

Ylläksen alueen matkailuliiketoiminnan osaamistarvekartoitus

28.1.2016 Meeri Linna & Tuomo Palokangas

Sisällys

| | |
|----------------------------------------------------------|----|
| 1. JOHDANTO | 3 |
| 2. YLEISTÄ MATKAILUSTA..... | 4 |
| 3. SELVITYSTYÖN TEKEMINEN..... | 5 |
| 4. YLEISET HAVAINNOT | 7 |
| 4.1 Ulkomaalaisten matkailijoiden tuomat haasteet | 8 |
| 4.2 Koulutusorganisaatioiden ja työelämänyhteistyö | 9 |
| 5. SESONKILUONTEISUUS JA TYÖVOIMAN TARVE..... | 10 |
| 6. TÄLLÄ HETKELLÄ EDELLYTETTÄVÄ OSAAMINEN..... | 12 |
| 6.1 Kuiluja eli osaamisenvajeita | 14 |
| 7. TULEVAISUUDEN OSAAMISTARPEET | 17 |
| 8. VÄLITÖN LISÄOSAAMISEN TARVE | 19 |
| 9. LOPPUYHTEENVETO..... | 19 |

1. JOHDANTO

Ylläksen matkailualueelle tehtiin syksyn 2015 aikana osaamistarvekartoitus. Kartoituksen tekemisestä sovittiin yhteistyössä Ammattiopisto Lappian, Kolarin kunnan, Lapin ELY - keskuksen ja Ylläksen Matkailuyhdistyksen ry kanssa.

Ammattiopisto Lappia toteutti haastattelut yrityksiin. Kartoituksia tehtiin yhteensä 32 yritykseen. Kahdessa haastattelussa yrityksessä oli useampi ravintola, joten tuloksissa on yhteensä 38 kartoitusta. Haastatellut yritykset jakaantuivat toimialoittain seuraavasti:

- muu valmistus
- asuin- ja muiden rakennusten rakentaminen
- muu päivittäistavaroiden erikoisvähittäiskauppa, urheiluvälineiden ja polkupyörien vähittäiskauppa
- taksiliikenne
- majoitus- ja ravitsemistoiminta
- majoitus, hotellit ja vastaavat majoitusliikkeet
- lomamökkien vuokraus
- ravintolat ja vastaava ravitsemistoiminta
- ravintolat
- kahvila-ravintola
- matkailun ohjelmapalvelut
- kiinteistönvälitys
- työvoiman vuokraus
- kiinteistönhoito
- hiihto- ja laskettelukeskus.

Haastattelut toteutettiin elokuun ja marraskuun välillä. Haastetta tuotti aikataulujen yhteensovittaminen, koska yritykset pyrkivät vetämään syksyn sesongin mahdollisimman pienellä työvoimalla ja kaikki haastateltavat osallistuivat myös itse yrityksen päivittäisiin työtehtäviin.

Ylläksen alueen yrittäjillä, yritysten johtajilla, päälliköillä, toimitusjohtajilla ja kaikilla haastatelluilla oli vahva usko Ylläksen alueen kehittymiseen. Ylläksen matkailualueen tuotteet ja palvelut ovat jo nyt monipuolisia ja laadukkaita, mutta silti alueella uskotaan, että ainoastaan kehittämällä jatkuvasti toimintaa pysytään mukana kovenevassa kilpailussa asiakkaista. Alueen yhteis-markkinoinnin osuutta tulisi lisätä.

Ylläksen alueen yrittäjien kannanotoista nousi esiin myös Lapin matkailustrategiassa 2015 - 2018 esille noussut arvomaailman määritelmä, jossa lappilaiseen identiteettiin kuuluu eläminen resursseja säästään ja luonnon ehdoilla. Ylläksellä tiedostetaan esimerkiksi luonnon ja sen ainutlaatuisuus ja pyritään profiloitumaan sen mukaisesti.

Lapin matkailun kansainvälisesti tärkeimmät vetovoimatekijät ovat arktinen luonto, luonnonolosuhteet ja -ilmiöt, sekä lappilaiset alueelliset ja kulttuuriset erityispiirteet.

Siksi **Lapin matkailun kehittämisen lähtökohtana on arktisten luonnonolosuhteiden ja kulttuurin kestävä ja vastuullinen hyödyntäminen.** Matkailun kestävyttä tulee tarkastella samanaikaisesti ekologisesta, taloudellisesta ja sosiokulttuurisesta näkökulmasta (Lapin matkailustrategia 2015 - 2018).

2. YLEISTÄ MATKAILUSTA

Lapissa matkailu on kasvanut parin viime vuoden aikana. Kehitys seuraa samaa linjaa kuin valtakunnallisesti, sillä matkailu kasvaa nimenomaan kansainvälisen kysynnän osalta. Vuonna 2013 Lapin rekisteröidyt kansainväliset yöpymiset ylittivät ensimmäistä kertaa miljoonan yöpymisen rajan. Todellisuudessa luku on suurempi, sillä rekisteröinnin ulkopuolelle jää eräiden arvioiden mukaan jopa 2/3 yöpymisistä. Kotimaan kysyntä on viime vuodet polkenut paikoillaan tai jopa hieman vähentynyt (Lapin matkailustrategia 2015 - 2018)

Lapin matkailu kasvoi nopeasti vuonna 2012, jolloin rekisteröidyt yöpymiset lisääntyivät noin 4,5 %. Sen jälkeen kokonaisyöpymisten kasvu on tasaantunut vajaaseen prosenttiin. Merkittävä Iso-Britannian markkina-alue on kehittynyt viime vuosina hyvin. Venäjän markkinoiden vahva kasvu on hidastunut johtuen ruplan arvon laskusta ja venäläisten ostovoiman heikkenemistä. Lappi on houkuttellut myös aasialaisia matkailijoita, erityisesti japanilaisia (Lapin matkailustrategia 2015-2018).

Matkailu on merkittävä toimiala Lapissa, koska se työllistää väestöä myös alue- ja kuntakeskusten ulkopuolella, auttaa ylläpitämään liikenneyhteyksiä ja saavutettavuutta sekä tuo positiivista elinvoimaa maaseudulle. Matkailukeskukset ovat tärkeitä palvelukeskittymiä myös paikallisen väestön tarpeisiin. Kansainvälisyys on luontainen osa Lapin matkailua ja se heijastuu myönteisesti myös muuhun aluetalouteen.

Lapin vuotuisen matkailutulon arvioidaan olevan noin 630 M€ ja työllistävän vaikutuksen 5 000 henkilötyövuotta (luku ei sisällä vuokratyövoimaa). Matkailun tutkimus- ja koulutusinstituutin tekemän selvityksen mukaan matkailutulo 12 Lapin kunnassa oli 540 M€.

Suomessa Lapin kilpailuetuna on toistaiseksi ollut monipuolinen tuotetarjonta, hyvä infrastruktuuri ja matkailun ammattimaisuus, mutta näiden tekijöiden osalta etumatka on kaventumassa. Lapin matkailun vahvuutena on se, että Lappi on vetovoimainen monella markkina-alueella. Mikäli kysyntä jollain markkina-alueella heikkenee, jokin muu yleensä kompensoi sitä. Toisaalta Lapissa matkailumarkkinointiin käytettävät resurssit ovat suhteellisen pienet, mutta niitä on onnistuttu lisäämään esimerkiksi hankkeiden kautta.

Lappi elää luonnonvaroista ja luonnonolosuhteista. Arktiset luonnonolosuhteet ovat perustana elämyksellisille matkailutuotteille. Arktisen luonnon monikäyttöosaaminen on Lapin vientituote.

3. SELVITYSTYÖN TEKEMINEN

Kartoituksen tavoitteena oli saada ammattiryhmittäin tietoa yritysten osaamisen tämän hetkisestä tilasta, välittömistä osaamisen kehittämistarpeista, tulevaisuuden osaamisen kehittämistarpeista sekä rekrytoitavilta henkilöiltä edellytettävistä osaamisista. Selvitystyössä käytettiin apuna C&Q –tietojärjestelmää. C&Q on suomalainen osaamisen hallinnan ja johtamisen työkalu jonka avulla voidaan:

- Kartoittaa yksittäisten yritysten ja yritysryhmien osaamistarpeet
- Yhdistää kattavasti eri yritysten osaamistarpeet
- Selvittää kriittisimmät osaamisen kehittämisen kohteet
- Tuottaa ennakoitietoa tulevaisuuden osaamistarpeista
- Analysoida tuloksia alue-, toimiala-, ammatti- ja osaamisalueetasolla
- Selvittää miten yritysten osaamisresurssit vastaavat niiden osaamistarpeita
- Selvittää seikkaperäisesti mitä osaamista työelämä ammattilaisilta edellyttää

Ainutlaatuinen 14 000 osaamisalueen hierarkkinen C&Q-luokitus mahdollistaa osaamistarpeiden täsmällisen määrittelyn ja laajat yritysryhmien yhteenvedot. Osaamistarvekartoituksissa saadut tiedot on tallennettu organisaatiokohtaisesti C&Q – tietojärjestelmään, josta saadaan myös yrityskohtaiset osaamisen kehittämisraportit. Raportteja voidaan myöhemmin hyödyntää kehitettäessä henkilöstön osaamisia.

Osaamistarvekartoitukseen liittyy kaksi eri haastatteluvaihetta. Haastattelun ensimmäisessä vaiheessa käytiin läpi yrityksen perustiedot sekä henkilöstöä koskevat lisätiedot. Kartoituksessa käytettiin apuna kahdeksaa kysymystä, joiden avulla jokaisesta yrityksestä saatiin analysointiin ja vertailuun tarvittavat yhdenvertaiset vastaukset. Yritystä pyydettiin vastaamaan seuraaviin kysymyksiin:

1. Mitä ammattiryhmiä yrityksessänne työskentelee?
2. Mitkä osaamiset tulevaisuudessa organisaatiossanne korostuu?
3. Mitä henkilöstönne osaamista pitäisi välittömästi kehittää?
4. Ollaanko organisaatioonne palkkaamassa henkilöstöä seuraavan 12 kk aikana?
5. Onko henkilöstönne edustajilla aikomusta/kiinnostusta kouluttautua johonkin tutkintoon?
6. Mitä alihankinta-, ostopalveluja tai tilapäistyövoimaa on ollut vaikea saada?
7. Haluaako organisaationne tarjota työssäoppimis- tai harjoittelupaikkaa opiskelijoille?
8. Mitä osaamisalueita (tietoja, taitoja, asenteita) olette vastavalmistuneilta rekrytoiduilta tavallisimman puuttuvan?

Haastattelun toisessa vaiheessa yrityksiin tehtiin lisäkartoitus, jossa vastaajaa pyydettiin arvioimaan yrityksen tämän hetkisen osaamisen strateginen merkitys toiminnan kannalta asteikolla 1-5 (5=erittäin merkittävä, 4=merkittävä, 3= jonkin verran merkittävä, 2=vähäinen merkitys, 1 ei merkitystä). Tämän jälkeen vastaaja arvioi henkilöstön tämän hetkistä osaamistasoa ammattiryhmittäin asteikolla 1-5 (5= erinomainen, 4=hyvä, 3=kohtalainen, 2= tyydyttävä, 1= heikko).

4. YLEISET HAVAINNOT

Haastattelujen perusteella voidaan todeta, että Ylläksen alueen yrittäjien tekemisissä tai asenteissa ei näkynyt lama eikä negatiivisuus, mikä muissa ammattiryhmissä on viime vuosina tullut esiin. Usko Ylläkseen ja sen tuomiin mahdollisuuksiin oli vahva. Ylläksen alueen ainutlaatuisuus Pohjoismaissa, Keski-Euroopassa ja Aasiassa oli tiedostettu. Matkailijoiden odotetaan lisääntyvän nyt myös Aasiasta.

Matkailun kasvuun uskottiin niin paljon, että muutamassa yrityksessä yrittäminen oli siirtynyt tai siirtymässä toiselle tai jopa kolmannelle polvelle. Useassa yrityksessä olivat uuden polven yrittäjät lähteneet jatkamaan ja kehittämään yritystä, joka oli suuntautunut matkailuun.

Yrityksiin oli saatu myös muualta tulleita Lapin ja ennen kaikkea Ylläksen ainutlaatuisuuteen uskovia uusia yrittäjiä tai yritysten vetäjiä. Luottamus matkailun tuomaan elinkeinoon aikana, jolloin muu yritystoiminta on laskevaa, on selvästi nousevaa.

Haastatteluissa kysyttiin myös yritysten kasvuhakuisuutta. Ylläksen alueella vastaukset olivat seuraavat:

- Selkeää kasvua haki 10 yritystä
- Maltillista kasvuhakuisuutta 26 yritystä
- Yhden yrityksen toiminta on vähenevää
- Yksi yritys siirtyi uudelle omistajalle

Ylläksen palvelut ja tuotteet ovat jo nyt korkealaatuisia ja monipuolisia. Ravintoloissa käytetään jonkin verran paikallisia tuotteita. Alueen tuotteiden hankintaa ja ostamista pitäisi järjeistää, jotta ostaminen ja paikallisten raaka-aineiden käyttö olisi vaivattomampaa kuin se nyt on. Lähiruoka ja luomu kasvattavat suosiotaan jatkuvasti ja siihen halutaan myös satsata.

Useassa yrityksessä tiedostettiin tarve pyrkiä vielä enemmän ekologiseen, luontoa säästävään toimintamalliin. Esille nousi myös tarve pitää maisema koskemattoman nä-

köisenä, rakentaa luontoa ja maisemaa kunnioittaen ja säästään. Vihreitten arvojen tulisi näkyä toiminnassa. Kierrätykseen ja jätteiden käsittelyyn tulisi kiinnittää vielä enemmän huomiota. Tämä jo senkin vuoksi, että keskieurooppalaiset ovat tarkkoja näiden asioiden suhteen.

Lapissa kunnioitetaan luontoa ja kulttuuria sekä ymmärretään niiden tärkeä merkitys matkailualan kilpailutekijöinä. Matkailua kehitetään siten, että liiketoiminta on kestävä ja vastuullista kaikilla osa-alueilla: sosiaalisesti, kulttuurisesti, ekologisesti ja taloudellisesti. Kestävään kehitykseen liittyy olennaisena osana vähähiilisyyspyrkiminen. Matkailussa se konkretisoituu esimerkiksi energiansäästönä, materiaalitehokkuutena, lämmitysratkaisuina, jätehuoltojärjestelyissä, lähiruuan suosimisena tai matkailukusten hiilijalanjäljen seuraamisena ja vähentämisenä (Lapin matkailustrategia 2015 - 2018).

4.1 Ulkomaalaisten matkailijoiden tuomat haasteet

Ulkomaalaisten osuus Ylläksellä on vahvassa kasvussa. Venäläisten matkailijoiden osuus on pienentynyt. Osalle yrittäjistä positiivisena yllätyksenä tammikuussa 2015 oli kuitenkin sveitsiläisten matkailijoiden saapuminen. Alueella on jo yrityksiä, joiden majoituskapasiteetista ulkomaalaisten osuus on 96 %. Heistä suurin osa on keskieurooppalaisia. Suuria muutoksia on odotettavissa myös muutamaan yritykseen, joihin uusien isojen ranskalaisryhmien tuloa odotetaan vuonna 2016. Heidän saapuminen talvikauden nostaisi tammi-helmikuun käyttöastetta huomattavasti.

Ulkomaalaisten kasvava osuus matkailijoista lisää Ylläksen alueelle myös haasteita. Tällaisia ovat esimerkiksi kielitaito sekä asiakaspalvelussa erilaisten kulttuurien ymmärtäminen ja sen mukaan toimiminen. Monissa yrityksissä oltiin huolissaan uusien työntekijöiden osaamisesta asiakaspalvelutehtävissä. Uudet työntekijät jouduttiin lähes poikkeuksetta kouluttamaan yrityksessä kulttuurien kohtaamiseen ja kohteliaaseen asiakkaan huomioonottavaan käyttäytymiseen.

Yrityksissä toivottiin, että koulutusorganisaatiot pyrkisivät vielä enemmän panostamaan opetuksessa siihen miten asiakaspalvelutilanteissa puhutaan ja käyttäytytään

sekä tutustumaan erilaisiin kulttuureihin ja heidän tapoihin. Tämä nähtiin tarpeelliseksi, koska esimerkiksi saksalaiset ovat erittäin tarkkoja siitä, miten heitä palvellaan. Palvelusta voi jokainen tehdä yhden unohtumattoman elämyksen.

4.2 Koulutusorganisaatioiden ja työelämänyhteistyö

Muutamassa yrityksessä osaamisen ja tiedon laatu on niin kovaa luokkaa, että he jopa toivoivat kouluttajien ja opettajien tulevan heille työssä oppimaan ja sitä kautta myös näkemään, mitä uusilta palvelualan ammattilaisilta Ylläksen alueella odotetaan. Tämä mahdollistaisi myös molemminpuolisen kehittymisen ja yhteistyön lisäämisen. Ennen kaikkea lähtökohtana ja toivomuksena oli se, että koulutusorganisaatiot kouluttaisivat työntekijöitä työelämälähtöisesti.

Asiakaspalvelukoulutusten lisäämistä ja sen laadun parantamista toivottiin myös laajemmin esimerkiksi linja-autonkuljettajille. He ovat useasti se ensimmäinen ihminen, jonka matkailija kohtaa tullessaan vaikka junalla tai lentäen. Linja-autonkuljettajien pakollisiin direktiivipäiviin voisi lisätä esim. asiakaspalvelua ja kieltaitoa.

Laajentuneen asiakaskunnan myötä myös erilaisten ohjelmalveluiden tarve on kasvanut.

Paikallisuus ja oman lappilaisen kulttuurin tuntemus koettiin asioiksi, joihin pitäisi saada lisää koulutusta ja perehdytystä. Näiden kautta myös erilaisten tarinoiden ja juttujen kerrontataitojen toivottiin lisääntyvän. Suomen arktinen strategia linjaa, että arktisen matkailun kilpailukyky rakentuu luonnonolosuhteiden hyödyntämiseen ja luonnon kestävään käyttöön, toimijoiden väliseen yhteistyöhön ja luottamukseen, paikallisuuden ja kulttuurin arvostukseen, turvallisuuteen ja riskienhallintaan sekä ennakoivaan ja innovatiiviseen tuotekehitykseen ja palvelumuotoiluun. Alueelle toivottiin myös selkeää yhtä opaskirjaa, josta löytyisi koko alueen kartta ja palvelut.

5. SESONKILUONTEISUUS JA TYÖVOIMAN TARVE

Matkailun osuus Lapin kaikkien toimialojen liikevaihdosta on noin 5 %. Matkailualojen liikevaihto kasvoi 10 prosenttia vuosien 2009 - 2012 välillä. Hyvä kehitys ei kuitenkaan ole heijastunut työpaikkojen määrään. Lapin suhdannekatsauksessa liikevaihdon trendikuvaaja osoittaa kasvua, mutta henkilöstön määrän trendi on ollut laskeva. Tämä voi tarkoittaa joko sitä, että hyvä liiketulos saavutetaan entistä pienemmillä henkilöstöresursseilla tai sesonkityövoiman määrä on kasvanut huomattavasti (Lapin matkailustrategia 2015 - 2018).

Ylläksen alueen toiminta on vielä toistaiseksi sesonkiluonteista. Toiminta painottuu joulun - huhtikuun väliin, jolloin työvoiman määrä kasvaa ja moninkertaistuu. Haastatteluissa yrityksissä työntekijöiden saatavuus myös sesonkina oli ollut melko hyvää. Useassa paikassa sesonkityöntekijät olivat samat vuodesta toiseen. Haastatteluissa tuli hyvin selville se, että ”etelästä halutaan tulla Lappiin aina töihin”. Monista sesongille Lapin ulkopuolelta tulleesta oli kuitenkin tullut pysyviä asukkaita Äkäslompoloon. Paikallisia työllistettiin niin paljon kuin mahdollista. Lähes jokaisessa yrityksessä paikalliset olivat työssä ympärivuotisesti. Jossain yrityksissä kommentointiin että paikalliset eivät mielellään alkaneet pätätöihin.

Lauantaisin, jotka ovat majoituspalveluyrityksissä vaihtopäiviä, hyvistä siivoojista oli suuri pula. Joskus heidän rekrytointi oli jopa mahdoton tehtävä. Työttömille työnhakijoille toivottiinkin järjestettävän enemmän puhdistuspalvelukoulutuksia.

Sesonkeina pulaa tulee myös joissakin yrityksissä työvoimalle tarjottavista asunnoista. Osalla yrityksistä oli antaa asunto sekä sesonkityöläisille että työharjoittelijoille. Kolarin kunnalta toivottiinkin ratkaisuja asuntopulaan.

Alla oleva taulukko antaa suuntaa työvoiman rekrytointitarpeesta alkavalle sesongille. Tämä ei ole läheskään koko totuus, koska useassa yrityksessä työvoiman hankinnan hoitaa paikallinen työvoiman vuokrausfirma ja työvoiman tarpeita ei silloin merkittävästi haastatteluun. Yhteistyön merkitys tulevaisuudessa korostuu koulutusorganisaatioiden vuokrausfirmojen kanssa.

- Organisaatioiden määrä 14
- Ammattien määrä 21
- Ammattilaisten määrä 115

| | |
|-----------------------------------------------------|----|
| Myyjä | 33 |
| Eräopas/opas/koiravaljakko-opas | 14 |
| Kokki | 11 |
| Kerrossiivooja, siivoustyöntekijä, majoitussiivooja | 8 |
| Urheiluväline-, tekstiili-, tarvikemyyjä | 8 |
| Tarjoilija | 6 |
| Hotelli-, vastaanottovirkailija | 5 |
| Lipunmyyjä | 5 |
| Linja-autonkuljettaja | 20 |
| Rinnetyöntekijä | 1 |
| Baarimestari | 1 |
| Rakennusmies | 1 |

Työntekijöiden eläköitymistä tapahtuu jonkin verran, mutta yleensä ottaen Ylläksen alueen yrityksissä sesonkina työskentelee henkilökuntaa, joiden keski-ikä on 30 - 50 vuotta. Yhdessä isossa yrityksessä sesonkina alle 30-vuotiaat olivat suurin ikäryhmä.

6. TÄLLÄ HETKELLÄ EDELLYTETTÄVÄ OSAAMINEN

Haastattelussa ensimmäisenä kysyttiin työntekijöiden tämän hetkinen osaaminen. Keskeisesti pyrittiin saamaan tietoon yrityksen toiminnan lähtökohdista tarpeellinen osaaminen ammattiryhmittäin:

- Osaamisalueiden määrä oli yhteensä 597
- Ammattilaisten määrä yhteensä 394
- Henkilöiden osaamisalueiden määrä yhteensä 4892

Organisaatioiden määrän mukaan lajiteltuna tärkeimmiksi tällä hetkellä edellytetyiksi osaamisalueiksi nousevat:

| Osaamisalue | Organisaatiomäärä | Henkilömäärä |
|-----------------------------------------------------|-------------------|--------------|
| Palvelualltius, asiakaspalvelutaidot | 31 | 375 |
| Englanninkielentaito | 28 | 230 |
| Ravitsemispalveluihin liittyvä osaaminen | 14 | 731 |
| Siivous- ja puhdistuspalveluihin liittyvä osaaminen | 13 | 171 |
| Joustavuus työorganisaation tarpeista lähtien | 13 | 144 |
| Kaupan alojen yhteinen osaaminen | 13 | 114 |
| Luonteen perusominaisuudet | 13 | 57 |

Kun osaamisalueiden lajittelu tehdään henkilömäärän mukaan (koskettaa useampaa organisaatiota), tärkeimmiksi osaamisalueiksi nousevat:

| Osaamisalue | Henkilömäärä | Organisaatiomäärä |
|------------------------------------------------------|--------------|-------------------|
| Ravitsemispalveluihin liittyvä osaaminen | 731 | 14 |
| Palvelualltius, asiakaspalvelutaidot | 375 | 31 |
| Englannin kielen taito | 230 | 28 |
| Siivous- ja puhdistus-palveluihin liittyvä osaaminen | 171 | 13 |
| Joustavuus työ-organisaation tarpeista lähtien | 144 | 13 |
| Maakuljetuksen palveluihin liittyvä osaaminen | 137 | 10 |
| Kaupan alojen yhteinen osaaminen | 114 | 13 |

Tällä hetkellä edellyttäviin osaamisiin haettiin myös osaamisvajetta eli kuiluja. Kun verrataan osaamisalueiden strategista merkitystä yritykselle ja yrityksen henkilöstön tämän hetkistä osaamista samassa osaamisalueessa, saadaan osaamisen kuiluanalyysi eli osaamisvajetta. Osaamisvajetta mitataan osaamisen tämän hetkisen tason 1-5 (5= erinomainen, 4=hyvä, 3=kohtalainen, 2= tyydyttävä, 1= heikko), ja tarvittavan osaamisen (1-5) erolla.

- Osaamisvajetta arvioitiin olevan 36 organisaatiossa
- Ammattilaisten määrä yhteensä 371
- Osaamisalueiden määrä yhteensä 587
- Henkilöstön osaamisalueiden määrä yhteensä 4670

Alla olevassa taulukossa pääkategorioittain kuilujen suuruus järjestyksessä:

| Osaamisalue | Henkilömäärä | Organisaatiomäärä | Merkitys | Kuilu |
|-------------------------------------------------|--------------|-------------------|----------|-------|
| F.Työyhteisötaidot | 145 | 18 | 4,67 | - 0,7 |
| E.Asiakassuhteiden hallinta | 665 | 31 | 4,53 | -0,61 |
| D.Liiketoiminta osaaminen | 276 | 30 | 4,36 | -0,57 |
| A.Toimialariippumattomat yleis-tiedot ja taidot | 1086 | 31 | 4,18 | -0,47 |
| G.Henkilökohtaiset ominaisuudet ja asenteet | 760 | 28 | 4,5 | -0,45 |
| B.Tuotteidentuotanto-osaaminen | 130 | 17 | 4,04 | -0,22 |
| C.Palvelujen tuottaminen | 1403 | 28 | 4,0 | -0,21 |
| H.Ammatilliset taustatekijät | 99 | 10 | 4,21 | -0,17 |
| I.Tutkimus- ja kehitysosaaminen | 99 | 10 | 4,21 | -0,17 |

6.1 Kuiluja eli osaamisenvajeita ammattiryhmittäin

Pääkategorioista tarkastellaan lähemmin vielä muutamaa osaamisvajetta

F. Työyhteisötaidot

Henkilöstön johtamistaidot 11 yrityksessä ja 40 henkilöllä. Merkitys oli 4,73 ja kuilu -0,95.

- Henkilöstön johtamistaidot korostuvat sesonkeina, jolloin yhden päivän aikana voi tulla taloon jopa 30 uutta työntekijää ja osa vuokratyövoimaa jotka aiemmin eivät yrityksessä ole olleet.
- Henkilöstöjohtajilta, jotka voisivat olla esimerkiksi ravintolapäälliköitä, keittiöpäälliköitä, siivoustyönjohtajia, kaupanesimiehiä ym. korostettiin yhteistyökkyisyyttä ja yhteistyötaitoja työyhteisössä.

Haastatteluissa heidän tämän hetkisessä osaamisessa esille nousivat myös

- työvuorosuunnitteluun, työvuorolistojen suunnitteluun liittyvä osaaminen
- tietotekniikan hyödyntäminen omassa työssään
- monipuolinen kielitaito
- operatiivinen johtamistaito, kyvyt päivittäisen toiminnan johtamiseen
- hallintaosaaminen, ostotoiminnan ja hankintaprosessin hallinta

E. Asiakassuhteiden hallintaa

Lisämyyntitaidot korostuivat lähes jokaisessa kaupan tai ravintola-alan yrityksessä. Lisämyynnin taitava henkilö on yritykselle tärkeä ja joissakin yrityksissä henkilöstö koulutettiin sisäisesti nimenomaan lisämyyntiin:

- Myyntitaidot, kaupantekotaidot, myyntitekniikan, myyntityön hallinta, koskee 18 organisaatiota ja 130 henkilöä. Merkitys 4,53 ja osaamisvaje -0,9.
- Lisämyynnin merkitys korostui 16 yrityksessä ja 43 henkilöllä. Merkitys oli 4,6 ja osaamisvaje -1,46

Lisäksi esille nousivat

- palveluhenkisyys
- työn hinnoittelun osaaminen, työkustannusten laskeminen
- asiakkuuden, asiakassuhteiden hallinta

D. Liiketoimintaosaaminen

Organisaation ja liiketoiminnan johtamistaidot koskevat 22 henkilöä ja 10 yritystä.

Merkitys 4,5 ja osaamisvaje eli kuilu -1. Yrityksissä nähtiin tarvetta saada johdolle lisätietoa ja koulutusta esimerkiksi liiketoimintaosaamiseen. Esille nousivat myös seuraavat johtajille tarpeelliset osaamisalueet:

- johtajuusosaaminen, johtajana toimiseen liittyvä osaaminen
- kansainvälisten verkostosuhteiden luominen
- yrityksen kansainvälistymisstrategioihin liittyvä osaaminen
- organisaation hallintoon ja johtamiseen liittyvien lakien ja määräysten tuntemus.
- yhteistyö ja verkostoituminen välittömien, oman alan sidosryhmien kanssa

A. Toimialariippumattomat yleistiedot ja taidot

Tekninen ja tuotannollinen yleinen osaaminen 74 henkilöllä ja 12 yrityksessä. Merkitys 4,33 ja osaamisvaje -0,73:

- Perustaidot 152 henkilöllä ja 15 yrityksessä. Merkitys 4,43 ja osaamisvaje -0,68
- Työturvallisuusosaaminen 112 henkilöllä ja 12 yrityksessä. Merkitys 4,39 ja osaamisvaje -0,61.
- Kielitaito, työn kannalta riittävä vieraan kielen osaaminen 447 henkilöllä ja 29 yrityksessä. Merkitys oli 3,93 ja osaamisvajetta ainoastaan -0,4.

G. Henkilökohtaiset ominaisuudet ja asenteet

Henkilökohtaisista ominaisuuksista puhuttaessa kuiluja eli osaamisvajeita löytyi seuraavasti:

- Tehokkuus, tehokas työskentelytapa, työajan tehokas käyttö 108 henkilöllä ja 17 yrityksessä. Merkitys 4,52 ja osaamisvaje -0,6

Osaamisvajetta oli myös seuraavissa henkilökohtaisissa ominaisuuksissa ja asenteissa:

- Persoonalliset, myötäsyntyiset ominaisuudet 219 henkilöllä ja 20 yrityksessä. Merkitys 4,49 ja osaamisvaje -0,59
- Motivaatio, aktiivinen ja myönteinen asenne omaan työhön 148 henkilöllä ja 14 yrityksessä. Merkitys 4,25 ja osaamisvaje -0,44

B. Tuotteiden tuotanto-osaaminen

Elintarviketeollisuuteen liittyvä osaaminen 18 henkilöllä ja 5 yrityksessä. Merkitys 4,13 ja osaamisvaje -0,75

Graafisiin aloihin liittyvä osaaminen 2 yrityksessä ja 2 henkilöllä. Merkitys 4,5 ja osaamisvaje -1. Tässä kohdassa esille nousivat muun muassa valokuvaustaidot.

C. Palvelujen tuottaminen

Liike-elämän palveluihin liittyvä osaaminen 15 hengellä ja 8 yrityksessä. Merkitys 3,58 ja osaamisvaje -0,55. Liike-elämään liittyvien toimintojen tunteminen, kokonaisuuden hahmottaminen

Kaupan alaan liittyvä osaaminen 114 henkilöllä ja 13 yrityksessä. Merkitys 3,94 ja osaamisvaje -0,32.

Kaupan alaan liittyen korostettiin osaamista myös seuraavissa osaamisissa:

- sähköisten tilausjärjestelmien hallinta
- kassakoneiden, kassajärjestelmienhallinta

Matkailu-, ravitsemis-, puhdistus- ja kotitalousaloihin liittyvä osaaminen 831 henkilöllä ja 19 yrityksessä. Merkitys 4,19 ja osaamisen vaje ainoastaan -0,15.

H. Ammatilliset taustatekijät

Ammattitaidon taso 15 henkilöllä ja 3 yrityksessä. Merkitys 4,75 ja osaamisvaje -1,25.

Joissakin yrityksissä tuli palautetta kokkien perusosaamisen puutteista. Esimerkkinä

- Mitoitusten hallinta, ei osata tehdä lihapullamassaa.
- Ruokatuotannon ja ravitsemispalvelujen massaräätälöintiin liittyvä osaaminen.
- Ruoan valmistuksessa ja tarjoilussa hävikin hallinta.

I. Tutkimus- ja kehitysosaaminen

Tuotekehitys ja suunnitteluosaaminen 35 hengellä ja 6 yrityksessä. Merkitys 4,29 ja osaamisvaje -0,71

7. TULEVAISUUDEN OSAAMISTARPEET

Osaamiskartoituksessa selvitettiin myös tulevaisuuden osaamistarpeet 3- 5 vuoden aikajaksolla ammattiryhmittäin. Selvitystyössä 24 yrityksellä ilmeni tarvetta lisäosaamiselle. Seuraavassa taulukossa muutama nosto tulevaisuuden osaamistarpeista yritysten lukumäärän mukaan jaoteltuna

| Osaamisalue | Organisaatiomäärä | Henkilömäärä |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------|--------------|
| Monipuolinen kielitaito | 6 | 29 |
| Sosiaalisen median (some) hyödyntäminen ulkoisessa viestinnässä ja markkinoinnissa | 5 | 10 |
| Markkinointiin ja mainontaan liittyvä osaaminen | 3 | 6 |
| Kielitaito, työn kannalta riittävä vieraan kielen osaaminen | 2 | 4 |
| Saksan kielen taito | 2 | 2 |
| Luomuruokatietous | 2 | 22 |
| Ennakoiva ajattelu- ja toimintatapa, tulevaisuuden kehitystrendit | 2 | 4 |
| Tietokantaohjelmien käyttötaidot | 1 | 8 |

Sosiaalisen median (somen) hyödyntäminen ulkoisessa viestinnässä ja markkinoinnissa oli yksi tulevaisuuden osaamistarpeista. Matkailijoiden asiakaskäyttäytymistä on muuttanut internet. Matkakohteiden vertailu, varaaminen, ostaminen ja matkan kohokoh-tien jakaminen tapahtuu netissä ja yhä enemmän mobiilisti. Tämä kehitys on johtanut perinteisten matkanjärjestäjien vähenemiseen ja korvaantumiseen internetin varaus-palveluilla sekä ylipäänsä matkaan liittyvien välikäsien katoamiseen.

Yksilömatkailu on kasvava trendi. Markkinointi ja myynti tehdään suoraan yrityksestä asiakkaalle. Teknologian kehittyminen antaa mahdollisuuksia hallita ja rikastaa matkai-lukokemuksia yksilöllisten tarpeiden mukaan (Lapin matkailustrategia 2015 - 2018).

Tulevaisuuden osaamistarpeissa monipuolinen kielitaito nousi esiin 6 yrityksessä. Kielitaito, jota tulevaisuudessa tullaan tarvitsemaan, riippui yrityksen tämän hetkisistä asiakkaista ja siitä, mihin maahan yritys oli lähtenyt markkinoimaan laajentamaan.

- Aasialaisten kielten taito (Japani, Kiina) 30 henk
- Ranskankielisen oman terminologian tuntemus, ranskan kieli 9 henk
- Saksan kielen perustaito, saksan kieli 5 henk
- Monikulttuurisuus taidot, Aasialaisen kulttuurin tuntemus, Kiinalaisen kulttuurin tuntemus, 40 henk

Tulevaisuuden osaamistarpeiksi nähtiin myös Lappi- tuntemus, Lapin kulttuurin tietous, paikallisten kulttuuriympäristöjen tuntemus (10 henk).

Ennakoiva ajattelu- ja toimintatapa sekä tulevaisuuden kehitystrendit nousivat myös Ylläksen alueen haastatteluissa tulevaisuuden osaamistarpeeksi. Tulevaisuuden trendit tulisi huomioida matkailun tuotekehityksessä ja markkinoinnissa. Haasteena on kehittää matkailutuotteita vaativille tulevaisuuden matkailijoille, joita futuristi Patrick Dixonin mielestä kuvaavat termit fast, urban , tribal universal, radical ja ethical. Trendiasiantuntija Daniel Levine puolestaan on tiivistänyt viisi ohjetta tulevaisuuden matkailumarkkinoinnin tekijöille:

1. Make it healthier
2. Show you are green
3. Help people connect
4. Have no secrets
5. Go mobile. (Lapin matkailustrategia 2015 - 2018)

8. VÄLITÖN LISÄOSAAMISEN TARVE

Osaamistarvekartoituksella selvitettiin myös, mitä osaamista ja millaisia koulutuksia yrityksen työntekijät tarvitsevat välittömästi. Välittömän lisäosaamisen tarpeessa oli 18 organisaatiota. Selvityksen mukaan organisaatiot tarvitsevat välitöntä lisäosaamista seuraavilla osaamisalueilla:

| Osaamisalue | Henkilömäärä | Organisaatio |
|---------------------------------------------------|--------------|--------------|
| Markkinointiin ja mainontaan liittyvä osaaminen | 5 | 4 |
| Ensiapuvalmiudet, hätäensiavun hallinta | 28 | 3 |
| Englannin kielen taito | 27 | 3 |
| Vuorovaikutus-, viestintä- ja kommunikointitaidot | 7 | 3 |
| Palveluallttius, asiakaspalvelutaidot | 28 | 2 |

Välitöntä lisäosaamisen tarvetta nähtiin myös seuraavissa: tietotekniikan hyödyntäminen omassa työssä, kielitaito, työn kannalta riittävä vieraan kielen osaaminen, yhteistyökykyisyys, yhteistyötaidot työyhteisössä, motivaatio, aktiivinen ja myönteinen asenne omaan työhön.

9. LOPPUYHTEENVETO

Osaamistarvekartoituksen yksi tavoite oli saada tietoa yrityksen työntekijöiden osaamistarpeista. Yleensä ottaen osaaminen oli hyvällä tasolla. Suurimpia kuiluja löytyi asiakaspalvelusta ja työyhteisötaidoista.

Yrityksen menestymisen takana on osaava henkilökunta. Henkilökunnasta, sen valinnasta ja osaamisen kehittymisestä, vastaavat yrittäjät, yrityksen johtajat, päälliköt ym.

Ylläksen matkailualueen yrittäjillä on paljon substanssi osaamista. Käytännön työssä toiminta, asiakkaiden jatkuva kohtaaminen ja heidän palveleminen on kasvattanut heistä oman alan ammattilaisia. He käyvät benchmarkkaamassa matkailun trendejä mm. Ruotsissa, Norjassa, Saksassa ym. ja tuovat sitä kautta uutta osaamista yrityksiin. Heillä käy myös paljon tuotetoimittajia jotka opastavat, maistattavat ja perehdyttävät heidät uusiin tuotteisiin ja elintarvikkeisiin. Esimerkkinä erikoiskahvit ja viinit joiden laatua ja monipuolisuutta keskieurooppalaiset asiakkaat arvostavat.

Keskieuropalaisten makutottumukset ja laatuvaatimukset ovat vielä tällä hetkellä monipuolisemmat kuin meillä kotimaassa.

He kouluttavat itseään ja henkilökuntaa myös esimerkiksi eri hankevaroin tapahtuvalla yrityksen sisäisellä koulutuksella. Ylläksen matkailualueen yrityksissä tapahtui hyvin paljon talon tarpeista lähtevää sisäistä koulutusta.

Tämä osaamistarvekartoitus on meille koulutusorganisaatioille erittäin tärkeä. Olemme saaneet paljon tarpeellista tietoa yrityksistä ja siitä mitä heidän tulevaisuuden työntekijän tule osata. Näiden tietojen pohjalta voidaan lähteä suunnittelemaan ja toteuttamaan lisää työelämälähtöisiä koulutuksia Ylläksen alueen yrityksiin. Tästä toivomme yhteistyön vielä laajentuvan Ylläksen alueen yrittäjien ja koulutusorganisaatioiden välillä.

Ammattiopisto Lappia kiittää Ylläksen alueen yrittäjiä, työntekijöitä, Kolarin kuntaa, Lapin ELY-keskusta ja Ylläksen matkailuyhdistys ry hyvästä ja lämpimästä yhteistyöstä.

Toivomme Ylläksen alueen kehittyvän ja kasvavan, pysyen kuitenkin luonnon kauniina, ainutlaatuisena ja ylivoimaisena tunturien ykkösenä