="radio"/> En osaa sanoa
---	---	--	---	---	---

20. Valitse mielestäsi hyödyllisimmät oppimistavat *

Millaisesta työskentelystä koet olleen sinulle eniten hyötyä opiskelujesi aikana? Valitse yksi tai useampi vaihtoehto. Voit myös lisätä oman vaihtoehdon kohdassa "Joku muu, mikä?"

- Opetuskeittiössä työskentely
- Opetusravintolassa työskentely
- Työssäoppimisjaksot
- Teoriatuntityöskentely

Joku muu, mikä?

21. Käytkö töissä koulun ohella? *

- Kyllä
- En
- Kyllä, mutta vain kesätöissä

22. Kuinka kauan olet ollut työelämässä? *

- Alle vuoden
- 1-2 vuotta
- 2-3 vuotta
- Kauemmin kuin 3 vuotta
- En käy töissä

23. Vastaako työsi oman alan työtehtäviä? (Ravintola-ala) *

- Kyllä
- Ei

24. Montako kertaa viikossa käyt töissä? *

- Kerran tai harvemmin
- 1-2 kertaa viikossa
- 4 kertaa tai enemmän
- 2-3 kertaa viikossa
- 4 kertaa tai useammin

25. Käyn mielelläni töissä *

Valitse väittämälle mielestäsi sopivin vastausvaihtoehto.

- | | | | | | |
|-----------------------------|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Täysin | Jokseen- | En samaa | Jokseen- | Täysin | En |
| <input type="radio"/> samaa | <input type="radio"/> kin samaa | <input type="radio"/> enkä eri | <input type="radio"/> kin eri | <input type="radio"/> eri | <input type="radio"/> osaa |
| mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | sanoa |

26. Mitkä seuraavista vaihtoehtoista voisivat kiinnostaa sinua tulevaisuudessa? *

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto. Voit myös lisätä oman vaihtoehdon kohdassa "Joku muu, mikä?"

- Ravintola-alan jatko-opiskelu korkeakoulussa tai yliopistossa (esim. restonomi, ravitsemustiede)
 - Ravintola-alan jatko-opiskelu ammattikoulussa (esim. leipuri, kondiittori)
 - Työelämä ravintola-alalla
 - Työelämä jollain muulla alalla
 - Opiskelu jollain muulla alalla
 - Joku muu, mikä?
 -
-

27. Millaisissa työtehtävissä haluaisit työskennellä tulevaisuudessa? *

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto. Voit myös lisätä oman vaihtoehdon kohdassa "Joku muu, mikä?"

- Keittiömestarina
- Kokkina
- TV-kokkina
- Laivakokkina
- Ravintolapäällikkönä
- Salivastaavana
- Tarjoilijana
- Hotellin vastaanottovirkailijana
- Leipurina
- Kondiittorina
- Ravintola-alan yrittäjänä / ravintoloitsijana
- Baarimikkona
- Baarimestarina
- Viinimestarina

Ei mikään näistä

Joku muu, mikä?

Millaisiksi kuvalisit seuraavia asioita ravintola-alalla?

Valitse kahden vaihtoehdon väliltä sen mukaan, kumpaa mieltä olet enemmän.

28. Palkka *

1 2 3 4 5

Hyvä ○○○○○ Huono

29. Työajat *

1 2 3 4 5

Hyvät ○○○○○ Huonot

30. Työtehtävät *

1 2 3 4 5

Hyviä ○○○○○ Huonoja

31. Työympäristö *

1 2 3 4 5

Hyvä ○○○○○ Huono

32. Työssä etenemisen mahdollisuudet *

1 2 3 4 5

Hyvät ○○○○○ Huonot

33. Ravintola-alan suosio on mielestäni... *

1 2 3 4 5

Nousussa ○○○○○ Laskussa

34. Koen ravintola-alan työn olevan... *

Valitse kahden vaihtoehdon väliltä sen mukaan, kumpaan sinun on helpompi samaistua.

	1	2	3	4	5	
Helppoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Haasteellista
Hauskaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tympeää
Jännittävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tylsää
Itsenäistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tiimityötä
Säännöllistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäsäännöllistä
Uutta ja vaihtelevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Samanlaista ja toistuvaa

35. Seuraatko aktiivisesti ravintola-alaa koskevia uutisia, blogeja, ohjelmia, vaikuttajia tms. vapaa-ajallasi, esimerkiksi Internetissä, sosiaalisessa mediassa, TV:stä tai muualla? Valitse sopivat vaihtoehdot. *

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto. Voit myös lisätä oman vaihtoehdon kohdassa "Joku muu, mikä?"

TV-ohjelmat

Uutiset

Lehdet

Blogi

Instagram

Pinterest

Facebook

Twitter

Joku muu, mikä?

En seuraa

36. Oletko erityisen tyytyväinen ravintola-alaan? Missä asiassa?

37. Oletko pettynyt johonkin ravintola-alassa? Mihin?

38. Jätäthän yhteystietosi osallistuaksesi arvontaan. Kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan kaksi (2) lahjakorttia, joilla pääsee nauttimaan kolmen ruokalajin menun Salon Seurahuoneella (arvo n. 45€).

Nimi _____

Puhelinnumero _____

Sähköposti _____

Osoite _____

Liite 2

Kysely ensimmäisen vuoden oppilaille

1. Ikä *

2. Sukupuoli *

Nainen

Mies

3. Luokka *

4. Oliko ravintola-alan perustutkinto ensimmäinen hakuvaihtoehtosi yhteishaussa? *

Kyllä

Ei

Saitko kipinän kotitalouden tunteilla, käytyäsi ravintolassa, kokkaillessasi kotona vai innostiko sinua kenties jokin TV-ohjelma tai julkkiskokki?

5. Kerro omin sanoin, mikä sai sinut kiinnostumaan ravintola-alasta opiskelualana. *

6. Mitkä asiat vaikuttivat päätökseesi hakeutua ravintola-alan opintoihin Salon Ammattiopistoon? *

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto

- Oma kiinnostus alaan
 - Ystävät
 - Perhe
 - Opinto-ohjaaja / muu opettaja
 - Media (TV-ohjelmat, radio, lehdet)
 - Sosiaalinen media (blogit, Facebook, Instagram jne.)
 - Ravintola-alan suosio yleisesti
 - Mahdollisuus työllistyä
 - Oppilaitokseen tutustumispäivä
 - Oppilaitoksen avoimet ovet-päivä
 - Yhteishaun Jatkoon! -hakuopas
 - Oppilaitoksen mainos
 - Oppilaitoksen sijainti
 - Muu, mikä?
 -
-

7. Mistä sait tietoa Salon Ammattiopiston ravintola-alan opinnoista? *

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto

- Ystäviltä
 - Opinto-ohjaajalta / muulta opettajalta
 - Oppilaitoksen mainoksista
 - Oppilaitoksen kotisivuilta
 - Oppilaitoksen Facebook-sivuilta
 - Oppilaitokseen tutustumispäivästä
 - Oppilaitoksen avoimet ovet- päivästä
 - Yhteishaun Jatkoon! -hakuoppaasta
 - Muualta, mistä?
 -
-

**8. Olisitko kaivannut lisätietoa Salon Ammattiopistosta tai ravintola-alan koulutus-
alasta ennen yhteishakua / opintojesi alkamista? Millaista?**

9. Oletko nähnyt jossakin Salon Ammattiopiston mainoksia? Jos olet, missä? *

Valitse yksi tai useampi vaihtoehto

- Sanomalehdessä
- Bussissa
- Tienvarressa
- Oppilaitoksen ulkopuolella
- Facebookissa
- Twitterissä
- Ammattiopiston blogissa
- En ole nähnyt

Valitse väittämälle mielestäsi sopivin vastausvaihtoehto.

10. Opinnot vastaavat Ammattiopiston mainosten antamaa mielikuvaa mielestäni... *

- Erittäin hyvin Hyvin Ei hyvin eikä huonosti Huonosti Erittäin huonosti En osaa sanoa

Valitse väittämälle mielestäsi sopivin vastausvaihtoehto.

11. Olen tyytyväinen ammatinvalintaani. *

- Täysin samaa mieltä Jokseenkin samaa mieltä En samaa enkä eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Täysin eri mieltä En osaa sanoa

12. Olen motivoitunut opiskelemaan ravintola-alan opintoja. *

- Täysin samaa mieltä Jokseenkin samaa mieltä En samaa enkä eri mieltä Jokseenkin eri mieltä Täysin eri mieltä En osaa sanoa

13. Ravintola-alan opiskelu on vastannut odotuksiani. *

- | | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Täysin | Jokseenkin | En samaa | Jokseen- | Täysin | En |
| <input type="radio"/> samaa | <input type="radio"/> samaa | <input type="radio"/> enkä eri | <input type="radio"/> kin eri | <input type="radio"/> eri | <input type="radio"/> osaa |
| mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | sanoa |

14. Uskon opiskeluni aikana oppimistani asioista olevan minulle hyötyä tulevaisuudessa *

- | | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Täysin | Jokseenkin | En samaa | Jokseen- | Täysin | En |
| <input type="radio"/> samaa | <input type="radio"/> samaa | <input type="radio"/> enkä eri | <input type="radio"/> kin eri | <input type="radio"/> eri | <input type="radio"/> osaa |
| mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | sanoa |

Valitse väittämälle mielestäsi sopivin vastausvaihtoehto.

15. Käyn mielelläni koulussa *

- | | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Täysin | Jokseenkin | En samaa | Jokseen- | Täysin | En |
| <input type="radio"/> samaa | <input type="radio"/> samaa | <input type="radio"/> enkä eri | <input type="radio"/> kin eri | <input type="radio"/> eri | <input type="radio"/> osaa |
| mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | sanoa |

16. Mikäli vastasit "jokseenkin eri mieltä" tai "täysin eri mieltä", kerro miksi.

Valitse väittämälle mielestäsi sopivin vastausvaihtoehto.

17. Koen että minulla on koulussa ystäviä. *

- | | | | | | |
|-----------------------------|-----------------------------|--------------------------------|-------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Täysin | Jokseenkin | En samaa | Jokseen- | Täysin | En |
| <input type="radio"/> samaa | <input type="radio"/> samaa | <input type="radio"/> enkä eri | <input type="radio"/> kin eri | <input type="radio"/> eri | <input type="radio"/> osaa |
| mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | mieltä | sanoa |

Merkitse asteikolla 1-5 kumpi annetuista vaihtoehdoista kuvaa sinua paremmin.

18. Oletko koulussa sosiaalinen vai omissa oloissasi? *

	1	2	3	4	5	
Sosiaalinen	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Omissa oloissani

19. Koetko oppivasi paremmin työskentelemässä ryhmässä vai itsenäisesti? *

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

20. Työskenteletkö mieluummin ryhmässä vai itsenäisesti? *

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

21. Miten arvioisit luokkasi ryhmähenkeä? *

Valitse väittämälle mielestäsi sopivin vastausvaihtoehto.

- Erittäin hyvä
 Hyvä
 Ei hyvä eikä huono
 Huono
 Erittäin huono
 En osaa sanoa

22. Jos vastasit vaihtoehdolla "huono" tai "erittäin huono", kerro miksi.

23. Vaikuttaako luokkasi ryhmähenki opiskelumotivaatioosi? *

- Kyllä vaikuttaa, positiivisesti
 Kyllä vaikuttaa, negatiivisesti
 Ei vaikuta
 En osaa sanoa

Millaisiksi kuvailisit seuraavia asioita ravintola-alalla?

Merkitse asteikolla 1-5 kumpi annetuista vaihtoehdoista vastaa mielikuvaasi.

24.

Palkka

*

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

25.

Työajat

*

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

26.

Työtehtävät

*

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

27.

Työympäristö

*

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

28.

Työssä etenemisen mahdollisuudet

*

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

29.

Ravintola-alan suosio on mielestäni...

*

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

30. Millaista odotat ravintola-alan työn olevan? *

Merkitse asteikolla 1-5 kumpi annetuista vaihtoehdoista vastaa mielikuvaasi.

	1	2	3	4	5	
Helppoa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Haasteellista
Hauskaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tympeää
Jännittävää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tylsää
Itsenäistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Tiimityötä
Säännöllistä	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Epäsäännöllistä
Uutta ja vaihtelevaa	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Samanlaista ja toistuvaa

31. Kerro omin sanoin millaisia odotuksia sinulla on ravintola-alan opiskelusta. *

Esim. Mitä toivoisit oppivasi, näkeväsi ja kokevasi opintojesi aikana

32. Seuraatko aktiivisesti ravintola-alaa koskevia uutisia, blogeja, ohjelmia, vaikuttajia tms. vapaa-ajallasi, esimerkiksi internetissä, sosiaalisessa mediassa, TV:stä tai muualla? Valitse sopivat vaihtoehdot *

TV-ohjelmat

Uutiset

Lehdet

Blogi

Instagram

Pinterest

Facebook

Twitter

Joku muu, mikä?

En seuraa

33. Jätäthän yhteystietosi osallistuaksesi arvontaan. Kyselyyn vastanneiden kesken arvotaan kaksi (2) lahjakorttia, joilla pääsee nauttimaan kolmen ruokalajin menun Salon Seurahuoneella (arvo n. 45€)

Kyselyn vastaukset käsitellään nimettöminä eikä vastauksia yhdistetä henkilötietoihin.

Nimi _____

Sähköposti _____

Osoite _____