



Haaga-Helia amk:n Majoitus- ravintola- ja matkailuliiketoiminnan opiskelijoiden näkemyksiä: Alan vetovoimaisuus, työhön sitoutuminen ja omia urahaaveita

Emily Havaste

Haaga-Helia ammattikorkeakoulu

Hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon koulutusohjelma

Opinnäytetyö

2024

Tiivistelmä

Tekijä(t) Emily Havaste
Tutkinto Restonomi
Raportin/Opinnäytetyön nimi Haaga-Helia amk:n Majoitus- ravintola- ja matkailuliiketoiminnan opiskelijoiden näkemyksiä: Alan vetovoimaisuus, työhön sitoutuminen ja omia urahaaveita
Sivu- ja liitesivumäärä 38 + 1
<p>Tämän tutkimustyyppisen opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää Haaga-Helian amk:n 1. vuoden opiskelijoiden näkemyksiä alan vetovoimaisuuteen, työhön sitoutumiseen ja omiin urahaaveisiin liittyen. Opinnäytetyön tarkoitus on antaa Haaga-Helialle sekä muille majoitus- ravintola- ja matkailualan toimijoille tietoa 1. vuoden opiskelijoiden näkemyksiä alasta nyt ja tulevaisuudessa, jotta alan houkuttelevuutta voitaisiin suunnitella ja kehittää yhä eteenpäin uusi sukupolvi mielessä pitäen. Työ on rajattu 1. vuoden majoitus- ravintola- ja matkailuliiketoiminnan opiskelijoihin.</p> <p>Tietoperustassa pohditaan majoitus- ravintola- ja matkailualan vetovoimaisuuteen liittyviä tekijöitä nykypäivänä sekä myös tulevaisuuden näkymät huomioiden. Vetovoimaisissa eli houkuttelevissa yrityksissä yhteisenä tunnuspiirteenä on usein nähty sitoutuneet työntekijät, jotka nauttivat työstään ja voivat hyvin työpaikalla. Tämän hetken opiskelijat ovat usein Z-sukupolven edustajia. Monet heistä ovat myös työuransa alussa, ja heillä on omat näkemykset ja vaatimukset työhön sitoutumisen ja uranrakentamisen kannalta.</p> <p>Tutkimusosuus toteutettiin 29.10.2024 Haaga-Helian Haagan kampuksella laadullisena tutkimuksena, ryhmäkeskustelun muodossa. Ryhmäkeskustelu tehtiin teemahaastatteluna, jossa osallistujat saivat keskustella keskenään keskustelussa esiintyvistä teemoista. Ryhmäkeskusteluun osallistui 4 opiskelijaa. Ryhmäkeskustelu nauhoitettiin ja litteroitiin. Sen jälkeen litterointi purettiin tiiviimpään osaan teemakortistoiksi, jossa tuli ilmi keskeinen aineisto kunkin teeman kannalta.</p> <p>Tutkimustuloksissa kävi ilmi paljon samoja asioita kuin aikaisemmissa tutkimuksissa: Opiskelijoilla ei ole vielä tarkkaa toimintasuunnitelmaa oman uran rakentamiseen, mutta majoitus- ravintola- ja matkailualalle oli lähdetty suuntautuminen mielessä sekä omat urahaaveet mielessä pitäen. Omasta työelämästä ja urankehityksestä tulevaisuuden kannalta ei oltu huolissaan, sillä nopeasti digitalisoituvan maailman ei silti uskottu korvaavan majoitus- ravintola- ja matkailualalle ominaiseksi koettua ihmisläheisyyttä ja asiakaspalvelua. Myös työn houkuttelevuuteen ja siihen sitoutumiseen liittyen teemat myötäilivät jonkin verran tietoperustaa ja tutkimuksia: Varsinkin positiivinen työyhteisö ja työstä kiinnostavuus nähtiin näissä molemmissa tärkeiksi ominaisuuksiksi.</p> <p>Tämän pohjalta voisi päätellä, että opiskelijoita kiinnostaa työpaikoissa mahdollisuus työstä nauttimiseen ja hyvän työyhteisön tuoma motivaatio ja ilo tehdä parhaansa töissä. He kulkevat työelämässä päivä päivältä eteenpäin ilman liikaa suunnittelua, kuitenkin tulevaisuuden mahdollisuuksia mielenkiinnolla odottaen.</p>
Asiasanat Vetovoimaisuus, majoitus- ravintola- ja matkailuala, sitoutuneisuus, majoitus- ravintola- ja matkailualan opiskelijat

Sisällys

1	Johdanto	1
2	Majoitus- ravintola- ja matkailuala Suomessa ja sen tulevaisuus	3
2.1	Opiskelu alalla	3
2.2	Työelämän tulevaisuudentutkimusta	5
3	Majoitus- ravintola- ja matkailualan vetovoimaisuuteen liittyvät tekijät	7
3.1	Vetovoimainen yritys	7
3.2	Työnantajan ja työntekijän kokemus työpaikasta	8
3.2.1	Sisäinen ja ulkoinen työnantajakuva	9
4	Matkailu- ja ravintola-alan työntekijöiden sitoutuneisuus	10
4.1	Työn imun vaikutukset sitoutumiseen	11
4.2	Z-sukupolven sitoutuminen majoitus- ravintola- ja matkailualalla	12
5	Tutkimuksen toteutus	15
5.1	Aineistonkeruumenetelmät	15
5.2	Aineiston analysointimenetelmät	17
6	Tutkimustulokset	18
6.1	Majoitus- ravintola- ja matkailualalla opiskelu	18
6.2	Uransuunnittelu ja urahaaveet	18
6.3	Houkutteleva työpaikka	19
6.4	Työhön sitoutuminen	21
6.5	Majoitus- ravintola- ja matkailualan tulevaisuus	23
7	Pohdinta	25
7.1	Tulosten tarkastelu	26
7.2	Tutkimuksen luotettavuus	28
7.3	Tutkimuksen eettisyys	29
7.4	Oma oppiminen ja tutkimusehdotukset	30
	Lähteet	32
	Liitteet	38

1 Johdanto

Aloittaessani hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon opiskelijana koin epävarmuutta siitä, miksi päätin hakeutua kouluttautumaan juuri restonomiksi. Minulla oli joitain ideoita, mutta tarvitsin inspiraatiota ja kysyin muilta tuntemiltani ensimmäisen vuoden opiskelijoilta, miten he olivat päätyneet opiskelemaan tutkintoa. Yllätyin siitä, miten suurimmalla osalla oli samankaltaisia tuntemuksia kuin minulla. Joukossa oli toki myös opiskelijoita, joilla oli selkeä intohimo alaa kohtaan tai olivat työskennelleet alalla jo pitkään ja halusivat lisäkoulutusta. Olin silti häkeltynyt siitä, miten moni kuvasi ”ajautuneensa” koulutukseen tai jopa heittämällä kolikkoa kahden koulutuksen välillä. Näin syntyi jo opintojeni varhaisessa vaiheessa ajatus siitä, että tähän ilmiöön haluaisin vastauksia; ja mikä sen parempi tapa niitä etsiä kuin tehdä niiden pohjalta opinnäytetyö.

Majoitus- ravintola- ja matkailuala on tunnetusti kamppailut vetovoimaisuuden ja työntekijöiden sitouttamisen kanssa. Tietoperustassa käynkin läpi sitä, millainen majoitus- ravintola ja -matkailuala on Suomessa tällä hetkellä ja mitkä asiat nähdään alalla tärkeäksi tulevaisuudessa sekä tulevaisuuden tutkimuksen että erilaisten instituutioiden tutkimusten näkökulmasta. Sitten pureudun enemmän siihen, millainen on vetovoimainen yritys ja miten työntekijät ovat isossa roolissa tämän toteuttamisessa. Lopuksi tarkastelen vielä työhön sitoutumista tämän päivän työelämässä, jota esimerkiksi lukuisat kriisit ja työelämän epävarmuus sekä pirstaloituminen on aiheuttanut. Luvussa pidän keskiössä nuoren sukupolven kokemuksia opiskelusta ja työelämästä, jonka tarkoituksena on myös peilata tutkimustani, jossa haastattelen monin paikoin työelämän alussa olevia opiskelijoita.

Opinnäytetyössä halutaan saada selville, miten Haaga-Helian amk:n 1. vuoden majoitus- ravintola- matkailuliiketoiminnan opiskelijat näkevät alan vetovoimaisuuden nyt ja tulevaisuudessa. Tarkoituksena olisi myös saada selville, miten he ovat päätyneet opiskelemaan tutkintoa ja mitä ura- haaveita heillä on. Siksi haastateltavat ovat ensimmäisen vuoden päiväopetuksen opiskelijoita: todennäköisesti suurin osa heistä vielä miettivät omaa sijoittumistaan työelämään opintojen ollessa vielä alussa ja tulevat olemaan työelämässä vielä pitkään. Tällöin keskustelu tulevaisuuden mahdollisuuksista voi olla helpompaa herättää kuin esimerkiksi haastatteleamalla ihmisiä, joiden työelämä on jo pitkällä ja vakiintunut. Tutkimus toteutetaan ryhmäkeskusteluna, koska haluan luoda aiheista avointa keskustelua ja ajatusten jakamista opiskelutovereiden keskuudessa.

Opinnäytetyö on rajattu haastattelemaan Haaga-Helian amk:n majoitus- ravintola- ja matkailuliiketoiminnan ensimmäisen vuoden opiskelijoita. Työssä päästään syventymään keskusteluun, jossa joukko juuri aloittaneita tutkinnon opiskelijoita pääsevät antamaan näkemyksiään opiskeluun ja työelämään liittyen niin alalla kuin yleisestikin. Voimme keskustelun kautta saada suoriakin ajatuksia siitä, miten voisimme kehittää alaa, jotta se vastaisi yhä paremmin opiskelijoiden toiveisiin. Sen

kautta voimme parantaa alan houkuttelevuutta ja mielikuvia nuorten ja uuden työvoiman keskuudessa, joka vaikuttaa alan vetovoimaisuuteen. Tutkimuksen pää- ja alaongelmat seuraavat:

Tutkimuksen pääongelma tiivistettynä on seuraava:

- Mitkä olivat Haaga-Helia amk:n majoitus- ravintola- ja matkailuliiketoiminnan 1. vuoden opiskelijoiden näkemykset alan vetovoimaisuudesta, omista urahaaveista ja työhön sitoutumisesta?

Tutkimuksen alaongelmat ovat seuraavat:

- Millaiset tekijät ohjasivat opiskelijoita majoitus- ravintola- ja matkailualalle ja mikä tekee alan töistä mieluisia
- Mitkä ovat opiskelijoiden haaveet oman uransa suhteen nyt ja tulevaisuudessa?
- Miten opiskelijat näkevät työhön sitoutumisen?

2 Majoitus- ravintola- ja matkailuala Suomessa ja sen tulevaisuus

Tässä osiossa kerron, mitä majoitus- ravintola- ja matkailuala on ja miten se liittyy hospitalityn ja vieraanvaraisuuden ydinolemukseseen. Seuraavaksi käyn läpi kouluttautumismahdollisuuksia majoitus- ja ravintola-alalla. Lopuksi esitän vielä havaintoja siitä, millaisia tulevaisuudennäkymiä matkailu- ja ravintola-alalla nähdään sekä tulevaisuudentutkimuksen nojassa. Majoitus- ravintola- ja matkailualan käsitteitä

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa (s.a. a) määritelmän mukaan Matkailu- ja ravintola-ala pitää sisällään ravintola- ja catering -alan, majoitusalan, sekä matkailu- ja tapahtuma-alan sekä vapaa-ajan palvelut. Matkailu- ja ravintola-ala ei ole suinkaan ainoa käytetty termi alan määritelmälle, sillä alan kokonaisuus on niin laaja.

Matkailu- ja ravintola-alaa vastaavia käsitteitä ovat lisäksi esimerkiksi hospitalityala, vieraanvaraisuusala, MaRa-ala tai hotelli- ja ravintola-ala (Puhakainen & Vehkaperä 2023, 6). Tämän lisäksi on myös monia muita määritelmiä, joiden merkitys voi vaihdella eri kontekstissa. Esimerkiksi matkailuala voidaan nähdä yhtenä osana isompaa kokonaisuutta (Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa ry s.a. a) tai itse isona kokonaisuutena, tai klusterina: Esimerkiksi Työ- ja Elinkeinoministeriön toimialajulkaisussa (Jänkälä 2019, 7) luokittelussa matkailuala pitää sisällään majoitus- ja ravitsemispalvelut, henkilöliikenteen, kulttuuripalvelut, urheilu- ja virkistyspalvelut sekä matkatoimisto-, matkajärjestäjä- ja matkaopaspalvelut.

Hospitality-alan käsite pitää yleensä sisällään monia aloja, sillä se kuvaa kaikkia niitä aloja, missä hospitality (vieraanvaraisuus) toteutuu: Terminä hospitality on erittäin vanha, ja sen juuret ovat peräisin ranskankielisestä sanasta *hospice*, joka tarkoittaa vieraiden huolehtimista ja majoittamista. (Walker 2013, 4) Suomessa tilalla saatetaan käyttää sanaa vieraanvaraisuus, joka on käytännössä suora käänös hospitality-sanasta ja käytetään kuvaamaan samoja asioita (Veijola 2013, 18). Opinnäytetyössä käytetään termiä majoitus- ravintola- ja matkailuala, sillä se viittaa tutkinto-ohjelmaan, jonka opiskelijoita haastatellaan työssä (Haaga-Helia ammattikorkeakoulu s.a. a).

2.1 Opiskelu alalla

Ammattikouluissa voi opiskella ravintolapalvelun, ruokatuotannon tai hotellipalvelun opintoja. (ammattikoulut.fi s.a.). Ravintolapalveluiden koulutus valmistaa erilaisiin tarjoilijan ja hovimestarin tehtäviin, ja ruokatuotannon koulutus vastaavasti ravintolakokin tehtäviin. Hotellipalveluista voi valmistua hotellivirkailijaksi. Matkailualan perustutkinnon suorittanut voi työskennellä esimerkiksi matkailuvirkailijan tai matkapalvelujen tuottajan tehtävissä. (ammattikorkeakoulut s.a.)

Restonomin koulutus on ammattikorkeakoulututkinto ja se valmistaa matkailu- ravintola- ja tapahtuma-alan asiantuntija- ja esihenkilötehtäviin (Sureo s.a.). Restonomin AMK-tutkinto päiväopintoina on 210 opintopistettä ja sisältää 30 opintopistettä harjoittelua. AMK-tutkinto eli ammattikorkeakoulututkinto sisältää perusopinnot ja erikoistumisopinnot. Erikoistumisopinnoilla sekä harjoittelujaksoilla on tavoitteena kouluttaa opiskelija valitun erikoistumisalan ammattilaiseksi. Suomessa voi opiskella matkailun restonomiksi, liikkeenjohdon restonomiksi, tai hyvinvointimatkailun kehittämisen restonomiksi. (Opintopolku s.a. a.)

Yliopistotutkinto on entistä vapaammin räätälöitävissä ja se koskee myös harjoittelun osuutta opinnoissa (Opintopolku s.a. b). Haaga-Helian ja Tampereen ammattikorkeakoulusta restonomi voi myös käydä YAMK- eli ylemmän ammattikorkeakoulututkinnon, joka vastaa yliopistotutkinnon kriteereitä. Tutkinnon voi suorittaa hyväksyttävän työkokemusmäärän jälkeen, ja sen tarkoitus on syventää asiantuntijuutta ja antaa valmius vaikeampiin asiantuntija- ja kehitystehtäviin. (Opintopolku s.a. c.)

Haaga-Heliolla on Suomessa historiallinen majoitus- ravintola- ja matkailualan kouluttaja: Aluksi majoitus- ravintola- ja matkailualalle oli vain ammattikoulutusta, esimerkiksi Perhossa. Ennen Haaga-Helian aikaa, 1990-luvulla silloinen Haaga Instituutti muuttui ensimmäiseksi ammattikorkeakouluksi majoitus- ravintola- ja matkailualalla. (Haaga Instituutti -säätö s.a.) Nykyään ammattikorkeakoululla on 5 eri kampusta. Haagan kampus toimii Haaga-Helian restonomikampuksena ja majoitus- ravintola- ja matkailuliiketoiminta yhtenä restonomitutkintona. (Haaga-Helia ammattikorkeakoulu s.a. b.)

Haaga-Helian tutkinto-ohjelmat saivat uudistusta vuonna 2022 (Haaga-Helia ammattikorkeakoulu s.a. c) ja sen virallinen nimi on nyt siis Majoitus-, ravintola- ja matkailuliiketoiminta. Uudistuksena omien opintojen räätälöidessä voi kerryttää helpommin osaamista myös Haaga-Helian Porvoon kampuksen tarjonnasta, jossa voi opiskella matkailu- ja tapahtuma-alan restonomiksi. Muutoksista huolimatta, molemmat tutkinnot ovat painottuneet liikkeenjohtamiseen: Haaga-Helian tavoitteena on näillä tutkinnoilla kouluttaa majoitus-, ravintola- ja matkailualan ammattilaisia, jotka ymmärtävät liikkeenjohtamisen sekä tuloksellisesta että asiakaskeskeisestä näkökulmasta. (Haaga-Helia ammattikorkeakoulu s.a. a.)

Ammattikorkeakouluopinnot ovat käytännönläheisempiä kuin yliopisto-opinnot ja tähtäävät työelämän tarpeisiin. Ammattikorkeakoulututkinnossa painotetaan siis enemmän työelämän ja opintojen yhdistämistä: Esimerkiksi Haaga-Heliassa kannustetaan opiskelijaa pohtimaan omaa ammatillista suuntautumista aktiivisesti. Harjoittelujen ja erikoistumisopintojen lisäksi Haaga-Helia pyrkii sidosryhmien vahvaan ylläpitoon ja järjestääkin paljon erilaisia mahdollisuuksia opiskelijoille toimia erilaisten yritysten kanssa. (Haaga-Helia ammattikorkeakoulu s.a. a.) Tämä tutustuttaa opiskelijat

konkreettisemmin opiskelemaansa alaan ja edesauttaa uran rakentamista. Haaga-Helian hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohdon sekä majoitus-, ravintola- ja matkailuliiketoiminnan tutkinnoilla on siis tarkoitus luoda vankkoja ammattilaisia ja johtajia alan eri sektoreille.

2.2 Työelämän tulevaisuudentutkimusta

Tulevaisuutta voi hahmotella esimerkiksi tulevaisuuden tutkimuksen käsitteillä kuten megatrendeillä, heikoilla signaaleilla ja villeillä korteilla (Hiltunen 2019, luku Mikä on megatrendi?). Megatrendit tulevaisuustutkimuksessa käytettävänä terminä kertoo kuitenkin enemmän siitä, mitkä asiat ovat jo täällä ja vaikuttavat isolla skaalalla elämäämme. Näitä ovat esimerkiksi ilmastonmuutos ja digitalisoituminen. (Dufva 2019, 6 & 8.) Megatrendit eivät kuitenkaan muutu helposti, jonka takia ne ovat tärkeitä asioita ottaa huomioon tulevaisuuden ennakkoinnissa. Näitä muuttujia voivat olla villit kortit, yleensä yllättävät ja vaikuttavat tapahtumat, jotka vaikuttavat jopa isoihin vallalla oleviin trendeihin. Koronapandemia toimii esimerkkinä villinä korttina, joka tuli ja muokkasi maailmaa paljon lyhyellä aikavälillä, näin ”haastamalla megatrendejä” (Dufva 18.3.2020). Tulevaisuuden tutkimuksessa menneen sekä tämän hetken arviointia käytetään paljon (yksinkertaisesti) sen takia, että tulevaisuutta ei voi todellisuudessa tietää ennen, kun se tapahtuu (Hiltunen 2019, luku mikä on Megatrendi?) Heikot signaalit ovat nimensä mukaisesti ensimmäisiä huomioita muuttuvista asioista, ja voivat kasvaa megatrendeiksi tai ennakoida villejä korteja (Dufva 31.12.2019). Tulevaisuuden tutkimus on poikkitieteellistä (Tulevaisuuden tutkimuksen seura s.a.), eli myös majoitus- matkailu- ja ravintola-alan tulevaisuutta ennakoidessa olisi hyvä pitää ainakin mielessä eri listoissa jatkuvasti esiintyvät megatrendit ja niiden vaikutus alaan.

Tulevaisuutta on pohdittu myös paljon työelämän kannalta. Opetushallituksen julkaisema Koulutuksen kehittämissuunnitelmia (2019) ennakoi taitoja, joita tarvitaan tulevaisuuden työelämässä. Tuloksissa korostui digitalisaatioon ja kestävyYTEEN liittyvät työelämätaidot, eli ennakoitavat taidot vastaavat paljon aiemmin mainittuja megatrendejä kuten digitalisaatioon ja ilmastonmuutokseen liittyviä työtaitoja: Kaikkia toimialoja koskeviin tulevaisuuden taitoihin pääsi kärkisijalle 2 asiaa, jotka olivat asiakaslähtöinen palvelujen kehittämisosaaminen sekä kestävä kehityksen periaatteiden tuntemus. Heti sen jälkeen listassa oli suurempaan digitalisaatioon liittyvät taidot. (Opetushallitus 2019, 31) Asiakaskokemus ja palvelu eivät olleet tärkeimmässä roolissa näissä kaikkia aloja koskevissa tarkasteluissa. Tulevaisuuden osaamista tutkittiin myös majoitus-, ravintola- ja matkailualalla Haaga-Helian toteuttamassa MODULE-hankkeessa (Puhakainen & Vehkaperä 2023, 6.) Kun kyseessä oli alakohmainen aineisto, tulevat nämäkin teemat esille. Haastateltavat eli alan henkilöt ja asiantuntijat kokivat asiakaskokemuksen ja -palvelun tärkeinä, joka ilmenee muun muassa erinomaisilla kommunikaatiotaidoilla. Hankkeessa pohditaan esimerkiksi, millaista

teknologinen osaaminen ja kestävä kehitys on alalla ja miten näitä trendejä voidaan hyödyntää alakohtaisesti. (Puhakainen, Vehkaperä, Moreira Kares, & Kauttonen 2023, 9-20.)

3 Majoitus- ravintola- ja matkailualan vetovoimaisuuteen liittyvät tekijät

Majoitus- ravintola- ja matkailualan vetovoimaisuuden tutkimuksissa sekä Suomessa, että maailmalla on havaittu lukuisia positiivisesti alan houkuttelevuuteen liittyviä tekijöitä. Niitä ovat esimerkiksi työkaverit ja työyhteisö, laajat henkilöstöedut, kansainvälisyys, työn moninaisuus, merkityksellisyys ja asiakaspalvelu, jonka myötä koettiin mahdollisuuksia ilahduttaa asiakkaita. (Räisänen & Suihkonen 2023a.)

Näistä positiivisista puolista huolimatta, majoitus- ravintola- ja matkailuala kärsii vetovoimaisuuden hiipumisesta. Alan vetovoimaisuuteen negatiivisesti vaikuttavia tekijöitä ovat esimerkiksi lyhyet työ sopimukset, fyysinen ja henkinen kuormitus, ja alan pienet palkat ja arvostuksen puute (Räisänen & Suihkonen 2023b.). Alan kehityksen kannalta erityisesti osaavan henkilökunnan pysyminen alan työpaikoilla olisi hyvin tärkeää. Matkailualan työllisyyttä tutkivassa julkaisussa kävi ilmi, että varsinkin pienet palkat estivät osaavien työntekijöiden saamista takaisin vanhoihin tehtäviin. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2023.) Osa näistä osaavista työntekijöistä joutui vaihtamaan työpaikkaa koronapandemian aikana, kun matkailu- ja ravintola-ala kärsi mittavat tappiot, ja lomautuksia ja irtisanoutumisia jouduttiin toteuttamaan runsaalla kädellä. Pandemian jälkeen Suomessa on kuitenkin avattu lukuisia uusia alan liikkeitä, etenkin ravintoloita, eikä työnhaun määrä ole päässyt kirimään tarjottavien työpaikkojen tasolle (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021).

Majoitus- ravintola- ja matkailualan vetovoimaisuuteen liittyviä tekijöitä löytyy alakohtaisesti, mutta käsillä on myös yleisiä työelämän muutoksia ja trendejä, jotka muuttavat työpaikkoja alasta riippumatta. Uusilla sukupolvilla on jo aivan erilaisia odotuksia työkuultuurilta, kun mihin on perinteisesti ehkä totuttu. Yksilöllinen lähestyminen työhön ja sitä tukevat johtamistyyli, pehmeät arvot ja digitalisaation hyödyntämisen määrä ja laatu verrattuna aiempiin sukupolviin, ovat näistä vain muutamia mainittuja havaintoja. (Gabriellova & Bucho 2021; Mahmoud, Fuxman, Mohr, Reisel & Grigoriou 2021.)

3.1 Vetovoimainen yritys

Vetovoimalle on olemassa paljon määritelmiä. Majoitus- ravintola- ja matkailualan vetovoimaisuutta tutkiessa haluan selvittää, millainen on vetovoimainen työnantaja ylipäätään. Malmelin ja Hakalan (2012, 10-11) mukaan yritysten kannalta vetovoima voi olla esimerkiksi sitä, kuinka houkutteleva se on työpaikkana. Majoitus- ravintola- ja matkailuala ei ole tästä poikkeus. Malmelin ja Hakala (2012, 11) uskovat, että vetovoimaisen työpaikan ytimenä on sen identiteetti: Ei ole yhtä mallivastusta vaan jokaisen yrityksen on tunnistettava, mitkä tekijät tekevät juuri heistä houkuttelevan työnantajan ja yhteistyökumppanin.

Joissain tapauksissa yritys on onnistunut tekemään itsestään niin vetovoimaisen, että sillä on erittäin sitoutuneita työntekijöitä, jotka toimivat varteenotettavina brändilähettiläinä kyseiselle yritykselle (Malmelin & Hakala 2012, 136-137). Tällaista täydellisyyttä tavoittelematta, monet yritykset ja toimijat, lukuun ottaen matkailu- ja ravintola-alan yritykset, voisivat pohtia omalla kohdalla tarvittavia muutoksia vetovoimaisuuden lisäämiseksi. Tärkeää on esimerkiksi vetovoimaisuutta tukeva johtamiskulttuuri ja sen näkyminen oikeissa kanavissa, jotta avoimet työpaikat ovat löydettävissä ja ovat sidosryhmien kiinnostuksen arvoisia (Ohtonen & Lalu 25.5.2022).

Vetovoimaisuutta voidaan lähteä kasvattamaan vetovoimastrategialla. Esimerkiksi Huhta ja Myllyntauksen (2021, 40) mukaan on ensin mietittävä organisaatiostrategia eli toimintasuunnitelma niille tavoitteille, jotka halutaan vetovoimastrategialla saavuttaa. Organisaatiostrategian toteutumiseen tarvitaan tietenkin työntekijöitä. Henkilöstön on täytettävä tavoitteeseen pääsemiseen tarvittava osaaminen (osaamisen tarve) sekä työntekijäymmärrys. Työntekijäymmärrys tarkoittaa sitä, että ymmärretään työntekijöiden yksilöllisiä tarpeita ja odotuksia työpaikasta osaamisenkin ulkopuolella: Millaisia asioita he arvostavat työpaikalla? Millaista työelämää he kaipaavat? (Luukka 2019, 118-119.)

Työntekijän kokemus työpaikasta eli työntekijäkokemus on hyvässä tapauksessa sellainen, missä työntekijäkokemus ja yrityksen odotukset kohtaavat: Työntekijä, joka on oikea henkilö tehtävään, myös itse nauttii työstä ja on osaamiseltaan oikea henkilö rooliin. (Huhta & Myllyntaus 2021, 40-41.) Näin ollen osaamisen tarve ja työntekijäymmärrys luovat työnantajakokemuksen.

Vahva työntekijäkokemus helpottaa työnantajabrändin suunnittelussa (Huhta & Myllyntaus 2021, 40-41). Kun on varmuus henkilöstön tyytyväisyydestä ja hyvinvoinnista, voidaan sen pohjalta jakaa siitä tieto myös ulkoisesti sidosryhmille ja rekrytoinnissa potentiaalisille uusille työntekijöille.

3.2 Työnantajan ja työntekijän kokemus työpaikasta

Huhta ja Myllyntaus (2021, 56–57) puhuvat työnantajabrändistä synonyymina työnantaja(mieli)kuvalle tai työnantajan maineelle, vaikka koulukunnittain näitä käsitteitä käytetään synonyymina tai erillisinä asioina. Luukka (2019, 135) toteaa pitävänsä eniten työnantajakuvan käsitteestä, sillä se antaa rehellisen kuvan työnantajasta. Tutkijasta riippumatta käsitteiden yhteinen ymmärrys on siinä, miten tärkeä rooli työntekijöillä on yrityksen menestymisen kannalta (Huhta & Myllyntaus 2021, 56).

Mosley & Schmidt (2017, 50) määrittelevät työnantajabrändin (employer brand) ja työnantaja(brändi)(mieli)kuvan (employer brand image) erillisinä asioina. Työnantajabrändi (employer branding) on yrityksen lupaus työnantajalle siitä, millaisen työyhteisön se tarjoaa: Se on tarkoituksen mukaisesti rakennettu brändi, joka muodostuu määriteltyjen arvojen, mission, vision ja muiden

tekijöiden pohjalta. Työnantajamielikuva (employer brand image) on taas ihmisten mielikuva yrityksestä työnantajana.

Viitalan (2021, 51) mukaan työnantajakuva rakentuukin työntekijäkokemuksesta. Työnantajabrändin (Mosley & Schmidt 2017, 50) tai työnantajalupauksen (Luukka 2019, 135-136) johtaminen vaatii ymmärrystä ihmisten mielikuvista ja näiden rakentamista niin, että ne kohtaavat nämä mielikuvat. Henkilöstö ja asiakkaat nimittäin toivovat usein saman kaltaisia kokemuksia yrityksestä. Johdolla tai vaikkapa sijoittajilla voi olla niin kunnianhimoisia ja hienolta kuulostavia unelmanäkemyksiä yrityksen kuvasta, etteivät he näe todellisia, ehkä samaistuttavampia, asiakkaan ja henkilöstön toiveita. (Merikallio 2021, 87-89.) Johdossa saatetaan myös kokea, että tietyt asiat ovat yrityksessä paremmin, kuin mitä muut osapuolet todellisuudessa kokevat: Eräässä tutkimuksessa kävi ilmi, että tutkittavien yritysten johdolla ja majoitus- ravintola- ja matkailualan vastavalmistuneilla oli erilaisia mielikuvia kyseisistä yrityksistä: Työnantajat kokivat antamansa lähtöpalkan sekä yrityksen maineen selkeästi parempana kuin minä vastavalmistuneet opiskelijat ne kokivat. (Baum, Kralj, Robinson & Solnet 2016.)

Myös työntekijäkokemuksen ja työntekijäymmärryksen käsitteet tuntuvan olevan sama asia riippuen siitä, katsotaanko asiaa työntekijän tai työnantajan näkökulmasta. Luukan (2019, 120) mukaan juuri tämä työntekijäymmärryksen puoli on monessa yrityksessä hakusessa. Työtä helpottavat seikat kuten sujuva ja uusi teknologia tai prosessit saattavat olla viimeisen päälle mietitty, mutta työntekijöiden yksilöllisiä tarpeita ei osata ottaa aina huomioon. Liian usein ihmisiä johdetaan masana yksilön sijasta eli esimerkiksi kategorisoidaan ihmisiä tittelin mukaan, vaikka saman työnkuvan omaavat ihmiset ovat kaikki erilaisia toisistaan.

3.2.1 Sisäinen ja ulkoinen työnantajakuva

Työnantajakuva (tai brändi) voidaan jakaa siis ulkoiseen työnantajakuvaan ja sisäiseen työnantajakuvaan. Fischer (2020) kertoo työnantajakuvan (employer branding) tärkeydestä yrityksissä varsinkin, kun osaavan työvoiman on odotettu laskevan tulevaisuudessa. Yrityksessä, jossa on hyvä työnantajakuva, on uskollisempia työntekijöitä. (Fischer 2020.) Työpaikassa vallitsee siis positiivinen kulttuuri, joka kohottaa tuottavuutta. Myös ulkoisesti hyvällä työnantajakuvalla on paremmat mahdollisuudet houkutella uusia ja toivottavasti osaavia työntekijöitä. Ulkoinen työnantajakuva kulkee käsikädessä työnantajamaineen kanssa: Hyvä työnantajamielikuva luo hyvän maineen yritykselle, jota voidaan myös kutsua työnantajamaineeksi (Fischer 2020). Fischer (2020) käyttää sanaa employer branding, mutta päätän kontekstista, että sitä on käytetty synonyyminä työnantajamielikuvalle ja työnantajakuvalle: Hän puhuu näiden ulkoisesta ja sisäisestä aspektista, johon suomenkielisissä määritelmässä nähdään usein työnantajamielikuvaa tai -kuvaa selittäessä.

4 Matkailu- ja ravintola-alan työntekijöiden sitoutuneisuus

Vetovoimaisen yrityksen kulmakivenä ovat siis osaavat ja motivoituneet työntekijät, jotka vahvistavat organisaation kulttuuria ja toimivat yrityksen brändilähettiläinä (Malmelin & Hakala, 136-137). Työntekijää, joka kokee vahvaa kuuluvuuden tunnetta yritykseen, kutsutaan emotionaalisesti sitoutuneeksi työntekijäksi. Sitoutuneet työntekijät ovat usein lojaaleja eli pysyvät pidempään samalla työpaikalla, vähentäen vaihtuvuutta. Vaihtuvuus ei ole kuitenkaan vain huono asia, vaan se pitää yllä työpaikan ajattelutapojen ja osaamisen uudistumista. (Viitala 2021, 45.) Tämä kävi ilmi myös Jyväskylän yliopiston (2021) tekemässä kyselytutkimuksessa, jossa tutkittiin YZ-sukupolven suhtautumista työntekoon. Vaihtuvuuden tahti vaikuttaa siis eri tavalla jokaisessa organisaatiossa, joten sitoutuneisuuden ja vaihtuvuuden määrän vaikutusta kannattaa tarkastella tapauskohtaisesti. (Viitala 2021, 45.)

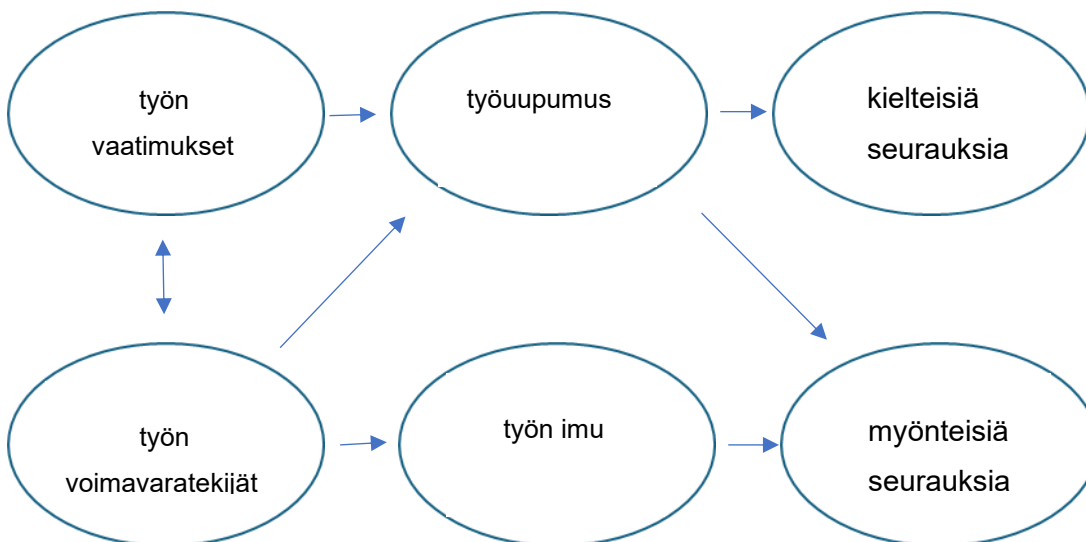
Sitoutumista on monenlaista ja sen selittäminen esimerkiksi tunneperäiseen, normatiiviseen sekä jatkuvaan sitoutumisen kautta on yksi yleisesti tutkijoiden tapa käsitellä eri sitoutumisen muotoja (Robbins & Judge 2022, 119). Tunnesitoutunut työntekijä (affective commitment) kokee vahvaa kuuluvuuden tunnetta yrityksessä. Jos mietitään sitoutunutta työntekijää, tunnesitoutunut työntekijä tulee mieleen. Hän on lojaali työntekijä, joka tekee töitä organisaation ja työyhteisön eteen sekä omasta tahdosta. Normatiivisesti sitoutunut (normative commitment) työntekijä taas kokee oman työpanoksensa ja olemassaolonsa yrityksessä obligatorisena eli tuntee vastuuta pysyä yrityksensä sen toimivuuden vuoksi. Jatkuvuuden (continuance commitment) pohjalta sitoutunut työntekijä jää työpaikalle usein siitä syystä, että lähteminen aiheuttaisi työntekijälle liikaa kustannuksia. (Kiviranta 2010, 42; Robbins & Judge 2022, 119.) Näitä kaikkia piirteitä on voitu nähdä samaan aikaan samoilla ihmisillä, eikä esimerkiksi tunnesitoutunut ole aina sitoutuneempi kuin vaikkapa normatiivisesti sitoutunut. Eri ihmisillä on erilaiset syyt sitoutua, eikä toinen ole välttämättä toista parempi, vaikka jotkut uskovat vain tunnepohjaisesti sitoutuneen työntekijän olevan aidosti sitoutunut työhönsä. (Robbins & Judge 2022, 119.)

Majoitus- ravintola- ja matkailualalla on koettu, että varsinkin Z-sukupolvea on vaikea sitouttaa työpaikoilla (Puhakainen & Vehkaperä 2023, 18-19). Vaihtuvuutta on etenkin ravintola-alalla; toisaalta esimerkiksi pikaruokaravintola voi toimia aivan hyvin nopeammallakin vaihtuvuudella (Puhakainen & Vehkaperä 2023, 19; Viitala 2021, 45). On siis hyvä muistaa, että sitoutuminen tai muuten toimiva työorganisaatio ei yksinomaan tarkoita sitä, että työntekijä viipyy kauan työtehtävissään tai organisaatiossa. Erään tutkimuksen mukaan vahva työhön identifioituminen oli läsnä myös esimerkiksi freelance-työntekijöillä, kunhan työ tuotti autonomisuuden ja innostuksen kokemuksia (Robbins & Judge 2024, 117).

4.1 Työn imun vaikutukset sitoutumiseen

Työn imun kokemuksia syntyy, kun työntekijä kokee intoa työhönsä ja suoriutuu jopa paremmin kuin on vaadittu (Schaufeli & Bakker 2004). Parhaassa tapauksessa työn imu voi tarttua myös muihin, varsinkin läheisten työtovereiden keskuudessa (Hakanen 2011, 32). Aikaisemmissa luvuissa puhuttiin vetovoimaisesta yrityksestä. Kuten sanottu, vetovoimaisessa yrityksessä työntekijäkokemus ja sitä kautta työnantajakuva on maineikas, ja se näkyy sitoutuneempina työntekijöinä. Näin ollen työn imun kokemus voi olla yksi tapa tarkastella työpaikkaan sitoutuneisuutta.

Huhta ja Myllyntauksen (2021, 134) mukaan työntekijäkokemus rakentuu työn voimavaroista, jossa työn imu on keskeinen tekijä. Tässä työssä sen mallintamiseen on mukailtu TV-TV eli työn vaatimus- ja voimavaramallia, jonka ovat alun perin kehittäneet Evangelia Demeroutin kollegojensa Arnold Bakkerin ja Wilmar Schaufelin kanssa (Hakanen 2011, 104). Kuva 1 esittää, mitkä asiat vaikuttavat negatiivisesti ja positiivisesti työntekijäkokemukseen. Työn vaatimus- ja voimavaramalli on mukailtu Hakasen (2011, 105) kirjoittamasta, työterveyslaitoksen julkaisemasta Työn Imu- kirjasta. Työn vaatimukset voivat johtaa työuupumukseen ja sitä kautta negatiivisiin vaikutuksiin töissä kuten oman terveyden heikkenemiseen. Vastaavasti työn voimavarat ovat tukena sekä työn että työntekijän henkilökohtaisten tarpeiden ja kokemusten paranemisessa. Kun työntekijä kokee työnsä sujuvan hyvin ja viihtyvänsä työssään, edes auttaa se taas työn imun syntymistä.



Kuva 1. Työn vaatimusten – työn voimavarojen malli (mukaillen Hakanen 2011, 105; Schaufeli & Bakker 2004)

Liika fyysinen työ tai liika työn määrä on kuormittavaa ja lisää työn vaatimuksia liikaa, jolloin ollaan vaarassa joutua työuupumuksen polulle. On tärkeää, että sekä työn vaativuutta että voimavaroja on sopivassa suhteessa, jolloin työn imun kokemus voi syntyä. (Hakanen 2011, 107.)

4.2 Z-sukupolven sitoutuminen majoitus- ravintola- ja matkailualalla

Sukupolvien välillä saattaa olla eroja työhön sitoutumisen kannalta. Kun halutaan pohtia, miten ymmärrämme sitoutumisen tästä eteenpäin, on syytä ottaa huomioon myös tästä eteenpäin työelämässä vielä pitkään viipyvä Z-sukupolvi sekä opiskelijat (Nieżurawska, Kycia & Niemczynowicz 2023, 7-16). Siksi tässä kappaleessa halutaan tutkia Z-sukupolven ja majoitus- ravintola- ja matkailualan opiskelijoiden ajatuksia ja kokemuksia työelämästä, sekä työhön sitoutumisesta.

Z-sukupolven määrittely vaihtelee eri lähteissä, ja tämä johtuu Koulopoulos & Keldsenin (2016, luku Meet Gen Z—The Über Generation) mukaan sukupolvien rajojen hälvemmisessä viime aikoina. He laskevat Z-sukupolven sijoittuvan karkeasti 1995-2015 vuonna välillä syntyneisiin. Esimerkiksi Mellanen & Mellanen (2020, 43) kuvailee Z-sukupolven olevan ikään kuin jatketta milleniaaleille, eli Z-sukupolvea edeltävälle (Y-sukupuoleksikin kutsutulle) sukupolvelle. Joissain määritelmässä taas 1990-luvulla syntyneet lasketaan Y-sukupolveen ja Z-sukupolvi vasta 2000-luvulla syntyneisiin. Tässä opinnäytetyössä käytetään määritelmänä Z-sukupolvelle Koulopoulos & Keldsenin (2016, luku Meet Gen Z—The Über Generation) mukainen 1995-2015 syntyneet, sillä myös 1990-luvun lopulla syntyneet ”nuoret milleniaalit” Z-sukupolven tavoin ovat alle 30-vuotiaita ja monet uransa alussa tai vielä opiskelijoita. Lisäksi englanninkielisissä lähteissä käytettyä *hospitality*-termiä viitataan työssä vieraanvaraisuus-sanalla.

Z-sukupolvi on ensimmäinen sukupolvi, joka ei ole elänyt ennen internetin maailmaa (Corbisiero, Monaco & Ruspini 2022, 21; Mahmoud ym. 2021; Goh & Lee 2017). He ovat siis taitavia hyödyntämään teknologiaa, joka heijastuu myös työelämään. Monet heistä esimerkiksi kokevat virtuaalisen kanssakäymisen luonnollisempana ja helpompana; Tosin yleisesti kommunikoinnissa saattaa olla hankaluuksia, ja konflikteja pyritään välttämään työpaikalla. He tarvitsevat usein myös sopivat tilat työnteolle, jotka ovat visuaalisia ja miellyttäviä muun muassa keskittymiskyvyn huonontuessa. (Nieżurawska ym 2023, 15-16.) Z-sukupolven edustajille on tärkeää työelämän varmuus. He haluavat ennalta-arvattavan arjen, jossa työ on strukturoitua ja selkeää (Nieżurawska ym. 2023, 15). Z-sukupolvea on kutsuttu myös herkiksi ja uniikeiksi ”lumihutaleiksi” (snowflakes), jolla kritisoidaan kokemusta sukupolven yliherkkyydestä ja kriittisyyttä pienistäkin asioista. Tätä nimitystä kuulee paljon ja se kumpuaa oikeistakin asioista, mutta näiden piirteiden kuvaileminen vain tietyn sukupolven kohdalla on vähintäänkin kyseenalaista. (Canavan 2021, 13.)

Z-sukupolvea ei pidetä aina kovin pitkäaikaisesti sitoutuneina työntekijöinä, eikä se välttämättä aina haittaa. Kaikilla aloilla tarvitaan kuitenkin myös pitkäaikaisesti sitoutuneita ja rautaisia ammatilaisia. Solnet, Baum, Robinson & Lockstone-Binneyn (2016) meta-analyysi osoittaa vaihtuvuuden vaikuttavan majoitus- ravintola- ja matkailualaan varsinkin, kun väestö ikääntyy monissa maissa (Goh & Okumus 2020). Goh & Okumus (2020) ovat huolissaan Z-sukupolven pitkäaikaisesta

sitoutumisesta majoitus- ravintola- ja matkailualalla, vaikka he muodostavatkin isoimman osan alan työvoimasta. Tämä huoli antaa ymmärtää, että nuoren henkilöstön vaihtuvuus on suurta ja näin työvoiman säilyttäminen tuo haasteita alalle. Ilmiöstä on ollut puhetta jo ennen koronapandemiaa: Esimerkiksi vuonna 2018 Elinkeinoelämän keskusliiton erään julkaisun (Mankki 24.10.2018) mukaan vaihtuvuus alalla on suurta, sillä nuorten ensimmäiset työpaikat ovat lyhytkestoisempia ja nämä ensimmäiset työpaikat sijoittuvat usein juuri palvelualoille, johon myös majoitus- ravintola- ja matkailuala kuuluu. Myös uudemmissa tilastoissa kävi ilmi, että majoitus- ravintola- ja matkailualalla lähteviä työntekijöitä on enemmän kuin tulevia (Mankki 20.10.2022). Suhteellisen iso nuorten työntekijöiden osuus nähtiin jälleen kerran vaikuttavana tekijänä, mutta myös naisvaltaisuus, jossa vaihtuvuus korreloitiin perhevapaiden yleisyyteen.

Edellisessä alakappaleessa mainittiin esimerkiksi teknologian käytön tärkeys ja työelämän varmuus Z-sukupolven työelämässä. Nämä teemat toistuvat tutkimuksissa, joissa olivat kohteena vieraanvaraisuusalan opiskelijat ja/tai z-sukupolven edustajat. Esimerkiksi teknologian hyödyntäminen työelämässä ja jopa sen vahva osa työpaikan brändiä on nähty olevan läsnä Z-sukupolven sitoutumista tarkastelevassa tutkimuksessa. (Yu, Shum, Alcorn, Sun & He 2022.) Kommunikointimahdollisuudet työssä teknologian välityksellä on koettu Z-sukupolvea sitouttavana tekijänä vieraanvaraisuusalalla (Yu ym. 2022; Goh & Okumus 2020).

Työelämältä toivottu selkeä struktuuri ja varmuus on taas tullut esille monessa koronan vaikutusta tarkastelevissa tutkimuksissa. Koronalla ja muilla kriiseillä onkin ollut oma osuutensa työntekijöiden sitouttamiseen matkailu- ravintola- ja majoitusosalalla. Työllisyystilanne vaikutti koko alan työllisyystilanteeseen, eikä vain Z-sukupolveen. Lomautuksia tapahtui alalla paljon 2020 ja 2021 vuosien aikana, ja tilanteen parantuessa kaikki eivät enää palanneet alalle. (Karakallio & Arovuori 10.3.2023.) Vuoden 2022 nuorisobarometrin teemana oli kriisien läpi selviäminen. Tuloksissa oli mielenkiintoista se, että nuoret suhtautuivat melko myönteisesti tulevaisuuteen, vaikka koronan aikainen etäopiskelu ja kavereiden etäisyys oli puhututtanut heitä etenkin avoimissa vastauksissa. Työelämässä monet nuoret ovat palvelualoilla, ja ottaen huomioon monien palvelualojen kärsiminen korona-aikana, oltiin siihenkin nähden yllättyneitä nuorten positiivisesta asenteesta. (Nuorisosiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusseura 16.3.2023.) Suomessa tehdään muitakin nuorien opiskelua ja työelämää tutkivia kyselyitä ja muita tutkimuksia, joskin ne eivät yleensä liity suoraan majoitus- ravintola- ja matkailuun. Ulkomaisista tutkimuksista on myös nähtävissä koronan vaikutuksesta opiskelijoiden ja nuorten ammatti-identiteettiin ja ura-aikeisiin alakohtaisesti. Kiinassa Birtch, Chiang, Cai & Wang (2021) tutkivat, miten koronan aiheuttavat negatiiviset tunteet, kuten epävarmuus ja pelko, vaikuttivat vieraanvaraisuusopiskelijoiden ammatti-identiteettiin sekä siihen, aikovatko he tehdä töitä vieraanvaraisuusalalla tulevaisuudessakin. Korrelaatio näkyi tutkimustuloksissa: Ammatti-identiteetti vieraanvaraisuusalalla koettiin heikommaksi. Ura-aikeita

vieraanvaraisuusalalla mitattiin minäpystyvyyden (self-efficacy), ulkoisen ja sisäisen motivaation, sekä intohimon tunteiden kanssa. Ammatti-identiteetin vähentyessä myös teot ja valinnat työelämässä kulkivat sen kanssa käsikädessä. (Birtch ym. 2021.) Z-sukupolven havaittu tarve turvalliseen ja ennalta-arvattavaan työelämään myös majoitus- ravintola- ja matkailualalla on nähty olevan osin seurausta muun muassa Koronan aiheuttamista huolista epävarmasta työelämästä (Goh & Okumus 2020). Tämä ei auta, jos esimerkiksi vaihtelevat työajat ja pieni palkka on koettu vieraanvaraisuusalalla yleiseksi (Sakdiyakorn, Golubovskaya & Solnet 2022). Myös raha on koettu monissa tutkimuksissa Z-sukupolvelle tärkeämmäksi kuin esimerkiksi Y-sukupolvelle (Atiq & Usmani 2023).

Myös johtajuuden laadulla on nähty korrelaatiota työhön sitoutumisen kannalta vieraanvaraisuusalalla. Yhdessä niistä (Yousaf, Rasheed, Hameed, and Luqman 2020, 766) tutkittiin operatiivista työtä vieraanvaraisuusaloilla. Korkea sosiaalinen tuki lähijohtajilta ja työtovereilta vähensi stressiä, joka liittyi operatiivisen työn luonteeseen. Tämä vuorostaan vähensi työn vaihtamisen aikeita. Myös Lähijohtamisen laatu voi olla avain asiassa monissa työpaikoissa työntekijöiden sitouttamisessa. Esihenkilön kyky johtaa selkeästi ja tehokkaasti, mutta myös esimerkiksi työhyvinvoinnista huolehtiminen on tärkeä osa hyvää lähijohtamista. (Viitala 2021, 49-50.) Työntekijäymmärrys on tässä tärkeää ja sen onnistunut yhdistäminen sujuvaan johtamiseen on valtavan hyvä saavutus: Kyky ymmärtää työntekijöiden yksilölliset tarpeet kuten eri elämäntilanteet, haasteet ja motivaatiotekijät sekä kyky johtaa työtä sujuvasti näidenkin asioiden ollessa läsnä voi lisätä työntekijän sitoutuneisuutta henkisesti stressaavassakin työssä. (Luukka 2019.) Johtajuuden aspektit ovat nähtävissä taas heijastuvan työnantajamielikuvaan ja sitä kautta työvoiman houkuttelemiseen ja sitouttamiseen: Esimerkiksi Kapuściński, Zhang ja Wang (2023) tutkivat erään Lontoolaisen yliopiston vieraanvaraisuuden Z-sukupolven opiskelijoita tärkeistä ominaisuuksista työpaikalla. Työpaikan valintaan vaikutti avoin johtajuus sekä johtajien taidot ja halu olla apuna. Myös matala hierarkia koko työyhteisön koettiin tärkeäksi, jonka nähtiin parantavan työtovereiden välistä suhdetta sekä verkostointikykyä alalla. Ylipäätään työyhteisön merkitys oli myös tärkeää johtajuuden rinnalla.

5 Tutkimuksen toteutus

Tämä luku kertoo aineistonkeruu- ja analysointi menetelmät, joilla tutkimus toteutetaan. Tutkimuksessa halutaan saada selville tutkimuksen kannalta relevanttien henkilöiden näkökulmia ja mielipiteitä aiheeseen. Tämä on myös esimerkki laadullisen tutkimuksen ominaisuudesta (Puusa & Juuti 2020, 9.). Siksi on luonnollista, että tämän opinnäytetyön menetelmät ovat laadullisia.

Laadullista tutkimusta käsitellään usein vähän eri näkökulmista erilaisissa teoksissa, joka on hyvä muistaa määrittelyssä. Eskolan ja Suorannan (1998, 15) mukaan laadullinen aineisto on yksinkertaisimmillaan kuvattuna tekstimuotoinen aineisto, joka aineistokeruumenetelmän mukaan syntyy joko tutkijasta riippuen tai riippumatta. Laadullisia aineistonkeruumenetelmiä on monia (Tuomi & Sarajärvi 2018, 22, 14). Aineiston analysoinnilla taas on tarkoitus selkeyttää kerättyä aineistoa (Eskola & Suoranta 1998, 138). Toisaalta ainakaan laadullisissa analyysimenetelmissä mitään tarkkaa kaavaa tai ohjeita ei ole. Tulkinta on aina loppupeleissä jokaisen oman mielikuvituksen varassa. (Eskola & Suoranta 1998, 138 & 146.) Tarkastelen sekä aineistonkeruumenetelmiä sekä aineiston analysointimenetelmiä tarkemmin omissa kappaleissaan.

5.1 Aineistonkeruumenetelmät

Tutkimus toteutetaan siis laadullisella menetelmällä, ryhmäkeskusteluna. Ryhmäkeskustelu toteutetaan puolistrukturoituna teemahaastatteluna. Osallistujina toimii Haaga-Helian 1. vuoden Majoitus- matkailu- ja ravintolaliiketoiminnan opiskelijat, ja keskustelu nauhoitetaan ja litteroidaan.

Ryhmäkeskustelussa joukko vapaaehtoisia haastateltavia keskustelevat toistensa kanssa fokusoidusti mutta vapaamuotoisesti (Bloor M., Frankland J., Thomas M. & Robson, K. 2001). Erään määritelmän mukaan ryhmähaastattelussa ryhmän vetäjä usein haastattelee ryhmän jäseniä yksitellen tarkemmin strukturoitujen kysymysten avulla. Ryhmäkeskustelussa taas vetäjän rooli on enemmän esittää kysymyksiä tai teemoja koko ryhmälle keskusteltavaksi, sekä ohjata keskustelua tarpeen tullen vuorovaikutuksen ylläpitämiseksi. (Ruusuvoori & Tiittula 2005, 223.) Jo ennen aineistonkeruumenetelmän valintaa halusin luoda tilaisuuden, jossa tietty ryhmä pääsee keskustelemaan vapaasti heitä yhdistävistä asioista, eli tässä tapauksessa yhdistävinä tekijöinä toimii ensimmäinen vuosi majoitus- ravintola- ja matkailuliiketoiminnan opiskelijana.

Laadullisia haastattelumenetelmiä ovat esimerkiksi strukturoitu haastattelu, puolistrukturoitu haastattelu, teemahaastattelu ja avoin haastattelu. (Puusa & Juuti 2020, 111-112; Eskola & Suoranta 1998, 87) Avoimessa haastattelussa ei ole tarkkaa rakennetta. Esimerkiksi syvähaastattelu antaa mahdollisuuden avoimelle ryhmäkeskustelulle. Syvähaastattelu voi olla täysin avoin eli strukturoimaton (Tuomi ja Sarajärvi 2018, 88). Teemahaastattelu lukeutuu puolistrukturoituihin

haastattelulajeihin. Niissä edetään tietyissä teemoissa ja aihealueissa, mutta kysymykset voivat vaihtaa järjestystä ja niiden esitysmuoto voi muuttua (Ruusuvuori & Tiittula 2005, 11). Toisaalta esimerkiksi Puusa ja Juuti (2020, 112) näkevät teemahaastattelun eroavan selkeästi muista puolistrukturoidusta haastattelutavoista. Liian tarkkaan muotoiltujen ja järjesteltyjen kysymysten sijaan teemahaastattelun kuuluisi olla laajempi teemoihin pohjautuva haastattelumuoto, jossa keskustelussa tutkijalla on pienempi rooli, esimerkiksi lisäkysymysten esittäminen tarpeen tullen. Muissa puolistrukturoiduissa haastattelutyyleissä kysymysten muoto ja järjestys ovatkin usein lukkoon lyötyjä, ja siksi teemahaastattelu voidaan nähdä vapaamuotoisemmaksi kuin muut puolistrukturoidut haastattelumenetelmät (Hirsjärvi & Hurme 2008, luku 47). Jo pienestä pintaraapaisusta menetelmäkirjallisuuteen huomaa, miten koulukunnan mukaan eri menetelmät nähdäänkin hiukan eri kategorioissa ja tiettyjä asioita painotetaan enemmän tutkijasta tai teoksesta riippuen.

Ryhmäkeskusteluun osallistui lopulta neljä opiskelijaa. Ryhmäkoolta olisin toivonut noin 6-10 osallistujan määrää, joka osoittautui haastavaksi lyhyen aikaikkunan välillä, kun ryhmäkeskusteluun etsittiin osallistujia. Ryhmän neljä osallistujaa sain käymällä sopivan ryhmän tunnilla sovitusti esittäytymässä PowerPointin avulla. Osallistumista varten loin osallistujalistan, johon oman nimen lisäksi sai laittaa oman puhelinnumeron, jos halusi osaksi osallistujien WhatsApp -ryhmää. Jos ei halunnut osaksi ryhmää, sai minuun olla suoraan yhteydessä. Ryhmän tarkoituksena oli helpottaa opiskelijoiden osallistumista, jolloin henkilökohtaisesti ei tarvinnut olla haastattelijaan yhteydessä. Ryhmäkeskustelu järjestettiin pienessä luokassa, jonka oli tarkoitus luoda kotoisampi ympäristö kuin moni muu luokka olisi voinut tarjota. Luokassa on myös helposti liikuteltavat, köykäiset pöydät ja pyörälliset tuolit, joka mielestäni lisäsi toivomaani rennompaa ilmapiiriä.

Jaottelin kysymykset karkeasti eri teemoihin, joiden järjestys jäljittelee teoriaosuuden teemojen järjestystä. Kunkin teeman alle olen laittanut mielestäni luonnolliseen järjestykseen tutkimuskysymyksiä aiheeseen liittyen. Tässäkin vaiheessa käytin sekä osallistujien että itseni hyväksi Powerpointia josta kysymykset pystyy tarkastamaan sitä mukaan, kun niitä kysytään. Powerpointin oli tarkoitus rytmittää keskustelua niin, että aina tiedetään minkä pääteeman alla ollaan. Näin kysymyksiin vastaaminen teemaan sopivalla tavalla oli tarkoitus pitää keskustelua hiukan aisoissa. Tarkoituksena oli siis luoda teemahaastatteluksi suhteellinen strukturoitu kysymysrunko oman rajallisuuteni eli aloittelevuuteni myötä. Lopulta ryhmäkeskustelu muuttui mahdollisesti osittain Powerpointin takia tiukemmaksi kuin oli tarkoitus. Olin kuvitellut päässäni skenaarion, jossa opiskelijat ryhtyvät keskustelemaan keskenään niin kauan, kun kehotan keskusteluun ja maltan olla hiljaisissa kohdissa itsekin hiljaa. Todellisuudessa keskustelussa tukeuduttiin minuun eli ryhmän fasilitaattoriin jokaisen kysymyksen avulla, ja jokainen puhui vuorotellen ilman sen suurempaa edes takaisin keskustelua. Olin onneksi luonut suhteellisen paljon tarkentavia kysymyksiä teemojen ympärille, jotka oli joka tapauksessa tarkoitus kysyä. Lasken ryhmäkeskustelun silti teemahaastatteluksi, ja siihen on

monta syytä. Syyt peilaavat aiemmin esittämäni teoriaa menetelmäkirjallisuuden avulla. Ensinnäkin olin jakanut aihealueet 4 eri teemaan, joihin olin alun perin tutustunut tietoperustassa: Ryhmäkeskustelun oli tarkoitus suhteellisen paljon peilata kirjoittamaani teoriaosuuteen. Toiseksi käytin haastattelussa paljon lisäkysymyksiä, ja kysymysten muodot muuttuivat, pitenivät ja tarkentuivat tilanteen sen vaatiessa. Kolmanneksi: Vaikka keskustelu alkoi aika mekaanisestikin, alkoi tunnelma pikkuhiljaa rentoutumaan tilaisuuden edetessä. Vaikeiksi koettujen kysymysten kohdalla saatettiin antaa esimerkkejä muihinkin ryhmäläisiin katsomalla, ikään kuin auttamalla muitakin keksimään sanottavaa. Ja kun ensimmäinen osallistuja jakoi henkilökohtaisen kokemuksen, jakoi kaksi muutakin omat kokemuksensa asiaan liittyen. Toisten tarinoihin ei liikaa puututtu tai niihin ei esitetty juuri lisäkysymyksiä ryhmän sisällä, mutta koin ryhmän muuttuvan yhteneväisemmäksi keskustelun loppupuolella.

5.2 Aineiston analysointimenetelmät

Kun aineisto on kerätty toivotulla tavalla, on aika siirtyä sen analysointiin ja tulosten muodostamiseen. Alussa kokeilin luokitella vastauksia tarkemmin, mutta lopulta teemoittelu tuntui luontevammalta, kun huomasin jokaisen osallistujan usein eriäviä kokemuksia samasta aihealueesta. Osallistujia oli muutenkin vain neljä ja samankaltaisetkin vastaukset saattoivat tuntua sattumalta eikä joltain ryhmän sisäiseltä mielipiteeltä. Lisäksi aiheita oli yhä vaikeampaa yrittää luokitella lause lauseelta, kun keskustelusta tuli pikkuhiljaa vapaampaa ja vapaampaa; puhumattakaan miten vaikeaa oli järjestellä pitkiä tarinoita, yhden henkilön pidempää hiljaisuutta tai kahden osallistujan välistä keskustelutuokiota.

Lopulta siis päädyin teemoittelemaan tulokseni ja siihen pääsemiseen loin ensin pitkälle teemahaastatteluni teeman mukaiset, hieman muunnellut teemakortistot. Teemakortistolla voi pilkkoa aineisto osiin, joiden avulla pystytään analysoimaan tekstiä. (Hirsjärvi & Hurme 2008, 141.) Jokaiseen keskusteluosuuteen merkataan numero sen perusteella, mihin teemaan se kuuluu. Sen jälkeen ne siirretään erilliselle tiedostolle joko tiivistettynä tai kopioimalla suoraan valikoidut tekstit. (Eskola & Suoranra 1998, 154.) Siirsin nämä tekstit suoraan hieman karsien täytesanoja. Tämä kävi nopeasti ja helposti, sillä teemahaastattelussa kuljettiin aika lineaarisesti aiheesta toiseen, ilman sen enempää palaamista aikaisempiin aiheisiin. Teemoittelussa kävin läpi kaikki kulloisenkin teeman alta löytyvät kysymykset. Tulokappaleeseen poimin mielestäni mielenkiintoiset tai usein toistuvista teemat, jotka esittelen tuloksina tarkoin valittujen sitaattien kera. Tätä voidaan kutsua myös sitaattikokoelmaksi (Eskola & Suoranra 1998, 176). Tarpeen tullen värjäsin eri tyylliset vastaukset eri väreillä, jotta pystyin helpommin hahmottamaan kaikki asiat, mitä aiheesta oltiin sanottu. (Corbisiero ym 2022, 21; Mahmoud ym. 2021; Goh & Lee 2017).

6 Tutkimustulokset

Tässä luvussa käyn tutkimukset läpi teemoittain. Ne ovat Majoitus- ravintola- ja matkailualalla opiskelu, Uran suunnittelu ja urahaaveet, Houkutteleva työpaikka, Työhön sitoutuminen sekä Majoitus- ravintola- ja matkailualan tulevaisuus. Jokaista teemaa käsitellään oman otsikkonsa alla.

6.1 Majoitus- ravintola- ja matkailualalla opiskelu

Ensimmäisenä kysyin opiskelijoiden syitä hakea restonomi opintoihin, sekä erityisesti Haaga-Helican majoitus- ravintola- ja matkailuliiketoiminnan tutkintoon. Restonomikoulutus näytti kiinnostavaan kaikkia jonkin verran ennen hakua, joten hatusta heitettyjä valintoja ei ollut tehty. Vastauksista tuli esiin etenkin alan monipuolisuus ja mahdollisuudet, sekä työkokemus alan työpaikoista ja päätös lähteä opiskelemaan alaa sen perusteella.

”Mut sai hakeutumaan restonomialalle sellanen yleinen tieto jo koulutuksesta että, mulla on ollu tuttuja keillä on restonomikoulutus käytynä jo aikasemmin ja mä tiedän paljon mahdollisuuksia mitä tällä koulutuksella on.”

”Mm, no mul oli se kun mä muutaman vuoden tein siis ihan perus pikaravintola aspaduunia ni sit mä huomasin et mä pidän siitä asiakaspalveluudesta aika paljon-”

Kaikki haastateltavat olivat hakeneet tarkoituksenmukaisesti Haaga-Helicaan opiskelemaan, mutta mitään erityisen suuria syitä sille ei annettu. Eräs opiskelija mainitsi, että se tuli vastaan, kun haki restonomiopintoja. Hän mainitsi myös halunneensa Helsinkiin opiskelemaan mieluummin kuin Tampereelle, jonka hän mainitsi toisena hakuvaihtoehtonaan. Koulun sijainti ja tutkinto-ohjelman löytyvyys on hyvin voinut olla muidenkin syinä juuri kyseisen koulutusohjelman valitsemiseen: Kun ottaa huomioon ensimmäisissä kysymyksissä kaikkien selkeä ja tarkoituksenmukainen halu opiskella restonomiopintoja, näyttää se suuremmalta motivaatiolta kuin itse Haaga-Helican tarjoama majoitus- ravintola- ja matkailuliiketoiminnan tutkinto. Toisaalta yksi opiskelija mainitsi ”tämän” olevan ainoa AMK-valintansa, ja muut hakuvaihtoehdot olivat muunlaisia koulutuksia. Tästä ei tietenkään käy eksplisiittisesti ilmi, hakiko opiskelija tarkan harkinnan jälkeen juuri kyseiseen tutkintoon vai etsikö hän vain jotakin restonomitutkintoa, joka sattui kohdalle niin kuin toisen opiskelijan kohdalla.

6.2 Uransuunnittelu ja urahaaveet

Seuraavaan teemaan siirryttiin kysymyksen kautta, jossa pohdittiin opintojen vaikutusta omaan uransuunnitteluun. Sen jälkeen jatkettiin uransuunnitteluun ja -haaveisiin liittyvillä keskustelunaiheilla.

Puolet opiskelijoista oli valinnut opinnot tulevaisuuden uranäkymiä mielessä pitäen, toiset puolet ei. Tosin hekin, jotka eivät vielä tätä tienneet, suhtautuivat asiaan rennosti ja odottavaisesti.

”No, mul on se että, ei oo vielä ollu semmosta konkreettista suunnitelmaa tulevaisuutta varten, että tästä pikkuhiljaa opintojen edetessä kattoo että mihinkäs tästä päätyy.”

Kaikilla oli kuitenkin jo haaveita oman uran suhteen: Toiset puolet mainitsivat urasta lentomatkailun alalta ja toiset puolet mainitsivat urahaaveensa olevan pitkän tähtäimen unelmia, jotka heidän mukaansa vaatisivat paljon aikaa toteutuakseen. Vaikka kaikki eivät siis olleet vielä varmoja opintojen vaikutuksesta omaan uraan nähden, oli unelmia jo ehditty miettimään.

”Vähän semmosena tarkempana niin, perustaa jossain kohtaa oma hotelli mut se on tosi pitkän tähtäimen, et se ei oo kans ihan heti tulossa.”

Ehkä nämä unelmat olivat monilla tarpeeksi kaukana, sillä lyhyen tähtäimen kysymyksissä taas oltiin harkitsevia tai lähellä omaa elämää tällä hetkellä: Nimittäin seuraavaksi kysyin opiskelijoilta siitä, edistävätkö he työelämässä jollain tavalla näitä haaveita. Kaikki vastasivat siihen enemmän tai vähemmän kielteisesti: Tämän hetken työelämää ei nähty oman alan töiksi, eikä sitä kautta omia urahaaveita edistäviksi työtehtäviksi. Urahaaveet ovat ehkä tällä hetkellä vain haaveita nimensä mukaisesti: On jokin haave, joka liittyy valitsemiin opintoihin, mutta niitä ei vielä ainakaan koeta edistävän tämänhetkisessä elämässä. Eräs opiskelija kuitenkin mainitsi suunnan vaikuttavan työharjoittelupaikan hakemiseen. Jo ensimmäinen työharjoittelu saattaakin olla monelle opiskelijalle yksi askel työelämän suunnan valitsemiselle.

6.3 Houkutteleva työpaikka

Teemahaastattelun rungossa yhtenä aiheena oli alan vetovoimaisuus, joka tietenkin peilaa tietoperustan osiota samoihin aiheisiin liittyen. Halusin käyttää haastattellessa vetovoimaisuuden käsitteen sijaan houkuttelevuutta, sillä ajattelin sen olevan samaistuttavampi ja maanläheisempi tapa lähestyä aihetta. Aloitin keskustelun kysymällä, millaisilla perusteilla työpaikkaa haetaan. Vasta sen jälkeen kysyin, mikä tekee työpaikasta houkuttelevan.

Ensinnäkin lähes kaikki eli yhtä lukuun ottamatta mainitsivat perusteeksi työpaikan hakemiselle sen kiinnostavuuden: Muuten tai esimerkiksi itseä kiinnostavan alan pohjalta. Myös oman intuition nojaten tehtiin päätöksiä: Millainen mielikuva tai käsitys työpaikasta tulee, ja mitä saatavissa olevan tiedon perusteella voisi päätellä työpaikan luonteesta. Myös tuntemattomuus mainittiin suoraan yhtenä tekijänä, joka ei houkuttele. Varmaankin on monille tärkeää, että työpaikasta löytyy tarpeeksi luotettavaa tietoa.

”Mulla on ehkä se et jos on saman alan työpaikoista kahen välillä ni sit mä mietin että kummasta mul on positiivisii mielikuvii tai käsityksii et sit mä meen ehk niinku, intuiition pohjalta myöski vähän mutta, ylipäättään varmaa ihan se mikä ala kiinnostaa tai silleen

”Kyl mullaki on toi sama et enemmän, menee just intuitiolla et en mäkää osannu silleen sanottaa sitä ennen ku S sen tos sano et aika pitkälti ku niitä työpaikkoja hakee, ni toki sen ensimmäinen mielenkiinto kiinnittyy siihen et aa toi on alalla mikä mua kiinnostaa, mut sitte mitä enemmän jää lukee sit siit alasta tai työpaikasta aika paljon ja sit kattoo vast et haluuko hakee siihen vai ei.”

Kenties työpaikan houkuttelevuus liitettiin tässä jo syyksi hakea työpaikkaa, sillä työpaikan houkuttelevuutta kysyessä samoista teemoista puhuminen jatkui. Esimerkiksi työpaikan työntekijöistä tai työhaastatteluja saatettiin tehdä jo ennakko-olettamuksia siitä, millainen työpaikka on:

”No siis toi työympäristö on aika tärkeä siinä että, jos se työympäristö, ei tunnu siltä että... Miten mä nyt kuvailisin tän jos se työympäristö tuntuu tosi ankeelta eikä sellaselta motivoivalta niin, kyl se nyt ite ilmaantuu siinä ...jos pääsisin työhaastatteluun”

Seuraavaksi siirryttiin kysymyksiin, joissa pohdittiin hyvän työyhteisön ja hyvän esihenkilön tunnusmerkkejä. Keskustelu meni jo aiemmin siihen suuntaan kuin olin toivonut eli puhuessa yleisesti houkuttelevan työpaikan ominaisuuksista oltiin jo päästy kuulemaan ajatuksia näistä molemmista, varsinkin työyhteisöön liittyen. Tarkentavien kysymysten avulla päästiin pureutumaan niihin vieläkin tarkemmin.

Sekä työyhteisöltä että lähijohtajilta odotettiin paljon samoja asioita, joista nousi päällimmäisenä läpinäkyvä ja tehokas kommunikointi: sanat kuten rehellisyys, avoimuus ja viestintä mainittiin useaan otteeseen.

”Mun mielestä, hyvä työyhteisö ois sellanen, avoin ja, rakentava, vois ehkä mainita. Että, pitää olla kriittisiä siihen mitä tekee mut sit ei voi olla silleen ylikriittinen et sen pitää olla just semmosta rakentavaa kriittisyyttä. Ja sitten totta kai, semmonen sosiaalinen ympäristö että, kaikki ei oo vaan yksin, sen vaikka tietokoneen ääressä et on vähän semmosta keskustelua ja niinku yhdessä oloa siinä samassa.”

”Joo must on hyvä just sellanen niinku kannustava ja rohkaiseva ja sitte ollaan rehellisiä, jos ei vaikka työpaikalla, saattaa tulla sellasia tilanteita ettei tykkää hirveesti jostai ihmisestä ni sit ei ainakaan oo semmosta silmien mulkoilua eikä mitään, ollaan rehellisiä ja avoimia ja käyttäydytään niinku aikuiset.”

Edelliset sitaatit ovat otteita hyvästä työyhteisöstä, jonka jälkeen siirryttiin puhumaan hyvistä esihenkilöistä samankaltaisten piirteiden kautta. Lähiesihenkilöiltä kaivattiin myös vastuuta työympäristön toimivuudesta ottamalla ohjat omiin käsiinsä ja auttamalla ongelmatilanteissa.

”Helposti lähestyttävä, se on varmaan tärkeätä munki mielestä. Ja sit kans semmonen hyvä johtaja et tietyltaval osaa ottaa ne paikat omaan käsiinsä ja johtaa sitä työympäristöä mut niinku hyvällä tavalla, ei mikää semmonen pomotteleva. Ja sit kans se et ku työnantajalla- vaikuttaa siihen et ketä siel on ettei syrji ketään, minkään perusteella.”

”Ja, mun mielest se ois semmonen et se on niinku ymmärtäväinen että, jos on joku vaikka projekti mikä on vähän myöhässä tai siin on jotai haasteita tai muuta niin, se ei oo vaan semmonen että nyt, pitää saada tehtyä ja vaan valittaa asiasta. Vaan yrittää ehkä vähän jopa auttaaki siinä et miten se voi sitten edistää eteenpäin.”

6.4 Työhön sitoutuminen

Sitoutuneisuuteen tullessa oli hetken vähän hiljaisempaa ja opiskelijoiden piti miettiä, mitä se tuo heille mieleen. Tämä tosin vähän lisäsi keskustelunomaista kommunikointia ryhmässä, kun esimerkiksi eräs opiskelijoista auttoi ryhmää antamalla esimerkkejä omista tulkinnoistaan, kun muut eivät heti keksineet sanottavaa. Myös lisäkysymyksiä valmiiksi luodun haastattelurungon lisäksi tuli käytyä, kun sitoutuneisuudesta sellaisenaan tai muuten laajasti esitettynä ei tullut mieleen omia mielipiteitä tai näkemyksiä. Alussa kysyin siis, mitä mielestäsi sitoutuneisuus on, johon sain pari vastausta. Yhdistelemällä sitoutumisen syitä työpaikkaan sekä itsen kannalta että yleisesti sain kattavamman kokonaisuuden vastauksia, joskin yksi opiskelijoista ei vielä vastannut. Vastauksissa toistui lähinnä työn sisältö ja motivoiva työyhteisö. Eräs opiskelijoista mainitsi kahdessakin eri kommentissaan asenteeseen liittyviä asioita. Kyse oli joustavuudesta työvuorolistojen kanssa sekä oman kiinnostuksen osoittaminen työtä kohtaan.

”Sekin on varmaan vähän asennekysymys: Jotku saattaa tulla töihin sillee et ”mä oon tääl sen vuoron ajan ja sit mä lähen himaan eikä mua enää tavallaan kiinnosta yhtään sen enempiä, kun mitä on pakko tehdä.” Ja sitte, jos antaa itestään tai ylipäättään jos välittää ni kylhän seki mun mielestä vaikuttaa sillä tavalla, on vähän jo sitoutuneempi siinä kohtaa.”

Kolme neljästä mainitsi tavalla tai toisella motivoivan työympäristön, työkavereiden ja työtehtävien tärkeyden. Jos ei kiinnosta, on vaikeaa sitoutua työhönsä. Tämä on sinänsä aika oletettavakin vaikutus.

Tästä siirryttiin sitoutumiseen vaikuttavista tekijöistä sitoutumista estäviin tekijöihin. Tällä kertaa kaikilla oli jotain sanottavaa asian kannalta, ja mielipiteitä oli monia. Puolet mainitsivat jälleen

työyhteisön tärkeyden, josta olivat jo hiukan kertoneet negatiiviseen sävyyn, jos näin voi sanoa. Eräs opiskelija jopa toi esille pointtinsa ankeasta työilmapiiristä, jonka esitti jo edellisessä teemassa työpaikan houkuttelevuutta pohtiessa:

”No jos siel on, mä oon täs aikasemminki sanonu et jos siel on tosi ankeeta, silleen niinku ahdistavaa olla siellä, ei tuu toimeen kenenkään kaa tai ei sen oman pomon kaa pysty niinku juttelee, tekee tai keskustelee, tai sit se vaan niinku, muuten vaan työympäristö tuntuu pahalta. Tai voihan, mä sanon vielä et jos se palkkakaan ei elätä sua mitenkään ni, totta kai seki vaikuttaa.”

Myös yhtenä mielestäni tärkeänä nostona tuli se, jos työ tuntui seuraavan kotiin asti työaikojen pidentessä ja pidentessä: Tärkeää on sekin, ettei töitä joudu ajattelemaan työajan ulkopuolella.

Aikaisemmassa teemassa käsiteltiin työpaikan houkuttelevuuden kautta, millainen on hyvä esihenkilö ja hyvä työyhteisö. Tässä osiossa puhutaan, miten nimenomaan lähiesihenkilö, sekä työyhteisö, vaikuttavat sitoutuneisuuteen. Eräs henkilö keksi jakaa oman tarinansa, jonka jälkeen kaksi muutakin innostuivat kertomaan omia kokemuksiaan työpaikoista, työyhteisöistä ja lähiesihenkilöistä. Ensinnäkin lähijohtajien positiivisesta asenteesta mainitsivat lähes kaikki, ja tämä nähtiin edellytyksenä myös positiivisen ilmapiirin luomiselle. Esimerkeistä tuli hyvin ilmi, miten pienikin hetki lähiesihenkilön ja työtiimin kanssa voi vaikuttaa koko lopputyöpäivään, puhumattakaan tunteiden työskentely esihenkilön kanssa, joka ei kommunikoi tai kannusta:

”Mä olin semmosessa ulkoilmamuseossa jossa olin ravintolassa, missä oli sit tämmönen kokki. Ja me ei oikeen tultu toimeen, ja sitte, jotenki se vaan niinku, hänen semmone, must tuntuu et hänellä oli jotenki semmonen kauhee huono energia ja sitte, me tehtiin vaan ne asiat jotka oli pakko kommunikoida”

”Ja mä voin antaa kans nyt tämmösen nopeen esimerkin ni, tänä vuonna olin reilu puol vuotta semmosessa kuljetusfirmassa töissä, ja, siellä niinku ajettiin yksin autoo. Mut me aina nähtiin meidän esihenkilöt aamulla ku me käytiin hakemassa autonavaimet. Vaikka sen näki sen viis minuuttia niin niitten se positiivisuus ja kaikki muu sieltä tiskin takaa, parans sitä päivää heti aamusta, vaikka sit olik loppupäivän yksin. Mut siinä niinku tuli se hyvä kontakti heti aamusta siihen vaikkei paljon muuten sitä työyhteisöä nähnykkään.”

”Nii mul vaa tuli tost mieleen et vaik sä näit häntä nii lyhyen ajan viiski minuuttia, mutku mää olin sen kokin kanssa, niin me oltiin jopa viis tuntia samassa eikä niinku... Ei oli ihan kauheeta olla siellä”

Tässä vaiheessa keskustelu oli jo paljon rennompaa, kun vertaa ensimmäisiin kysymyksiin. Erilaiset mutta samaan aikaan aina työelämää koskevat teemat olivat saaneet opiskelijat tässä

vaiheessa miettimään työelämän ja työpaikkojen ominaisuuksia erilaisista näkökulmista, ja nyt he keskustelivat myös enemmän keskenään, eivätkä vain odottaneet puheenvuoroa minulta. Tietenkin itsekkin olin alussa jännittyneempi, ja se oli varmasti vaikuttanut osaltaan keskustelun kulkuun.

Kävimme joka tapauksessa lopussa vielä läpi työyhteisön vaikutusta sitoutumiseen. Työyhteisön rooli työpaikassa pysymiseen oli erehtymätön. Jopa raskaat tai tylsiltäkin tuntuivat työt tuntuivat olevan sivuseikkoja tai ainakin huomattavasti siedettävämpiä, kun sai työskennellä parhaiden työka- vereiden kanssa.

6.5 Majoitus- ravintola- ja matkailualan tulevaisuus

Viimeisessä osiossa kysyin vielä opiskelijoiden mielipidettä majoitus- ravintola- ja matkailualan tulevaisuuden näkymiin liittyen. Pyysin heitä ensin kirjoittamaan vähintään kolme asiaa ja sitten keskustelemaan aiheesta. Vastauksista nousi selkeästi kolme eri teemaa:

Ensimmäisenä teemana nousi digitalisaatio. Kaikki mainitsivat jotain teknologiasta, ja suurin osa eli kolme neljästä puhui tekoälyn ja automatisaation vaikutuksista työelämässä. Vastauksissa tuli ilmi, miten joitain, esimerkiksi yksinkertaisempia, työtehtäviä voidaan ihan hyvin korvata automatisoinnilla. Kaikki kolme kuitenkin uskoivat tai, ettei palvelualan ihmiskontaktiin liittyviä töitä voida kokonaan korvata teknologialla. Yksi opiskelija mainitsi teknologian matkustustapojen muutoksessa, jonka olen liittänyt osaksi 3. teemaa.

Toisena teemana nousi ilmastonmuutos, jonka mainitsi suoraan puolet opiskelijoista. Varsinkin matkustamiseen liittyen nähtiin ongelmana erilaiset seikat, kuten lentomatkustuksen eittämätön saastuttaminen ja ilmastonmuutoksen aiheuttamat sää- ja luontoilmiöt, jotka muuttavat sesonki- matkustamista näiden olosuhteiden muutosten myötä.

Kolmantena teemana nousi vastauksista niin ikään palveluiden muuttuminen. Edellisiin teemoihin, digitalisaatioon ja ilmastonmuutokseen, on nähtävissä linkkejä palveluiden kehittämisen ja muuttamisen osasyinä. Ihmiset haluavat ja keksivät uusia trendejä ja villityksiä sekä uusia tapoja yhdistellä ja innovoida uudenlaisia palvelukonsepteja, ja kenties siihen suuntaan vaikuttaa teknologian nopea kehittyminen ja sitäkin myötä ihmisten ja varsinkin nuorempien sukupolvien tottuminen yhä nopeatempoisempaan ja kehittyvään maailmaan. Teknologian kehittyessä uuden kehittäminen muuttuu helpommaksi ja teknologian avulla uudet ratkaisut esimerkiksi matkustamisessa mahdollistavat sen paremmin myös tulevaisuudessa esimerkiksi ilmaston kannalta.

Lopussa kysyin vielä opiskelijoilta, miten he itse aikovat valmistautua nopeasti muuttuvaan ja teknologisoituvaan työelämäään. Vastauksissa oli havaittavissa ripaus jännittyneisyyttä, mutta loppupeleissä kaikki opiskelijat kokivat varsinkin teknologian kehityksen mielenkiintoisena asiana, mitä tuli

oman tulevaisuuden pohtimiseen esimerkiksi työn kannalta. Kaikilla oli myös luotto siihen, ettei ihmistä voida kokonaan korvata koneella työelämässä. Kenties osittain sen takia tulevaisuuden tuomia ratkaisuja jäädään odottamaan enemmän positiivisin mielin.

”No vähän samalla kannalla kun C että ittee vähän ahistaa aika paljon se, kuinka paljon se (tekoäly) itsenäistyy, kuinka paljon tekoäly tulee korvaa ihmisten töitä. Siitä voi olla apua, mut se et jos se korvaa oikeiden ihmisten töitä niin siinä vaiheessa se mun mielestä, siinä on se ongelma. Mut ainahan siihen pitää löytää joku sopeutumistapa siihen ympärille et toivottavast siihen löytyy sit niinku tapoja sopeutuu ja tehä töitä.”

”Kyl mäki oon silleen muuten suht innoissani ja kyl mä niinku koen et moniin ongelmiin tarvitaan uusii ratkasuja, mitä mä ihan mielenkiinnolla jään odottaan että, mitä niistä tulee mutta, ehkä vaan se kontaktien väheneminen on se ainoa mikä on silleen ehkä negatiivista.”

Tulevaisuutta on hyvä ajatella, mutta sen mukana pysymiseen riittää avoimin mielin, päivä kerrallaan eteenpäin meneminen. Aina on keksittävä tapa sopeutua muutoksiin, varsinkin, kun ne ovat väistämättömiä.

7 Pohdinta

Matkailu- ravintola- ja majoitusala on mielestäni monipuolinen ja kiinnostava ala, joka tarjoaa laajasti erilaisia työllisyys- ja uralla kehittymisen mahdollisuuksia sekä Suomessa, mutta myös kansainvälisesti. Ensimmäistä opiskelupaikkaa hakiessa ei ole monilla vielä selvästi tiedossa, mitä haluaa ”tehdä isona”. Monet ovat osittain tämän takia kyynisiä siitä, että jollekin alalle päätyisi esimerkiksi intohimon, kutsumuksen tai muuten vahvan päätöksen myötä. Puhutaan alalle ajautumisesta, niin kuin kaikki tapahtuisi päähänpistojen ja sattumusten kautta. Varmasti on näinkin, ja valinnanvaran kasvaessa nuorien on entistä vaikeampaa tehdä uravalintoja. Mieli voi muuttua harkitunkin päätöksen myötä, puhumattakaan hätäisistä tai paineenalla tehdyistä päätöksistä, joita saatetaan kokea ammattikoulun tai lukion jälkeen. Työelämäkin on tänä päivänä pirstaloituneempaa, ja sammassakin työssä pysyvätkin joutuvat vähintäänkin itsenäisesti lisäkouluttautumaan varsinkin teknologian jatkuvan ja kiihtyvän kehityksen myötä.

Vaikka päähänpistot ja oikeassa paikassa oikeaan aikaan oleminen vaikuttaisikin ihmisten isoihinkin päätöksiin kuten oman uran kehittämiseen, voi siihen myös suhtautua vain yhtenä muutoksena työelämässä. Niin kauan kuin esimerkiksi juuri matkailu- ravintola- ja majoitusalalle hakee ihmisiä, jää vielä tärkeämmäksi opiskelijoiden pysyminen alalla. Alan vetovoimaisuuden tarkastelu on mielestäni tärkeää, jos haluamme sitoutuneita opiskelijoita, jotka tekevät tutkinnon loppuun ja sijoittuvat alan työpaikkoihin. Tämän onnistumiseksi on tietenkin pidettävä yllä sekä kehittämään alan hyviä puolia, ja olemaan läpinäkyvä ja muutoksenmyönteinen niissä asioissa, joita on vaikea korjata tai ei olla vielä korjattu. Jokainen syy hakea alalle voi olla arvokas, jos se koetaan toteutuvan valitulla alalla. Siksi myös alan monipuolisuuden korostaminen on mielestäni tärkeää, jolloin mahdollisimman moni opiskelija voi kokea löytävänsä juuri itselleen sopivan polun valitsemansa tutkinnon pohjalta.

Tässä opinnäytetyössä oli tarkoituksena tutkia Haaga-Helian ensimmäisen vuoden majoitus- ravintola- ja matkailuliiketoiminnan opiskelijoiden näkemyksiä alasta ja omista urahaaveista nyt ja tulevaisuudessa, sekä työhön sitoutumisesta. Näitä tutkittiin opinnäytetyön alaongelmien kautta:

Tutkimuksen pääongelma tiivistettynä on seuraava:

- Mitkä olivat Haaga-Helia amk:n majoitus- ravintola- ja matkailuliiketoiminnan 1. vuoden opiskelijoiden näkemykset alan vetovoimaisuudesta, omista urahaaveista ja työhön sitoutumisesta?

Tutkimuksen alaongelmat ovat seuraavat:

- Millaiset tekijät ohjasivat opiskelijoita majoitus- ravintola- ja matkailualalle ja mikä tekee alan töistä mieluisia
- Mitkä ovat opiskelijoiden haaveet oman uransa suhteen nyt ja tulevaisuudessa?
- Miten opiskelijat näkevät työhön sitoutumisen?

Tutkimuksissa ja ammattikirjallisuudessa käy ilmi jatkuvasti limittäin työnantajamielikuvan, työpai-
kan vetovoimaisuuden ja sitoutumisen teemat. Majoitus- matkailu- ja ravintola-alan vetovoimaisuus
on kärsinyt viime vuosina, ja sen tutkimisen mielessä tässä opinnäytetyössä pyrittiin jäsentelemään
näitä yhteyksiä vetovoimaisuudesta lähtien: Mitä ominaisuuksia vetovoimaisilla yrityksillä on ja mi-
ten taas niihin hyviin ominaisuuksiin on päästy?

Vetovoimainen yritys on yritys, jossa on sitoutuneita työntekijöitä ja työnantajakuva on hyvä,
yleensä sekä sisäisesti että ulkoisesti eli työyhteisön sisällä sekä sidosryhmien keskuudessa: näitä
ovat esimerkiksi potentiaaliset työnhakijat ja asiakkaat. Vahva työnantajamielikuva (tai -brändi kou-
lukunnan mukaan) ei ole vain mielikuva vaan työpaikassa on oikeasti työyhteisön kannalta paljon
positiivisesti vaikuttavia asioita, jotka taas vaikuttavat työntekijän kokemuksiin työpaikasta eli työn-
tekijäkokemukseen positiivisesti. Työpaikan terve ympäristö sekä ihmisen oma kiinnostus työhön
saa ihmisen sitoutumaan työpaikkaan: Omasta työstä nauttii ja työn kuormituksen ja voimavarojen
tasapaino on kunnossa. Tätä työstä nauttimista ja siihen uppoutumista voidaan tarkastella esimer-
kiksi työn imun käsityksen kautta.

Sukupuolviajattelua on käytetty välillä esimerkiksi työelämään liittyvissä tutkimuksissa. Viimevuosien
opiskelijoita tutkivissa tutkimuksissa myös Z-sukupolvea on alettu tutkimaan enemmän, kun monet
heistä ovat nyt opiskelijoita tai työuransa alussa. Tämä mielessä pitäen viimeiseksi pohdittiin vielä
napakasti Z-sukupolven ajatuksia työskentelystä yleensä sekä matkailu- ravintola- ja majoitus-
alalla.

7.1 Tulosten tarkastelu

Majoitus- ravintola- ja matkailualan eli restonomitutkinto-ohjelman valitsemisen syyksi nousi heti
teemoja kuten asiakaspalvelusta nauttiminen, alan kansainvälisyys sekä monipuolinen ala, joka
tarjoaa paljon vaihtoehtoja. Näitä on kuvattu usein vetovoimaisiksi piirteiksi alalla monissa tutki-
muksissa (Räisänen & Suihkonen 2023a), kuten Kapuściński ym. (2023) tekemässä vastaavassa
alan opiskelijoita koskevassa tutkimuksessakin kävi ilmi. Ryhmäkesustelun jäsenet olivat kaikki
hakeneet opiskelemaan alalle jonkin asteisen kiinnostuksen vuoksi. Osalla oli tarkemmat syyt,
osalla taas rennommalla ja ”katsotaan mitä tapahtuu” -mentaliteetillä. Kaikki kuitenkin olivat tarkoi-
tuksenmukaisesti valinneet opintonsa ja perustanut ne johonkin itseä kiinnostavaan asiaan alalla,

tai omaa tulevaisuutta ajatellen. Monilla se oli myös ensimmäisenä hakuvaihtoehtona, vaikka perusteina ei käytetty suoraan Haaga-Heliaan liittyviä syitä. Monille koulutus tuli vastaan yleisesti resonomikoulutusta hakiessa, tai perusteena oli sijainti Helsingissä, jonne haluttiin muuttaa toiselta paikkakunnalta.

Uran suunnittelun ja urahaaveiden välillä oli nähtävissä eroja. Kaikki eivät olleet vielä miettineet uran suunnitteluaan pitkälle. Eräs opiskelija alkoi miettimään kysymystä konkreettisten tavoitteiden asettamisen kautta, joita niitä hän ei ollut vielä miettinyt. Vaikka kaikki eivät olleet päättäneet vielä suuntautumistaan, vaikutti opintojen valitseminen kuitenkin jollakin tavalla siihen, millaista urakehitys voisi olla. Kauaskatseisia urahaaveita ja -unelmia oli kuitenkin jokaisella, ja kahdella opiskelijalla oli jo mielessä tarkempi suunta, mitä kohti haluaisi lähteä. Samansuuntaisesti muuallakin majoitus- ravintola- ja matkailuopiskelijoilla on ollut nähtävissä ajatuksia suuntautua alalle, mutta tietämättä vielä minne ilman tarkempaa suunnitelmaa (Atef & Al Balushi 2017; Hertzman, Moreo, & Wiener 2015).

Työpaikan houkuttelevuuteen vaikutti ennen kaikkea itseä kiinnostava työ sekä yhteisö ja sen toimintatavat: ominaisuuksina toivottiin muun muassa rehellisyyttä, avoimuutta ja rentoa yhdessä oloa. Lähijohtajilta ja johtajuudesta yleensä toivottiin samoja asioita, mutta lisäksi vastuunkantoa näiden asioiden toteutumisesta, työympäristön hallitsemiskyvystä sekä halu auttaa tiukan paikan tullen. Työn kiinnostavuus sekä sosiaalinen, auttava ja iloinen ilmapiiri onkin nähty monesti tärkeäksi alan opiskelijoille (Grobelna 2017; Kapuściński ym. 2023). Toisin kuin varsinkin Z-sukupolvea edustavissa opiskelijoiden tutkimuksissa, rahaa ei mainittu kovinkaan usein. (Atiq & Usmani 2023; Self, Gordon, & Jolly 2019). Atiq & Usmani (2023) väittävät huomanneen milleniaalien olevan urakeskeisempiä eivätkä keskity niin paljon palkkaan ja turvallisuuteen kuin Z-sukupolvi. Täytynee muistaa, että haastateltavilta ei kuitenkaan kysytty ikää, koska opiskelijastatus oli ikää oleellisempi tekijä. Monet opiskelijat ovat tällä hetkellä Z-sukupolvea, joten tämän päällekkäisyys ajankohtaisten opiskelijatutkimusten kohdalla on luonnollista ja hyödynnän sitä itsekkin teoriaosuudessa jatkuvasti uudistuvaa opiskelijakulttuuria paremmin ymmärtääkseni.

Työhön sitoutuneisuuteen tullessa mainittiinkin, että hyvästäkin työstä voi ilomielin lähteä, jos työympäristöä ei koeta hyväksi. Palkasta mainittiin silloin tällöin sivulauseessa tai toimeen tulemisen tärkeytenä, mutta alan työpaikoissa houkuttelevat ensisijaisesti muut asiat kuin raha. Aluksi kysyin mitä sitoutuneisuus itsessään tarkoittaa. Vain kahdella neljästä oli tähän sanottavaa, joten kysyin, mitä se voi tarkoittaa ihmiselle yleensä, sekä mitä se tarkoittaa itselle. Tämä jälkimmäinen oli jo kysymys mihin halusin saada muutenkin vastauksen. Kaikki ymmärsivät, että sitoutuminen tässä keskustelussa liittyi työelämään sitoutumiseen. Näiden kolmen kysymyksen pohjalta sain kolmelta ensimmäiset ajatuksia sitoutumisesta ja erityisesti työelämän kontekstissa. Kaikki kommentoivat eli

kolme neljästä mainitsivat motivoivan työympäristön, työkaverit ja työyhteisön. Sitouttamista vaikeuttaviin asioihin tullessa sain kaikilta neljältä keskustelua aikaan. Työyhteisön vaikutus sitoutumiseen oli taas läsnä kolmen keskustelussa ja on kuin saman kolikon kaksi puolta: Hyvä työyhteisö ja työkaverit lisäävät emotionaalista sitoutumista (Robbins & Judge 2022, 119), eli se motivoi tekemään työtä paremmin ja nauttimaan olostaan niissäkin työpaikoissa, joista ei niin välitä. Huono työyhteisö taas tekee päinvastaisen vaikutuksen. Samoin lähestyttävät, ymmärtäväiset ja rennot esihenkilöt olivat tärkeitä. Työpaikan houkuttelevuutta keskustellessa opiskelijat saivat jo pohtia hyvän työyhteisön ja hyvän lähiesihenkilön tunnuksia, joten osa vastauksista toistui varmasti luonnollisena edellisestä keskustelusta. Tällä kertaa niiden vaikutuksesta kysyttiin sitoutumisen kannalta. Vaikutti tässä vaiheessa, että hyvässä työpaikassa on hyvä työyhteisö ja esihenkilö, ja että helpointa on sitoutua työpaikkaan jossa nämä asiat ovat kunnossa. Vaikka samoja asioita kysyttiin aina vähän eri vaikuttimien kannalta, tuntui keskustelu enemmänkin syventymään itse työyhteisön ja johtamisen teemoihin: vastaukset olivat tosiaankin saman kaltaisia joka kerta, mutta ne syvenivät ja lopulta opiskelijat alkoivat jakamaan esimerkkejä siitä, miten vahva vaikutus esihenkilön energialla ja kannustuksen tasolla on työpäivään. Työyhteisön ja esihenkilön tärkeyttä on tutkittu vaikka kuinka paljon, myös monissa artikkeleissa joissa viittasin tietoperustassa (Gabriellova & Bucho 2021; Baum ym. 2016; Kapuściński ym. 2023; Mahmoud ym. 2021.)

Työstä nauttiminen ja työyhteisö, mukaan lukien työkaverit ja johtajat, olivat kaiken kaikkiaan tärkeässä roolissa, jos puhutaan teemojen määrällisestä mainitsemisesta. Jos palataan ajatuksiin tarkkojen suunnitelmien vähyydestä mutta isosti haaveilemisesta, voi sillä olla yhteys myös kaikkien opiskelijoiden rentoon suhtautumiseen tulevaisuuden työelämästä, varsinkin teknologisoitumisen kannalta. Kuten tietoperustassakin todettiin, opiskelijat ja varsinkin Z-sukupolvi kokevat teknologian kehittymisen luonnollisena asiana (Corbisiero, Monaco & Ruspini 2022, 21; Mahmoud ym. 2021; Goh & Lee 2017). Tekoälyn ja automatisaation vaikutusta ei nähty liian uhkaavana, koska niiden ei nähty korvaavan asiakaspalvelutyötä ja ihmiskohtauksia yleensä. Myös tulevaisuuden osaamista tutkivissa tutkimuksissa on pidetty tärkeinä esimerkiksi korkealuokkaista ja yksilöllistä palvelua (Opetushallitus 2019, 31; Puhakainen & Vehkaperä 2023, 12) joskin osa näistä palveluista viitataan muuhunkin kuin ihmisten väliseen palvelutilanteeseen. Ympäristöstä oltiin sen sijaan huolissaan, joka ei taaskaan yllätä esimerkiksi tulevaisuuden tutkimuksia lukiessa.

7.2 Tutkimuksen luotettavuus

Laadullisessa tutkimuksessa tutkimuksen luotettavuudessa on tärkeää tutkijan rehellisyys, joka liittyy tehtyihin tekoihin ja valintoihin. On osoitettava omat ratkaisunsa sillä, mistä ne on valikoitu, mitä ne ovat, miten ratkaisuihin ollaan päädytty sekä arvioimaan, ovatko ne tarkoituksenmukaisia tai toimivia tavoitteen kannalta. (Vilkkä 2021, luku Tutkimuksen luotettavuus.)

Toistettavuus on myös monen tutkimuksen kannalta tärkeä luotettavuuden mittari. Laadullisessa tutkimuksessa teorian ja tutkimuksen toistettavuus ei ole ehkä koskaan täysin yhteensopiva. Jokainen laadullinen tutkimus on ainutlaatuinen kokonaisuus, jolloin tällainen täydellinen yhteensovittaminen on mahdotonta. (Vilka 2021, luku Tutkimuksen luotettavuus.)

Tutkimuksen luotettavuus mielessä pitäen on aiheeseen tutustuttu laajasti muun muassa kirjallisuuden, tieteellisten artikkeleiden, ja tilastojen nojassa. Erityisesti olen pyrkinyt löytämään ja hyödyntämään aiheisiin liittyviä mahdollisimman verrattavissa olevia tutkimuksia, jotka usein käsittelivät majoitus- matkailu- ja ravintola-alan opiskelijoita tai työntekijöitä. Haastattelukysymykset ovat seuranneet opinnäytetyön tutkimuskysymyksiä ja toistaneet samoja termejä. En pyri tekemään hätköityjä tulkintoja haastattelijoiden sanoista vaan joko pyrin lähestymään niitä jollain tavalla varauksellisesti tai kerron asiat sellaisena, kuin ne ovat sanottu. Näin ollen tarkoituksena on ollut olla tietoinen omasta rajallisuudesta ja omista mielikuvista, jotka muokkaavat tulkintaa.

7.3 Tutkimuksen eettisyys

Tutkimus on toteutettu noudattaen hyviä tieteellisiä käytäntöjä, jossa hyödynnetään eettisesti kestäviä tiedonhankintamenetelmiä ja tutkimusmenetelmiä. Nämä tulee pitää mielessä koko tutkimuselinkaaren ajan. Tiedonhankintaan, aineiston keruuseen ja sen analysointiin liittyen tutkijan tulee osoittaa, että nämä vaiheet toteutuvat hyvien tutkintamenetelmien mukaisesti. (Vilka 2021, luku Tutkimuseettiikka.) Tiedonhankintaan liittyen voi lukea edellisessä kappaleessa, jossa puhutaan tutkimuksen luotettavuudesta.

Tutkimusmenetelmien valitseminen on tehty harkitusti ja läpinäkyvästi. Tutkimukseen haettiin lupa ja ennen luvan myöntämistä aineistonkeruuseen liittyviä toimenpiteitä ei tehty. Tutkimuksen kohteena olivat Haaga-Helian 1. vuoden majoitus- ravintola- ja matkailualan opiskelijat, ja eettisyyteen liittyvät seikat ovat määritelty erityisesti heitä ajatellen. Tieto opinnäytetyöhöni osallistumisen mahdollisuudesta tapahtui luokkahuoneessa oppitunnin aikana, jolloin esittelin itseni ja tutkimustavoitteeni. Tilaisuudessa kerroin tutkimuksen luonteesta sekä aineiston nauhoituksesta ja litteroinnista, jonka tietäen halukkaat saivat itsenäisesti osallistua haastattelutapahtumaan. Nauhoitus pysyy omalla älypuhelimellani puhelimen henkilökohtaisissa tiedostoissa ja poistetaan heti opinnäytetyön valmistuttua. Tutkimuksessa haastateltavien nimet tai muut tunnistettavat kohdat eivät tule ilmi aineistosta. Ihmiseen kohdistuvassa tutkimuksessa Suostumus ja yksityisyyden suoja ovat tärkeitä tutkimuseettikan kannalta (Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2019, 8), joten kiinnitin erityistä huomiota tämän varmistumiseen.

7.4 Oma oppiminen ja tutkimusehdotukset

Opinnäytetyö oli pitkä prosessi, ja jo suunnitteluvaiheessa kesti kauan. Tiesin jo prosessin alusta asti teemoja, joita halusin tutkia. Silti päätös siitä minkä teorian ja käsitteiden kautta lähteä asiaa käsittelemään ja kuinka laajasti, aiheutti pitkään pään vaivaa. Jos saisin tehdä opinnäytetyön uudelleen, olisin mahdollisesti valinnut 1 tai 2 pääteemaa tästä työstä ja syventynyt niihin. Joka tapauksessa tämä aihekokonaisuus tuntui oikealta päätökseltä ja en kadu valintojani, vaikka asiat olisi voinut hoitaa yksinkertaisemminkin.

Ryhmäkeskustelun avulla sain kuulla 1. vuoden opiskelijoiden keskustelua majoitus- ravintola- ja matkailualalta. Ryhmäkeskustelun ihannekoko olisi ollut kuuden ja kymmenen osallistujan välillä, mutta osallistujia sain vain 4. Lisää osallistujia pyrin saamaan lähettämällä avun kanssa viestiä eteenpäin muille sopiville ryhmille. Yhteydenottoja ei kuitenkaan tullut, joten ryhmän koko pysyi lopulta neljässä. Tästä huomasin, miten tärkeää paikan päällä tehdyllä rekrytoimisella on paljon helpompi luoda yhteys opiskelijoihin ja madaltaa kynnystä osallistumisen vaikeuteen luomalla osallistujalistan. Rajasin myös osallistujat ensimmäisen vuoden opiskelijoihin, ja ryhmäkeskustelun jälkeen minua jäi kiinnostamaan, miten hän myöhemmässä vaiheessa olevat opiskelijat saattaisivat ajatella samoista kysymyksistä. Mikäli haluaa haastatella opiskelijoita, voisi valitusta aiheesta esimerkiksi muodostaa 2 eri ryhmäkeskustelua eri vuosikursseille ja tutkia vastausten eroja ja samankaltaisuuksia.

Tarkoituksena alun perin oli myös tehdä erillinen haastattelu jonkun hotellialan johtajan kanssa, jotta olisi saanut myös toisenlaista perspektiiviä haastatteluun. Resurssit olivat kuitenkin kortilla ja tämä jäi toteuttamatta. Myös tällainen asetelma olisi mielenkiintoinen, jossa eri asemassa olevat henkilöt kertoisivat omat näkemyksensä samoihin teemoihin liittyen.

Jokaisessa vaiheessa huomasin oman rajallisuuteni, tietämättömyyteni ja osaamattomuuteni. Samalla kun kurseista läpi pääsi helposti hyvin arvosanoin, joutui opinnäytetyötä kirjoittaessa usein kirjoittamaan kappaleita kokonaan uusiksi ja miettimään loogista kokonaisuutta yhä uudestaan ja uudestaan aina, kun teki yksittäisestä kappaleesta erilaisen. Välillä saatoin myös lukea tuntikappalla kirjallisuutta yhdestä asiasta, kunnes olin varma sen ymmärtämisestä. Ja tämä ei vielä tarkoita sitä, että osaisin sen yhtä hyvin toteuttaa työssäni. Olen kuitenkin mielestäni ollut aiheen valinnan ja laajuuden puolesta kunnianhimoinen, sekä sinnikäs ryhmäkeskustelun toteuttamiseen silloinkin, kun oli vaikea saada osallistujia melko tiukallakin aikataululla. Kaiken kaikkiaan opinnäytetyön tekeminen oli hieno kokemus ja olen oppinut paljon kirjoittamisesta, tutkimuksen toteuttamiseen liittyvistä asioista sekä ennen kaikkea omien näennäisten rajojen ylittämisestä.

Lähteet

Ammattikoulut.fi. s.a. Hotelli- ja Ravintola-ala ammattikouluissa. Luettavissa: <https://www.ammattikoulut.fi/koulutushaku/hotelli-ravintola-catering>. Luettu: 25.3.2024.

Atiq, N. & Usmani, S. 2023. Impact of Job Security on Turnover Intention Mediated by Job Satisfaction in the Context of Covid-19 in Pakistan: Gen Y And Z: Job Security, Satisfaction And Turnover Intention. *Pakistan business review*, 24, 4, s. 347-371.

Atef, T. & Al Balushi, M. 2017. Omani Tourism and Hospitality Students' Employment Intentions and Job Preferences: Ramifications on Omanization Plans. *Quality assurance in education*, 25, 4, s. 440-461.

Baum, T., Kralj, A., Robinson, R. N. & Solnet, D. J. 2016. Tourism workforce research: A review, taxonomy and agenda. *Annals of tourism research*, 60, s. 1-22.

Birtch, T. A., Chiang, F. F., Cai, Z. & Wang, J. 2021. Am I choosing the right career? The implications of COVID-19 on the occupational attitudes of hospitality management students. *International journal of hospitality management*, 95, p. 102931.

Bloor M., Frankland J., Thomas M. & Robson, K. 2001. *Focus Groups in Social Research*. SAGE. Lontoo. Luettu: 1.11.2024.

Corbisiero, F., Monaco, S. & Ruspini, E. 2022. *Millennials, Generation Z and the Future of Tourism*. Channel View Publications. Bristol.

Dufva, M. 18.3.2020. Megatrendit auttavat hahmottamaan koronan vaikutuksia. Blogit. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/blogit/megatrendit-auttavat-hahmottamaan-koronan-vaikutuksia/>. Luettu: 20.2.2024.

Dufva, M. 2019. Megatrendit Sitra 2020. Sitran selvityksiä 162. Helsinki. Luettavissa: <https://www.sitra.fi/wp/wp-content/uploads/2019/12/megatrendit-2020.pdf>. Luettu: 20.2.2024.

Eskola, J. & Suoranta, J. 1998. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. 3. uudistettu painos. Gummerus. Jyväskylä.

Gabrielova, K. & Bucho, A. A. 2021. Here Comes Generation Z: Millenials as Managers, *Business Horizons*, 64, 4, s. 489-499.

Goh, E. & Lee, C. 2018. A workforce to be reckoned with: The emerging pivotal Generation Z hospitality workforce. Luettu: 17.4.2024.

- Goh, E. & Okumus, F. O. 2020. Tourism Management Perspectives: Avoiding the hospitality workforce bubble: Strategies to attract and retain generation Z talent in the hospitality workforce. 33, s.100603. Luettu: 5.2.2024.
- Grobelna, A. 2017. The Perception of Job-related Motivators When Choosing a Career in the Tourism and Hospitality Industry – A Comparative Study Between Polish and Spanish Students. International Journal of Management and Economics, 53, 2, s. 84-106.
- Haaga-Helia ammattikorkeakoulu s.a. a. Restonomi (AMK), majoitus-, ravintola- ja matkailuliiketoiminta, päivätoteutus, Helsinki. Luettavissa: <https://www.haaga-helia.fi/fi/amk-k/restonomi-amk-majoitus-ravintola-ja-matkailuliiketoiminta-paivatoteutus-helsinki>. Luettu:14.11.2024.
- Haaga-Helia ammattikorkeakoulu s.a. b. Tietoa Haaga-Heliasta. Luettavissa: <https://www.haaga-helia.fi/fi/haaga-heliasta>. Luettu: 13.3.2024.
- Haaga-Helia ammattikorkeakoulu s.a. c. Tietoa koulutusuudistuksesta. Luettavissa: <https://www.haaga-helia.fi/fi/tietoa-koulutusuudistuksesta>. Luettu: 14.11.2024.
- Hakanen, J. 2011. Työn Imu. Työterveyslaitos. Helsinki.
- Haaga Instituutti -säätö 2023. Historia. Luettavissa: <https://www.haaga.fi/historia/>. Luettu: 22.11.2023.
- Hertzman, J. L., Moreo, A. P. & Wiener, P. J. 2015. Career Planning Strategies and Skills of Hospitality Management Students. Journal of human resources in hospitality & tourism, 14, 4, s. 423-443.
- Hiltunen, E. 2019. Tulossa huomenna: Miten megatrendit muokkaavat tulevaisuuttamme. Jyväskylä: Docendo. E-Kirja. Luettu: 12.4.2024.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2008. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Gaudamus Helsinki University Press. Helsinki.
- Huhta, M., Myllyntaus, V. & Alma Talent. 2021. Työnantajabrändi ja työntekijäkokemus: Rakenna vetovoimainen työpaikka, jota tavoittelemasi työntekijät rakastavat ja kilpailijasi kadehtivat. Helsinki: Alma Talent.
- Jänkälä, S. 2019. Matkailun toimialaraportti. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja. 2019:3. Työ- ja elinkeinoministeriö. Helsinki. Luettavissa: http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM_3_2019_Matkailun_toimialaraportti.pdf. Luettu: 14.11.2024.

Kapuściński, G., Zhang, N. & Wang, R. 2023. What makes hospitality employers attractive to Gen Z? A means-end-chain perspective. *Journal of vacation marketing*, 29, 4, s. 602-616.

Karakallio, H. & Arovuori, K. 10.3.2023. Koronapandemian ja rajoitusten vaikutukset matkailu- ja ravintola-alaan Yhteenveto ja johtopäätökset. Luonnonvarakeskus, yhteistyössä REINU Econ Oy. Luettavissa: <https://www.mara.fi/media/uutiset/koronapandemian-ja-rajoitusten-vaikutukset-matkailu-ja-ravintola-alaan.pdf>. Luettu: 17.4.2024.

Kiviranta, R. 2010. Onnistu eri-ikäisten johtamisessa. WSOYpro Oy. Helsinki.

Koulopoulos, T., Keldsen, M. 2016. *The Gen Z Effect. The 6 Forces Shaping the Future of Business*. E-kirja. Routledge. Lontoo.

Luukka, P. 2019. *Yrityskulttuuri on kuningas. Mikä, miksi, miten?* Alma Talent. Helsinki. E-kirja. Luettu: 10.5.2024.

Mahmoud, A. B., Fuxman, L., Mohr, I., Reisel, W. D. & Grigoriou, N. 2021. "We aren't your reincarnation!" workplace motivation across X, Y and Z generations. *International journal of manpower*, 42, 1, s. 193-209.

Malmelin, N. & Hakala, J. 2012. *Vetovoima: kirja inspiroivista yrityksistä, merkitysten johtamisesta ja idealismin voimasta*. Talentum. Helsinki.

Mankki, M. 20.10.2022. Henkilöstön vaihtuvuus nopeinta palvelualoilla – teollisuuden toimihenkilöillä vaihtuvuusprosentit matalimmat. Elinkeinoelämän keskusliitto. Luettavissa: <https://ek.fi/ajankohtaista/uutiset/henkiloston-vaihtuvuus-nopeinta-palvelualoilla-teollisuuden-toimihenkilöillä-vaihtuvuusprosentit-matalimmat/>. Luettu: 17.4.2024.

Mankki, M. 28.3.2023. Kuukausiansiot nousivat keskimäärin 2,5 prosenttia – vaihtuvuus hidasti ansiokehitystä. Elinkeinoelämän keskusliitto. Luettavissa: <https://ek.fi/ajankohtaista/uutiset/kuukausiansiot-nousivat-keskimaarin-25-prosenttia-%e2%80%92-vaihtuvuus-hidasti-ansiokehitysta/#spf-matkailu-%20ja%20ravintola-ala>. Luettu: 17.4.2024.

Mankki, M. 24.10.2018. Työvoiman vaihtuvuudessa on suuria alakohtaisia eroja. Luettavissa: <https://ek.fi/ajankohtaista/blogit/tyovoiman-vaihtuvuudessa-on-suuria-alakohtaisia-eroja/>. Luettu: 17.4.2024.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa. s.a. a. Mahdollisuuksien ala. Luettavissa: <https://www.mara.fi/media/mahdollisuuksien-ala-2023.pdf>. Luettu: 17.4.2024.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa. s.a. b Työllisten määrä. Luettavissa: <https://www.mara.fi/toimiala/tilastot/yritysten-ja-tyollisten-maara/tyollisten-maara.html>. Luettu: 18.3.2024.

Matkailu- ja Ravintolapalvelut MaRa. s.a. c. Matkailun merkitys kansantaloudelle. Luettavissa: <https://www.mara.fi/toimiala/alan-merkitys-kansantaloudelle.html>. Luettu: 18.3.2024.

Mellanen, A. & Mellanen, K. 2020. Hyvät, pahat ja millenniaalit: Miten meitä tulisi johtaa.: Atena. Jyväskylä.

Merikallio, I. 2021. Tunnevoimaa bisnekseen. Value Books. Helsinki.

Nieźurawska, J., Kycia, R. A. & Niemczynowicz, A. 2023. Introduction. Teoksessa Niemczynowicz, A., Kycia, R. A. & Nieźurawska, J. 2023. Managing Generation Z. Routledge.

Nuorisoasiain neuvottelukunta & Nuorisotutkimusseura 2023. 16.3.2023. Nuorisobarometri 2022. Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Elektroninen tietoaisteisto. Luettavissa: <https://tietoanuo-rista.fi/wp-content/uploads/2023/03/nuorisobarometri-2022-web.pdf>. Luettu: 9.10.2023.

Ohtonen, P. ja Lahu, T. 25.5.2022. Hyvä johtaminen ja työilmapiiri keskiössä. Vitriini. Luettavissa: <https://www.vitriini.fi/ajankohtaista/hyva-johtaminen-ja-tyoilmapiiri-keskiossa.html>. Luettu: 17.14.2024.

Opetushallitus 2019. Osaaminen 2035. Osaamisen ennakointifoorumin ensimmäisiä ennakointituloksia. Helsinki. Luettavissa: <https://www.oph.fi/sites/default/files/documents/Osaaminen%202035.pdf>. Luettu: 20.8.2024.

Opintopolku s.a. a. Ammattikorkeakoulututkinnot. Luettavissa: <https://opintopolku.fi/konfo/fi/sivu/ammattikorkeakoulututkinnot>. Luettu: 17.4.2024.

Opintopolku s.a. b. Yliopistotutkinnot. Luettavissa: <https://opintopolku.fi/konfo/fi/sivu/yliopistotutkinnot>. Luettu: 17.4.2024.

Opintopolku s.a. c. Restonomi (AMK), majoitus- ja ravitsemisala. Opintopolku. Luettavissa: <https://opintopolku.fi/konfo/fi/koulutus/1.2.246.562.13.000000000000000000248>. Luettu: 17.4.2024.

Puhakainen, E. & Vehkaperä, M., Moreira Kares, E. & Kauttonen, J. 2023. 1. Asiantuntijoiden käsityksiä tulevaisuuden osaamistarpeista. Teoksessa Puhakainen, E. & Vehkaperä, M. (toim.). Mitä saisi olla? Matkailu- ja ravintola-alan tulevaisuuden osaamista, s. 9-20. Newprint. Raisio.

Puusa, A., Juuti, P. & Aaltio, I. 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Gaudeamus. Helsinki. Luettu: 15.10.2024

- Robbins, S. & Judge, T. 2022. Organizational behaviour. Pearson Education Limited [2022] 18th edition. Global edition. E-kirja. Luettu: 15.10.2024.
- Ruusuvuori, J. & Tiittula, L. 2005. Haastattelu: tutkimus, tilanne ja vuorovaikutus. Gummerus. Jyväskylä.
- Räisänen, R. & Suihkonen, K. MaRaMa-alan veto- ja pitovoimatekijät esiin. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Luettavissa: <https://esignals.fi/kategoria/matkailu/marama-alan-veto-ja-pitovoimatekijat-esiin/>. Luettu: 17.4.2024.
- Räisänen, R. & Suihkonen, K. Veto- ja pitovoimaa matkailu-, ravintola- ja majoituslalle. Haaga-Helia ammattikorkeakoulu. Luettavissa: <https://esignals.fi/kategoria/hr-ja-johtaminen/veto-ja-pitovoimaa-matkailu-ravintola-ja-majoituslalle/>. Luettu: 17.4.2024.
- Sakdiyakorn, M., Golubovskaya, M. and Solnet, D. 2021. Understanding generation Z through collective consciousness: impacts for hospitality work and employment, International Journal of Hospitality Management, 94, s. 102822. Luettu: 10.11.2024.
- Schaufeli, W. B. & Bakker, A. B. 2004. Job Demands, Job Resources, and Their Relationship with Burnout and Engagement. A Multi-Sample Study. Journal of Organizational Behaviour, 25, 3, s. 293-315. Luettu: 4.11.2024.
- Self, T. T., Gordon, S. & Jolly, P. M. 2019. Talent management: A Delphi study of assessing and developing GenZ hospitality leaders. International journal of contemporary hospitality management, 31, 10, s. 4126-4149. Luettu: 10.11.2024.
- Solnet, D., Baum, T., Robinson, R. & Lockstone-Binney, L. 2016. What about the workers? Roles and skills for employees in hotels of the future. Journal of Vacation Marketing, 22, 3, s. 212-226.
- Sureo s.a. Mikä on restonomi? Luettavissa: <https://www.sureo.fi/restoverkko/mik%C3%A4-on-restonomi>. Luettu: 17.4.2024.
- Tulevaisuuden tutkimuksen seura s.a. Tulevaisuuden tutkimuksesta. Luettavissa: <https://www.tutuseura.fi/tutu/>. Luettu: 3.3.2024.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2018. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. Uudistettu painos. Tammi. Helsinki.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta. 2019. Ihmiseen kohdistuvan tutkimuksen eettiset periaatteet ja ihmistieteiden eettinen ennakkoonnakointi Suomessa. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan ohje 2019. Tutkimuseettisen neuvottelukunnan julkaisuja 3/2019. Helsinki: Tutkimuseettinen

neuvottelukunta. Luettavissa: https://tenk.fi/sites/default/files/2021-01/Ihmistieteiden_eettisen_ennakkoarviinnin_ohje_2020.pdf. Luettu: 5.11.2024.

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2023. Toimialaraportti. Matkailutoimialan työllisyys muuttuvassa toimintaympäristössä. 2022:3. Luettavissa: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/164064/TEM_2022_3_T.pdf?sequence=1&isAllowed=y. Luettu: 19.3.2024.

Työ & Elinkeinoministeriö/Valtioneuvosto. 2021. TEM-analyyseja. Minne uudet työpaikat syntyivät vuonna 2020? 2021:8 Luettavissa: <https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/163498/Minne%20uudet%20ty%c3%b6paikat%20syntyiv%c3%a4t%20vuonna%202020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Luettu: 17.4.2024.

Veijola, S. & Veijola, S. 2013. Matkailututkimuksen lukukirja. Lapin yliopistokustannus. Rovaniemi.

Viitala, R. 2021. Henkilöstöjohtaminen: Keskeiset käsitteet, teorit ja trendit. 1. painos. Helsinki. Edita.

Vilka, H. 2021. Tutki ja kehitä. 5. uudistettu painos. PS-kustannus. Jyväskylä. E-kirja. Luettu: 10.11.2024.

Walker, J. R., & k. (2014). Introducing hospitality (Sixth edition.). Pearson Education. E-kirja. Luettu: 14.11.2024.

Yousaf, S., Rasheed, M. I., Hameed, Z. & Luqman, A. 2020. Occupational stress and its outcomes: The role of work-social support in the hospitality industry. Personnel review. 49, s. 755-773.

Yu, H., Shum, C., Alcorn, M., Sun, J. and He, Z. 2022. Robots Can't Take my Job: Antecedents and Outcomes of Gen Z Employees' Service Robot Risk Awareness. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 34, 8, s. 2971-2988.

Liitteet

Liite 1. Haastattelukysymykset

Teema 1: Alalla opiskelu ja työskentely

Mikä sai sinut hakemaan majoitus- ravintola- ja matkailualalle?

Miten päädyit tähän tutkinto-ohjelmaan?

Miten opinnot vaikuttavat urasi suunnitteluun?

Millaisia urahaaveita sinulla on? (Jos ei ole urahaaveita niin voisiko kysyä millä perusteella tekee ja hakee niitä töitä joita itsellä on, tai vaihtoehtoisia asioita jotka tekee elämästä itselle mieluisan)

Teetkö nyt jotain työelämässä joka mielestäsi edistää haaveitasi? (tai mitä haluat jatkossakin tehdä?)

Teema 2: Majoitus- ravintola- ja matkailualan vetovoimaisuus

Millä perusteilla päätät, mihin työpaikkoihin haet?

Mikä tekee työpaikasta houkuttelevan?

Millainen on hyvä työnantaja?

Teema 3: Sitoutuneisuus työelämässä

Mitä sitoutuneisuus mielestäsi tarkoittaa?

Millainen on sitoutunut työntekijä?

Mitkä tekijät saavat sinut sitoutumaan työhön paremmin?

Entä mitkä tekijät vaikeuttavat sitoutumista?

Miten lähiesihenkilö vaikuttaa sitoutuneisuuteesi?

Miten työyhteisö vaikuttaa sitoutuneisuuteesi?

Teemoittelu:

Teema 4: Majoitus- ravintola- ja matkailualan tulevaisuus

Miten ala tulee sinun mielestäsi muuttumaan tulevaisuudessa? (Mikä on jo muuttunut?)