



VAASAN AMMATTIKORKEAKOULU
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Matti Ollila

KANSAINVÄLISEN TYÖVOIMAN
REKRYTOINTI JA SEN MERKITYS
SUOMEN LAPIN MATKAILULLE

Liiketalous
2021

TIIVISTELMÄ

Tekijä	Matti Ollila
Opinnäytetyön nimi	Kansainvälisen työvoiman rekrytointi ja sen merkitys Suomen Lapin matkailulle
Vuosi	2021
Kieli	suomi
Sivumäärä	50 + 1 liite
Ohjaaja	Teemu Myllylä

Tutkimuksen tavoitteena on perehtyä kansainvälisen matkailualan työvoiman rekrytoimiseen, sen merkitykseen Lapin matkailualalle ja keksiä keinoja heidän rekrytoimisensa tehostamista varten.

Työn teoriaosuudessa perehdytään Lapin matkailuun, sen tulevaisuudennäkymiin sekä koronan vaikutuksiin Lapin matkailualalla. Lisäksi työssä tutkitaan kansainvälisten työntekijöiden merkitystä ja heidän tulevaisuudennäkymiään Lapin matkailussa sekä perehdytään heidän rekrytoimiseensa.

Tutkimus toteutettiin laadullisena eli kvalitatiivisena tutkimuksena. Tutkimukseen sisältyvä aineisto kerättiin teemahaastatteluilta. Haastattelukysymykset jätettiin avoimiksi ja ne pohjautuivat tutkimuskysymyksiin. Haastatteluihin osallistuneet henkilöt ovat joko suoraan matkailualalla töissä tai he ovat työnsä puolesta matkailualan kanssa tekemisissä. Kaikki haastatellut henkilöt ovat tekemisissä kansainvälisten työntekijöiden kanssa ja he ovat alan ammattilaisia.

Tutkimuksessa selvisi, että kansainvälisten matkailualan työntekijöiden tulevaisuudennäkymät Lapin matkailun parissa ovat hyvät. Heidän merkityksensä alalle on todella suuri ja matkustuksen elvyttyä koronan jälkeen, heidän merkityksensä tulee vielä suurenemaan. Kansainvälisten matkailualan sesonkityöntekijöiden rekrytointia voidaan tehostaa tilastoimalla tarkasti heidän vuosittainen määränsä Lapissa, jota ei olla aikaisemmin tehty. Tilastoista saadun datan analysoinnilla voidaan perehtyä esimerkiksi siihen, minkälaiset työpaikkailmoitukset ovat olleet kaikista houkuttelevimpia kansainvälisten matkailualan työntekijöiden kannalta.

ABSTRACT

Author	Matti Ollila
Title	Recruitment of International Workforce and its Significance for Finnish Lapland Tourism
Year	2021
Language	Finnish
Pages	50 + 1 Appendix
Name of Supervisor	Teemu Myllylä

The objective of this study was to research the significance of international workforce for tourism in Finnish Lapland, to study the recruiting process of international workforce and to come up with ways to enhance their recruiting process.

The theoretical section of this thesis deals with the outlook of tourism in the Finnish Lapland and with the effects of coronavirus, Covid-19 on Finnish Lapland tourism. Also, in this thesis the significance of international workforce for the Finnish Lapland tourism and the outlook of international workforce in Finnish Lapland tourism industry were studied. One section of the theoretical study deals with getting familiarized with the recruiting process of international workforce.

The study was conducted as a qualitative research. The research material was collected in the form of thematic interviews. The interview questions were based on the research questions and they were open-ended. The participants of the thematic interviews either worked in the tourism industry or were dealing with tourism through their work. All the interviewed people worked with international workforce and they were professionals on this subject.

The results of this study showed that the outlook of international workforce in Finnish Lapland tourism is positive. Their significance for the industry is notable and it will become even bigger in the future, when the tourism industry recovers from the travel restrictions. The recruiting of international seasonal workers can be enhanced by compiling precise statistics on their amount in Finnish Lapland, as this has not been done before. By analysing the data of the statistics, one can get familiarized with, for example, what kind of job advertisements are the most tempting among the international workforce in the tourism industry.

SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ

ABSTRACT

1	JOHDANTO	8
1.1	Tutkimuksen tausta, tarkoitus, tavoitteet ja ongelmat	8
1.2	Tutkimuksen rakenne	9
2	MATKAILU LAPISSA.....	10
2.1	Mikä Lapissa vetää puoleensa?.....	10
2.2	Lappi tulevaisuudessa	13
2.3	Koronan vaikutus Lapin matkailuun.....	16
3	KANSAINVÄLINEN TYÖVOIMA LAPIN MATKAILUSSA SEKÄ SEN REKRYTOIMINEN	20
3.1	Tilanne työmarkkinoilla.....	20
3.2	Kansainvälisen työvoiman merkitys	21
3.3	Rekrytointiprosessi	22
3.4	Henkilöstövuokrausyritykset	24
3.5	Kansainvälisen työvoiman henkilöstönhallinta	25
4	TEOREETTINEN VIITEKEHYS.....	27
4.1	Teorian yhteenveto.....	27
4.2	Tutkimusmenetelmän valinta.....	28
4.3	Haastattelukysymykset	28
5	HAASTATTELUT JA TULOKSET.....	31
5.1	Minkälaiset ovat Lapin matkailun tulevaisuudennäkymät?.....	32
5.2	Kuinka voimme välttyä liikaturismilta Lapissa?	32
5.3	Miten voimme varmistaa, että Lapin luonto pysyy puhtaana ja ihmisiä houkuttelevana matkailun kasvaessa?	33
5.4	Minkälaiseksi näet kansainvälisten työntekijöiden tulevaisuudennäkymät Lapin matkailun parissa?	33
5.5	Minkälaisia seikkoja kansainvälisen työntekijän rekrytoimisessa tulee huomioida?	34

5.6	Mitkä ovat yleisimmät väylät tavoittaa kansainvälisiä työntekijöitä?	35
5.7	Mikä ajaa kansainväliset työntekijät hakemaan töitä matkailun parista Suomen Lapista?	36
5.8	Mitkä ovat kansainvälisen työntekijän isoimmat vahvuudet verrattuna paikalliseen työntekijään? Entä mitkä ovat heikkoudet?.....	36
5.9	Miten tehostaisit kansainvälisten työntekijöiden rekrytointiprosessia?..	37
5.10	Tuottaako erilaisten työskentelykulttuureiden kohtaaminen haasteita? Entä hyötyjä? Jos tuottaa, niin millaisia?	37
6	JOHTOPÄÄTÖKSET	39
6.1	Kansainvälisten työntekijöiden merkitys Suomen Lapin matkailussa?..	39
6.2	Miten kansainvälisen työvoiman rekrytoiminen eroaa kotimaisesta työvoimasta?.....	40
6.3	Miten kansainvälisen työvoiman rekrytoimista voidaan tehostaa?	40
6.4	Yhteenveto	44
6.5	Luotettavuuden arviointi	45
6.6	Jatkotutkimusideat	45
	LÄHTEET.....	47
	LIITTEET	50

KUVIOLUETTELO

Kuvio 1. Ulkomaalaisten matkailijoiden kokemat Lapin vetovoimatekijät (Visit Finland 2018a)	12
Kuvio 2. Ulkomaalaisten matkailijoiden kokemat aktiviteetit ja kiinnostuksen kohteet Lapin matkailussa (Visit Finland 2018b)	13
Kuvio 3. Seuranta matkustuskiinnostuksesta Lappiin. (House of Lapland 2021) 17	
Kuvio 4. Lapin matkailuyrityksiä koskeva kysely liittyen talveen 2020–2021 (Lapin matkailuelinkeinon liitto ja Lapin kauppakamari 2020)	18
Kuvio 5. Lapin ammattibarometri 1/2021 (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021)....	20
Kuvio 6. Barona Lapland Oy:n jättämä työpaikkailmoitus TE-palveluiden sivuilla (Työ- ja elinkeinopalvelut 2021).....	42

LIITELUETTELO**LIITE 1. Haastattelukysymykset**

1 JOHDANTO

1.1 Tutkimuksen tausta, tarkoitus, tavoitteet ja ongelmat

Tässä opinnäytetyössä tutustutaan Lapin alueen matkailuun, kansainvälisten työntekijöiden merkitykseen Lapin matkailulle ja pohditaan, miten kansainvälisen työvoiman rekrytointiprosessia voidaan tehostaa. Tällä hetkellä koronavirus on aiheuttanut sen, että käytännössä kaikki matkailu ulkomailta Suomeen ja Lappiin on lakannut. Tämä on merkityksellistä, sillä ulkomaalaisten Lapin matkailu kattaa suurimman osan tulovirrasta. Tämän turistivajeen vuoksi useampi alan yritys on lopettanut toimintansa tämän sesonkikauden ajaksi. Ennen koronaa matkailun määrä on kasvanut tasaisesti vuosi toisensa jälkeen.

Valitsin tämän aiheen mielenkiinnosta sitä kohtaan. Lähipiirissäni on useita ihmisiä, jotka ovat työskennelleet alalla useamman vuoden, ja sitä kautta olen kuullut monenlaisia tarinoita sesonkityöhön liittyen. Matkailu näkyy kaikista konkreettisimmin isoina joukkoina turisteja Lapin katukuvassa. Se on asia, mihin on vuosi toisensa jälkeen tullut kiinnitettyä enemmän huomiota.

Suoritin kesällä 2020 opintoihini sisältyvän ammattiharjoittelun oululaisessa henkilöstövuokrausfirmassa ja se oli ensimmäinen askeleeni kohti HR-alaa ja ennen kaikkea rekrytoimista, mistä pidin eniten koko harjoittelujaksoni aikana. Pidänkin todennäköisenä, että tulen tulevaisuudessakin työskentelemään samojen tehtävien äärellä. Pääsin työskentelemään myös kansainvälisten työntekijöiden kanssa, mikä innosti minua valitsemaan heidät osaksi omaa opinnäytetyötäni.

Tutkin Theseus-palvelusta Lapin matkailuun liittyviä opinnäytetöitä sekä muita tutkimuksia ja huomasin, että kansainvälisten työntekijöiden rekrytoimista sekä heidän merkitystään matkailun näkökulmasta ei ole vielä tutkittu, joten päädyin hyödyntämään tämän tilaisuuden. Matkailun jatkuva noususuhdanne johtaa luonnollisesti työntekijöiden kysynnän kasvuun positiivisesti, sillä matkusteleville turisteille halutaan tarjota runsaasti myös palveluita sekä aktiviteetteja. Ennen korona-aikaa, sesonkityö Lapin matkailun parissa alkoi houkuttelemaan enenevässä määrin myös kansainvälisiä työntekijöitä, jotka osittain tulivat Suomeen työsken-

telemään talvisesongin ajaksi jatkaen sen jälkeen matkaa esimerkiksi jonkin toisen maan sesonkityön parissa.

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, mikä on kansainvälisen työvoiman merkitys Suomen Lapin alueen sesonkipainotteiselle matkailulle sekä kuinka kansainvälisen työvoiman rekrytoimistaan voidaan tehostaa.

1.2 Tutkimuksen rakenne

Tutkimuksen rakenne muodostuu teoriaosuudesta, teoreettisesta viitekehystä, haastatteluista ja tuloksista sekä johtopäätöksistä. Tutkimuksen teoriaosuudessa käsitellään laajemmin Lapin alueen matkailua ja perehdytään sen merkitykseen Lapin alueen elinkeinon. Työssä käsitelen samalla myös tälläkin hetkellä maailmalla jylläävää koronapandemiaa, jolla on ollut erittäin suuri merkitys Lapin matkailuyrityksille. Lisäksi teoriaosuudessa käyn läpi kansainvälisen työvoiman merkitystä Lapin matkailulle ja perehdyn rekrytointiprosessiin kokonaisuudessaan.

2 MATKAILU LAPISSA

2.1 Mikä Lapissa vetää puoleensa?

Lappi on houkutellut turisteja ympäri maailman jo useita vuosia. Vuonna 2019 Lapissa rekisteröitiin yhteensä 1,8 miljoonaa ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymistä, kun kokonaisuudessaan Suomessa rekisteröitiin ulkomaalaisia yöpymisiä kyseisenä vuonna yhteensä 7,1 miljoonaa kappaletta. Tämä matkailijoiden määrä kattaa noin neljänneksen kyseisen vuoden ulkomaalaisista yöpymisistä Suomessa. (Business Finland 2021a). Suurin osa Lapin matkailijoista on vuosien ajan koostunut brittiläisistä sekä mannereurooppalaisista.

Kuitenkin viimeisen vuosien 2010–2019 aikana Kiina on nostanut päätään ja kiinalaisten matkailumarkkinat Lapissa ovat kasvaneet 1477 %. Vaikka kiinalaisten matkailijoiden määrä vuonna 2020 oli vain 77 000 kappaletta, tulee heidän määränsä tulevaisuudessa todennäköisesti kasvamaan ennestään, kun maailmanlaajuisen pandemia alkaa hellittämään ja matkailu sallitaan taas vapaammin. (Business Finland 2021b)

Vuonna 2020 suurin osa Lapin matkailijoiden rekisteröidyistä yöpymisistä tapahtui Rovaniemellä, jossa niitä oli yhteensä 401 000 kappaletta. Toiseksi eniten yöpymisiä rekisteröitiin Inari-Saariselällä 368 000 kappaleella ja kolmanneksi eniten Kittilän Levillä 340 000 kappaleella. (Business Finland 2021) Nämä kolme paikkakuntaa sijaitsevatkin Lapin suurimpien lentokenttien alueella, joten kyseisiin paikkakuntiin on helppoa matkustaa lentokoneella. Samat paikkakunnat ovat myös isoimpia palvelullisesti.

Paula Parviainen toimi Suomen Singaporen suurlähettiläänä vuodesta 2015 vuoteen 2019. Hän julkaisi 2018 blogipostauksen Business Finlandin sivuilla kertoen kaakkoisaasialaisten odotuksista Lapin matkailun suhteen. Postauksessaan hän kertoi esimerkiksi hiljaisuuden, meditaation, luontokokemusten sekä puhtauden toimivan houkuttelijoina kaakkoisaasialaisille turisteille, sillä heidän keskiluokansa kasvaa kovaan ja kiihtyvään tahtiin aiheuttaen kyllästymistä urbanisoitumiseen.

Singaporelaisten matkailijoiden keskuudessa revontulet ja eksoottinen kylmä talvi ovat asioita ja elämyksiä, jotka houkuttelevat matkailijoita eniten käymään Suomessa. Parviainen kertoo singaporelaisten olevan aktiivisia käyttämään sosiaalista mediaa, kuten Facebookia sekä Instagramia. Varsinkin nuoret etsivät reissuiltaan ”Instagrammattavia tilanteita” eli hetkiä ja elämyksiä, jotka he haluavat ikuistaa Instagram-palveluun seuraajiensa keskuuteen. (Parviainen 2018)

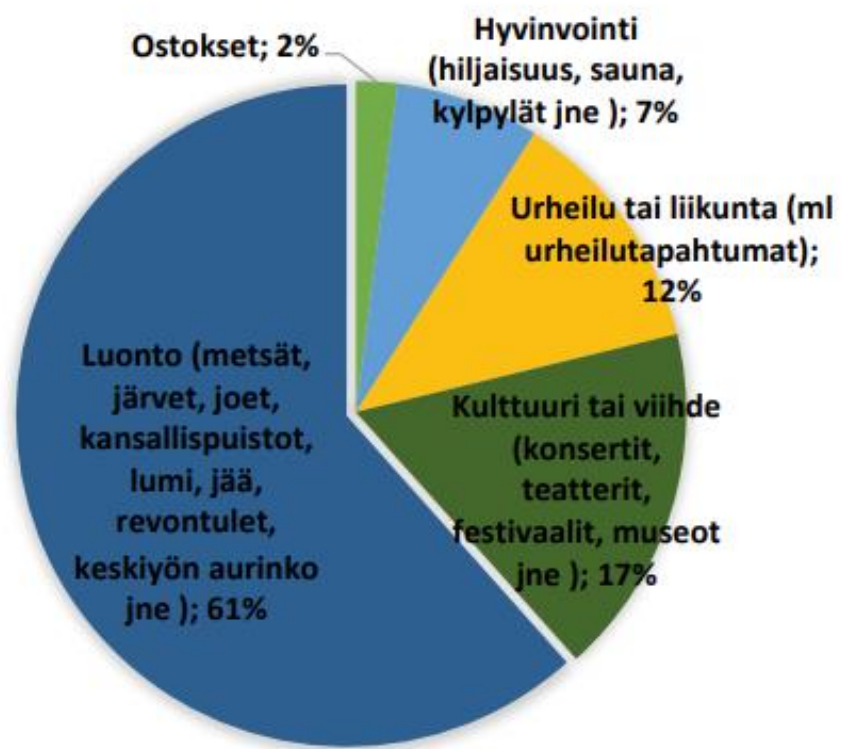
Jo vuonna 2016 Yle uutisoi kolmesta pääpointista, jotka houkuttelevat ulkomalaisia matkailijoita Lappiin: Joulupukki, revontulet ja Euroopan puhtain ilma (Räihä 2016). Artikkelissaan Räihä kertoi brittiläisestä lehdestä, jossa kysyttiin, mitä sen lukijat haluaisivat tehdä ennen kuolemaansa. Suosituimmaksi vastaukseksi nousivat revontulet, jotka antoivat sysäyksen brittiläisten turistien heräämisessä Lapin matkailun suhteen. Samaisessa artikkelissa kerrottiin myös Ilmatieteen laitoksen suuresta projektista, jossa tutkittiin Pallas-tunturin ilmanlaatua. Projektin tuloksena oli, että siellä mitattiin Euroopan ja ehkä koko maailman puhtainta ilmaa.

Pagen mukaan erilaiset elementit (esimerkiksi nähtävyydet sekä kuuluisat kohteet) maisemakuvassa vaikuttavat positiivisesti turistien matkakohteen päätösvalintaan. Markkinoinnissa täytyy kuitenkin olla varovainen, ettei tee tietystä kohteesta liian suosittua vilkkaimpana turisticaikana. (Page 2019, 103) Lapissa suosittuja ja maailmanlaajuisesti ainutlaatuisia nähtävyyksiä ovat Napapiirin Pajakyliä, puhdas arktinen luonto ja talviset maisemat yleisesti. Lapissa ikänsä asuneille ihmisille talviset maisemat, revontulet ja koskematon luonto voivat helposti olla itsestäänselvyksiä ja niissä ei välttämättä näe mitään poikkeuksellista. Tilannetta voisi verrata siihen, että 50-vuotias ihminen, joka on asunut koko ikänsä Lapissa käymättä koskaan ulkomailla, lähtisi käymään pari viikkoa Singaporen lämmössä. Kansainväliset turistit ovat olleet jo pidemmän aikaa iso osa lappilaisten kaupunkien katukuvaa, joten paikalliset ihmiset ovat jo tottuneet turistiryhmiin.

Visit Finland järjesti 2018 matkailijatutkimuksen, jossa perehdyttiin muun muassa siihen, miksi kaikista matkailukohteista juuri Lappi valikoitui matkailijoiden koh-

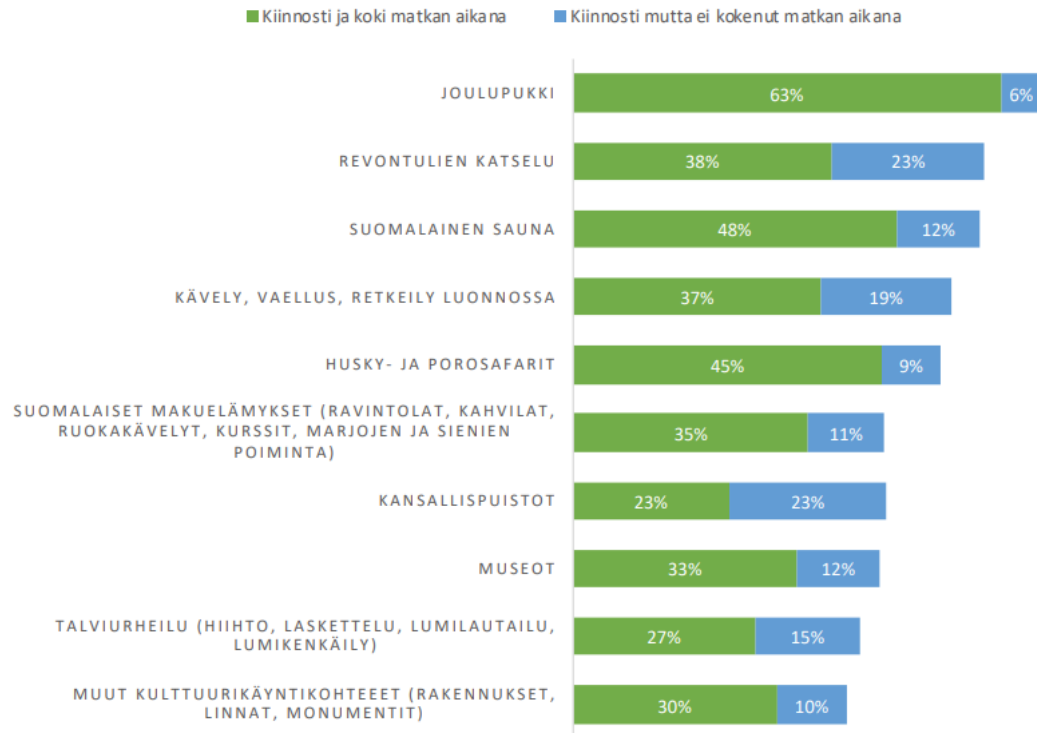
teeksi. Tutkimuksessa haastateltiin yhteensä 1404 ulkomaalaista matkailijaa ja seuraavat vastaukset ovat heidän:

LAPPI: SUOMEN VETOVOIMATEKIJÄT



Kuvio 1. Ulkomaalaisten matkailijoiden kokemat Lapin vetovoimatekijät (Visit Finland 2018)

LAPPI: ULKOMAISET MATKAILIJAT: AKTIVITEETIT JA KIINNOSTUKSEN KOHTEET



Kuvio 2. Ulkomaalaisten matkailijoiden kokemat aktiviteetit ja kiinnostuksen kohteet Lapin matkailussa (Visit Finland 2018)

Kuviot 1. ja 2. tukevat Parviaisen sekä Rähän artikkeleita Lapin houkuttelevuuteen liittyen. Ulkomaalaisten matkailijoiden kokemat vetovoimatekijät Lapissa olivat: Luonto 61 %, Kulttuuri tai viihde 17 %, Urheilu tai liikunta 12 %, Hyvinvointi 12 % ja Ostokset 2 %. Houkuttelevimmat aktiviteetit piti sisällään joulupukin tapaamisen, suomalaisessa saunassa käymisen, revontulien katselun, husky- ja porosafareilla käymisen sekä luonnossa liikkumisen.

2.2 Lappi tulevaisuudessa

Kasvanut matkailu Lapissa on aiheuttanut huolia jo jonkin aikaa liittyen liikaturismiin. Hannu Toivonen kertoi Lapin Kansan artikkelissaan vuonna 2019, miten turismi Suomessa on keskimäärin vielä kestävällä tasolla, mutta matkailun kas-

vamisen ja turismin aiheuttamia ongelmia sekä haasteita on havaittu jo Lapissa sekä Savonlinnassa. (Toivonen 2019) Samassa artikkelissa hän antaa neljä eri vinkkiä, miten matkustaa vastuullisesti: pienten ja paikallisten yritysten suosiminen isompien globaalien yritysten sijasta, paikallisyhteisöjen kunnioittaminen, luonnon suojeleminen sekä lentämisen välttäminen.

Lapin Matkailuelinkeinon Liiton (LME) teettämässä Lapin matkailustrategiassa on laadittu selkeä suunnitelma tulevaisuuden osalle. Visiona vuodelle 2030 on, että Lappi on entistä enemmän ympärivuotinen ja vastuullinen matkailukohde. Lisäksi tavoitteeksi on asetettu, että Lapissa olisi vuosittain 5 miljoonaa rekisteröityä yöpymistä. Matkailutulojen tavoitteeksi on asetettu 1,5 miljardia euroa, jotka tuovat elinvoimaa paikallisiin yrityksiin, kuntiin sekä kuntien asukkaille. Lapista on tarkoitus tehdä entistä helpommin saavutettava hyvien ja suorien kansainvälisten lento- ja ratayhteyksien avulla. (Lapin Liitto 2019)

Samassa matkailustrategiassa tuodaan esille, että tavoitteena on viisas kasvu. Käytännössä tämä tarkoittaa siis, että kasvun edellytykset ja painopisteet tulevat keskittymään kolmeen eri pisteeseen: Arktinen kesä, saavutettavuus sekä mahdollistava digitaalisuus. Tähän mennessä Lapin matkailu on ollut hyvin paljon talvipainotteista ja tavoitteena olisi saada matkailusesonki kestävämpään ympäri vuoden. Asetettuun tavoitteeseen pääsemistä varten tarkoituksena on alkaa rakentamaan ”Arktinen kesä”-brändiä, panostamaan matkailun kärkituotteisiin sekä tuotekehitykseen ja lumettoman ajan myyntiin sekä markkinointiin. (Lapin Liitto 2019)

Saavutettavuudessa ja liikkumisessa Lapissa tullaan keskittymään neljään eri teemaan: Ulkoinen saavutettavuus, matkaketjujen kunnostaminen, rajat ylittävä saavutettavuus ja edunvalvonta. Ulkoista saavutettavuutta aletaan tarkkailemaan laskemalla lumettoman ajan lento- ja junamatkustajien määriä. Matkaketjujen kunnostaminen tulee tapahtumaan keskittymällä MAAS- eli Mobility As A Service-palveluihin, joissa asiakkaan liikkumistarpeet on kasattu valmiiksi kokonaisuudeksi, joihin asiakas itse saa valita omaan tarpeeseensa sopivimmat osat (Logistiikan maailma 2021), ja erilaisiin reittiopaspalveluratkaisuihin. Rajat ylittävä saavutettavuus tullaan saavuttamaan keskittymällä rajat ylittävään yhteistyöhön eri val-

tioiden kanssa ja keskittymään rengasreitteihin sekä yhteyksiin. Edunvalvonnan osalta kansalliset ja kansainväliset investoinnit infrastruktuuriin tulevat toimimaan mittareina. (Lapin Liitto 2019)

Mahdollistavan digitaalisuuden strategisena tavoitteena on saada Lappi toimimaan johtavana osapuolena, kun Suomesta ollaan rakentamassa älykästä matkailukohdetta. Mahdollistava digitaalisuus pitää sisällään kolme eri teemaa, joihin tullaan keskittymään osana Lapin arktinen matkailuekosysteemi-hanketta. Ensimmäisenä teemana käsitellään digitaalisen murroksen kourissa kamppailevien matkailualueiden sekä yritysten tukemista. Tätä tukemista tullaan seuraamaan esimerkiksi verkkokauppamyynnillä ja digitaalisen osaamisen mittaamisella. Toisena teemana toimivat innovatiiviset pilotit sekä kokeilut. Näiden toteuttamisesta vastuussa ovat alueen oppilaitokset, matkailualan yritykset sekä erilaiset hankeorganisaatiot. Kolmantena teemana ovat kansalliset kärkihankkeet. Näissä hankkeissa tullaan seuraamaan ja mittaamaan ennen kaikkea Lapin osuutta ja roolia niiden toteuttamisessa. (Lapin Liitto 2019)

Vastuullisuus tulee toimimaan entistä isommassa roolissa, kun käsitellään Lapin ja Lapissa matkailun tulevaisuutta. Osana Lapin arktinen matkailuekosysteemi-hanketta, vastuullisuuden strategiseksi tavoitteeksi onkin asetettu, että Lapista saataisiin vastuullisen arktisen matkailun kärkialue. Lapin Liiton laatimassa 2020–2023 matkailustrategiassa tuodaan muutamia yksittäisiä ja tärkeitä toimenpiteitä tämän strategisen tavoitteen saavuttamiseksi:

- Kestävän matkailun alueellisen osaamisen kasvattaminen sekä tukeminen
- Maakunnittainen puolueeton itsearviointi liittyen kestävän matkailun nykyiseen tilaan
- Keskittyminen vastuullisen matkailun viestinnän tehostamiseen
- Yhteistyö Sustainable Travel Finlandin kanssa (Lapin Liitto 2019)

Sustainable Travel Finland on Visit Finlandin kehittämä ohjelma, joka on suunniteltu Suomen (mukaan lukien Lapin) matkailualan yrityksiä varten vastauksena ilmastonmuutokselle. Suuri osa Suomen ulkoilma-aktiviteeteista, jotka ovat erittäin suosittuja matkailijoiden keskuudessa, ovat riippuvaisia ilmastosta. Tämä on-

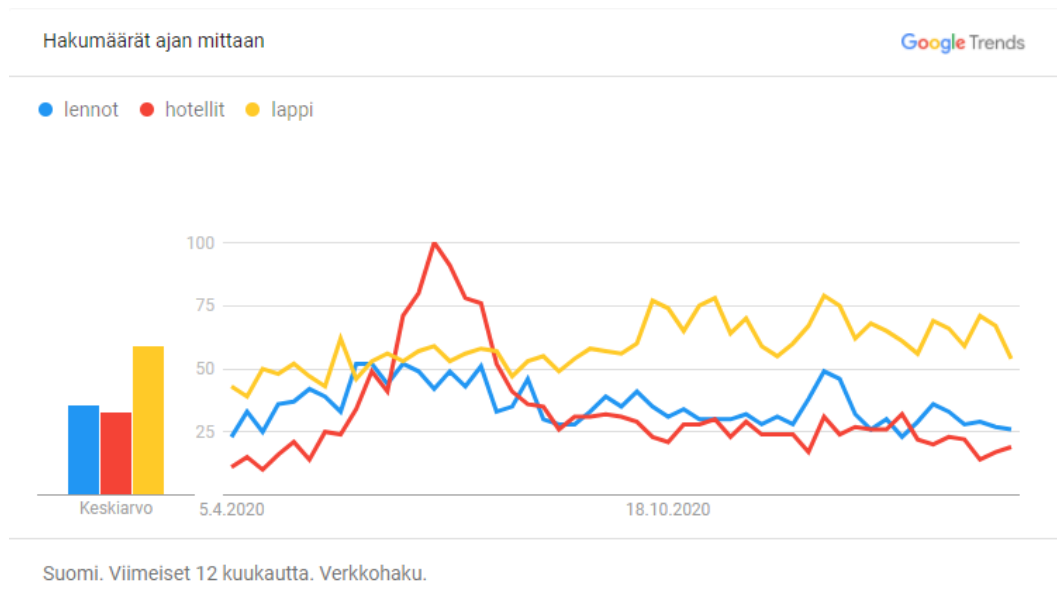
kin iso syy hankkeen kehittämiseksi ekologisten sekä vastuullisten syiden ja luonnon monimuotoisuuden säilyttämisen lisäksi. (Business Finland 2020b)

Lapin matkailun tilannekuva-analyysissä käsitellään Lapin kilpailuasemaa tulevaisuuden osalta. Analyysissä kerrotaan siitä, kuinka kilpailu matkailijoista tulee muuttumaan tulevaisuudessa entistäkin tiukemmaksi, sillä toimijoiden määrä kasvaa entisestään. Samalla käytettävissä olevien resurssien määrän ei kuitenkaan odoteta nousevan. Samassa tilannekuva-analyysissä tuodaan esille, kuinka yli rajojen ylittävän yhteistyön tärkeys ja rooli tulee korostumaan entisestään. (Lapin Liitto 2019)

Korona on tuonut isoja taloudellisia haasteita matkailualan yrityksille ja matkailun parissa työskenteleville henkilöille. Kyseinen aika on hyvin poikkeuksellinen, mutta se on tuonut hyvin esiin matkailualan haavoittuvuuden. Koronan kaltaiset pandemiat, kriisit ja katastrofit toimivatkin hyvänä esimerkkinä tulevaisuudesta ja niiden myötä varautuminen vastaaviin tilanteisiin on tehokkaampaa. Tulevaisuuden ennustaminen vuoden päähän onkin huomattavasti helpompaa mitä esimerkiksi 5 tai 10 vuoden päähän, sillä erilaiset trendit vaikuttavat huomattavasti matkailuun. (Page 2019, 463) Matkustelevat ihmiset ovat muuttuneet viime vuosina entistä tietoisemmaksi omasta hiilijalanjäljestään. Koska jo Suomen mittakaavalla Lappiin on pitkä matka esimerkiksi pääkaupunkiseudulta, tulee monella ensimmäisenä mieleen matkustaa kyseinen väli lentokoneella. Lentämisen suuret päätöt vaikuttavat monen päätökseen negatiivisesti ja sen myötä moni jääkin lomailemaan kotipaikkakunnilleen tai ainakin lähialueilleen. Reilusti suurin osa Lapin turisteista on ulkomaalaisia, joten välimatkat maiden välillä käyvät niin pitkiksi, että ainoaksi ajallisesti järkeväksi vaihtoehdoksi jää lentäminen.

2.3 Koronan vaikutus Lapin matkailuun

Vuoden 2020 keväällä Aasiasta maailmalle leviämään lähtenyt Korona (covid-19) on tuonut todella isoja muutoksia taloudellisia, poliittisia sekä kulttuurillisia vaikutuksia ympäri maailman. Vuoden 2021 kotimaisten matkailijoiden yöpymisten määrä on pudonnut 32,1 % vuodesta 2020 ja ulkomaalaisten matkailijoiden yöpymisten määrä 90,3 % viime vuoteen verrattuna. (Tilastokeskus 2021)



Kuvio 3. Seuranta matkustuskiinnostuksesta Lappiin. (House of Lapland 2021)

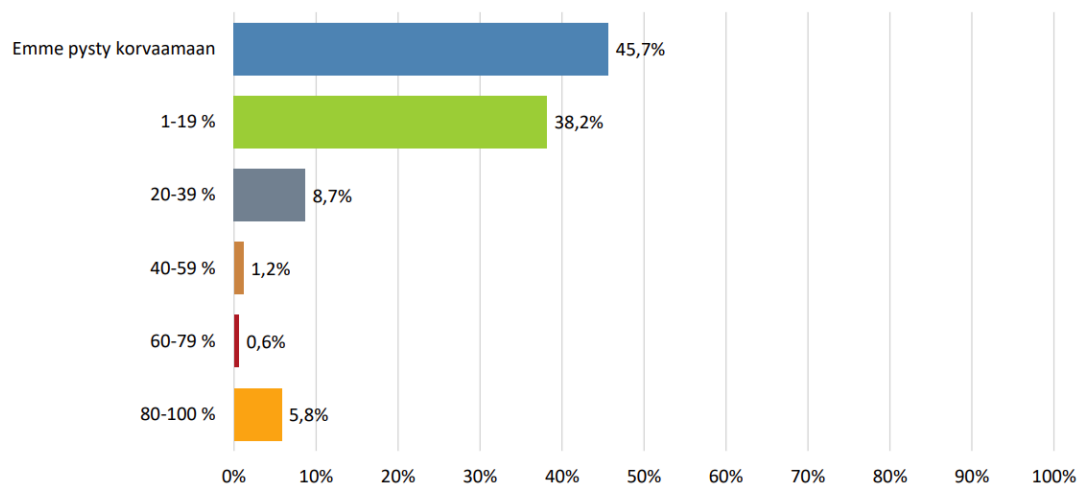
Kuviosta 3. voimme huomata suomenkielisten Google-hakujen määrän kehityksen välillä huhtikuu 2020 – huhtikuu 2021. Tässä kuviossa on tarkisteltu kolme erää matkailuun liittyvää hakusanaa. Tämän trendin viimeinen seurattu ajanjakso on 21.–27.3. Kuviossa punaisella merkitty viiva kuvastaa hakusanaa ”hotellit”. Kyseisen hakusanan kohdalla on havaittavissa selvä piikki, jonka huippu ajoittuu aikavälille 5. – 11.7.2020, jolloin Suomessa vietettiin kesälomakautta ja koronata-paukset olivat vähäisiä. Kyseisenä ajanjaksona Suomessa oli lämpimät säät sekä muun muassa ravintoloiden aukioloajat olivat palautuneina tavallisiin aikoihin.

Koko mittausjakson ajalta voimme nähdä, miten ”Lappi” hakusanana on pysytellyt suositumpana verrattuna kahteen muuhun hakusanaan samalla keskiarvillisesti nousten, lukuun ottamatta kesäkuukausille sijoittuvaa ajanjaksoa. Tästä voidaan päätellä, että suomalaisten matkustusinto ei ole täysin kadonnut, vaikka se onkin laantunut

Korona on tuonut paljon epävarmuutta matkailualan yrityksiin ja matkailijoiden keskuuteen. Yle julkaisi 2020 syyskuussa artikkelin, jossa käsiteltiin koronan mahdollisesti aiheuttavia isoja työttömyysaaltoja. Artikkelissa mainitaan, että Lappin matkailuala työllistää parhaimpina sesonkiaikoina arviolta 8000–10 000 työntekijää. (Heikinmatti ja Viinikka 2020). Suomen hallituksen asettamat matkustus-

rajoitteet ovat herättäneet keskustelua Lapin matkailuyrittäjien keskuudessa, sillä ulkomaalaiset matkustajat täyttävät isoimman osan kaikista alueen matkailijoista. Tämän seurauksena moni alan pienempi ja tuoreempi yritys on joutunut suurien kustannusleikkausten äärelle, jotta yritys välttäisi konkurssin. Suomalainen media onkin tuonut lappilaisten matkailualan yrittäjien kokeman ahdingon kansalaisten tietoisuuteen useilla asiaa käsittelevillä lehtiartikkeleilla sekä televisiossa näytetyillä uutisreportaaseilla.

Kuinka paljon kansainvälisen liiketoiminnan tuloksesta voitte korvata kotimaisilla asiakkailla talvikaudella 2020-2021?



Kuvio 4. Lapin matkailuyrityksiä koskeva kysely liittyen talveen 2020–2021 (Lapin matkailuelinkeinon liitto ja Lapin kauppakamari 2020)

Lapin matkailuelinkeinon liitto ja Lapin kauppakamari teettivät matkailuyrityksiä koskevan kyselyn 12. – 16.10.2020, jossa pyrittiin saamaan selville heidän talven 2020-2021 näkymät. Kyselyyn vastasi yhteensä 180 eri yritystä. Kuviossa 4. kysytään arviota prosentteina, kuinka suuren osan kansainvälisten matkailijoiden tuottamasta tulovirrasta he voivat korvata kotimaisilla asiakkailla talvena 2020–2021. Vastauksista nähdään, että liki puolet (45,7 % vastanneista) kokee etteivät he pysty korvaamaan kotimaisilla matkailijoilla prosenttiakaan kansainvälisten matkailijoiden tuomista tuloista. 38,2 % vastanneista arvioivat pystyvänsä korvaamaan 1–19 % kansainvälisten matkailijoiden tuomista tuloista. 5,8 % vastan-

neista kokivat pystyvänsä korvaamaan 80–100 % kansainvälisten matkailijoiden tuomista tuloista kotimaisten matkailijoiden tuomilla tuloilla.

Korona on kuitenkin avannut lappilaisille matkailualan yrityksille uusia mahdollisuuksia, sillä työnteko on mahdollisuuksien mukaan siirtynyt hyvin pitkälti etätöihin. Etätyöskentelyn mahdollisuutta on hyödynnetty aiemminkin, mutta turvallisuussyt ovat antaneet ison sysäyksen etätyöskentelyn lisääntymiselle. Lisäksi Terveys- ja hyvinvoinnin laitos sekä valtioneuvosto on antanut valtakunnallisen suosituksen, jonka mukaan etätöitä tulisi tehdä mahdollisimman laajasti niin yksityisellä, kuin julkisellakin sektorilla. (Valtioneuvosto 2021)

3 KANSAINVÄLINEN TYÖVOIMA LAPIN MATKAILUSSA SEKÄ SEN REKRYTOIMINEN

3.1 Tilanne työmarkkinoilla

Ennen kuin koronavirus lähti leviämään maapallolla 2020 keväällä, Lapin matkailu oli useita vuosia peräkkäin jatkuvassa kasvussa. Tämä sai aikaan sen, että työvoimasta tuli pulaa. Jo vuonna 2018 puhuttiin siitä, kuinka Lapin matkailussa työvoimapulasta on kärsitty jo pitkään. (Pohjola 2018) Samaisessa artikkelissa Pohjola kertoo, miten matkailun osalta haasteita tuottaa saada pelkästään kausisesonkiin saapuvia työntekijöitä. Lisäksi hän mainitsee myös pienempien kaupunkien osalta asuntopulan, sillä kaikille työntekijöille voi olla vaikeaa löytää vapaita asuntoja.

Helsingin Sanomien artikkelissa mainitaan, että tarkkaa lukua ulkomaalaisista matkailun parissa työskentelevistä kausityöntekijöistä ei tiedä kukaan, sillä heistä ei ole tehty tarkempia tilastoja. (Kuittinen 2020) Tämän myötä on vaikea saada selkeää käsitystä, kuinka isoa kansainvälisten työntekijöiden prosentuaalinen kasvu on. Kysyntää kuitenkin riitti paljon ja koronatilanteen helpotuttua sekä matkailutilanteen elvyttyä, tilanne tulee palaamaan entiselleen nopeasti.

YLITARJONTAA		
Hotellin vastaanottovirkailijat Kuvataiteilijat Käytön tukihenkilöt	Liikunnan ja vapaa-ajan ohjaajat Myyjät Ravintola- ja suurtaloustyöntekijät	* Yleissihteerit

Kuvio 5. Lapin ammattibarometri 1/2021 (Työ- ja elinkeinoministeriö 2021)

Lapin työ- ja elinkeinotoimisto on laatinut maaliskuussa 2021 arvion tämän hetken sekä lähitulevaisuuden työmarkkinanäkymistä. Kuviossa 5. nähdään, miten 2021 ensimmäisen vuosineljänneksen osalta hotellien vastaanottovirkailijoista on ylitarjontaa, kun ottaa huomioon alan nykyisen tilanteen. Muilta aloilta työntekijöiden lomautukset ja irtisanomiset ovat koskeneet eniten palvelualoja, joihin hallituksen asettamat rajoitukset ovat vaikuttaneet kaikista eniten.

Vaikkakaan kansainvälisten työntekijöiden tarve Lapin alueella ei ole tällä hetkellä suurta, tulee heidän tarpeensa kasvamaan tulevaisuudessa, kun korona-ajasta

selvitään ja matkailijat pääsevät taas vapaammin liikkumaan eri maiden välillä. Turismi ja matkailu ovat ilmiönä olleet olemassa jo ennen ajanlaskun alkua ja erilaiset historialliset tapahtumat, katastrofit, pandemiat sekä sodat ovat vaikuttaneet tilapäisesti negatiivisesti matkailuun, mutta jokaisesta tapahtumasta ja vastoin käymisestä matkailu on ilmiönä noussut takaisin jaloilleen.

3.2 Kansainvälisen työvoiman merkitys

Kansainvälisen työvoiman merkitys Lapin matkailun parissa on suuri. Lapissa sekä koko Suomessa heikkenevä huoltosuhte tulee aiheuttamaan sen, että väestö ikääntyy entistä enemmän. Käytännössä tämä tarkoittaa vähenevää työikäisten ihmisten määrää. Yksi ratkaisu heikkenevään huoltosuhteeseen on kansainvälisen työvoiman rekrytoiminen.

Lapin matkailun parissa työskenteleminen on vielä tällä hetkellä hyvin sesonkipainotteista ja se onkin yksi iso tekijä, miksi työntekijöitä kaivataan lisää. Sesonkiaikana työskentely tarkoittaa sitä, että loput vuodesta täytyisi työskennellä jossain muualla, sillä työsopimukset ovat harvakseltaan täyspäiväisiä. Tämä ei houkuttele suurta osaa potentiaalisista työntekijöistä ja tässä vaiheessa kansainväliset työntekijät tulevat hyödyllisiksi niin yritysten, kansantalouden sekä heidän omien kokemusten osalta.

Matkailualan houkuttelevuuden lisäämiseksi on ehdotettu, että alaa alettaisiin kansainvälistämään sisältäpäin, mikä voisi entisestään houkuttaa kansainvälisiä alan osaajia Suomeen ja sitä kautta myös Lapin matkailualan yritysten alaisuuteen. Kansainväliset työntekijät, heidän rekrytoimisprosessien kokonaisvaltainen kehittäminen sekä alueen yritysten rohkaiseminen kansainvälisten työntekijöiden rekrytoimiseen voivat olla ratkaisu alalla esiintyneeseen työvoimapulaan. (Työ- ja elinkeinoministeriö 2019, 70) Työvoimapula ei kuitenkaan koronan aiheuttamana poikkeusoloaikana ole ajankohtainen. Sama ongelma nostaa päätään taas, kun korona-ajasta on selvitty, matkustusrajoitukset saatu purettua sekä matkailijat uskaltavat liikkumaan vapaammin. Tästä syystä korona-aika onkin otollinen hetki keskittyä tulevan työpulaongelman selvittämiseen ja kestävien ratkaisuiden laadintaan.

3.3 Rekrytointiprosessi

Kansainvälisen työntekijän rekrytoinnissa hyödynnetään monesti ulkoisia toimijoita kuten esimerkiksi henkilöstövuokrauspalveluita tarjoavia yrityksiä. Itse rekrytointiprosessi ei noudata sanatakkasti mitään sääntöä, vaan rekrytointitapoja on niin monia kuin on eri yrityksiäkin. Erilaisia rekrytointitapoja on kuitenkin tutkittu ja niiden

Rekrytointiprosessiin lukeutuu useampi vaihe, jotka voidaan karkeasti jakaa seuraavasti:

1. Työntekijätarpeen havainnointi
2. Työpaikkailmoituksen julkaiseminen (monesti ensin sisäinen haku, jonka jälkeen ulkoinen)
3. Sopivien kandidaattien poiminta hakijoiden joukosta haastattelua varten
4. Työhaastatteluiden pitäminen
5. Työntekijän valinta haastateltujen joukosta
6. Työsopimusten allekirjoitus
7. Työhön perehdytys.

Tästä voidaan poiketa jonkin verran riippuen siitä, järjestetäänkö rekrytointi esimerkiksi jonkin ulkoistetun toimijan vai yrityksen oman henkilöstöhallinnan kautta. Tästä huolimatta, käytännössä mihin tahansa työhön haetaankaan tekijää, alkaa rekrytointiprosessi työntekijätarpeen havainnoinnista ja päättyy siihen, kun työhön valmistava perehdytys on saatu suoritettua loppuun.

Rekrytointia lähdetään suunnittelemaan, kun havaitaan rekrytointitarve. Kun rekrytointia suunnitteleva yritys tuo esille syyt, miksi työtehtävä on yrityksen strategian kannalta tärkeä palanen, voidaan varmistua siitä, että työntekijät ovat motivoituneempia sekä tehokkaampia tekemässään työssä. (Rötkin 2015, 47) Monesti työhaastattelutilanteissa haastatteleva henkilö ei tee esittelyä työnhaun kohteena olevasta yrityksestä. Tämä voi olla myös tietoinen päätös tilanteesta riippuen.

Tärkeä osa rekrytointiprosessia on työhaastattelun pitäminen. Työhaastattelun tarkoituksena on tutustua haastateltavaan tarkemmin ja selvittää, onko hän sopiva

kandidaatti tarjolla olevaa työtä sekä kyseessä olevaa yritystä varten. (Newell Brown ja Swain 2009, 108) Työhaastatteluja voidaan luokitella kolmen eri kriteerin perusteella: Kuinka jäsenneily haastattelu on? Minkälainen haastattelun sisältö on? Kuinka työnantaja järjestää haastattelut käytännössä? (Dessler 2016, 203)

Etukäteen tapahtuva työhaastatteluun valmistautuminen on tärkeää, niin työnhakijan kuin rekrytoijankin puolesta. Sillä voidaan varmistaa, että itse haastatteluaika voidaan käyttää tehokkaaseen molemminpuoliseen kanssakäymiseen, jonka tarkoituksena on oppia tuntemaan toista osapuolta. Rekrytoiva osapuoli voi valmistautumisen myötä kehittää juuri haettavaan työhön sopivia kysymyksiä ja persoonia ne vielä haastateltavan henkilön mukaan. Työnhakija sen sijaan voi hyvän valmistautumisen myötä antaa paremman ensivaikutelman itsestään haastateltavalle, sekä löytää itselleen vaikeat kysymykset ja kehittyä niihin vastaamisessa. (Hoppe ja Laine 2014, 78)

Työhaastattelun jälkeen seuraa aika, jolloin rekrytoija tekee päätöksiä, onko hakija sopivan oloinen niin persoonaltaan kuin konkreettiselta osaamiseltaan haettua työtehtävää kohtaan. Oikean henkilön löytäminen oikeaa työtä varten onkin todella tärkeä asia koko rekrytointiprosessissa, sillä näin molemmat osapuolet saadaan tyytyväiseksi. Kaikesta huolimatta, monesti yritykset laiminlyövät tämän asian tärkeyden. (Taylor Jr ja Stern Jr 2009, 9)

Seuraavana vaiheena rekrytoija ilmoittaa tuloksistaan haastatteluissa olleille hakijoille. Käytännössä siis rekrytoija ilmoittaa hakijoille, tulivatko he valituksi työhön vai eivät. Vain rajattu määrä kaikista hakijoista voi saada työpaikan ja lopuille hakijoille täytyy välittää viesti, etteivät he tulleet tällä kertaa valituksi. Tämän viestin välittämisessä tärkein asia on, että valitsemattomiksi jääneiden hakijoiden itsetunto ei kokisi päätöksen seurauksena isoa kolausta. Tämän ohella on tärkeää, että kielteisen päätöksen saaneet hakijat kokisivat rekrytointiprosessin kokonaisuudessaan positiivisena ja yrityksen maine ei laskisi heidän silmissään. (Newell Brown ja Swain 2009, 124) Hakijat, jotka on valittu työtä varten, saavat tässä vaiheessa tiedon siitä, minkä jälkeen aletaan laatimaan työsopimuksia sekä viimeisessä vaiheessa allekirjoitetaan työsopimukset.

Rekrytointiprosessin viimeiseksi vaiheeksi jää mahdollinen perehdytys työhön, riippuen siitä onko työntekijä rekrytoitu suoraan yritykseen vai esimerkiksi henkilöstövuokrausyritykseen, jolloin molemmat tahot voivat järjestää omat perehdytyksensä. Perehdytyksen tarkoituksena on valmistaa työntekijää hänen tulevaa työtehtäväänsä varten. Hyvän perehdytyksen avulla voidaan varmistaa, että työntekijällä on hyvät lähtökohdat työhön oppimista varten sekä edesauttaa työntekijää löytämään oma paikkansa kyseisessä työyhteisössä (Joki 2018, 105–106).

Kansainvälisten työntekijöiden osalta rekrytointiprosessi eroaa jonkin verran kotimaisten työntekijöiden rekrytointiprosessista, sillä kansainvälisten työntekijöiden osalta on otettava huomioon esimerkiksi työlupa-asiat, mikäli työntekijä tulee EU-alueen ulkopuolelta. Lisäksi, kun kansainväliselle työntekijälle ollaan laatimassa työsopimusta, saattaa erilaiset henkilöstöhallinnassa käytettävät tietojärjestelmä vaatia henkilötunnusta. Tässä vaiheessa, ennen kuin työntekijälle on saatu virallinen henkilötunnus, voi työnantaja luoda työntekijälle väliaikaisen keinotekoisien henkilötunnuksen, jonka avulla työntekijä pääsee alkuun. Kuitenkin heti virallisen henkilötunnuksen saatuaan, tulee uusi tunnus päivittää järjestelmiin. Kansainvälinen, Suomessa ensimmäistä kertaa työskentelevä työntekijä, saa virallisen henkilötunnuksen viimeistään oleskeluluvan tai verokortin yhteydessä. (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus 2021, 38)

3.4 Henkilöstövuokrausyritykset

Henkilöstövuokrausyrityksillä menee tällä hetkellä vaihtelevasti, riippuen mihin alaan yritys on erikoistunut. Suuri osa yrityksistä rekrytoi työntekijöitä monelle erilaiselle alalle ja tästä johtuen heidän liikevaihtonsa ei ole välttämättä pudonnut yhtä paljon, kuin yritysten, jotka erikoistuvat esimerkiksi ainoastaan hotelli-, ravintola- sekä kahvila-alalle.

Lapin matkailu on ihanteellinen kohde henkilöstövuokrausyrityksille, sillä tehtävä työ on vielä tällä hetkellä erittäin sesonkipainotteista, ja sen myötä työsopimukset ovat useimmiten määräaikaista. Kyseisen alan yritykset ovatkin jo huomanneet tämän selkeän markkinaraon ja alkaneet kasvattaa ja vakiinnuttamaan omaa asemaansa myös matkailualan työmarkkinoilla.

Joulukuussa 2020 liikevaihdoltaan isoimpia matkailualan töitä säännöllisesti tarjoavia henkilöstövuokrausyrityksiä olivat muun muassa Barona, Staffpoint, Eezy sekä Go On Yhtiöt (Henkilöstöpalveluyritysten liitto ry 2020). Näistä yrityksistä suurin on Barona, jonka markkinointi on näkyvämpää mitä muiden edellä mainittujen yritysten markkinointi.

Henkilöstövuokrausyritysten hyödyntäminen rekrytoinnissa voi olla erittäin iso apu yritykselle, joka haluaa käyttää resurssinsa toisenlaisiin tehtäviin. Mikäli henkilöstövuokrausyrityksen palveluita rekrytoinnissa hyödynnetään, on yleistä, että saman yrityksen kaikki rekrytointi tapahtuu sen vuokrausyrityksen kautta, joiden kautta he ovat onnistuneet luomaan parhaat suhteet. Näissä tapauksissa toisia henkilöstövuokrausyrityksiä ei enää useimmiten hyödynnetä. Lisäksi myös työntekijöillä on mahdollisuus päästä henkilöstövuokrauksen kautta vakituiseen työsuhteeseen kyseessä olevan loppuyrityksen kanssa.

Henkilöstövuokraus alana rantautui Suomeen 1971, kun Eila Kaisla perusti ensimmäisen Suomessa toimineen toimialapalveluyrityksen. (Eilakaisla Oy 2021) Siitä lähtien, henkilöstövuokraus on hitaasti mutta varmasti kasvattanut osuuttaan Suomen työmarkkinoilla. Nykyään yhä useammat yritykset ovat huomanneet henkilöstövuokrauksen potentiaalin ja hyödyntävätkin väliaikaista työvoimaa esimerkiksi sesonkitöissä ja muissa määräaikaissä projekteissa, kuten esimerkiksi rakennustyömailla.

3.5 Kansainvälisen työvoiman henkilöstöhallinta

Suurin osa Lapin alueen matkailuyrityksistä on kokoluokaltaan niin pieniä, että yritysten toiminta rajoittuu Suomen sisälle. Ainoastaan alan isoimmat toimijat toimivat useammalla kuin yhdellä tai kahdella paikkakunnalla. Vaikka työntekijät koostuvatkin niin suomalaisista kuin ulkomaalaisistakin työntekijöistä, niin henkilöstöhallinnassa tämä ei aiheuta suuria ylimääräisiä toimenpiteitä. Kun kansainvälistä työntekijää ollaan palkkaamassa Suomeen, on hyvä ottaa huomioon mahdolliset kulttuurieroavaisuudet ja yksinäisyyden tuntemukset, mikäli työntekijä on muuttamassa Suomeen ilman lähipiiriinsä kuuluvia henkilöitä. Lähtökohtaisesti kansainvälisiä työntekijöitä halutaan saada asettumaan Suomeen pidemmäksi ai-

kaa ja sitä kautta työllistymään alueelle vakituisesti. Tämän vuoksi kansainvälisten työntekijöiden kotiuttamiseen ja asettautumiseen tulisi kiinnittää huomiota, tarjoamalla niin henkistä kuin fyysistäkin tukea työntekijöille. (Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus 2021, 64)

Kansainvälinen työjärjestö kertoo vuoden 2010 raportissaan, miten Euroopan unionin alueen eri maiden välillä on isoja vaihteluita sesonkityöntekijöiden sekä osa-aikaisten työsopimusten määrässä. Samassa raportissa tuodaan esille, miten osa-aikaiset työsopimukset sekä työn sesonkiluonteisuus ovat kytköksissä työvoiman korkeaan vaihtuvuuteen ja työvoiman ulkoistamiseen. (Kansainvälinen työjärjestö 2010)

4 TEOREETTINEN VIITEKEHYS

Tässä luvussa käydään läpi teoriaosuuden yhteenveto ja kerrotaan, miksi valittuun tutkimusmenetelmään päädyttiin sekä käydään läpi haastattelukysymykset. Tutkimuksessa järjestetään teemahaastatteluita, jotka ovat kohdennettu Lapin alueen uusille sekä iäkkäämmille matkailualan yrityksille. Sen lisäksi haastateltavaksi valikoitui kaksi henkilöä, jotka eivät työskentele matkailualalla, mutta he ovat työnsä kautta suoraan yhteydessä matkailualaan ja omaavat siitä näin ollen paljon asiantuntevuutta. Tutkimuskysymykset ovat muodostuneet suoraan teoriaosuuden pohjalta, ja teoriaosuus luo pohjan koko tutkimukselle.

4.1 Teorian yhteenveto

Teoriaosuuden ensimmäisessä luvussa käsiteltiin Lapin matkailua isommassa mitakaavassa, perehdyttiin Lapin houkuttelevuustekijöihin kansainvälisten matkailijoiden näkökulmasta, keskityttiin Lapin matkailun tulevaisuuteen sekä koronan aiheuttamiin vaikutuksiin. Teoriaosuudessa huomattiin, että Lapin matkailun volyymi on ollut hyvässä kasvussa viimeiset vuodet ennen koronan aiheuttamia matkustusrajoitteita. Samalla myös huomattiin, että Lapin houkuttelevuustekijöistä suurimmiksi nousevat arktinen luonto, joulupukin tapaaminen sekä revontulien katselu. Ensimmäisessä luvussa keskityttiin vielä Lapin matkailun tulevaisuudenkuviin, ja mietittiin kuinka sitä kannattaa lähteä tulevaisuudessa kehittämään, jotta kilpailukyky säilytetään muihin matkailukohteisiin verrattuna. Lapin matkailun saatavuutta on tarkoitus lähteä parantamaan yli valtiorajojen toimivalla yhteistyöllä sekä kulkuyhteyksiä parantamalla. Tärkeä pontti Lapin matkailun kehittämisessä on vastuullisuus ja sen toteutumista aiotaan tarkkailla tarkemmin kuin aikaisemmin.

Ensimmäisen luvun viimeisessä osassa käsitellään koronan vaikutuksia Lapin matkailuun. Teoriaosuudessa huomattiin, että matkailualan yrittäjien ja yritysten ahdinko on kova, sillä suurin osa heidän asiakkaistaan muodostuu kansainvälisistä matkailijoista. Yritykset ovat myös kuitenkin huomanneet uuden markkinaraon ja ovatkin alkaneet hyödyntää sitä. Suomen viranomaisten asettamat etätyösuosituk-

set ovat avanneet uusia mahdollisuuksia yrittäjille, sillä moni näistä tarjoaa esimerkiksi vuokramökkejä Lapissa etätyöskentelyä varten.

Teoriaosuuden toisessa luvussa käsiteltiin kansainvälisen työvoiman merkitystä Suomen Lapin matkailulle sekä heidän rekrytoimistaan. Tämän lisäksi tarkasteltiin Lapin matkailualan tilannetta työmarkkinoilla ja henkilöstöhallintaa heidän osaltaan.

4.2 Tutkimusmenetelmän valinta

Tutkimus päädyttiin toteuttamaan kvalitatiivisena tutkimuksena, eli laadullisena tutkimuksena, sillä tämän menetelmän kautta päästään tutkimassani aiheessa parempaan lopputulokseen. Laadullinen tutkimus keskittyy siihen, miten tutkimuksen tekijä tulkitsee saatuja tuloksia, kun taas määrällisessä tutkimuksessa itse tutkija on ulkopuolisessa asemassa ja numerot ovat sanojen sijaan tutkittavana datana. (Merriam ja Tisdell 2016, 5-6)

4.3 Haastattelukysymykset

Tutkimusta varten haastattelin yhteensä seitsemää eri matkailualalla työskentelevää henkilöä, jolla on pidempi tausta matkailualan töistä. Haastateltavat saivat tustua etukäteen haastattelukysymyksiin.

Seuraavaksi käydään läpi haastattelukysymykset ja avataan tarkemmin, miksi juuri kyseisiin kysymyksiin päädyttiin. Kysymyksellä 1. ”Minkälaiset ovat Lapin matkailun tulevaisuudennäkymät?” oli tarkoituksena päästä alkuun haastattelussa. Tutkimukseni teoriaosuuden ensimmäisessä vaiheessa luodaan pohjaa teorian toiseen osuuteen. Ensimmäisessä osuudessa käydään läpi Lappia matkailukohteena ja mietitään muun muassa, miksi Suomen Lappi ja minkälaiset aktiviteetit houkuttelevat ulkomaalaisia matkailijoita vierailemaan vuodesta toiseen yhä enenevässä määrin. Sen jälkeen käsitellään Lapin matkailun tulevaisuudennäkymiä, trendejä ja erilaisia kehityskohteita, millä Lapista saadaan entistä enemmän irti matkailun osalta. Tämän jälkeen teoriaosuuden ensimmäisessä vaiheessa käydään vielä läpi, miten tällä hetkellä maailmalla vaikuttava koronavirus, covid-19 on vaikuttanut ja vaikuttaa Lapin matkailuun niin taloudelliselta kuin henkiseltä puolelta. Ensimmä-

mäinen haastattelukysymys siis pohjautuu teoriaosuuteni ensimmäiseen vaiheeseen.

Kysymyksessä 2. ”Kuinka voimme välttää liikaturismilta Lapissa?” luodaan skenaariota, jossa matkailu kasvaa vuosi vuodelta ja räjähtää käsiin aiheuttaen todella isot matkustajamäärät Lappiin. Kysymyksessä perehdytään siihen, kuinka voimme proaktiivisesti pyrkiä estämään tähän tilanteeseen ajautumista. Kysymys on laadittu niin, että haastateltavat voivat vapaasti tuoda omia ja yrityksensä edustamia näkymiä esiin.

Kysymys 3. ”Miten voimme varmistaa, että Lapin luonto pysyy puhtaana ja ihmisiä houkuttelevana matkailun kasvaessa?” liittyy edelliseen kysymykseen. Teoriaosuudessa käsiteltiin luonnon merkitystä matkailijoiden houkuttimena ja onkin tärkeää pitää huoli siitä, että vaikka matkailijoiden määrä kasvaisikin huomattavasti, pysyisi luonto silti elinvoimaisena ja koskemattomana.

Kysymys 4. ”Minkälaiseksi näet kansainvälisten työntekijöiden tulevaisuudennäkymät Lapin matkailun parissa?” on laaja kokonaisuus ja se liittyy suoraan teoriaosuuden toiseen vaiheeseen, jossa käsitellään muun muassa kansainvälisten työntekijöiden merkitystä Lapin alueen matkailussa. Haastateltavat toimijat ovat suoraan tekemisissä kansainvälisten työntekijöiden kanssa ja tarkoituksena on saada tuotua heidän näkökulmiaan tähän asiaan liittyen.

Kysymyksessä 5. paneudutaan siihen, miten kansainvälisen työntekijän rekrytoiminen eroaa käytännössä kotimaisen työntekijän rekrytoimisesta. Kansainvälisten työntekijöiden osalta

Kysymyksessä 6. käydään läpi yleisimpiä väyliä tavoittaa kansainvälisiä työntekijöitä niin Suomesta kuin ulkomailtakin.

Kysymyksessä 7. on tarkoituksena saada kartoitettua yleisimpiä tekijöitä, mitkä houkuttelevat kansainvälisiä työntekijöitä Suomen lappiin. Syitä on niin monenlaisia kuin on potentiaalisia työntekijöitäkin, mutta pyrin saamaan yleisimmät syyt ja tekijät selvitettyä.

Kysymys 8. käsittelee kansainvälisten ja kotimaisten työntekijöiden vahvuuksia ja heikkouksia, kun heitä verrataan toisiinsa, työnantajan näkökulmasta.

Kysymyksessä 9. paneudutaan kansainvälisten työntekijöiden rekrytointiprosessiin ja pyritään löytämään haastateltavien kautta erilaisia keinoja, miten koko rekrytointiprosessia ja sen eri vaiheita voitaisiin lähteä tehostamaan.

Kysymys 10. liittyy kysymykseen 8. Tässä haastattelukysymyksessä on tarkoituksena saada selvitettyä, onko erilaisten työskentelykulttuureiden kohtaamisella hyötyjä tai haittoja työnantajalle.

5 HAASTATTELUT JA TULOKSET

Tämä luku käsittelee haastattelujen käytännön toteutusta. Tutkimuksen haastattelut rakentuvat teoriaosuuteen pohjautuen.

Haastateltuja henkilöitä on yhteensä seitsemän kappaletta, joista jokainen työskentelee Lapissa matkailualalla tai on muuten työnsä kautta suoraan tekemisissä Lapin matkailun kanssa. Haastateltaviin kuuluu matkailualan yrittäjiä, henkilöstövuokrausyritysten työntekijöitä, matkailualan hanketyöntekijöitä sekä työllisyyden asiantuntija. Haastateltavat henkilöt työskentelevät ympäri Lappia, joten haastattelussa tuodaan esille tasapuolisesti koko Lappia. Haastateltavat matkailualan yrittäjät ja yritykset pitävät sisällään liikevaihdoltaan todella pieniin ja todella suuriin yrityksiin, joten haastattelussa tulee esiin niin pienten yritysten kuin todella suurtenkin yritysten näkökulmat.

Haastattelut järjestettiin turvallisuussyistä, käytännön järjestelyjen syistä sekä pitkien välimatkojen vuoksi etänä joko Microsoft Teamsin avulla videohaastatteluina tai puhelinhaastatteluina. Haastattelujen kesto vaihteli noin 25 – 45 minuutin välillä. Kysymykset synnyttivät joidenkin haastateltavien kanssa niin paljon keskustelua, että aikataulut tulivat vastaan ja haastattelujen tahtia jouduttiin tästä syystä kiristämään. Teams-haastatteluissa oli yksittäisissä haastatteluissa paikoitellen yhteysongelmia, joka tuotti hieman vaikeuksia yksittäisten haastatteluiden läpikäymisessä jälkikäteen. Kuitenkin haastattelut saatiin käytyä läpi muuten ongelmitta.

Haastateltavat henkilöt on eroteltu toisistaan numeroin, koska vastauksissa on käytetty suoria lainauksia.

Henkilö 1 – Avainasiakaspäällikkö

Henkilö 2 – Yrittäjä ja yksikönjohtaja

Henkilö 3 - Toimitusjohtaja

Henkilö 4 - Projektipäällikkö

Henkilö 5 - Palvelupäällikkö

Henkilö 6 - Yrittäjä

Henkilö 7 - Yrittäjä

Seuraavassa luvussa käydään läpi haastateltavien henkilöiden vastaukset haastattelukysymyksiin, sekä käydään läpi haastatteluista saatuja vastauksia.

5.1 Minkälaiset ovat Lapin matkailun tulevaisuudennäkymät?

Kaikki haastateltavat olivat yksimielisiä Lapin matkailun hyvistä tulevaisuudennäkymistä, kun poikkeusoloista on selvitty. Haastateltavat näkivät Lapin alueen ison potentiaalisen tulevaisuuden osalta ja kaikki kokivat, että matkailun volyymi tulee nopeasti palaamaan sille tasolle, mitä se oli ennen korona-aikaa ja nousemaan siitä yli.

Henkilö 3: ”Meillä on myös hyvä tuntuma asiakkaitten kautta. Tännehan on hyvä kiinnostus olemassa ja on ollut koko koronan ajan, jos tänne ois vaan jollain konstilla päässy.”

Henkilö 6: ”Itse asiassa tää ’post covid tourism’ saattaa lisätä kesän ja tämän muun ajan kysyntää, kun ei haluta tulla silloin kun kaikki muutki tulee.”

5.2 Kuinka voimme välttyä liikaturismilta Lapissa?

Vastauksissa haastateltavat nostivat esiin vertailukohdiksi todella suosittuja ja isoja matkailumaita sekä -kaupunkeja ympäri maailman sekä lähempiä esimerkkejä myös muista Pohjoismaista ja niihin verrattuna kasvuvaraa on vielä runsaasti. Osa haastateltavista antoi kuitenkin ihan käytännön keinojakin, kuinka voidaan varmistaa, että tilanne ei pääse missään vaiheessa niin pahaksi.

Konkreettisina keinoina liikakasvun hillitsemiseksi nostettiin esimerkiksi majoituskapasiteetin rajoittaminen. Henkilö 1: ”Tehään tavallaan siitä Suomituotteesta semmonen niin kiinnostava ja haluttava, että sä oot valmis buukkaamaan sen, vaikka kolmen vuoden päähän, koska vasta silloin on tilaa sinne mennä. Ei niinkään, että räjäytetään se majoituskapasiteetti valtavan isoks, jolloin just mahollistetaan se valtava ihmismassa.”

5.3 Miten voimme varmistaa, että Lapin luonto pysyy puhtaana ja ihmisiä houkuttelevana matkailun kasvaessa?

Haastateltavat toivat esille vastauksissaan, että Lappiin suuntaavat matkailijat ovat arvoiltaan sellaisia henkilöitä, joille luonto on tärkeä elementti. Tästä syystä matkailijat ovat suurimmalta osin erittäin tietoisia esimerkiksi roskaamisen aiheuttamista haitoista ja he ovatkin sellaisia henkilöitä, jotka osaavat olla ”nätisti” luonnossa liikkuessa. Kuitenkin infrastruktuurin tärkeys ja sen kehittäminen matkailuvolyymin noustessa nostettiin erääksi tekijäksi, kun puhutaan esimerkiksi ympäristön puhtaana pitämisestä. Henkilö 2: ”Ei vaan voi syyttää, et ihmiset roskaa tuolla ja jättää kaikki luontoon. Jos ei sitä infraa ole, mihinkä ne roskat vois laittaa, niin minun mielestä se ongelma on siinä.”

Henkilö 4: ”Toivoisin että se loppuis se semmonen, mitä on ollu täällä, esimerkiksi brittituristit tulevat yheksi päiväksi ja saatais se muutettua siihen, että brittituristi tulis viikoksi ja käyttäis monipuolisesti näitä palveluita.”

5.4 Minkälaiseksi näet kansainvälisten työntekijöiden tulevaisuudennäkymät Lapin matkailun parissa?

Tässä kysymyksessä haastateltavat viittasivat ensimmäisen kysymyksen vastauksiinsa ja kaikki näkivät myös kansainvälisten työntekijöiden tulevaisuudennäkymät hyvinkin valoisina. Henkilö 2: ”Täysin niinku selkäranka tavallaan sille ammattitaidolle ja tekijöiden suhteen on se, että meillä on kansainvälistä työvoimaa käytettävissä.”

Tähän kysymykseen liittyen vastauksissa pohdittiin myös erilaisia keinoja, kuinka kansainvälisiä sesonkityöntekijöitä voidaan saada houkuteltua jäämään Suomeen pysyvästi, eikä ainoastaan sesonkiajaksi. Yhdeksi ratkaisuehdotukseksi tähän ongelmaan esitettiin Lapin matkailun monipuolistamista ympärivuotiseksi. Tämä ratkaisuehdotus onkin otettu jo huomioon Lapin matkailun SWOT-kaaviossa. (Lapin Liitto 2019) Matkailun muuttuessa enemmän ympärivuotiseksi voidaan myös työntekijöille tarjota pysyvämpiä työsuhteita, sillä kysyntää on siinä tapauksessa muulloinkin kuin vain talvisesongin aikana.

5.5 Minkälaisia seikkoja kansainvälisen työntekijän rekrytoimisessa tulee huomioida?

Haastateltavat antoivat monenlaisia konkreettisia asioita, jotka eroavat esimerkiksi kotimaisista työntekijöistä huomattavasti. Esimerkiksi kielitaito nostettiin yhdeksi tärkeäksi tekijäksi, joka vaikuttaa suoraan työllistymiseen Lapissa sekä myös kansainvälisen työntekijän kotiutumiseen työajan ulkopuolella. Ainakin kahdessa haastatellussa yrityksessä pääasiallinen työkieli on englanti, mikä helpottaa kansainvälisten työntekijöiden laskeutumista yrityksen riveihin. Kuitenkin haastatelluissa tuotiin esille myös se fakta, että tiettyjen paikkakuntien matkailijoihin lukeutuu enimmäkseen iäkkäämpiä suomalaisia henkilöitä, joiden englannin kielen taito on heikkoa. Kyseiset matkailijat olettavat saavansa täysin suomenkielistä palvelua, mikä voi rajoittaa kielitaidottomien kansainvälisten työntekijöiden työllistymistä tietyille paikkakunnille matkailun pariin.

Lisäksi tärkeiksi seikoiksi kansainvälisen työntekijän rekrytoimisprosessissa mainittiin työlupa-asiat, mikäli työnhakija tulee EU:n alueen ulkopuolelta. Pahimmillaan työlupahakemusten käsittelemisessä voi kestää useita kuukausia ja työntekijän tarve saattaa olla sitä huomattavasti nopeampi, mikä omalta osaltaan vaikeuttaa kansainvälisten työntekijöiden työllistymismahdollisuuksia Suomen Lapissa. Haastatellut henkilöt nostivat esiin myös kansainvälisten työntekijöiden koulutustason, sillä pelkkä tutkintopaperi ei takaa vielä käytännössä osaavaa työntekijää ja koulujen opetustasoissa väleillä on isoja eroa. Myös asumiseen liittyvät seikat nostettiin vastauksissa esille, sillä varsinkin pienemmällä paikkakunnilla kansainvälisten työntekijöiden majoittaminen voi koitua haasteelliseksi, sillä esimerkiksi vuokra-asuntoja ei ole tarjolla niin paljoa kuin isommissa kaupungeissa. Tällöin parhaimmiksi vaihtoehtoiksi käyvätkin heidän yhteismajoittamisensa esimerkiksi soluasuntoihin tai muihin vastaaviin ratkaisuihin.

Haastattelussa nostettiin esille myös meille suomalaisille ja ennen kaikkea Pohjois-Suomessa asuville henkilöille asioita, joita voidaan pitää täysin itsestään selvinä. Kun kansainvälistä työntekijää rekrytoidaan esimerkiksi jostain lämpimästä Etelä-Euroopan maasta, niin on hyvä varmistaa, että työnhakija on varmasti tie-

toinen siitä, mihin hän on lähdössä ja minkälaisia olosuhteita Lappi tarjoaa ennen kaikkea talvisesongin aikana. Esimerkiksi talven kylmyyden sekä kaamoksen vaikutus on monelle hakijalle entuudestaan täysin tuntematon.

Henkilö 6: ”Ehkä suurin haaste siinä täällä meillä pysymisessä on tää meijän ilmasto. Meillä kerranki oli yks saksalainen matkailualan nainen, niin kaiken muun hän kesti, mutta kaamosta ei.”

5.6 Mitkä ovat yleisimmät väylät tavoittaa kansainvälisiä työntekijöitä?

Isompien haastateltujen yritysten osalta kävi ilmi, että heidän brändinsä ja yrityksensä on maailmanlaajuisesti niin tunnettuja, että välttämättä erillistä työntekijöiden etsimisprosessia ei tarvitse käydä, vaan työntekijät lähestyvät itse suoraan yrityksiä. Pienemmällä yrityksillä tämä tilanne ei ole sama, vaan he käyvät erillisen työntekijän hakijaprosessin läpi. Henkilö 3: ”Meidän yrityksellä on ollut niin pitkä matka kansainvälisillä poluilla, että meijän brändin kautta tulee paljon suoria kontakteja työnhakijoilta. Siihen ei oo tarvinnu mitenkään erityisesti panostaa.”

Henkilö 2: ”Mutta ehkä ne pääväylät on niiku iha perinteisen kansainvälisten työvoimapalveluiden hyödyntäminen ja sitte nää niin sanotut agenttitoimistot, joista haetaan.”

Henkilö 1: ”Sit on käytössä semmosia rekrymessuja tuolla netissä ja somessa. Niitä rekrymessuja tapahtuu noin 2–3 kertaa vuodessa, joihin me osallistutaan. Sieltä huomaa, että sieltä tulee sellasia isoja hakijamääriä messujen aikana ja niiden jälkeen. Ne on ollu semmoset tosi aktiiviset ja hyvät.”

Muita esimerkkejä yleisimmiksi väyliksi nostettiin kansainväliset matkailujärjestöt, sosiaalinen media, työntekijöiden levittämä hyvä maine omalle tuttav- ja perhepiirilleen ja erilaisten oppilaitosten kanssa tehtävä yhteistyö. Moni haastateltu henkilö nosti esiin yhteistyön oppilaitosten kanssa, sillä sitä väylää pitkin he ovat saaneet työllistettyä lukuisia vaihto-opiskelijoita ja saaneet sen myötä pi-

dempiäkin työsuhteita solmittua sekä vietyä positiivista mainetta omasta yrityksestään vaihto-opiskelijan kotimaahan.

5.7 Mikä ajaa kansainväliset työntekijät hakemaan töitä matkailun parista Suomen Lapista?

Haastattelujen myötä kävi ilmi, että suurimmaksi osaksi kansainväliset työntekijät ajautuvat työskentelemään Suomen Lappiin matkailun pariin samoista syistä, kuin kansainväliset matkailijat matkustavat Lappiin lomalle. Henkilö 5: ”Tunnettavuus on varmaan se keskeinen seikka ja se kiinnostavuus, eksotiikka tavallaan se Lappi-brändi, lumi ja tämmöset.”

Lisäksi useampi haastateltava nosti esiin työntekijän turvallisuuden, hyvät oikeudet, ja korkeampi palkkataso, kun niitä verrataan moneen muuhun maahan. Suomessa työntekijöiden oikeuksia turvaa jokaisella alalla noudatettavat työehtosopimukset, joissa määritellään esimerkiksi lepoaikojen määrät ja työtuntien viikko-kohtaisen maksimimäärän.

Henkilö 6: ”Just tää yks meidän Etelä-Afrikan tiimiläinen, ku hän tuli meille niin ensimmäiseksi hänelle hankittiin polkupyörä. Polkupyörä hankittiin hänelle, koska hän haluaa pyöräillä ja ennen kaikkea pystyy pyöräillä. Hän voi turvallisesti pyöräillä kadulla, ilman pelkoa siitä, että kukaan kävis hänen kimppuunsa.”

5.8 Mitkä ovat kansainvälisen työntekijän isoimmat vahvuudet verrattuna paikalliseen työntekijään? Entä mitkä ovat heikkoudet?

Todella moni haastateltavista oli sitä mieltä, että kansainvälisillä työntekijöillä on keskimäärin kovempi motivaatio työnteon suhteen, kun heitä verrataan kotimaisiin työntekijöihin. Henkilö 2: ”Kansainvälisten työntekijöiden ammattitaito on kyllä niinku jäätävän kova ja hyvä.”

Henkilö 3: ”Kotimaalaisilla työntekijöillä monesti niinku sellanen kuviteltu osaaminen on paljon korkeammalla tasolla ko todellinen osaaminen ja työmotivaatio on vähän sellanen... eikö vähemmällä vois saaha enemmän. Totta kai tämä ei koske kaikkia.”

Muita vahvuuksia, joita kansainvälisillä työntekijöillä on monesti verrattuna kotimaisiin työntekijöihin, on kielitaito, varsinkin mikäli matkailuyrityksen tärkein asiakassegmentti on kansainväliset matkailijat. Tämän lisäksi haastateltavista useampi nosti esiin laajemman kulttuurituntemuksen. Heikkouksista esiin tuotiin esimerkiksi paikallisen aluetuntemuksen sekä aluehistorian osaamisen heikompi taso, verrattuna kotimaisiin työntekijöihin.

5.9 Miten tehostaisit kansainvälisten työntekijöiden rekrytointiprosessia?

Haastatteluissa useampi henkilö nosti esille eri yhteistyökumppaneiden ja kansainvälisten toimijoiden yhteistyön tiivistämistä. Henkilö 1: ”Sitten ku alkaa se talven massarekrytointi, niin sitte on ehkä ihan hyvä panostaa siihen, että ulkomaalaiset työntekijät on aina vaan yhen rekrytoijan hallussa, että kokonaisuus on entistä hallitumpi.”

Suuri osa haastatelluista henkilöistä toi esiin oman tyytymättömyytensä pitkiin työlupien käsittelyprosesseihin.

5.10 Tuottaako erilaisten työskentelykulttuureiden kohtaaminen haasteita?

Entä hyötyjä? Jos tuottaa, niin millaisia?

Haastateltavat henkilöt toivat poikkeuksetta esille enemmän hyötyjä, mitä haasteita. Koetuista hyödyistä eniten nousi pinnalle kansainvälisen työntekijän tuoma kokemus työporukkaan ja heidän tuore näkökulmansa yrityksessä pitkään samalla lailla tehtyihin asioihin. Kun kansainvälinen työntekijä tulee uutena työntekijänä yritykseen, hän osaa verrata toimintatapoja eri työskentelykulttuureiden välillä ja voi mahdollisesti tuoda täten lisäarvoa yritykselle tehostaen sekä kehittäen yrityksen jo mahdollisesti vakiintuneita toimintatapoja. Haastateltavat olivat yksimielisiä siitä, että matkailuala on jo tällä hetkellä kansainvälistä ja palaute työntekijöiltä tähän liittyen on positiivista. Matkailun parissa työskentelevät ihmiset ovat tiiviisti tekemisissä keskenään ja se lisää heidän keskuuteensa yhteenkuuluvuuden tunnetta.

Heikkouksista nostettiin esiin esimerkiksi miesten ja naisten väliset sukupuoliroolit eri kulttuureissa. Esimerkiksi joissakin kulttuureissa ei olla totuttu naisjohtajiin

työelämässä ja tämä voi aiheuttaa pieniä haasteita. Nämä haasteet eivät kuitenkaan ole esteenä työnteolle.

6 JOHTOPÄÄTÖKSET

Tämä luvun tarkoituksena on vastata opinnäytetyöhön esiteltyihin tutkimuskysymyksiin, jotka ovat: Kansainvälisten työntekijöiden merkitys Suomen Lapin matkailussa? Miten kansainvälisen työvoiman rekrytoiminen eroaa kotimaisesta työvoimasta? Kansainvälisen työvoiman merkitys tulevaisuudessa Lapin matkailussa? Luvussa käsitellään myös tutkimuksen luotettavuutta.

Haastateltavien vastaukset olivat hyvin samankaltaisia ja monet heistä nostivat samoja yksityiskohtia esiin. Haastateltavien joukossa oli niin isoja kuin pieniäkin matkailualan yrityksiä ympäri Lappia, joten vastauksista tuli esille eri yritysten näkökulmat ja toimintatavat.

6.1 Kansainvälisten työntekijöiden merkitys Suomen Lapin matkailussa?

Haastatteluiden perusteella kansainvälisen työvoiman merkitys Suomen Lapin matkailussa on suuri ja tulevaisuudessa tulee muuttumaan entistä suuremmaksi. Kaikki haastateltavat henkilöt tunnistivat kansainvälisen työvoiman tärkeyden ja roolin kokonaiskuvassa. Päällimmäisiksi vahvuuksiksi nousivat keskimäärin kovempi työmotivaatio, monen kielen taitaminen, vahvempi kulttuurituntemus sekä vahvempi palvelualttius, kun verrataan kotimaisiin työntekijöihin. Heikkouksiakin löytyy, mutta haastatteluiden perusteella silti reilusti vähemmän mitä vahvuuksia.

Suurimmat haasteet kansainväliseen työvoimaan liittyen ovat heidän suuri vaihtuvuutensa työvoimassa. Matkailualan työt Suomen Lapissa ovat toistaiseksi hyvinkin sesonkipainotteisia ja ne painottuvat talvikuukausille. Tähän on kuitenkin tavoitteena saada tehtyä muutos, laajentamalla matkailu ympärivuotiseksi ja aloittamalla lumettoman ajan matkailun brändäämisen. Lisäksi haastatteluissa nostettiin esille näkökulma, jonka mukaan kaikkien muiden alojen yritysten täytyisi paremmin tunnistaa kansainvälisen työvoiman potentiaali ja alkaa hyödyntämään sitä.

6.2 Miten kansainvälisen työvoiman rekrytoiminen eroaa kotimaisesta työvoimasta?

Haastatteluissa kävi ilmi, että kansainvälisen sekä kotimaisen työvoiman rekrytoiminen eivät eroa toisistaan kovinkaan paljoa. Kansainvälisiä työntekijöitä haetaan hieman eri väylistä, mitä kotimaalaisia, mutta itse rekrytointiprosessi noudattaa samoja kaavoja. Korona-aikana työhaastattelutkin ovat samanlaisia, sillä poikkeusajan olosuhteet kannustavat hyödyntämään etäväyliä. Poikkeusolojen ulkopuolella, kotimaalaisten työnhakijoiden työhaastattelut pidetään enemmän kasvotusten, koska sen myötä hakijasta saa paremman kokonaiskäsityksen. Kasvotusten tapahtuvassa haastattelussa rekrytoija pystyy lukemaan haastateltavan kehonkieltä sekä muuta sanatonta viestintää, joita etähaastatteluissa voi olla vaikeaa tulkita.


Kansainvälisen työntekijän rekrytoimisessa eroavaisuutena kotimaisen työvoiman rekrytointiin on, että kansainväliseltä työntekijältä kannattaa varmistaa etukäteen, että hän on tietoinen mitä arktiset olosuhteet käytännössä tarkoittavat. Lisäksi etukäteen on mahdotonta tietää, kuinka esimerkiksi Etelä-Euroopan lämpimistä maista tuleva työntekijä reagoi pohjoisen kylmiin, pimeisiin sekä pitkiin talviin. Kotimaisilla ja varsinkin paikallisilla työntekijöillä on lähtöasetelmissä etu verrattuna kansainväliseen työntekijään, sillä heiltä löytyy todennäköisesti valmiiksi alue-tietämystä, teoreettista tietoa alueen historiasta sekä vallitsevista olosuhteista.


Kun Suomen ulkopuolelta saapuvaa kansainvälistä työntekijää verrataan kotimaiseen ja paikalliseen työntekijään, täytyy huomioida myös työntekijän majoituspuoli.


6.3 Miten kansainvälisen työvoiman rekrytoimista voidaan tehostaa?

Teoriaosuutta tehdessä ja taustatietoa etsiessä kävi ilmi, että Lapin matkailussa kansainvälisten kausityöntekijöiden määrää ei olla tilastoitu tarkemmin. Pitämällä tarkkaa tilastoa yllä kansainvälisistä kausityöntekijöistä, rekrytoimisesta voidaan oppia monenlaisia faktoja: esimerkiksi mitkä väylät heidän rekrytoinnissansa ovat tehokkaimpia, sekä mistä maasta tai miltä alueelta saadaan keskimäärin tehokkaimpia työntekijöitä. Tilastoinnin kautta voidaan saada selville minkälaiset työ-

paikkailmoitukset tehoavat parhaiten kansainvälisiin matkailualan työnhakijoihin ja sen kautta yleistä työpaikkailmoitusten laatua sekä houkuttelevuutta voidaan parantaa. Työpaikkailmoituksen houkuttelevuuden myötä hakijoita voidaan saada enemmän, joka taas johtaa potentiaalisesti työhön valittujen henkilöiden määrän kasvuun positiivisesti.



Avoimet työpaikat 

Oppaita talvikaudelle 2021-2022, 10 paikkaa, Barona Oy, Barona Lapland Oy, Rovaniemi 

Kuvaus Tiedot Kartta

Star Arctic Hotel Saariselkä sijaitsee ainutlaatuisella paikalla Kaunispään huipulla, Suomen Lapissa. Hotelli tarjoaa monipuolisia palveluja ja aktiviteettejä asiakkailleen, joten he tarvitsevat osaavia ja innostuneita käsipareja joukkoonsa. Haemme OPPAITA asiakkaallemme määräaikaan työsuhteeseen.

Hymy herkässä ja asiakaspalveluasenne kunnossa?

Oletko positiivisella asenteella varustettu, kielitaitoinen ammattilainen, jolla on aikaisempaa kokemusta oppaan työstä vai oletko vasta valmistumassa ammattiin? Mikäli puhut sujuvasti englantia, osaat luoda asiakkaille viihtyisän ja turvallisen ilmapiirin ja pidät huolta jokaisesta opastettavasta, olet etsimämme henkilö. Edellytämme sinulta vähintään B-luokan ajokorttia ja kokemusta talviaktiviteeteistä. Ensiapukoulutus järjestetään tarvittaessa.

Maksullinen kimppa-asuminen järjestyy. Työn aloitus marraskuussa 2021 . Tarjolla eripituisia työsuhteita. Osa marraskuusta loppiaiseen, osa maaliskuun 2022 loppuun saakka.


Oppaat työskentelevät monenlaisissa opastehtävissä.

Odotamme hakijalta:

- suomen ja englannin kielen taitoa
- asiakaspalveluhenkisyttä
- soveltuvaa koulutusta (esim. eräopas tai luonto-ohjaaja)
- B-ajokorttia.

Sitten hakemaan!

- Klikkaa oheista Hae työpaikkaa -linkkiä
- täyttyä yhteystietosi sekä työ- ja opiskeluhistoriasi sähköiseen hakemukseemme
- lisää työ- ja opiskelutodistukset hakemuksen liitteeksi.

 2 / 2

Kuvio 6. Barona Lapland Oy:n jättämä työpaikkailmoitus TE-palveluiden sivuilla (Työ- ja elinkeinopalvelut 2021)

Kuviossa 6, näemme Barona Lapland Oy:n jättämän työpaikkailmoituksen, jossa haetaan oppaita Saariselän Kaunispaällä sijaitsevalle Star Arctic Hotelille. Työpaikkailmoituksesta näemme, että se on kirjoitettu ainoastaan suomen kielellä ja ilmoituksen laatija on kirjoittanut odottavansa hakijalta sekä suomen, että englannin kieliosaamista. Ilmoituksessa ei mainita, odotetaanko hakijalta sujuvaa suomen kielen taitoa vai pärjäävätkö hakijat työssään tyydyttävällä suomen kielen osaamisella. Mikäli hakemus olisi kirjoitettu myös englanniksi, voisi hakijamäärä olla korkeampi, sillä myös esimerkiksi Suomessa jo asuvat kansainväliset työntekijät, jotka eivät ole täysin varmoja omasta suomen kielen osaamisestaan voisivat hakea ja olla potentiaalisesti täysin sopivia työntekijöitä kyseiseen työnkuvaan. Kuvion 6 työpaikkailmoituksesta voimme huomata matkailun sesonkipainotteisuuden, sillä tarjottava työsuhde on määräaikainen.

Maritta Joki (2018, 92) tuo kirjassaan esille, että onnistuneen rekrytointi-ilmoituksen taustalla on yrityksen oman houkutuskeijöiden tunnistaminen sekä niiden hyödyntäminen. Kuviossa 6, Baronan työpaikkailmoituksen laatinut henkilö on tunnistanut Lapin ainutlaatuiset olosuhteet ja tuonut niitä esille lyhyesti tekstissä. Mikäli houkutuskeijöistä olisi kerrottu 1–2 lausetta enemmän, voisi se luoda vielä houkuttelevamman käsityksen työpaikasta ja työympäristöstä, kuitenkin viemättä liikaa huomiota olennaisimmalta asialta, eli itse työpaikalta.

Kuvion 6 työpaikkailmoituksessa mainitaan, että työhön etsitään oppaita, joilla on kokemusta talviaktiiviteeteistä. Näitä aktiiviteettejä olisi voinut lyhyesti jo avata parilla sanalla itse työpaikkailmoitukseen. Henkilöstövuokrausyritysten kautta tapahtuvassa rekrytoinnissa on myös yleistä, että asiakasyrityksen nimeä ei mainita. Työnhakijan näkökulmasta tämä voi tuntua turhauttavalta, sillä työnhaku on kaksisuuntaista vuorovaikutusta. Mikäli yritys selviää vasta työhaastattelussa ja selviää, että kyseinen yritys ei ole jostain syystä (esimerkiksi työnhakijan sekä yrityksen arvot eivät kohtaa) sopiva työnhakijalle, on silloin tuhlatu niin työnhakijan kuin henkilöstövuokrausyrityksen työntekijöiden aikaa. Kun yrityksen nimi mainitaan jo työpaikkailmoituksessa, voidaan säästää resursseja ja saadaan heti alusta asti hakijoita, jotka ovat valmiita työskentelemään kyseisen yrityksen alaisuudessa. Työhaun kohteena olevan yrityksen esittely jää useasti työnhakijan vastuulle.

kysyä, sillä haastattelevat henkilöt jättävät monesti sen tekemättä joko tietoisesti tai tiedostamatta.

Muut rekrytointikanavat kuin TE-palveluiden ”avoimet työpaikat” mahdollistavat yritysten oman markkinointimateriaalinsa lisäämisen työpaikkailmoitusten yhteyteen ja sitä kautta yritykset voivat vaikuttaa työnhakijoihin myös visuaalisesti, esimerkiksi kuvilla Lapin luonnosta tai muuten tavalla, joka kuvaa työnhaun kohteena olevaa yritystä. Kuvien lisäämisessä tärkeää on, että ne liittyvät rekrytoinnin kohteena olevaan työhön, yritykseen tai työskentely-ympäristöön.

6.4 Yhteenveto

Teorian sekä toteutetun empiirisen tutkimuksen pohjalta voidaan todeta, että kansainvälisten matkailualan työntekijöiden merkitys on todella tärkeä ja se tulee tulevaisuudessa muuttumaan entistä tärkeämmäksi. Kysyntä Lapin matkailulle ei ole kadonnut, vaan kansainväliset matkailijat odottavat matkustusrajoitusten poistumista sekä koronaviruspandemian laantumista. Kun rajoitukset ovat poistuneet ja tilanne myös maailmalla helpottanut, tulee Lapin matkailu palaamaan entiselleen nopeasti, vaikka pandemia-aika jääkin matkailijoiden mieleen.

Kansainvälisten työntekijöiden rekrytointi ei juurikaan eroa kotimaalaisista työntekijöistä. Kuitenkin kansainvälisen työntekijän rekrytoinnissa täytyy ottaa huomioon esimerkiksi käytännön apu asuntoa järjestettäessä sekä työlupa-asiat, mikäli hakija tulee EU:n alueen ulkopuolelta.

Kansainvälisten matkailualan kausityöntekijöiden rekrytoimista voidaan tehostaa esimerkiksi tilastoimalla tarkasti heidän vuosittaiset lukemansa ja sen jälkeen analysoimalla saatuja lukemia. Tuloksista voidaan päätellä ainakin minkälaiset työpaikkailmoitukset houkuttelevat hakijoita kaikista eniten sekä kannattaako rekrytointia keskittää jollekin tietylle maantieteelliselle alueelle, jolta saadaan keskimääräistä tehokkaimmat ja palvelualttiimmat työntekijät.

6.5 Luotettavuuden arviointi

Tutkimuksen luotettavuutta voidaan analysoida reliabiliteetin sekä validiuden näkökulmista. Vaikka otanta oli pienempi, mitä olin alun perin suunnitellut tätä työtä varten, toistui vastauksissa samoja asioita riippumatta yrityksen kokoluokasta. Tästä voidaan päätellä, että vaikka haastateltavia olisi ollut isompi määrä, tulisi vastaukset pysymään samankaltaisina toisiinsa nähden. Näin ollen tutkimus on reliaabeli eli pysyvä.

Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen merkityksellisyyttä. (Whittemore, Chase, ja Mandle 2001) Tutkimuksessa käsiteltiin Lapin alueen matkailuyritysten työvoimapulaa ja kansainvälisten työntekijöiden merkityksellisyyttä Lapin matkailulle. Aihe oli ajankohtainen ennen koronaa, sillä työvoimapulaa oli siinä vaiheessa jatkunut jo useamman vuoden. Koronan aikana työvoimapulaa ei ole, vaan matkailualan työpaikkoja on paljon rajoitetummin tarjolla liittyen matkustusrajoitukseen. Aihe tulee ajankohtaiseksi, kun matkailu avautuu taas ja matkailijoiden määrä palautuu samaan kokoluokkaan, kuin mitä se oli ennen pandemia-aikaa. Viime vuosikymmeninä maailman globalisoituminen on tuonut ihmiset ympäri maapallon lähemmäksi toisiaan. Globalisoitumisen myötä maailmasta ei löydy enää montaa maata, jossa ei puhuttaisi englantia. Tästä syystä kansainväliset työntekijät ovat jo vakinaistaneet paikkansa matkailualalla.

Lähetin haastattelukysymykset haastateltaville henkilöille etukäteen, jotta he ehtivät tutustua niihin etukäteen rauhassa. Tämän lisäksi kerroin kaikille henkilöille, että heidän nimiään tai edustamansa yrityksen nimeä ei mainita haastatteluissa anonymiteetin varjolla. Tämän avulla haastateltavat uskalsivat tuoda omat sekä edustamansa yrityksen mielipiteet rehellisesti esille. Tiedon vääristymisen estämiseksi kirjoitin kaikki haastattelut puhtaaksi sanasta sanaan.

6.6 Jatkotutkimusideat

Jatkotutkimuksille löytyy mahdollisuuksia, koska kansainvälisen työvoiman rekrytoimista Lapin matkailussa on tutkittu vähän. Esimerkiksi kehityshanke kan-

sainvälisten työntekijöiden rekrytointiprosessin tehostamisesta jollekin Lapin alueen matkailuyritykselle olisi potentiaalinen aihe. Lisäksi luvussa 6.3 käsiteltiin faktaa, että kansainvälisten matkailualan kausityöntekijöiden määrästä ei olla tehty tarkempaa tilastointia, jonka avulla voidaan päätellä esimerkiksi minkälaiset työpaikkailmoitukset houkuttelevat parhaiten kansainvälisiä matkailualan työntekijöitä. Tilastoinnin avulla voidaan myös selvittää, mihin maantieteelliseen alueeseen kannattaa keskittää markkinointia parhaimman työnhakijapotentiaalin saavuttamiseksi.

LÄHTEET

- Business Finland. 2021a. ”Matkailuvuosi. 2020”.
<https://www.businessfinland.fi/suomalaisille-asiakkaille/palvelut/matkailun-edistaminen/tutkimukset-ja-tilastot/matkailuvuosi>. Viitattu 17.3.2021
- Business Finland. 2021b. ”10 faktaa Lapin matkailusta 2020”
https://www.lapland.fi/uploads/2021/02/4bffb3a8-hol_10faktaa-lapin-matkailusta_2020_fi.pdf. Viitattu 17.3.2021
- Business Finland. 2018. ”Mitä Kaakkois-Aasiasta tulevat matkailijat odottavat Lapin lomaltaan?” <https://www.businessfinland.fi/ajankohtaista/blogs/2018/mita-kaakkois-aasiasta-tulevat-matkailijat-odottavat-lapin-lomaltaan>. Viitattu 17.3.2021
- Business Finland. 2020. ” Sustainable Travel Finland label”
<https://www.businessfinland.fi/en/do-business-with-finland/visit-finland/sustainable-travel-finland-label> viitattu 12.4.2021
- Dessler, G. 2016. *Human Resource Management 15th edition*. ISBN: 978-0-13-423545-5
- Duunitori. 2018. ”Lapissa on työvoimapula – tällaisiin töihin pohjoiseen kaivataan: ’Kotimaasta ei löydetä tekijöitä’”. <https://duunitori.fi/tyoelama/lappi-tyovoimapula> Viitattu 7.4.2021
- Eilakaisla Oy. 2021. ”Eila Kaislan ja Eilakaisla Oy:n tarina | Eilakaisla”.
<https://www.eilakaisla.fi/eilakaisla/kaislan-tarina> Viitattu 28.4.2021
- Elinkeino-, liikenne- ja ympäristökeskus. 2021. ”Kansainvälisen rekrytoinnin opas”
- Heikinmatti, A. ja Viinikka, P. 2020. ”Jos Lapin matkailun talvisesonki sakkaa, se voi tarkoittaa nuorten massatyöttömyyttä – Ida Aatsinki: ’Kyllä tulevaisuus pelottaa’” <https://yle.fi/uutiset/3-11523520>. Viitattu 11.4.2021

Henkilöstöpalveluyritysten liitto ry. 2020. ”TOP20 liikevaihtotiedustelu”. https://hpl.fi/wp-content/uploads/2021/02/HPL_TOP20_joulukuu2020.pdf Viitattu 25.4.2021

Hoppe, T. ja Laine, T. 2014. *Työnhakuopas: mitä, miten, missä?* ISBN 978-952-14-3089-3

Joki, M. 2018. *Henkilöstöasiantuntijan käsikirja*. Vantaa: Hansaprint Oy

Kansainvälinen työjärjestö. 2010. *Developments and Challenges in the Hospitality and Tourism Sector*. Geneva: ILO. Viitattu 24.4.2021

Kuittinen, L. 2020. ”Lapin matkailu pyörii entistä enemmän ulkomaisten työntekijöiden voimin” <https://www.hs.fi/kotimaa/art-2000006363212.html> Viitattu 12.4.2021

Lapin Liitto. 2019. ”Lapin matkailustrategia 2020–2023. Matkailun tilannekuva-analyysi”. https://arcticsmartness.eu/wp-content/uploads/Matkailu_tilannekuvaraportti_web.pdf Viitattu 25.4.2021

Lapin matkailuelinkeinoliitto / Lapin Liitto. 2019. ”Lapin matkailustrategia 2020–2023”. https://www.lme.fi/media/sievers_lapin-matkailustrategia.pdf viitattu 10.4.2021.

Logistiikan maailma. 2021. ”MAAS – Mobility As A Service” <https://www.logistiikanmaailma.fi/logistiikka/digitalisaatio/maas-mobility-as-a-service/> viitattu 10.4.2021.

Merriam, S. B. ja Tisdell, E.J. 2016 *Qualitative research: a guide to design and implementation*.

Newell Brown J. ja Swain, A. 2009. *The Professional recruiter's handbook, delivering excellence in recruitment practice*. London: Kogan Page ltd.

Nickson, D. 2007. *Human resource management for the hospitality and tourism industries*. Cornwall: Elsevier ltd.

Page, S, J. 2019. *Tourism Management*. New York: Routledge

Räihä, P. 2016. ”Lapin matkailun kolme pointtia: Joulupukki, revontulet ja Euroopan puhtain ilma” <https://yle.fi/uutiset/3-8569668> Viitattu 17.3.2021

Rötkin, L. 2015. *Terveisiä pomolle*. ISBN: 978-952-14-2549-3

Taylor Jr, J.C. ja Stern Jr, G.M. 2009. *The Trouble with HR: An Insider's Guide to Finding and Keeping the Best Talent*. New York: AMACOM

Tilastokeskus. 2021. ”Majoitustilasto 2021, helmikuu” https://tilastokeskus.fi/til/matk/2021/02/matk_2021_02_2021-03-25_fi.pdf. Viitattu 30.3.2021

Toivonen, P. 2019. ”Matkailu on tuonut mukanaan ympäristöongelmia: ’Jos pie-
neen tuhannen asukkaan kylään Lapissa tulee yhtäkkiä bussilasteittain ihmisiä, voi
kylän elämään tulla aika iso muutos”’ <https://www.lapinkansa.fi/matkailu-on-tuonut-mukanaan-ymparistoongelmia-jos/176365> Viitattu 19.3.2021

Työ- ja elinkeinoministeriö. 2019. ”Yhdessä enemmän – kestävä kasvua ja uudistumista Suomen matkailuun. Suomen matkailustrategia 2019–2028 ja toimenpiteet 2019–2023” Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:60

Valtioneuvosto. 2021. ”Suuntaviivat covid-19-epidemiaan liittyvien rajoitustoimien- ja suositusten hallitulle purkamiselle: Luonnos hallituksen muistioksi 9.4.2021” Valtioneuvoston julkaisuja 2021:16

Whittemore, R., Chase, S. ja Mandle, C. 2001. ”Validity in Qualitative Research”. doi:10.1177/104973201129119299

LIITTEET

LIITE 1. Haastattelukysymykset

1. Minkälaiset ovat Lapin matkailun tulevaisuudennäkymät?
2. Kuinka voimme välttyä liikaturismilta Lapissa?
3. Miten voimme varmistaa, että Lapin luonto pysyy puhtaana ja ihmisiä houkuttelevana matkailun kasvaessa?
4. Minkälaiseksi näet kansainvälisten työntekijöiden tulevaisuudennäkymät Lapin matkailun parissa?
5. Minkälaisia seikkoja kansainvälisen työntekijän rekrytoimisessa tulee huomioida?
6. Mitkä ovat yleisimmät väylät tavoittaa kansainvälisiä työntekijöitä?
7. Mikä ajaa kansainväliset työntekijät hakemaan töitä matkailun parista Suomen Lapista?
8. Mitkä ovat kansainvälisen työntekijän isoimmat vahvuudet verrattuna paikalliseen työntekijään? Entä mitkä ovat heikkoudet?
9. Miten tehostaisit kansainvälisten työntekijöiden rekrytointiprosessia?
10. Tuottaako erilaisten työskentelykulttuureiden kohtaaminen haasteita? Entä hyötyjä? Jos tuottaa, niin millaisia?