

# MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN VETOVOIMA

Jokinen Heidi

Restonomikoulutus  
Restonomi (AMK)

2024

Restonomikoulutus  
Restonomi (AMK)

---

<b>Tekijä</b>	Heidi Jokinen	<b>Vuosi</b>	2024
<b>Ohjaaja</b>	Merja Koikkalainen		
<b>Toimeksiantaja</b>	<b>Lapin ammattikorkeakoulu</b>		
<b>Työn nimi</b>	<b>Majoitus- ja ravitsemisalan vetovoima</b>		
<b>Sivumäärä</b>	33 + 1		

---

Majoitus- ja ravitsemisalan vetovoima on heikentynyt viime vuosina Suomessa ja se näkyy myös työvoimapulana alan yrityksissä. Ammatillisissa oppilaitoksissa vetovoiman heikentyminen näkyy oppilasmäärän laskuna. Alan vetovoiman heikentymisen taustalla on monia eri tekijöitä, joista merkittävämpiä ovat alan matala palkkataso ja kuormittava, raskas työ. Koronapandemia heikensi myös osaltaan vetovoimaisuutta, ravintoloiden sulkeuduttua moni vaihtoi alaa.

Selvityksessä tarkasteltiin majoitus- ja ravitsemisalan vetovoimaisuuden heikentymistä alan osaajien ja nuorten näkökulmasta. Selvityksessä käsiteltiin myös majoitus- ja ravitsemisalan tilannetta tällä hetkellä, jotta ymmärrettäisiin mitä asenteita ja odotuksia nuorilla on koulutus- ja työpaikkaa valittaessa. Majoitus- ja ravitsemisalan vetovoima koostuu usein alalla toimivien organisaatioiden työnantajamielikuvesta.

Selvityksessä tehtiin kyselytutkimus kahdelle Pohjois-Lapin alueella toimivalle ammatillisen oppilaitoksen opettajille ja henkilöstölle. Lisäksi tehtiin asiantuntija-haastattelu alalla pitkään toimineelle opettajalle. Tutkimuksen kohteeksi rajattiin ammatillisen koulutuksen parissa työskenteleviä siksi, että he toimivat nuorten parissa päivittäin, ja näin ollen ajateltiin heillä olevan ajankohtaista tietoa aiheesta.

Tulosten perusteella palkkaus ja työn raskaus heikentävät nuorten silmissä alan vetovoimaa. Asiantuntijahaastattelun perusteella myös organisaatioiden tulisi kiinnittää huomiota työntekijöiden kohteluun ja tuoda alaa tutuksi positiivisella mainonnalla. Myös yhteistyö organisaatioiden ja ammatillisten oppilaitosten välillä hyödyntämällä muun muassa sosiaalista mediaa tulisi tehdä näkyvämmäksi ja näin lisätä vetovoimaa ja työnantajamielikuvaa nuorten keskuudessa.

Avainsanat

majoitus- ja ravitsemisala, vetovoima, ammatillinen koulutus, työhyvinvointi, työvoimapula, työnantajamielikuva, rekrytointi

Degree Programme in Hospitality  
Management  
Bachelor of Hospitality Management

---

<b>Author</b>	Heidi Jokinen	<b>Year</b>	2024
<b>Supervisor</b>	Merja Koikkalainen		
<b>Commissioned by</b>	Lapin ammattikorkeakoulu		
<b>Title</b>	<b>The attraction of the accommodation and restaurant industry</b>		
<b>Number of pages</b>	33 + 1		

---

The attraction of the accommodation and restaurant industry has weakened in recent years in Finland which has resulted as labor shortage in companies in the sector. In vocational institutions the weakening of attraction can be seen as a decrease in the number of students. There are many different factors behind the weakening of the industry's attractiveness for example low wage level and heavy work. The corona pandemic also decreases the attractiveness and after the restaurants closed because of the corona many workers changed industry.

The study examined the weakening of the attractiveness of the accommodation and restaurant industry from the point of view of professionals and young people. The study also examined the current situation of the industry to understand what attitudes and expectations young people have when they are choosing an education and workplace. The attraction of the accommodation and restaurant industry are often consists of the employer image of the organizations operating in the sector.

In the study a survey was pointed for teachers and staff of two vocational institutions operating in the Northern Lapland region. For the study was made expert interview for the teacher who has worked in the field for a long time. The target of the study was narrowed down to those who work in vocational institutions because they work with young people on a daily basis and they have up-to-date information on the subject.

Based on the results the salary and burden of the work weaken the attractiveness of the industry in the eyes of young people. Based on the expert interview organizations should also pay attention to the treatment of employees and introduce the industry with positive advertising. Also increasing the cooperation between organizations and vocational institutions by utilizing for example social media should be used more visible. In this way the industry could increase attraction and employer image among young people.

**Keywords** accommodation and restaurant industry, attraction, vocational training, well-being at work, labor shortage, employer image, recruitment

## Sisällys

1	JOHDANTO.....	5
2	MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN NYKYTILANNE .....	8
2.1	Vetovoima.....	10
2.2	Koronapandemian vaikutus alalle .....	12
3	MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN KOULUTUS .....	16
4	MENETELMÄLLINEN TOTEUTUS .....	21
4.1	Kysely majoitus- ja ravitsemisalalan opettajille ja henkilökunnalle .....	24
4.2	Kyselyn tulokset.....	25
4.3	Asiantuntijahaastattelu.....	25
4.4	Asiantuntijahaastattelun tulos .....	25
5	TYÖN TULOS .....	28
6	POHDINTA .....	29
	LÄHTEET .....	31
	LIITTEET .....	34

## 1 JOHDANTO

Majoitus- ja ravitsemisalalan vetovoima on heikentynyt viime vuosina. Tämä näkyy osaavan työvoiman vähyytenä ja alan opiskelijamäärien vähenemisenä eri puolilla Suomea. (Vitriini 2021).

Tässä opinnäytetyössä käsitellään alan valtakunnallista opiskelijoiden vähyyttä, työntekijäpulaa sekä osaajien poistumista alalta, mikä on osin seurausta koronasulkujen aiheuttamista alavaihteluista. Työssä pohditaan, miten alan houkuttelevuutta voitaisiin lisätä. Kuinka nuoria saataisiin houkutelua alan koulutuksiin? Miten alasta voisi tehdä innostavan ja houkuttelevan kokonaisuuden?

Majoitus- ja ravitsemisalalan vetovoima muodostuu muun muassa työpaikkojen ja yritysten houkuttelevuudesta sekä työnantajamielikuvasta. Vetovoimaisen työpaikan rakentaminen on olennaista, jotta alalle saadaan osaavaa työvoimaa. Opinnäytetyössä selvitetään millainen työnantajabrändi ja työntekijäkokemus alalla tällä hetkellä on. Lisäksi selvitän, miten työpaikoista voidaan tehdä houkuttelevimpia. (Huhta & Myllyntaus 2021, 40–42.)

Alan työntekijäpulaan liittyvä huoli on kasvanut. Kun työntekijä valitaan ainoana hakijana paikkaan, voi työyhteisön osaaminen jäädä vaatimustasoa alhaisemmaksi. Tämä heijastaa suoraan työyhteisöön: henkilökunnan työtaakka kasvaa, mikä voi johtaa väsymiseen – erityisesti esimiehen kohdalla.

Nykyisin ongelmana on myös opiskelijoiden heikko kiinnostus alaa kohtaan. Op-pivelvollisuuden laajentuminen on tuonut alalle opiskelijoita, joille ala on ollut viimeinen vaihtoehto haku prosessissa. Näiltä opiskelijoilta puuttuu usein motivaatio ja kiinnostus alaa kohtaan, mikä vaikuttaa negatiivisesti niihin opiskelijoihin, jotka ovat aidosti kiinnostuneita alasta.

Opinnäytetyön tavoitteena on löytää keinoja majoitus- ja ravitsemisalalan vetovoiman lisäämiseksi nuorten keskuudessa ja selvittää, mitä on tehty ja mitä voitaisiin vielä tehdä alan houkuttelevuuden parantamiseksi. Haastatteleamalla ammattikoulun opettajia ja henkilöstöä pyritään kartoittamaan heidän näkemyksiään alan tulevaisuudesta ja kehittämismahdollisuuksista.

Opinnäytetyön aluksi tarkastellaan majoitus- ja ravitsemisalaa työllistäjänä sekä alan tämänhetkistä tilannetta. Pohdinnan kohteina ovat työn vaativuus, palkkaus ja mielekkyys. Lisäksi arvioidaan alan tulevaisuudennäkymiä ja sosiaalisen median vaikutusta nuorten hakeutumiseen alalle. Lopuksi perehdytään tekijöihin, jotka ovat vaikuttaneet alan houkuttelevuuteen.

Tutkimusosuudessa haastateltiin majoitus- ja ravitsemisalalan ammatillisen koulutuksen parissa työskenteleviä henkilöitä Pohjois-Lapin alueen ammatillisista oppilaitoksista. Näissä oppilaitoksissa koulutetaan ravintola- ja catering-alan perustutkintoa, kokkeja ja tarjoilijoita sekä matkailualan perustutkintoa ja asiakaspalvelijoita.

Lisäksi toteutettiin avoin asiantuntijahaastattelu pitkään alalla toimineelle opettajalle, joka jakoi ajankohtaisia näkemyksiä nuorten mielipiteistä ja toimenpiteistä, joilla alaa voitaisiin tehdä houkuttelevammaksi.

Opinnäytetyö toteutettiin ilman toimeksiantajaa, tekijän omasta kiinnostuksesta aihetta kohtaan. Työssä hyödynnettiin tekijän monipuolista kokemusta palvelualalta, mikä on osaltaan auttanut hahmottamaan alan vetovoiman heikkenemisen ja työvoimapulan kasvun. Tulokset tarjoavat pohjaa alan vetovoimaisuuden kehittämiseksi.

Selvityksen tarkoituksena oli kartoittaa majoitus- ja ravitsemisalalan vetovoimatekijöitä ja selvittää, miksi nuorten kiinnostus ammatilliseen koulutukseen juuri tällä alalla on vähentynyt.

Organisaatioiden näkökulmasta keskeinen kysymys on, mitä toimia tarvitaan, jotta niiden ulkoinen ja sisäinen vetovoima saadaan nostettua uudelle tasolle. Edut ja mainoskampanjat eivät riitä – tarvitaan työntekijäkokemuksen ja työnantajabrändin kehittämistä sekä yhteistyötä ja positiivista mainetta alan sisällä ja ulkopuolella.

Ammatillisten oppilaitosten rooli on merkittävä, mutta on tarkasteltava kuinka ne voivat houkuttaa nuoria hakeutumaan majoitus- ja ravintola-alan koulutuksiin.

Lisäksi on pohdittava, miten ala voi pitää nuoret työntekijät sitoutuneina ja motivoituneina sen jälkeen, kun he ovat päässeet työelämään.

Esimiestyön kehittäminen on yksi tärkeimmistä keinoista lisätä alan houkuttelevuutta. On tärkeää tarkastella, onko esimiestyössä tapahtunut muutoksia ja mitkä tekijät vaikuttavat työntekijöiden viihtyvyyteen. Johtamisella ja työoloilla on suora vaikutus alan vetovoimaisuuteen ja kiinnostavuuteen.

Oma oppimiseni tässä opinnäytetyössä voidaan jakaa kahteen osa-alueeseen. Ensinnäkin kehityin tutkimuksellisessa osaamisessani, ja toiseksi ymmärrykseni tutkittavasta aiheesta syventyi. Erityisen antoisaa oli haastattelukysymyksien vastausten tarkastelu, joka toi esiin yllättäviä havaintoja ja sai minut pohtimaan nuorten opiskelun tukitoimien merkityksestä nykytilanteessa. Opinnäytetyöprosessi oli kokonaisuudessaan raskas, sillä aihe osoittautui erittäin laajaksi, ja keskeisten asioiden hahmottaminen oli haasteellista. Kaiken kaikkiaan työ opetti minulle kriittistä suhtautumista omaan tekemiseen, ja työ saavutti omat tavoitteenensa, vastoinkäymisistä huolimatta.

## 2 MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN NYKYTILANNE

Mitä organisaatioiden tulisi tehdä, että juuri heidän yrityksensä saisi sekä ulkoisen, että sisäisen vetovoiman nostettua uudelle tasolle. Edut ja mainoskampanjat eivät riitä, tarvitaan työntekijäkokemuksen ja työnantajabrändin kehittämistä mainetta ja yhteistyötä. Vetovoimaisen organisaation työntekijäkokemus on hyvä ja työnantajabrändi vahva, houkutteleva, kiinnostava sekä tunteita herättävä niin omien kuin potentiaalisten työntekijöidenkin silmissä. (Huhta & Myllyntaus 2021, 23.)

Miten ammatilliset oppilaitokset saisivat nuoria hakeutumaan majoitus- ja ravintola-alalle? Nuoret, jotka hakeutuvat alalle, miten heidät pidetään alalla? NYT-nuorten vuonna 2024 tekemän tulevaisuusraportin mukaan nuorten huoli työelämän kuormittavuudesta kasvaa koko ajan. Samaan aikaan moni on kiinnostunut yrittäjyydestä. Vanhempien koulutustausta on yhteydessä nuorten kiinnostukseen eri aloja kohtaan. Tulosten mukaan, mikäli vanhemmilla on ammatillinen koulutus, kiinnostavaksi koettiin muun muassa kaupan ala, terveydenhuoltoala, rakennusala matkailu- ja ravintola-ala sekä logistiikka- ja huolinta-ala. Maahanmuuttajatausta ei vaikuttanut urahaaveisiin, myös maahanmuuttajilla kolmen kärkeen tutkimuksen mukaan nousivat kaupan ala, matkailu- ja ravintola-ala ja terveydenhuoltoala. (Nuorten tulevaisuusraportti 2024.)

Johtamisella ja työoloilla on suuri merkitys alan vetovoimaisuuden ja kiinnostavuuden lisäämisessä. Aikuisopiskelijoille on tarjolla uusia verkossa toteutettavia tutkintoja. Aikuisopiskelijoille suunnatut ammattitutkinto ja erikoisammattitutkinto ovat verkossa toteutettavia työelämän rinnalla joustavasti suoritettavia tutkintoja, jotka vahvistavat jo alalla olevien osaamista. (Opintopolku, 2024.)

Työnantajan vetovoima lähtee organisaation strategiasta. Mitä se tavoittelee ja miten se aikoo tavoitteeseensa päästä. (Huhta & Myllyntaus 2021, 40). Mitä työntekijäymmärrys sitten on? Huhta ym. (2021, 41) ovat määritelleet työntekijäymmärryksen siten, että työntekijäymmärryksellä tarkoitetaan kaikkea sitä tietoa mitä organisaatio kerää työntekijöistään eri tavoin. Sen tavoitteena on ymmärtää,

mitä työntekijät arvostavat, mikä on heille merkityksellistä työssään ja miten heidän onnistumisestaan voidaan parhaiten tukea.

Työntekijäymmärrys on tietoon pohjautuvaa ymmärrystä. Se koostuu yksittäisiä työntekijöitä motivoivista ja sitouttavista tekijöistä. Se on myös tapa, jolla organisaatio pysyy tietoisena nykyisten työntekijöiden tarpeista ja toiveista. Työntekijäymmärrys auttaa myös ennakoimaan tulevia muutoksia. (Huhta & Myllyntaus 2021, 70.)

Organisaatioille on eduksi hyödyntää erilaisia tutkimusmenetelmiä, kun se rakentaa ymmärrystä työntekijöistä. Määrälliset menetelmät antavat yleistettävää ja historiallisesti tarkkaa tietoa. Laadulliset menetelmät tuottavat selvitettävää, yksityiskohtaista tietoa, millä voidaan pyrkiä ymmärtämään tulevaa käyttäytymistä. (Huhta & Myllyntaus 2021, 112–113.)

Organisaatiot ovat muuttuneet viime vuosikymmenen aikana hyvinkin paljon. Ne ovat kansainvälistyneet ja muuttuneet yhä tietoteknisemmäksi. Organisaatioiden arjessa tulos on tärkeä, siinä unohdetaan työntekijä. Johtaminen painottaa sääntöjen noudattamista ja hallinnollisia ohjeita. Johtamisessa uudet ideat ovat vaikeuksissa, sillä menestys mitataan numeroiden valossa. (Juuti & Vuorela 2002, 12.)

Nykyään tiimimäisissä prosessiorganisaatioissa, mitkä ovat verkostoituneet muiden organisaatioiden kanssa, onnistumisen perusedellytys on hyvä johtaminen. Johtamisen suunta on muuttunut. Kukin ihminen on oman työnsä paras asiantuntija. Ongelmaratkaisussa työntekijän ja asiakkaan ratkaisut ovat yhteisiä tuotoja. (Juuti & Vuorela 2002, 12–13.)

Onnistuminen on kiinni vuorovaikutuksesta ja osaamisesta, tästä johtuukin, että erilaiset ihmiset on saatava hyvään vuorovaikutukseen ja yhteistyöhön ratkoessaan ongelma vyyhteä. (Juuti & Vuorela 2002, 14).

Johtamisella on suora yhteys työyhteisöön ja sen ihmissuhteisiin ja siellä vaikuttavaan ilmapiiriin. Johtaminen on merkittävää, sillä sen kautta voidaan vaikuttaa.

Vaikuttamisen kautta voidaan myös kehittää työympäristöä. Johtamista on monenlaista ja erityyppistä, mutta vain hyvä johtaminen luo työyhteisöön positiivisen ilmapiirin. Hyvä ja henkilöstön hyvinvointia tukeva johtaminen kuuntelee työntekijöitä ja ottaa heidän mielipiteensä huomioon. (Juuti & Vuorela 2002, 18–19.)

Hyvinvoiva työyhteisö on myös oppiva organisaatio, ja sen kehittäminen liittyy monin eri tavoin työyhteisön hyvinvointiin. Omasta ammattitaidostaan epävarma työntekijä ei voi nähdä, että hyvään työsuoritukseen voidaan päästä monin eri tavoin, vaan hän pitää omaa tapaansa ainoana oikeana vaihtoehtona. (Juuti & Vuorela 2002, 40.)

## 2.1 Vetovoima

Hyvinvoiva työyhteisö luo vetovoimaa, sisäinen ja ulkoinen tiedonkulku kantaa kauas. Organisaatioilla on helppo rekrytoida uusia työntekijöitä. Sama peilautuu myös oppilaitosten maineeseen, hyvään kouluuyhteisöön hakeudutaan mielellään. Työyhteisö, jonka työntekijät voivat hyvin, pystyy vastaamaan sidosryhmien odotuksiin ja liiketoiminnan tavoitteisiin. Organisaatio menestyy, kun sen työntekijät voivat hyvin. (Joki 2024, 152.)

Millaisesta vetovoimasta sitten puhumme? Vetovoima kattaa sekä työntekijöiden houkuttelemisen että työn imun lisäämisen. Usein ajatellaan, että vetovoima on kuin magneetti, joka vetää puoleensa ja pitää kiinni tietyistä asioista kuten työntekijöistä. Tätä samaa vetovoimaa mielletään myös alan oppilaitoksissa. (Huhta & Myllyntaus 2021, 18.)

Työntekijöiden kiinnostus majoitus- ja ravitsemisalaa kohtaan on hiipunut, ja yksi keskeinen syy tähän on alan arvostuksen puute. Tämä johtuu muun muassa työehdoista, paikalleen jämähtäneestä palkkausjärjestelmästä ja puutteellisesta johtamisesta. Monissa organisaatioissa ei ole onnistuttu luomaan työskentelyä tukevaa kulttuuria, ja ongelmat ilmenevät usein erilaisten ihmisten välisissä suhteissa. (Juuti & Vuorela 2002, 34.)

Organisaation vetovoimaa tarkastellaan ensisijaisesti organisaatiobrändiin liittyvän työnantajabrändin kautta. Sillä pyritään rakentamaan mielikuvia organisaatiosta. Kaikkia niitä mielikuvia, minkä pohjalta ihmiset kiinnittävät huomiota organisaatioon. (Huhta & Myllyntaus 2021, 18.)

Niin työnantajat kuin oppilaitoksetkin tarjoavat kohderyhmilleen erilaisia syitä valita juuri heidät, kilpailu on kovaa. Työnantajan tunnettavuus, brändi ja mielikuvat ovat kuitenkin vain osa vetovoimaa. Organisaation omat työntekijät, työnhakijat ja asiakkaat välittävät tietoa ja mielikuvia organisaatiosta ja ovat siksi tärkeässä roolissa työnantajabrändin rakentumisessa. (Huhta & Myllyntaus 2021, 20.)

Hyvämaineinen organisaatio on työntekijöiden ensimmäinen valinta, se auttaa parhaiden työntekijöiden rekrytoinnissa ja toisaalta pitämään talossa jo olevat hyvät työntekijät. (Aula & Heinonen 2002, 65).

Työyhteisön jäsenillä on oltava hyvät yhteistyötaidot, jotta se voi hyvin. Työilmapiiri on kuin sisäistä asiakaspalvelua, sekin on olennainen osa työssä jaksamiseen ja työtyytyväisyyteen, Työssä viihtymiseen vaikuttavat luonnollisesti monet seikat, niin työtehtävät kuin työnkuvakin yleensä. (Flink, Kerttula, Nordling & Rautio 2024, 28–29.)

Työhyvinvointi koostuu monista erilaisista osatekijöistä, joista merkittävin on se, kuinka työyhteisön jäsenet kykenevät tekemään yhteistyötä. Vuorovaikutuksesta tunnistamme kuinka työtämme arvostetaan ja miten itse arvostamme muiden työtä. Jokainen työyhteisön jäsen on vastuussa työilmapiiristä työpaikallaan. Työkaverin kyselyyn vastaaminen tai hänen auttamisensa saattaa hidastaa omien töiden valmistumista, mutta kun puhalletaan yhteen hiileen se lisää työmotivaatiota. (Flink, Kerttula, Nordling & Rautio 2024, 30.)

Se miten organisaatioissa kommunikoidaan työkavereiden ja yhteistyökumppaneiden kanssa, heijastuu myös asiakkaisiin. Työskentelyilmapiirin aistii siitä, miten työntekijät ja muu henkilökunta viestivät keskenään. Hyvän työporukan tunnistaa siitä, että työntekijät pitävät työn etusijalla ja ajattelevat yhteistä etua. Hyvä

työporukka myös osaa sopia asioista ja jokainen vastaa, että tieto kulkee työyhteisössä. (Flink, Kerttula, Nordling & Rautio 2024, 32.)

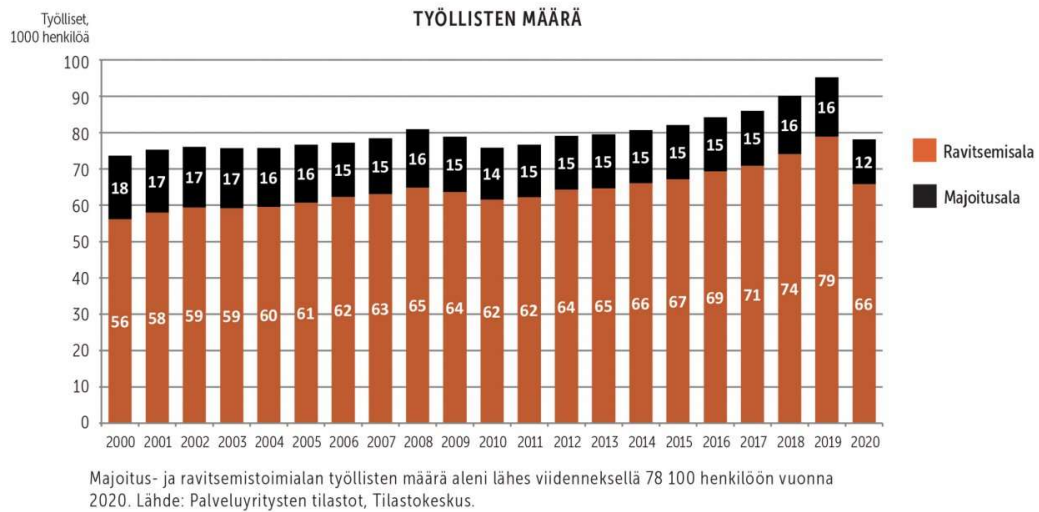
Asiakasodotuksien kasvu on johtanut siihen, että liiketoiminnassa ei ole enää kysymys pelkästään tuotteiden ja palveluiden tuottamisesta, sillä niiden lisäksi myydään myös kokemuksia. (Huhta & Myllyntaus 2021, 119).

Työntekijäkokemus on käsitteenä moniulotteinen ja amebamainen, siksi sitä on vaikea määrittellä sekä hahmottaa. Organisaatiolla pitää olla vahva, selkeä ja yhtenäinen käsitys siitä mitä työntekijäkokemus tarkoittaa. Vasta sen ymmärrettyään työntekijäkokemusta voidaan johtaa tavoitteellisesti. Työntekijäkokemus muodostuu työnantajan ja työntekijän vuorovaikutuksessa syntyvistä ajatuksista työstä, ympäristöstä ja organisaatiosta työnantajana. (Huhta. & Myllyntaus 2021, 120.)

## 2.2 Koronapandemian vaikutus alalle

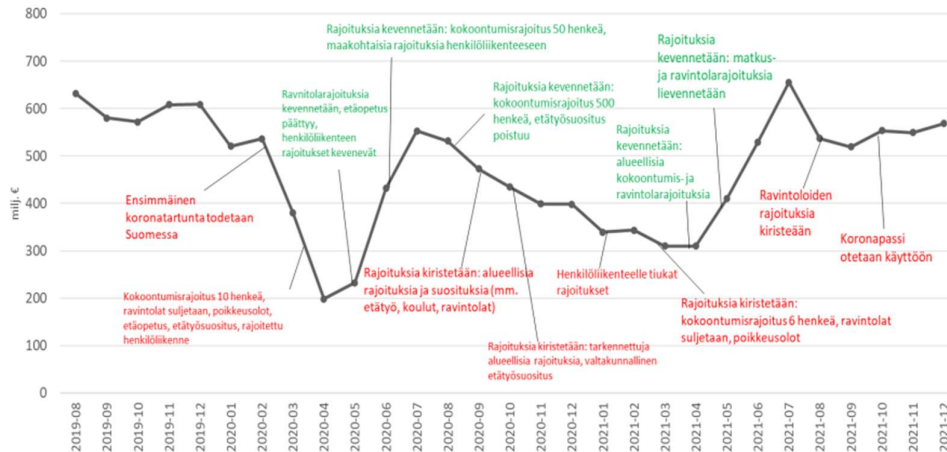
Koronapandemialla ja sen seuranneilla vaikutuksilla, kuten ulkomaisen matkailijavirran lakkaamisella ja ravitsemisalalan rajoitustoimenpiteillä on ollut merkittävä vaikutus majoitus- ja ravitsemistoiminnan työllisyyteen. Pylväsdiagrammi, joka kuvaa työllisten määrää eri vuosina, näyttää miten korona pandemia vaikutti korotavasti työttömien lukuun alalla. (kuva 1). Kansantalouden tilinpidon mukaan toimialan työllisten määrä vähentyi lähes viidenneksellä, mikä oli 78000 henkilöä vuonna 2020. Näiden lisäksi alaan vaikuttivat lisäksi epäsuorat ilmiöt. (Vetriini 2021.)

Muutos oli suurempi kuin talouden keskimääräinen kehitys, jossa työllisyys heikkeni vain kahdella prosentilla vuonna 2020. Majoitus- ja ravitsemisalalla työllisyyden heikkeneminen on kohdistunut pääasiassa yksityisen sektorin palkansaajiin, kun taas yrittäjien työllisyys pysyi lähes ennallaan, samoin kuin julkisen alan palvelulaitoksissa työskentelevien osuus. (Vetriini 2021.)



Kuvio 1. Työllisten määrä majoitus- ja ravitsemisalalla (Vetriini 2021).

Koronapandemialla on ollut merkittävä vaikutus majoitus- ja ravitsemisalaan Suomessa ja muualla maailmassa. Nopeat ja ennakoimattomat rajoitustoimet aiheuttivat haasteita majoitus- ja ravitsemisalan yritysten toimintaympäristössä. Matkailu-, ravintola-, tapahtuma- ja kulttuurialaan kohdistui erityisen paljon rajoituksia, jotka hetkellisesti estivät kokonaan elinkeinon harjoittamisen. Osa kuitenkin myös hyötyi koronan tuomista muutoksista. Kuvioista kaksi ilmenee koronarajoitusten ja –suositusten kehitys suhteessa ravintolatoiminnan liikevaihtoon Suomessa. (kuvio 2).



Kuvio 2. Koronarajoitusten ja –suositusten kehitys verrattuna ravintolatoiminnan liikevaihtoon Suomessa. (Luonnonvarakeskus).

Koronapandemia vaikeutti myös opiskelijoiden opinnäytetöiden ja harjoitteluiden toteuttamista, koska ravintolat ja majoitusliikkeet olivat kiinni ja työntekijöitä lomautettiin. (Vitriini 2021.)

### 2.3 Sosiaalinen media majoitus- ja ravitsemisalalla

Sosiaalisella medially (somella) tarkoitetaan internetin vuorovaikuttaisia verkkoviestintäpalveluita. Erilaisten teknologioiden kehittyessä sosiaalisten medioiden määrä kasvaa jatkuvasti, ja ihmiset voivat keskustella eri foorumeilla, jakaa videoita eri alustoilla ja kirjoittaa erilaisista aiheista blogipalveluissa. (Flink, Kerttula, Nordling & Rautio 2015, 124–125.)

Sosiaalisesta mediasta on tullut myös organisaatioiden tärkeä palvelukanava. Usein asiakkaat ilmaisevat tunteitaan sosiaalisessa mediassa, jos ne on jätetty käsittelemättä asiakaspalvelutilanteessa. Tämän vuoksi on tärkeää käsitellä tyytymättömän asiakkaan tilanne heti tapahtumahetkellä, jotta sitä ei tarvitse käsitellä jälkikäteen eri foorumeilla. (Flink, Kerttula, Nordling & Rautio 2015, 124–125.)

Sosiaalinen media on vahva asiakaspalvelun sekä markkinoinnin väline, joka tavoittaa suuria ihmisjoukkoja ympäri vuorokauden. (Flink, Kerttula, Nordling & Rautio 2015, 124–125).

Digitaalisuus on kaikkialla, eikä sen vaikutukselta voi välttyä. Asiakaspalvelu, myynti ja markkinointi tapahtuvat yhä enemmän verkossa. (Isokangas & Vassinen, 2010, 167.)

Verkkomainonnan etuja ovat kohdennettavuus, vuorovaikutus, näyttävyys, monipuolisuus ja mitattavuus. Sen haittapuolina voidaan pitää ärsyttävyyttä, informaation nopeaa vanhenemista ja vaikeutta erottua massasta. (Karjaluoto 2010, 128.)

Viestintä digikanavien kautta on yrityksille erittäin hyödyllistä. Se on kustannustehokasta, sillä markkinointimateriaalia ei tarvitse painaa paperille. Markkinointia on helppo muokata tarpeen mukaan, ja digimarkkinoinnin ansiosta kohderyhmät tavoitetaan tarkasti ja markkinointi voi olla yksityiskohtaista. Digimarkkinointi on myös tehokasta, ja asiakkuuksien hallinta ja seuranta on helppoa. (Merisavo, Räsänen, Raulas & Virtanen 2006, 44–45.)

Tik Tok oli syksyllä 2021 maailman ladatuin sovellus ja sen käyttö kasvaa nopeasti. Tik Tokissa viihdytään ja vietetään aikaa. Kanavalle tulevilta organisaatioilta ja mainostajilta vaaditaan aitoutta ja heittäytymiskykyä. Etenkin nuorten keskuudessa käyttö on aktiivista, suomalaisista nuorista 13–16 vuotiaista 65 % käyttää Tik Tokkia päivittäin. Aktivointiin kanava sopii täydellisesti, se luo ilmiöitä myös kanavan ulkopuolella, joten kanavaa voi hyödyntää sekä myynnin konvertoijana, että keskustelun herättäjänä ja avaajana. Kanavaan ei kannata ladata suoraan mainoksia tai organisaatioesittelyitä, vaan luoda omaperäistä videosisältöä, jotka koukuttavat katsojia heti ensimmäisistä sekunneista alkaen. (Lahti & Meretniemi 2022, 197–198.)

### 3 MAJOITUS- JA RAVITSEMISALAN KOULUTUS

Majoitus- ja ravitsemisalalan perustutkinto on jatkuvan tarkastelun ja kehittämisen kohteena. Työelämä ja siinä vaadittava ammattitaito ovat muuttuneet, eivätkä opetushallituksen määrittämät tutkintojen perusteet ja niihin sisältyvät näytöt aina vastaavat nykyajan työelämän tarpeita. (Opetushallitus 2008.)

Opetushallitus on antanut koulutuksen eri muotoja ja aloja varten perusteet, joiden mukaan koulutuksen järjestäjän tulee sisällyttää opetussuunnitelmaan Opetuksen tavoitteet ja sisällöt. Tämän tarkoituksena on varmistaa koulutuksen perusoikeuksien ja yhtenäisyyden toteutuminen. (Opetushallitus 2008.)

Ammatillisissa koulutuksissa on mahdollista suorittaa ammatillinen perustutkinto, ammattitutkinto tai erikoisammattitutkinto. Ammatilliset tutkinnot avaavat ovia työelämään ja edistävät työllistymistä. Lisäksi ne tarjoavat jo työelämässä oleville mahdollisuuden päivittää ja kehittää osaamistaan. Ammatillisen tutkinnon suorittaneet voivat myös jatkaa opintojaan korkeakoulutasolle, sillä tutkinto antaa jatko-opintomahdollisuuden korkeakouluihin. (Opintopolku, 2024.)

Ammatillisen koulutuksen oppimisen tuki on uudistumassa, ja eduskunta päättää lainsäädännön muutoksista syksyn 2024 aikana. Uudistuksen myötä Opetushallitus tukee koulutuksen järjestäjiä muutoksen toteutuksessa. Valtioneuvoston esityksen mukaan muutokset astuisivat voimaan 1.8.2026, mikäli eduskunta hyväksyy esityksen. Lakimuutoksen jälkeen Opetushallitus tarjoaa koulutuksen järjestäjille jatkuvaa tukea toimeenpanon osalta. Tukimuotoina toimivat oppimisen ja erityisen tuen vahvistaminen. (Opetushallitus, 2024.)

Majoitus- ja ravitsemisala on tekijöiden ala. Työ voi olla raskasta pitkien työpäivien ja epäsäännöllisten työaikojen vuoksi. Vaikka alan palkkaus ei yksin selitä hakijamäärien vähyyttä, nämä tekijät vaikuttavat siihen, kuinka houkuttelevana ala nähdään. Ravintola-alan opiskelijamäärien vahvistaminen ulkomaalaisilla hakijoilla on yksi keino helpottaa työvoimapulaa, ja työperäinen maahanmuutto onkin varteenotettava vaihtoehto alan haasteiden ratkaisemiseksi. (Yle, 2024.)

Ammatillisiin koulutuksiin voi hakea tällä hetkellä ympäri vuoden tai toisen asteen yhteishaussa. Kevään 2024 yhteishaussa oli enemmän aloituspaikkoja, kuin hakijoita. Ammatillinen koulutus oli ykkösvalintana 45 prosentilla, kun verrattiin aloituspaikkojen määrää. Yhteishaun kilpaillumpia koulutuksia olivat ammatilliset koulutukset. Kovin kisa oli niihin koulutuksiin, joissa oli vähiten aloituspaikkoja. Alla olevassa taulukossa näkyy vuoden 2024 yhteishaun hakijamäärät kahdessa Pohjois-Lapin alueen ammatillisissa oppilaitoksissa ravintola- ja catering-alan perustutkinnolle. Tällä hetkellä näyttää siltä, että hakijoita olisi enemmän kuin aloituspaikkoja, mutta miten saadaan hakijat pysymään alalla? (Yle, 2024.)

Kuviossa 3. hakukoneen antamat hakijamäärät ammatillisen oppilaitoksen yksikköihin Torniossa ja Muoniossa näyttivät kevään 2024 tuloksissa hyviltä. Hakukoneen antamista tiedoista käy ilmi, että esimerkiksi Torniossa oli tämän vuoden yhteishaussa hakijoita 47 ja aloituspaikkoja kuitenkin vain 20 ravintola- ja catering-alalle. Tästä voisi päätellä, että alan suosio olisi nousussa, mutta tilanne ei valitettavasti taida olla sen mukainen. Aloituspaikastakin kaikki sen saaneet, eivät valitettavasti ota paikkaa vastaan tai muuten vain hakeudu alalle. (Yle, 2024.)

<b>Ravintola- ja catering-alan perustutkinto</b>	
<b>Ammattiopisto Lappia, Tornio</b>	
Aloituspaikkoja	20
Hakijoita	47
Hakijoita / aloituspaikka	2,35
Ensisijaisia hakijoita	11
Ensisijaisia hakijoita / aloituspaikka	0,55
<b>Ravintola- ja catering-alan perustutkinto</b>	
<b>Ammattiopisto Lappia, Muonio</b>	
Aloituspaikkoja	6
Hakijoita	< 5
Hakijoita / aloituspaikka	–
Ensisijaisia hakijoita	< 5
Ensisijaisia hakijoita / aloituspaikka	–

Kuvio 3. Hakukoneen hakijamäärät ravintola- ja catering-alalle Ammattiopisto Lappian Tornion ja Muonion yksikköihin. (Yle, 2024).

Ravintola- ja catering-alan koulutuksen vetovoima on monimutkainen ilmiö, jossa hakijamäärät eivät aina heijasta todellista kiinnostusta alaa kohtaan. Esimerkiksi Torniossa vuoden 2024 yhteishaussa oli 47 hakijaa 20 aloituspaikkaa kohden, mikä viittaa korkeaan kysyntään. Kuitenkin kaikki valitut eivät välttämättä ota paikkaa vastaan tai jatka opintojaan loppuun asti. (Yle, 2024.)

Työssä oppiminen on tärkeää, mutta usein aliarvostettua. Sanonta ”työ teki-jäänsä opettaa” pätee monilla aloilla. Erilaiset työympäristöt mahdollistavat ja tukevat työssä oppimista monin tavoin. Työpaikoilla kohtaavat erilaiset ihmiset ja työympäristöt ovat jatkuvassa vuorovaikutuksessa. Yhteiskunnan ja yhteiskunnallisen tilanteen vaikutus heijastuu organisaatioiden toimintaan, tiimien dynamiikkaan ja työntekijöiden tapoihin oppia. (Kupias & Peltola 2019, 11–13.)

Ammatillisen koulutuksen uudistus sisältää uudenlaisen tavan kouluttaa osaajia, kuten kokkeja. Sen tavoitteena on edistää työpaikoilla tapahtuvaa oppimista, jolloin oppimisesta tulee yksilöllisempää. Työpaikoilla järjestetään ammattitaidon osoittamiseksi näyttöjä, mikä tuo koulutuksen lähemmäs työelämää. Tämän myötä työpaikoilla tulisi olla enemmän resursseja ja valmiuksia ohjata työssä oppijaa. Opettajan rooli oppimisen ohjaajana on keskeinen opiskelijan osaamisen kehityksen varmistamiseksi. Miten työpaikoista voitaisiin kehittää hyviä oppimisympäristöjä opiskelijoille? Miten oppilaitosten ja työpaikkojen yhteistyötä tulisi kehittää, jotta tämä kaikki onnistuu? (Kupias & Peltola, 2019, 15–16.)

Majoitus- ja ravitsemisala on hyvin monipuolinen ja tarjoaa monenlaisia työtehtäviä erityyppisissä työympäristöissä. Tällä hetkellä työllistymismahdollisuudet ovat hyvät. Työtä olisi tarjolla ravintoloissa, suurkeittiöissä, henkilöstöravintoloissa ja liikenneasemilla. Lisäksi tulevina vuosina etenkin julkisella sektorilla, suurten ikäluokkien eläköityessä, työvoiman tarve kasvaa todella paljon. (Te-palvelut, 2022.)

Majoitus- ja ravitsemisalan tutkinto avaa monia mahdollisuuksia ja työkenttä on laaja. Tämä monipuolisuus voisi olla vielä näkyvämmän esillä, jotta hakijat ymmärtäisivät alan tarjoamat mahdollisuudet. Koulutuksen vahvuutena on juuri sen monipuolisuus. Majoitus- ja ravitsemisalalle sopii monenlaisia ihmisiä, ja

työnkuvia on runsaasti. Ala työllistää myös paljon yrittäjiä. Energisyys ja asiakaslähtöisyys ovat arvostettuja ominaisuuksia, ja ala on kansainvälinen. Majoitus- ja ravitsemisalalan ammatteihin on useita polkuja. Peruskoulun jälkeen voi hakeutua ammatilliseen oppilaitokseen suorittamaan alan perustutkintoa. Näitä oppilaitoksia löytyy eri puolilta Suomea. (Mahdollisuuksien ala 2020, 5.)

Ammatillisen koulutuksen opinnoissa on paljon työpaikoilla oppimista, ja ammatitaito osoitetaan käytännön työtehtävissä. Ammatilliseen koulutukseen voi hakeutua yhteishaun tai jatkuvan haun kautta. Yhteishaku on ensisijaisesti peruskoulun päättävälle. Ammatillisen koulutuksen perustutkinnon suoritettua voi hakea korkeakouluopintoihin. Ammattikorkeakoulussa alan tutkinto on restonomi. Restonomikoulutusta on tarjolla 12 ammattikorkeakoulussa ympäri Suomen. (Mahdollisuuksien ala 2020, 5.)

Vuonna 2014 toteutetun Kun koulu loppuu -tutkimuksen mukaan majoitus- ja ravitsemisala oli suosittu yläkoululaisten keskuudessa. Tuolloin nuoret olivat kiinnostuneita aloista, jotka liittyivät heidän arkeensa tai olivat esillä medioissa, erityisesti sosiaalisessa mediassa ja televisiossa. (T-Media 2014.)

Nuoret hakeutuisivat opiskelemaan ja työelämään, jos he saisivat enemmän tietoa eri aloista. Kun koulu loppuu -tutkimuksen mukaan kouluissa käsitellään työelämän asioita liian vähän. Vain 16 % yläkoululaisista tietää varmasti, mille alalle he haluavat suuntautua. Tutkimuksen mukaan nuoret kertoivat, että voisivat kiinnostua eri aloista, jos saisivat niistä enemmän tietoa. (T-Media 2014.)

Monet kokevat, että yksi parhaimmista tavoista tutustua työelämään on TET-harjoittelu, ja sen toivotaan olevan mahdollista myös lukiossa. Nuoret haluavat kuulla erilaisista työ- ja uramahdollisuuksista suoraan alalla työskenteleviltä ihmisiltä. Valintojen tueksi tarvitaan tietoa, mutta vanhemmilta tai sosiaalisesta saatava tieto rajoittuu usein tunnettuihin aloihin. (T-Media 2014.)

Työn tekeminen ja toistaminen kehittää meistä jokaista. Työpaikoilla on paljon erilaisia oppimisen lähteitä; erilaisia työskentelijöitä, malleja, toimintatapoja, tapahtumia ja ohjeita. Uudenlaisen työn aloittamisessa, uudella työpaikalla on

paljon onnistumisen mahdollisuuksia. Työelämään tulevan nuoren ensimmäinen työpaikka muovaa käsityksiä siitä, miten työelämässä ja työmarkkinoilla toimitaan. Mitä organisaatiossa vaaditaan ja miten työntekijät toimivat keskenään. (Kupias & Peltola 2019, 15.)

Tiedot ja taidot laajenevat, syvenevät, vahvistuvat tai jopa muuttuvat kokonaan. Oppiminen voi olla kokonaisvaltaista tai jokin erillinen osa-alue. On valtavasti erilaisia työpaikkoja ja erilaisia oppimisympäristöjä. Oppiminen työpaikalla ja työpaikka oppimisympäristönä on äärettömän rikas. Oppimisen alueita on tarjolla runsaasti. Ihmiset tuovat työpaikoille erilaista osaamista, oppivat siellä uutta toinen toisiltaan, sekä organisaation erilaisista käytänteistä. (Kupias & Peltola 2019, 18.)

Erilaiset ympäristöt asettavat erilaisia tavoitteita oppimiselle työssä. Myös mahdollisuuksia oppimiseen on erilaisia. Työpaikoilla kohtaavat monenlaiset oppijat ja työympäristöt. Ammatillisen koulutuksen uudistus sisältää uudenlaisen tavan kouluttaa eri alojen osaajia. Tavoitteena siinä on edistää oppimista työpaikoilla, mikä tekee oppimisesta yksilöllisempää. (Kupias & Peltola 2019, 15.)

#### 4 MENETELMÄLLINEN TOTEUTUS

Tässä luvussa esitetään majoitus- ja ravitsemisalán ammatillisen koulutuksen opettajille ja henkilöstölle suunnatun kyselyn tulokset. Tarkoituksena oli kartoittaa heidän näkemyksiään alan vetovoimasta, työelämän vaatimuksista sekä alalle hakeutumiseen vaikuttavista tekijöistä. Vastausten avulla pyritään ymmärtämään paremmin, millaisia muutoksia alalla on tapahtunut ja millaisia kehittämistarpeita alan houkuttelevuuden vahvistamiseksi voisi olla.

Luotettavasti toteutettu kyselytutkimus mahdollistaa erilaiset johtopäätökset, jotka ovat tarkkoja diagnostisia ja toteutettavia. Kun tieto esitetään prosenttiluvuin, saadaan ajatus, että tutkimus on tehty luotettavasti. (Huhta & Myllyntaus 2021, 92.)

Haastattelu on joustava tutkimusmenetelmä, ja erilaiset haastattelumenetelmät ovat tutkimusaineiston keruussa eniten käytettyjä. Haastattelu on soviteltavissa moniin eri tutkimustarkoituksiin. Haastattelijan tehtävä on tuoda esiin haastateltavan ajatuksia, käsityksiä, kokemuksia, tietoa ja tunteita selkeästi. Haastattelun avulla voidaan selvittää vastauksia ja syventää saatuja tietoja. Se on yleisimmin käytetty menetelmä, joka sopii moniin kehittämistehtäviin ja mahdollistaa tiedon keräämisen helposti. Haastattelu on menetelmä, jolla kerätään syvempää tietoa kohteesta kysymysten ja keskustelun avulla. (Puusa & Juuti 2020, 103.)

Tässä selvityksessä käytettiin kyselyssä ja avoimessa haastattelussa samoja kysymyksiä. Haastattelukysymykset laadittiin valmiiksi etukäteen. Avoimessa asiantuntijahaastattelussa tehtiin lisäkysymyksiä aihetta mukailien. Avoin haastattelu tallennettiin käsin kirjoittamalla.

Tutkimusmenetelmän valinta riippuu tutkittavasta kohteesta ja menetelmiä on todella paljon. Tutkimusmenetelmällä tarkoitetaan menetelmää, jolla aineistoa tutkimukseen kerätään. Laadullisessa tutkimuksessa erilaiset haastattelutyypit ovat metodeina eniten käytettyjä. Haastattelu voidaan usein mieltää keskusteluksi, jolla on etukäteen asetettu tavoite. (Puusa & Juuti 2020, 103.)

Menetelmänä haastattelu on tietoisuuden ja ajattelun sisältöihin kohdistuva, ja sen tavoitteena on kerätä sellaista aineistoa, josta voi tehdä uskottavia päätelmiä. (Puusa & Juuti 2020, 103).

Selvityksessä käytetty tutkimusmenetelmä oli kysely. Tietoa päädyttiin keräämään sähköpostitse lähettämällä kyselylomake satunnaisesti valitulle joukolle. Tässä selvityksessä populaatioon eli perusjoukkoon otettiin mukaan ammatillisen koulun opettajia ja muuta henkilöstöä. Selvitykseen vastaajiksi valitut otettiin mukaan, koska he työskentelevät päivittäin nuorten parissa, ja heillä oli tietoa nuorten mielipiteistä. Tutkittava osajoukko valittiin satunnaisesti ja kyseessä oli pieni-  
muotoinen otos. Otos saatiin valittua luontevasti arpomalla osallistujat perusjoukosta.

Luotettavasti toteutettu kyselytutkimus mahdollistaa johtopäätökset, jotka ovat tarkkoja, diagnostisia ja toteutettavia. Se, miten tieto esitetään, esimerkiksi prosenttiluvuin ja erilaisin jakaumin mahdollistaa tiedon, että tutkimus on tehty luotettavasti. (Huhta & Myllyntaus 2021, 92.)

Haastattelut ovat erityisen hyödyllisiä silloin, kun tavoitteena on kerätä tietoa mielipiteistä, käsityksistä, havainnoista, asenteista, arvoista ja kokemuksista. (Huhta & Myllyntaus, 2021, 106).

Haastattelu voi olla strukturoimaton, puolistrukturoitu tai täysin strukturoitu. Strukturoimaton haastattelu, jota kutsutaan myös avoimeksi haastatteluksi tai syvähaastatteluksi, ei ole sidottu ennalta määrättyyn formaattiin. Haastattelijä ohjaa keskustelua luontevasti tarkentavien kysymysten avulla, ja haastattelu etenee haastateltavan ehdoilla. (Huhta & Myllyntaus, 2021, 106.)

Tutkimuksellisessa työssä ei välttämättä tarvita suurta määrää haastatteluja, jos haastateltavat valitaan harkiten. Jokaista kohderyhmän edustajaa ei tarvitse haastatella, vaikka kohderyhmä olisi pieni; riittää, että mukana on monipuolinen kattaus eri näkökulmia, taustoja ja näkemyksiä. Kun vastaukset alkavat toistua samantyyppisiksi, voidaan päätellä, että tietynlainen saturaatiopiste on saavutettu. (Huhta & Myllyntaus, 2021, 109.)

Luotettavalle tarkastelulle on olemassa yleisiä periaatteita. Luotettavuudella tarkoitetaan tutkimustulosten riippumattomuutta satunnaisista ja epäolennaisista

tekijöistä. Luotettavaan ja hyvään tutkimuskäytäntöön kuuluu olennaisesti se, että tutkimuksessa esitetään ne perusteet, jotka tukevat selvityksen luotettavuutta. (Puusa & Juuti 2020, 177–178.)

Luotettavalle tutkimukselle edellytyksenä on, että tutkija on subjektiivinen ja hänellä on kyky reflektoida, sillä tutkija ja tutkimuskohde ovat vuorovaikutuksessa keskenään. Laadullisen tutkimuksen uskottavuutta lisää se, että tutkija pyrkii tunnistamaan omaa rooliaan, sekä niitä arvoja, joilla on merkitystä lopputuloksen kannalta. (Puusa & Juuti 2020, 178–179.)

Opinnäytetyötä varten haastateltiin ja käytettiin kyselytutkimusta Pohjois-Lapin ammatillisten oppilaitosten majoitus- ja ravitsemisalán koulutuksessa työskenteleville. Oppilaitoksissa koulutetaan ravintola- ja catering-alan perustutkintoa, kokkeja ja tarjoilijoita sekä matkailualan perus- ja ammattitutkintoja tai tutkinnon osia.

Kyselyn avulla pyrittiin selvittämään ammatillisten oppilaitosten opettajien ja henkilöstön käsityksiä alan vetovoimasta ja sen mahdollisista muutoksista viime vuosina. Valitsin ammatillisen koulutuksen opettajat ja henkilöstön selvityksen tueksi, sillä he työskentelevät suoraan nuorten parissa ja heillä on ajankohtaista tietoa tilanteesta.

Koska kyselyyn saatiin vain vähän vastauksia, lisäarvoa selvitykselle toi puhelimitse toteutettu asiantuntijahaastattelu alan pitkäaikaiselle opettajalle. Tunnin mittainen avoin haastattelu antoi merkittävästi lisäarvoa tutkimuskysymyksiin. Puhelinhaastattelussa käytiin sama kyselylomake läpi, mikä lähti myös sähköpostitse perusjoukolle. Haastattelun edetessä tehtiin lisäksi täydentäviä lisäkysymyksiä haastateltavalle.

Haastattelun avulla saatiin luotettavaa tietoa nuorten mielipiteistä alaa kohtaan. Haastattelumuotona oli avoin strukturoitu haastattelu, jossa keskustelu eteni haastateltavan ehdoilla ja haastatteliija esitti täsmentäviä lisäkysymyksiä. Haastateltavan vastaukset tukivat kyselyvastauksia ja olivat linjassa niiden kanssa.

#### 4.1 Kysely majoitus- ja ravitsemisalalan opettajille ja henkilökunnalle

Kyselyyn tuli kaksi vastausta. Vastauksista käy kautta linjan ilmi, että nuorten hakeutumiseen alalle ei ole yksinkertaista ratkaisua. Monet nuoret eivät ole halukkaita tekemään fyysistä työtä, ja heiltä puuttuu usein paineensietokykyä. Lisäksi nuoria vaivaavat sosiaalisten tilanteiden pelko ja muut ahdistuneisuuden muodot, mikä rajoittaa heidän mahdollisuuksiaan työskennellä asiakaspalvelussa nykyään.

Kaikki vastaajat olivat yksimielisiä siitä, että majoitus- ja ravitsemisalalan vetovoima on hiipunut nuorten keskuudessa. Hiipumista on tapahtunut jo useamman vuoden ajan.

Koronapandemian vaikutuksesta alan hiipumiseen oltiin eri mieltä, toiset kokivat, ettei ole vaikuttanut ollenkaan, kun taas toisten mielestä se oli vaikuttanut paljonkin.

Kysyttäessä miten pystyttäisiin vaikuttamaan nuorten alalle hakeutumiseen, vastaajat olivat yksimielisiä alan palkkauksesta, sitä tulisi parantaa. Myös palkkauksella siten, että otettaisiin takaisin keittiöapulaiset, se olisi nuorille matalampi kynnyksensä päästä kokeilemaan ravintola-alaa, vastuu ei olisi liian suuri alussa.

Vastaajista toinen oli sitä mieltä, että ala ei ole vetovoimainen tänä päivänä. Vastaajat kokivat myös, että alan opiskelu on jo nyt erittäin työelämäpainotteinen, ja organisaatioilla ja yrityksillä ei ole aikaa ja resursseja perehdyttää opiskelijoita riittävästi töihin. Molemmat vastaajat olivat sitä mieltä, että alalla on todellinen osaajapula. Toisaalta yrityslähtöiset opintopolut ja yhteistyö organisaatioiden ja oppilaitosten kanssa koettiin hyväksi ratkaisuksi.

Kaikki vastaajat kokivat erittäin todennäköisesti itse olevan kuitenkin alalla tulevaisuudessa. Kysymykseen miten he itse lisäisivät alan vetovoimaa ja houkuttelevuutta vastattiin, että toimialoilla tulisi yhdessä asettaa tavoitteeksi palkkatason nostamisen kestäväälle, yhtenäiselle tasolle. Myös oltiin sitä mieltä, että vetovoiman ja houkuttelevuuden lisäämiseen ei taida löytyä helppoja ratkaisuja.

## 4.2 Kyselyn tulokset

Google Forms -kyselytutkimus jaettiin kahdellekymmenelle majoitus- ja ravitsemisalalla työskentelevälle opettajalle ja henkilöstölle. Linkki kyselyyn lähetettiin sähköpostitse, mutta tulokseksi saatiin vain kaksi vastausta, mikä oli suuri pettymys. Saaduista vastauksista ilmeni selkeä yhdenmukaisuus.

Kyselyssä oli yhdeksän kysymystä (liite 1), joista kolme oli monivalintakysymyksiä, kolme kyllä tai ei -kysymyksiä, ja loput olivat avoimia kysymyksiä. Vastausaika oli puolitoista viikkoa. Koska työelämän arki on nopeatempoista, kyselyn vähäinen vastausmäärä voi johtua siitä, että siihen vastaaminen unohtui määräajan puitteissa.

## 4.3 Asiantuntijahaastattelu

Alalla pitkään toimineen opettajan haastattelun pohjalta tekijä sai ajankohtaista, luotettavaa tietoa nuorten mielipiteistä majoitus- ja ravitsemisalaa kohtaan. Haastattelu tehtiin avoimesti, liikkeelle lähdettiin saman lomakkeen pohjalta, minkä saivat myös muut selvitykseen osallistuneet henkilöt. Tunnin mittaisen haastattelun aikana käytiin keskustelua muun muassa ikäluokkien pienenemisestä, majoitus- ja ravitsemisalalan työstä, palkkauksesta, työvuoroista, työnantajista, pitovoimasta ja koulutuksesta.

## 4.4 Asiantuntijahaastattelun tulos

Nuoret kokevat ensimmäisenä alan palkkauksen olevan huono. Tämä vaikuttaa suurelta osin alalle hakeutumiseen. Lisäksi alalle hakeutumiseen vaikuttavat suurelta osin kodin mielipiteet, vanhemmat, etenkin isä sanoo usein kotona nuorelle, ettei pidä, että nuori hakeutuu ravintola-alalle. Vanhempien negatiivinen asenne alaa kohtaan peilautuu nuorille alalle hakeutumiseen.

Haastateltavan opettajan mukaan alan imagoa tulisi saada nostettua. Tänä päivänä haasteena ovat suurten ikäluokkien pieneneminen. Nykyään noin puolet toisen asteen opiskelijoista menevät lukioon, lukion suosiota on lisännyt sen

muuttuminen maksuttomaksi, mikä antaa myös vähävaraisille mahdollisuuden opiskeluun.

Kysymykseen, oletko huomannut alalla vetovoiman hiipumista, miten se näkyy, saatiin seuraavanlainen vastaus. Haastateltavan mielestä majoitus- ja ravitsemisalalan opiskelijoiden väheneminen alkoi näkyä 2000-luvun alkupuolella. Alan vetovoima alkoi hiipumaan, varsinkin suurtalouspuoli. Tähän vaikuttivat suuresti koulun ruokalan esimerkki ja siellä käytävät TET- jaksot. Oppilaat pitivät keittiötyötä tylsänä ja palkkausta huonona. Positiivista oli vain päivätyö. Kokonaisuudessaan sekä suurtalous-, että ravintolakeittiön työ koettiin raskaaksi.

Haastattelusta kävi myös ilmi, että nuorilla on asiakaspalvelua kohtaan erilaisia pelkotiloja. Aikuisilla pitovoima töissä ei ole korkea, he vaihtavat työpaikkaa todella nopeasti. Työnantajan tulisikin miettiä, miten se saa pidettyä alan ammattilaiset työpaikoilla. Erilaisia etuuksia lisäämällä, henkilökohtaisia bonuksia ja – etuuksia lisäämällä alalle saataisiin enemmän pitovoimaa. Myös työilmapiiri vaikuttaa alan pitovoimaan, organisaatioiden tulisi luoda hyvä ilmapiiri työpaikalle, me –henki on nostettava uudelle tasolle ja vältettävä ristiriitoja työyhteisössä.

*“Nuorten suusta kuulee usein, että työntekijät moittivat alaa, sanovat jo valmiiksi, ettei kannata jäädä alalle, työyhteisön tulisikin kiinnittää huomiota siihen mitä työpaikoilla puhutaan nuorten kuullen. Työntekijät, jotka ovat ylpeitä työstään, puhuvat siitä kauniisti ja samalla kannustavat nuoria alalle”.*

Haastateltavan mukaan pitovoimaa lisää myös kunnollinen perehdytys. Alalle juuri tulleelle nuorelle tulisi taata riittävästi harjoittelu-aikaa, eikä laittaa heti liian haastaviin ja vaikeisiin tehtäviin yksin. Koulu antaa vain valmiudet työelämään. “Koulu antaa nuotit kappaleeseen, työpaikassa harjoitellaan nuotteja, vasta sen jälkeen osataan säveltää kappale” haastateltavan sanoin kiteytettynä.

Myös koulutuksessa on haastateltavan mukaan puutteita tänä päivänä. Ryhmissä on kaikenlaisia opiskelijoita, opettajilla ei ole aikaa kaikille. Enemmän apua tarvitsevat ja alasta ei niin kiinnostuneet oppilaat vievät aikaa niiltä, jotka oikeasti ovat innostuneet alasta.

Koulutuksen laatuun tulisi kiinnittää huomiota, tänä päivänä on yleistä, ettei kannusteta, ei opeteta, eikä ohjata riittävästi. Myös oppilaiden suuret poissaolot vaikuttavat oppimiseen, työpaikoilla he sanovat, ettei olla opetettu asioita. Eihän työnantaja tiedä heidän suuria poissaolojaan ja sitä hän ei mainita itse. Myös työpaikoilla harjoittelemassa olevat oppilaat kokevat useasti sen, ettei heidän anneta tehdä mitään työssäoppimisjaksolla, tällöin myös innostus alaa kohtaan loppuu.

Haastateltavan mukaan oppilaitokset voisivat tehdä alaa tutuksi työpaikkojen kanssa, kerrotaan alasta, käydään kouluilla tekemässä ravintolaruokaa. Moni peruskoulun keittiö on ikkuna nuorille, sieltä tehdään vaikuttavuustyötä. Se, millainen keittiöiimi työskentelee, esimerkiksi yläasteella, on esikuvana nuorille alasta.

*Yläasteella voi vaikuttaa positiivisesti alan imagoon nuorten silmissä. Erilaiset sosiaalisen median positiiviset "mainosvideot" majoitus- ja ravintola-alasta toimisivat varmasti nuorten keskuudessa. Jo alalla opiskelevat voisivat tehdä yhdessä koulun kanssa erilaisia mielenkiintoisia somejulkaisuja. Myös organisaatioiden ja yritysten erilaiset julkaisut tekisivät hyvää alan imagolle. Alanvaihtajat voisivat korostaa alan hyviä puolia.*

Avoimen haastattelun kohdalla yksittäiset vastaukset käytiin läpi erittäin laajasti, tämän takia tekijä sai monipuolista tietoa aiheesta haastattelun aikana.

## 5 TYÖN TULOS

Selvityksessä haastateltiin kahtakymmentä henkilöä, jotka toimivat majoitus- ja ravitsemisalan koulutuksen parissa. Haastateltavien joukossa oli päivittäisessä opetustyössä toimivaa henkilöstöä, opettajia sekä pitkään alalla toiminut, juuri eläköitynyt opettaja. Haastattelut tehtiin anonymisti, sillä haastattelutilanteet haluttiin pysyvän luottamuksellisena. Siksi, myös haastatteluiden tulokset pysyivät ja ne esitettiin anonymisti. Työssään kaikki haastateltavat tekevät yhteistyötä myös erilaisten organisaatioiden välillä, joten heidän oli mahdollista puhua avoimemmin. Haastattelut suoritettiin lokakuun 2024 aikana ja vastausaikaa oli kaksi viikkoa.

Haastattelut analysoitiin lukemalla, vastausten vähäisen määrän vuoksi yhteenvedo saatiin helposti. Koska kyselytutkimuksen otos valittiin satunnaisesti tunnetusta populaatiosta, tilastollinen merkitsevyys voitiin laskea helposti. Kahdenkymmenen osallistujan joukosta vain kaksi vastasi kyselyyn. Kaksi on erittäin pieni otoskoko. Voidaankin miettiä, onko tuloksilla painoarvoa. Otoksen tulokset olivat huonot, joten tehtiin vielä avoin haastattelu. Haastattelun tulos auttoi havainnollistamaan ja analysoimaan tuloksia tarkemmin. Avoimen haastattelun kysymykset olivat samat kuin sähköpostitse lähetetyt, kysymyksiä täydennettiin aiheeseen liittyen haastattelun edetessä. Haastattelun vastaukset tukivat kyselyyn vastanneiden mielipiteitä.

## 6 POHDINTA

Alan vetovoiman on todettu olevan laskussa, mikä näkyy myös toisen asteen koulutuslinjoilla. Opiskelulinjan vetovoimaa heikentää erityisesti alan heikko palkkaus, ja nousee esiin myös palkkauksen yhdenmukaisuuden puute. Pelkillä palkankorotuksilla majoitus- ja ravitsemisalalan työvoimapula ei kuitenkaan ratkea. Selvityksessä kävi ilmi myös, että on paljon erilaisia arvoja, jotka vaikuttavat suoraan nuorten mielipiteisiin alasta. Arvoilla oli selvä yhteys kiinnostavuuteen eri aloja kohtaan.

Tämän selvityksen tavoite oli olla alalla vallitsevien haasteiden edistävänä tekijänä. Selvityksen tuloksia voidaan hyödyntää organisaatioiden ja koulujen toiminnan ja toimintamallien kehittämisessä, sekä tarkasteltaessa organisaatioiden työnantajabrändiä tulevaisuuden tekijöiden näkökulmasta.

Tutkimuksen luotettavuuden tarkastelulle on olemassa periaatteita. Luotettavuudella tarkoitetaan tutkimustulosten riippumattomuutta satunnaisista, sekä epäolennaisista tekijöistä. Vahvaan ja luotettavaan tutkimuskäytäntöön kuuluu myös tutkimuksen luotettavuutta tukevien perusteiden esittäminen. (Puusa & Juuti 2020, 178.)

Selvityksen pohjalta saatiin tietoa alalla vallitsevasta tilanteesta, mikä osoittautui suurin piirtein sellaiseksi mitä odotettiin. Selvityksessä ilmeni myös, että alan houkuttelevuuden lisääntymiseksi on tehtävä paljon. Alan imagon nosto lähtee jo yläasteikäisistä nuorista, nuorten hakeutumisesta alan koulutuksiin tulisi antaa näkyvyyttä positiivisella asenteella ja työllä alaa kohtaan. Tehdä ”mainosvideoita” ja markkinointia somessa, sellaisilla alustoilla, missä nuoret viettävät aikaansa. Positiivisia, mielenkiintoisia TikTok- videoita alalla toimivilta esimerkiksi.

Haastateltavat tunsivat aiheen hyvin, joten heidän oli helppo vastata kysymyksiin. Vastaukset olivat pääpiirteittäin yhteneväisiä, ja alan houkuttelevuuden heikkeneminen nuorten keskuudessa oli heille tuttua. Jos tekisin työn uudelleen, muokkaisin haastattelukysymyksiä tarkentaakseni joitakin vastauksia ja toteuttaisin haastattelut teemahaastatteluina.

Kyselyllä haettiin näkökulmia ja selvyyttä majoitus- ja ravitsemisalan tulevaisuuden näkymiin ja nuorten hakeutumista alalle. Kyselyyn vastanneet nostivat esille monia yhteneväisiä aihepiirejä.

Vastaajat olivat yksimielisiä siitä, että alan palkkausta tulisi yhtenäistää. He toivat esille myös nuorten keskuudessa vallitsevan hyvinvointitrendin, joka osaltaan vaikuttaa siihen, miksi nuoret eivät hakeudu alalle. Yllättävää oli, että kyselyyn osallistuneiden vastaukset mukailivat tekijän omia näkemyksiä alan nykytilanteesta.

Selvityksen aihe on hyvin laaja ja tätä tutkimusta voidaan pitää vain pienenä osana kokonaisuutta. Tämän opinnäytetyön selvityksen tuloksia voidaan pitää luotettavana, vaikka otos jäi pieneksi, haastattelu tuki otoksen vastauksia.

Selvityksen tuloksilla tavoitellaan aina myös käytännön myönteisiä vaikutuksia, mikä tarkoittaa sitä, että selvityksen odotetaan tuottavan hyötyä myös arkiseen toimintaan arkielämän toimijoille. Lopullinen laatu tulee arvioiduksi lukijan vakuuttamisen kautta. (Puusa & Juuti 2020, 196.)

Kyselyllä haettiin näkökulmia ja selvyyttä majoitus- ja ravitsemisalan tulevaisuuden näkymiin ja nuorten hakeutumista alalle. Kyselyn tavoitteena oli saada tietoa, mitä olisi tehtävissä, että ala saataisiin vetovoimaiseksi. Kyselyyn vastanneet nostivat esille monia yhteneväisiä aihepiirejä.

Henkilökohtaiset tavoitteet työn toteutumisen kannalta toteutuivat. Tässä selvityksessä, kuten yleensä laadullisessa tutkimuksessa, luotettavuuden arviointi keskittyy annettuun tietoon. Selvitys eteni tekijän näkemyksen mukaan suunnitelman mukaisesti laadullisen tutkimuksen periaatteita noudattaen.

Kyselyn otanta oli tekijän mielestä riittävän suuri, mutta vastausten vähäinen määrä yllätti. Tämän vuoksi voidaankin pohtia, olisiko suurempi vastausmäärä tuonut esiin erilaisia näkemyksiä.

## LÄHTEET

Aula, P. & Heinonen, J., 2002. *Maine Menestystekijä*. Porvoo. Wsoy.

Bergman, M. 2024. *Asiantuntijasta oppimisen mestariksi: Näin lisäät organisaation vetovoimaa*. Helsinki. Alma.

Flink K-M., Kerttula, T., Nordling A-M. & Rautio, V., 2015. *Asiakaspalvelun ammattilaiseksi*. Helsinki. Otava.

Flink, K-M., Kerttula, T., Nordling A-M. & Rautio, V., 2024. *Asiakaspalvelun ammattilaiseksi*. Helsinki. Otava.

Huhta, M. & Myllyntaus, V, 2021. *Työnantajabrändi & työntekijäkokemus*. Helsinki. Alma Talent.

Isokangas, A. & Vassinen, R., 2010. *Digitaalinen jalanjälki*. Hämeenlinna. Talentum.

Joki, M., 2024. *Henkilöstöasiantuntijan käsikirja*. Helsinki. Hansaprint Oy.

Juuti, P. & Vuorela, A., 2002. *Johtaminen ja työyhteisön hyvinvointi*. Jyväskylä. PS-kustannus.

Kupias, P. & Peltola, R., 2019. *Oppiminen työssä*. Tallinna. Gaudeamus.

Lahti, I-P. & Meretniemi, T., 2022. *Muuta maailmaa somessa, hyväntekijän käsikirja*. Helsinki. Alma Talent.

Luoto, H., 2010. *Digitaalinen markkinointiviestintä. Esimerkkejä parhaista käytännöistä yritys- ja kuluttajamarkkinointiin*. Jyväskylä. WSOYpro.

Merisavo, M., Vesainen, J., Raulas, M. & Virtanen, V. 2006. Digitaalinen markkinointi. Jyväskylä. Talentum Media.

Opetusministeriö, 2008. Vetovoimaa, laatua ja läpinäkyvyyttä ammatilliseen koulutukseen. Helsinki: Opetusministeriö.

Puusa, A. & Juuti, P., 2020. Laadullisen tutkimuksen näkökulmat ja menetelmät. Tallinna. Gaudeamus.

Koronapandemian ja rajoitusten vaikutukset matkailu- ja ravintola-alaan. Viitattu 27.10.2024. <https://www.mara.fi/media/uutiset/koronapandemian-ja-rajoitusten-vaikutukset-matkailu-ja-ravintola-alaan.pdf>

Kun koulu loppuu - mitä minusta tulee isona. 2014. T-Media Oy. Tutkimusraportti. Viitattu 18.10.2024 [https://issuu.com/mediat/docs/tat\\_kunkoululoppuu2014](https://issuu.com/mediat/docs/tat_kunkoululoppuu2014)

Mahdollisuuksien ala – matkailu- ja vapaa-ajan palvelut. Viitattu 18.10.2024. <https://www.mara.fi/media/mahdollisuuksien-ala-2020.pdf>

NYT Nuorten tulevaisuusraportti 2024. Viitattu 6.11.2024 <https://nuorten-nyt.fi/ajankohtaista/tutkimukset/tulevaisuusraportti/>

Näihin lukioihin ja ammatillisiin koulutuksiin haettiin eniten. Uutinen 22.3.2024. Viitattu 18.10.2024. <https://yle.fi/a/74-20080072>

Opetushallitus. Uutinen 14.10.2024. Viitattu 17.10.2024. <https://www.oph.fi/fi/uutiset/2024/ammatillisen-koulutuksen-oppimisen-tuki-uu-distuu-opetushallitus-tukee-muutosten>

Opintopolku. Ammatillinen koulutus. Viitattu 17.10.2024. <https://opintopolku.fi/konfo/fi/sivu/ammatillinen-koulutus>

TE-palvelut. Viitattu 20.10.2024. <https://toimistot.te-palvelut.fi/-/ty%C3%B6llisty-ty%C3%B6voimakoulutuksella-ravintola-alalle>

Tilastot todistavat vetovoiman hiipumisen. Pekka Lith 2021. Viitattu 8.10.2024. <https://www.vitriini.fi/ilmio/tilastot-todistavat-ravintola-alan-vetovoiman-hiipumisen.html>

LIITTEET

Liite 1. Kyselylomake

# Vetovoimaisuus Majoitus- ja ravintola- alalla

Tämän lomakkeen tarkoituksena on kartoittaa majoitus- ja ravintola-alan vetovoimaisuutta. Kysely toteutetaan osana Lapin Ammattikorkeakoulun opinnäytetyötä. Kyselyn vastauksia käsitellään anonyymisti ja luottamuksellisesti.

1. Onko majoitus- ja ravintola-alan vetovoima muuttunut nuorten keskuudessa viime vuosina?

*Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.*

- Kyllä  
 Ei

2. Onko koronapandemia mielestäsi vaikuttanut alalle hakeutumiseen?

*Merkitse vain yksi soikio.*

1   2   3   4   5

---

Ei ol      On vaikuttanut merkittävästi

---

3. Miten mielestänne pystytään lisäämään majoitus- ja ravintola-alan houkuttelevuutta nuorten keskuudessa?

---

---

---

---

---

---

4. Koetko majoitus- ja ravintola-alan olevan vetovoimainen tänä päivänä?

*Merkitse vain yksi soikio.*

1 2 3 4 5

Ei ol      Erittäin vetovoimainen

5. Tulisiko majoitus- ja ravintola-alan opintoja yhdistää yritysten kanssa enemmän työelämä painotteisiksi?

---

---

---

---

---

---

6. Koetko majoitus- ja ravintola-alalla olevan osaajapula?

*Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.*

Kyllä

Ei

7. Jos vastasit aiempaan kysymykseen "Kyllä":  
Tarvitaanko mielestäsi osaajapulaan enemmän yhteistyötä ja yrityslähtöisiä opintopolkuja?

*Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.*

Kyllä

Ei

8. Kuinka todennäköisesti näet itsesi tällä alalla viiden vuoden päästä?

*Merkitse vain yksi soikio.*

1   2   3   4   5

Eritt      Erittäin todennäköisesti

9. Millä keinoilla itse lisäisit alan houkuttelevuutta ja vetovoimaa?

---

Liite 1: Kyselylomake