

# LOMALLE VAI TÖIHIN? - TYÖNTEKIJÖIDEN PERUSTEET LÄHTEÄ SESONKITÖIHIN

Jyväskylän yliopisto  
Kauppakorkeakoulu

Pro gradu -tutkielma

2020

Tekijä: Jasper Rouvinen  
Oppiaine: Johtaminen  
Ohjaaja: Anna-Maija Lämsä



JYVÄSKYLÄN YLIOPISTO

# TIIVISTELMÄ

Tekijä Jasper Rouvinen	
Työn nimi Lomalle vai töihin? – työntekijöiden perusteet lähteä sesonkitöihin	
Oppiaine Johtaminen	Työn laji Pro gradu -tutkielma
Aika (pvm.) 19.5.2020	Sivumäärä 100
<p>Tiivistelmä – Abstract</p> <p>Matkailu on kasvanut maailmanlaajuisesti ja Suomessa merkittäväksi toimialaksi. Kasvaneen kilpailun vuoksi alalle tarvitaan enemmän työntekijöitä, ja työvoiman saannin ongelma on erityisesti sesonkiluonteisissa matkailukohteissa. Tämän tutkimuksen tavoitteena on löytää syitä, joiden vuoksi sesonkityöntekijät ovat lähteneet matkailukeskuksiin töihin ravintola-alalle. Tämän lisäksi selvitetään syitä palata uudelleen sesonkityöhön. Sesonkityöntekijöiden päätöksentekoa tarkasteltiin soveliaisuuden logiikan avulla, joka antoi sen tutkimiseen viitekehysten. Tutkimus asettuu matkailualan keskusteluun koskien työnteon uudempiä muotoja verrattuna perinteiseen vakinaiseen työsuhteeseen. Aikaisemmissa tutkimuksissa on tarkasteltu jonkin verran sesonkityöntekijöiden motiiveja lähdölle sekä erilaisia työntekijätyyppejä. Tämä tutkimus tuottaa uutta tietoa erityisesti työntekijöiden näkökulmasta ja näiden päätöksenteosta lähteä sesonkitöihin.</p> <p>Tutkimus on laadullinen, ja sen aineisto tuotettiin haastattelemalla seitsemää sesonkityöntekijää, jotka olivat olleet useampia vuosia sesonkitöissä. Kaikki haastateltavat olivat sesonkitöissä Ylläksen matkailukeskuksessa. Haastattelut toteutettiin puolistrukturoituna teemahaastatteluina. Haastatteluaineiston analysoimiseen käytettiin sisällönanalyysiä ja teemoittelua.</p> <p>Tämä tutkimus vahvisti aikaisempien tutkimusten tulosta yhteisöllisyyden vaikutuksesta erityisesti palaamisessa sesonkitöihin uudestaan. Lisäksi tämän tutkimuksen perusteella havaittiin sesonkitöihin lähtijöillä elämänmuutoksen olevan tärkeä syy, joka sai heidät lähtemään sesonkitöihin. Sesonkityöntekijöillä havaittiin olevan samanlaisia syitä kuin alueen matkailijoilla, kuten harrastusmahdollisuudet ja luonto. Lisäksi uudestaan palaavilla sesonkityöntekijöillä oli havaittavissa emotionaalisen suhteen olemassaolo sesonkityön paikkaa sekä työpaikan ihmisiä kohtaan. Henkilöillä, jotka halusivat uran ravintola-alalla, kokivat urakehitysmahdollisuudet tärkeinä.</p>	
Asiasanat sesonkityö, kausiluonteisuus, laadullinen tutkimus, matkailu, päätöksenteko, soveliaisuuden logiikka, ravitsemisala	
Säilytyspaikka Jyväskylän yliopiston kirjasto	

# SISÄLLYS

TIIVISTELMÄ .....	2
1 JOHDANTO.....	5
1.1 Tutkimuksen tavoitteenasettelu .....	6
1.2 Tutkimuksen perustelut.....	8
1.3 Tutkimusraportin rakenne .....	9
2 SESONKITYÖNTEKIJÖIDEN PÄÄTÖKSENTEKO TÖIHIN LÄHTEMISEKSI MATKAILUKESKUKSEEN .....	11
2.1 Matkailu toimialana .....	11
2.1.1 Kausiluonteisuus.....	12
2.1.2 Matkailukeskukset.....	14
2.1.3 Hiihtokeskuksista kohti matkailukeskusta .....	15
2.1.4 Ravitsemistoiminta .....	16
2.2 Sesonkityö matkailualalla.....	19
2.2.1 Erilaiset sesonkityöntekijätyypit.....	21
2.2.2 Sesonkityöntekijöiden motiiveja.....	22
2.3 Palaaminen sesonkitöihin.....	25
2.4 Matkailukeskukseen töihin ja asumaan ympärivuotisesti .....	29
2.5 Soveliaisuuden logiikka.....	31
2.5.1 Lähtötilanne .....	33
2.5.2 Identiteetti .....	33
2.5.3 Säännöt .....	35
3 TUTKIMUSMENETELMÄT.....	38
3.1 Tutkimusmenetelmä .....	38
3.2 Aineisto ja sen kerääminen.....	39
3.3 Haastateltavien kuvaus.....	41
3.4 Aineiston analyysi .....	43
3.5 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi .....	44
4 TUTKIMUKSEN TULOKSET.....	47
4.1 Yleistä .....	47
4.2 Lähtötilanne.....	47
4.2.1 Aikaisemmat vierailut Lapissa tai matkailukeskuksessa.....	49
4.2.2 Elämäntilanne ennen ensimmäistä lähtöä.....	50
4.2.3 Miksi sesonkitöihin Lappiin? .....	52
4.2.4 Motivaatio ja lopullinen syy tehdä päätös lähtemisestä .....	54
4.3 Paluu sesonkitöihin .....	56
4.3.1 Yhteisöllisyys .....	57
4.3.2 Palaaminen lomalle sesonkitöihin.....	58

4.3.3	Sesonkitöihin palaaminen urakehityksen vuoksi .....	61
4.4	Identiteetti .....	63
4.4.1	Ominaisuudet työssä pärjäämiseksi.....	63
4.4.2	Tyypillinen sesonkityöntekijä .....	65
4.4.3	Kerran sesonkityöntekijä, aina sesonkityöntekijä? .....	67
4.4.4	Sesonkityö kehittää ja muokkaa ihmistä .....	69
4.5	Säännöt .....	70
4.5.1	Perhe ja ystävät tukena.....	71
4.5.2	Mielikuvat sesonkitöistä .....	73
4.5.3	Mitä sesonkitöiden tilalle? .....	75
4.5.4	Toiseen matkailukeskukseen töihin .....	76
4.6	Emotionaalinen side matkailukohteeseen .....	77
4.7	Matkailun kehittymiseen tarvitaan sesonkityöntekijöitä .....	80
5	POHDINTA .....	84
5.1	Keskustelu aikaisemman tutkimuksen ja käytännön kannalta .....	84
5.2	Rajoitteet ja jatkotutkimusehdotukset .....	89
5.3	Päätelmät.....	90
	LÄHTEET .....	92
	LIITTEET.....	97

# 1 JOHDANTO

Matkailu on kasvanut maailmanlaajuisesti yhdeksi maailman tärkeimmistä aloista, sillä kansainvälinen matkailu on suurin vientikategoria kemikaalien ja polttoaineiden jälkeen (UNWTO 2019). Vuonna 2017 kansainvälinen matkailu toi vientituloja yhteensä 1,6 biljoonaa Yhdysvaltojen dollaria maailmanlaajuisesti (UNWTO 2019). Samalla kun matkailun määrä on kasvanut, myös matkakohteiden määrä on kasvanut ja lisännyt kilpailua. Yhdessä matkustajamäärien ja matkakohteiden lisääntyminen on aiheuttanut myös työvoiman tarpeen kasvun matkailualalla. Matkailuala on hyvin laaja kokonaisuus, johon voi välillisesti kuulua toimintaa lähes miltä alalta tahansa. Perinteisesti matkailun ydinalueeseen on katsottu majoitus- ja ravitsemistoiminta, matkaohjelmalvelut, kulttuuri- ja viihdetoiminta sekä liikenteeseen liittyvät palvelut (Jänkälä 2019, 7). Työvoiman heikko saatavuus vaikeuttaa matkailualalla yritysten kasvua ja kehitystä (Jänkälä 2019, 2). Lisäksi asiakkaille välittyvä palvelunlaatu on tiiviisti yhteydessä osaaviin työntekijöihin (Lundberg, Gudmundson & Andersson 2009). On siis selvää, että matkailualan yritykset tarvitsevat osaavia työntekijöitä. Ongelmia rekrytointiin kuitenkin tuo alan matala arvostus ja suuri vaihtuvuus alalla, joka johtuu siitä, että matkailualalle koulututtuneet vaihtavat alaa (Jänkälä 2019, 19).

Erityisen suuri ongelma työntekijöiden houkuttelussa on sesonkiluonteisilla työpaikoilla, koska työn kausiluonteisuuden vuoksi työntekijöille ei voida tarjota vakituisia työsuhteita (Reynolds, Merritt & Gladstein 2004). Matkailukeskukset, joilla toiminta on sesonkiluonteista sijaitsevat useimmiten maantieteellisesti periferiassa, jossa paikallinen väestö ei riitä kattamaan työntekijä tarvetta kovimmilla sesongeilla. Suurin osa matkailukeskusten työvoimasta tuleekin huomattavasti kauempaa kuin matkailukeskuksen alueelta (Möller, Ericsson & Overvåg 2014). Työntekijöiden rekrytoiminen ja kouluttaminen on resurssia vievää ja sesonkiluonteisilla toimialoilla se on vuosittaista. Siksi olisi kannattavaa saada samat työntekijät palaamaan useana vuonna. Matkailualan tehtävät eivät vaihtele suuresti matkailukeskuksesta toiseen ja se mahdollistaa työvoiman liik-

kuvuuden toisiin keskuksiin (McCole 2015). Yrityksillä pitäisi olla keinoja vähentää sesonkiluonteisuuden vaikutuksia liiketoimintaansa ja saada samat työntekijät palaamaan.

Tähän tutkimukseen valittiin kohteeksi Lappi, koska Suomen kontekstissa ainoat suuret matkailukeskukset sijaitsevat pääasiassa Lapissa (Ritalahti & Holmberg 2017, 49). Syrjäisen sijainnin vuoksi Lappiin tarvitaan huomattava määrä sesonkityöntekijöitä muualta Suomesta, mikä luo mielenkiintoisen aseman tutkimukselle. Suomen Lappi on nyky maailmassa kovin tyypillinen matkailualue. Lappi on syrjässä suurista asumiskeskittymistä ja sen luonnonkauniit maisemat, ja erämaisuus ovat säilyneet toistaiseksi paremmin kuin tiiviisti asutetuilla alueilla. Matkailijoita pohjoiseen houkuttelevat erityisesti luonnonilmiöt, kuten revontulet, kaamos, lumen määrä, hiljaisuus sekä yötön yö kesällä (Tuulentie & Sarkki 2009, 9). Lisäksi Chen ja Wang (2015) toteavat, että maisemat ja luonto voivat olla keino houkutellessa myös sesonkityöntekijöitä.

## 1.1 Tutkimuksen tavoitteenasettelu

Tutkimuksen tavoitteena on selvittää, miksi ihminen lähtee sesonkitöihin matkailualueelle. Tutkimalla empiirisesti työhön menneitä sesonkityöntekijöitä ja sinne palanneita, päästään kiinni heidän selityksiinsä ja syihinsä lähdöstä. Tällä tiedolla tavoitellaan informaatiota, joka voi auttaa sesonkiluonteisissa paikoissa toimivia yrityksiä rekrytoimaan henkilökuntaa sesongeille. Sesonkitöihin lähteneiden päätöstä lähdetään tutkimaan tuottamalla laadullinen aineisto sesonkityöntekijöiden päätöksentekotilanteesta. Päätöksenteon tarkasteluun käytän Marchin (1994, 58) soveliaisuuden logiikan teoriaa viitekehystenä, jolla selvitetään pääpiirteittäin kolmea asiaa: millaisena henkilö tulkitsee lähtötilanteensa, mikä elämäntilanteessa on sellaista, että lähdetään sesonkitöihin. Toisena asiana tutkitaan identiteettiä, joka kuvaa millaisia ihmisiä lähtijät ovat, sekä kolmantena sääntöjä, millaisten periaatteiden, huhujen tai sosiaalisen paineen saattamana on tehty päätös lähtemisestä sesonkitöihin.

Tutkimukseni kohteena ovat sesonkityöntekijät, jotka ovat olleet vähintään kahtena kautena sesonkitöissä Lapissa. Tämä raja on tehty sen takia, että löydetään lähtötilanteen kannalta eroavaisuuksia ensimmäisen ja seuraavien kertojen välillä. Näin voidaan havaita syitä, miten matkailualueella toimivat organisaatiot voisivat vähentää rekrytointikustannuksiaan. Tutkimuksessa selvitetään millaisia ovat ne taustatekijät, että nämä sesonkityöntekijät ovat lähteneet töihin ja eroaako palaamisen syyt verrattuna ensimmäiseen kertaan. Sesonkityöntekijöiden näkökulma on tärkeä, sillä ketkä voisivat tietää paremmin oman lähtönsä syyt kuin sesonkityöntekijät itse. Tutkimus on hyödyllinen käytännön kannalta, sillä se antaa varsinkin ravintola-alan yrityksille, jotka toimivat matkailukeskuksissa tärkeää tietoa työntekijöiden syistä lähteä sesonkitöihin ja minkä takia nämä ovat halunneet palata seuraavina vuosina.

Tutkimuskysymykset ovat seuraavat:

- Mitä syitä henkilöllä on lähteä matkailualan sesonkityöntekijäksi ravintolaan?
- Mitä syitä henkilöllä on palata sesonkitöihin?

Lisäksi alakysymyksinä ovat:

- Kuinka päätös sesonkitöihin lähdöstä henkilöllä muodostuu?
- Millaisena sesonkityöntekijät kuvailevat sesonkityöntekijöitä yleisesti?

Aikaisemmissa tutkimuksissa (esim. Möller, Ericsson & Overvåg 2014) on löydetty motivaatioita lähtemiselle esimerkiksi siinä, että sesonkityöntekijä on halunnut siirtää isompia elämänpäätöksiä eteenpäin. Sesonkityö antaa mahdollisuuden lykätä päätöksiä esimerkiksi opiskelupaikasta. Toisaalta sesonkitöihin lähtö voi myös pakottaa tekemään päätöksiä tulevaisuudesta. Perinteisesti sesonkityöntekijät ovat usein nuoria, vaikka poikkeuksiakin joukossa on (Möller, Ericsson & Overvåg 2014). Möllerin ym. (2014) tutkimuksessa oli havaittu motivaationa vapaa-ajan aktiviteetit, jotka houkuttelivat ihmisiä sesonkitöiden pariin.

Erilaiset sesonkityöntekijätyypit voivat myös selittää sitä, minkä takia sesonkitöihin lähdetään. Möller ym. (2014) ovat aikaisemmin määritelleet neljä tyyppistä sesonkityöntekijää. Näitä ovat liikkuvat, harjaantuneet, väliaikaiset sekä paikalliset sesonkityöntekijät.

Sesonkityöntekijöiden päätöksentekoa lähdettiin tutkimaan aineiston hankinnan osalta toteuttamalla seitsemän puolistrukturoitua teemahaastattelua ja niitä analysoimaan sisällönanalyysin ja teemoittelun keinoin. Sisällönanalyysi antaa mahdollisuuden käsitellä laajojakin aineistoja ja sen avulla voidaan kuvata tutkittavaa ilmiötä tiivistetysti ja laajempaan kontekstiin yhdistämällä aiempiin tutkimustuloksiin (Tuomi & Sarajärvi 2011, 91, 103)

Tässä tutkimuksessa saatu tieto voi mahdollisesti auttaa matkailualan työnantajia ymmärtämään paremmin syitä, joiden takia sesonkityöntekijät ovat alun perin tulleet töihin ja minkä takia ovat tulleet uudestaan. Tämä on tärkeää, koska yrityksillä on suuria vaikeuksia saada pidettyä samoja työntekijöitä kaudesta toiseen. Tutkimus voi auttaa ymmärtämään paremmin työntekijöiden tarpeita ja käyttäytymistä, sekä auttaa myös sitouttamaan jo aiemmin rekrytoituja sesonkityöntekijöitä. Tällä tutkimuksella voidaan tuoda uutta tietoa sesonkityöntekijöiden näkemyksistä matkailututkimuksen kenttään ja ymmärtää millaiset ihmiset hakeutuvat matkailualan töihin.

## 1.2 Tutkimuksen perustelut

Sesonkitöihin lähteneiden sekä palanneiden tutkiminen on tärkeää matkailukeskusten toiminnan sekä kehittymisen kannalta. Tärkeää se on niissä toimiville yrityksille sen takia, että ne saisivat taloudellisia sekä aikaa vieviä resurssejaan kohdennettua muualle. Aikaisemmissa tutkimuksissa on havaittu sesonkiluonteisen ja pitemmän aikaa kasvussa olleen matkailualan tarvitsevan vuosittain entistä enemmän osaavaa työvoimaa. Työvoiman saatavuudesta ja sen hallinnasta on tullut matkailualueilla toimiville yrittäjille jatkuva haaste. Lapin useat eri matkailukeskukset, kuten Ylläs ja Levi työllistävät paljon työvoimaa sesonkiaikoina. Sesonkiaikoina näiden keskusten alueella on ilmennyt työvoimasta pulaa tämän takia. Paikallisen väestön ikääntyminen ja nuorten maakunnasta muuttaminen vaikeuttavat työllistämistilannetta, joka johtaa siihen, että joka sesongiksi on hankittava uudestaan sesonkityöntekijät. Kausittainen työntekijöiden vaihtuvuus on suurta, joka aiheuttaa kustannuksia alueella toimivilla yrityksille (Hakkarainen 2009, 140-141)

Matkailukeskuksien alueella toimiville yrityksille vuosittaiset työllistämisprosessit ovat raskaita vieden runsaasti aikaa sekä taloudellisia resursseja. Kansainvälisesti matkailutaloudessa hyödynnetään paljon opiskelijatyövoimaa, jonka koulutusala voi olla muualla kuin matkailualalla (Hakkarainen 2009, 141). Suomessa tämänkaltaisen opiskelijatyövoiman käyttäminen on haasteellista talvisesongeissa lukuvuosien ollessa päällekkäin pitkien sesonkien kanssa. Aiemmissä tutkimuksissa on havaittu tämän ryhmän vähäinen läsnäolo Suomen Lapin matkailukeskuksissa (Tuulentie & Heimtun 2014).

Aiemmissä tutkimuksissa on tunnistettu tarve lisätutkimuksella matkailualan työntekijöiden näkökulmasta. Valkonen (2011, 16) toteaa, että harvemmin on tutkimuksissa otettu huomioon matkailua työnä. Hänen mukaansa alan liiketoiminnan onnistuminen ja sen mahdollistaminen on pitkälti kiinni työntekijöistä, jotka tekevät sesonkitöitä. Matkailusta tehdään strategisia linjanvetoja valtioiden sekä organisaatioiden tasolla, kuinka matkailua tulisi kehittää ja millä keinoin saadaan lisää asiakkaita, mutta monesti unohtuu työntekijöiden näkökulma. Valkonen ja Veijola (2008, 64) tuovat esille, että matkailualalla työskentelevien näkökulman tutkiminen voisi sopia hyvin eri alojen tutkimukselle ja tuoda lisää näkökulmia matkailuun toimialana taloudellisena sekä poliittisenaakin tekijänä yhteiskunnallisella tasolla.

Matkailualaan liittyvissä johtamisen tutkimuksissa on painotettu asiakas- ja tuotekehityskeskeistä näkökulmaa. Koppatz & Ruolanto (2017, 163) toteavat, että työntekijän näkökulmasta kaivattaisiin lisää tutkimusta. Tässä tutkimuksessa johtamisen näkökulma on siinä, että saadaan ymmärrystä yrityksille ja niiden johdolle rekrytointiin ja avaamaan syitä, joiden takia sesonkityöntekijät ovat palanneet seuraavilla kausilla.

Aikaisemmissä tutkimuksissa on tutkittu työntekijöiden vaihtuvuutta. Reynolds, Merritt sekä Gladstein (2004) toteavat, että hyvin vähän on tutkittu sesonkityöntekijöiden uudelleen palaamisen syitä ja taustatekijöitä matkailualalla.



Harvoissa työntekijöiden vaihtuvuuteen keskittyvissä tutkimuksissa on keski-tytty sesonkityöntekijöiden säilyttämiseen, vaikka aiheen merkitys on tärkeää matkailualalle sen kehittymisen kannalta (McCole 2015). Hiihtokeskuksiin pohjautuvissa matkailukeskuksissa on McColen (2015) mukaan ainutlaatuisia kysymyksiä, ja täten myös erottuvat tutkimustarpeet. Erottuvat tutkimustarpeet syntyvät arktisen alueen matkailukeskuksissa pitkälti vuodenaikojen asettaman kysynnän mukaan, joka aiheuttaa yhden suurimmista haasteista henkilökunnan saamiselle (Baum 1999, McCole 2015). Pohjoismainen ministeriöneuvosto on tuonut ilmi raportissaan, että työntekijöiden rekrytoiminen sekä näiden säilyttäminen on haaste kausiluonteisuuden takia ja työntekijöillä on vaikeuksia saada vakituinen työsuhte ja kehittyä uralla (Rantala ym. 2019, 35). Sesonkiluonteisuus pakottaa sesonkityöntekijät hakeutumaan toisille paikkakunnille töihin, kun kausi päättyy matkailukeskuksessa (Möller, Ericsson & Overvåg 2014).

Matkailualalla on tutkittu aikaisemmin miksi matkailijat palaavat säännöllisesti samaan matkailukohteeseen. Aro, Suomi ja Saraniemi (2018) ovat tutkimuksessaan käsitelleet kohdebrändirakkautta selityksenä palaamiselle. Työntekijöiden kannalta aiheetta ei olla tutkittu tämän kaltaisesta näkökulmasta, mutta kuvastaa, sitä että matkailututkimuksessa asiakkaiden näkökulmaa on hyvinkin eri tavoilla tutkittu, toisin kuin työntekijöiden näkökulmaa.

### 1.3 Tutkimusraportin rakenne

Tutkimusraportin johdannon jälkeen ensin määritellään tutkimuksen teoreettinen tausta. Ensimmäiseksi esitellään matkailuntoimiala, johon tutkimus liittyy. Toimiala kuvauksen jälkeen määritellään kausiluonteisuus ja tutkimuksen toimintaympäristö. Ensinnä esitellään matkailukeskuksen määritelmä ja sen jälkeen käymme läpi hiukan historiallista pohjaa sille, miksi Suomessa on hiihtokeskuksia ja kuinka ne ovat muodostuneet matkailukeskuksiksi. Tämän jälkeen esitellään ravitsemistoiminta, koska tutkimuksen kohderyhmänä on ravintola-alan sesonkityöntekijät. Lisäksi käsitellään laajasti sesonkityötä matkailualalla ja esitellään aikaisempaa tutkimusta aiheesta. Teoriaosuudessa viimeisenä esitellään soveliaisuuden logiikka, johon tämän tutkimuksen teemahaastattelurunko perustuu ja jonka avulla on tämä tutkimus toteutettu.

Kolmannessa osiossa esitellään tutkimusmenetelmät ja kuinka tutkimusaineiston kerääminen toteutettiin. Lisäksi kuvaillaan haastateltavat. Aineiston kerääminen toteutettiin puolistrukturoidulla teemahaastattelulla ja analyysimenetelmänä toimi sisällönanalyysi ja teemoittelu. Lisäksi pohdittiin tutkimuksen luotettavuutta sekä eettisyyttä.

Seuraavassa osiossa analysoitiin tutkimuksen tulokset, jossa käytiin läpi sesonkityöntekijöiden päätöksentekonsa lähtemisestä lähtötilanteiden, identiteetin sekä sääntöjen kautta. Lisäksi tuloksissa käydään läpi emotionaalista suhdetta matkailukohteeseen sekä lopuksi sesonkityöntekijöiden mahdollistamaa matkailun kehittämistä alueella.

Tutkimusraportin viimeisessä osiossa käydään keskustelua tämän tutkimuksen tuloksista aikaisemman tutkimuksen ja käytännön kannalta. Lisäksi esitetään tutkijoille jatkotutkimusehdotuksia ja pohditaan tämän tutkimuksen rajoitteita. Lopuksi esitetään tutkimuksen päätelmät. Raportin lopussa on käytetyt lähteet sekä liitteet, jossa on teemahaastattelurunko sekä saate haastateltaville.

## 2 SESONKITYÖNTEKIJÖIDEN PÄÄTÖKSENTEKO TÖIHIN LÄHTEMISEKSI MATKAILUKESKUKSEEN

### 2.1 Matkailu toimialana

Matkailu määritellään Maailman matkailujärjestö (UNWTO) mukaan korkeintaan vuoden, mutta vähintään vuorokauden kestäväksi vapaa-aikaan, työhön tai muuhun tarkoitukseen liittyväksi matkustamiseksi ja oleskeluksi paikkakunnalla, joka ei ole henkilön asuinympäristö.

Matkailualan ja -työntekijän määrittäminen on haasteellinen tehtävä. Periaatteessa kaikkia tuotteita ja palveluita voidaan myydä matkailijoille ja sen takia hyvin useat alat kytkeytyvät matkailuun jollain tasolla (Baum 2007, Hakkarainen 2009, 137).

Matkailu on maailmanlaajuisesti merkittävä toimiala. Matkailu on jatkanut kasvuaan sekä matkojen määrän, että niiden taloudellisten vaikutusten suhteen. Maailman matkailujärjestö (UNWTO 2019) vuosikertomuksen mukaan kansainvälinen matkailu kasvoi viisi prosenttia vuonna 2018 ja kansainvälisten matkailijoiden kokonaismäärä oli 1,4 miljardia vuodessa, samaan aikaan myös matkakohteiden määrä on jatkanut kasvuaan. Näihin matkakohteisiin tarvitaan myös enemmän työvoimaa samaan aikaan, kun matkailijoiden määrät ovat nousussa.

Toimialana matkailu on hyvin laaja kokonaisuus. Tyypillisiä toimialoja sen sisällä ovat majoitus- ja ravitsemistoiminta, matkaohjelmapalvelut, kulttuuri- ja viihdetoiminta sekä liikenteeseen liittyvät palvelut. Matkailun ydinklusteriin Suomessa katsotaan kuuluvan majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmapalvelut (Jänkälä 2019, 7). Välillisesti matkailu työllistää myös perinteisten matkailuyritysten ulkopuolelle jääviä aloja. Hakkaraisen (2009, 137) mukaan matkailukeskuksissa näitä ovat erilaiset pienyritysten palvelut, kuten kampaamot, kosmetologit, hierojat, kiinteistöjen huoltoon erikoistuneet yritykset ja puhtaanapitoyritykset.

Matkailu on lisännyt merkitystään kansainvälisesti, mutta myös Suomessa. Lappi on omien erityispiirteidensä vuoksi noussut Suomen merkittävämmäksi alueeksi matkailun näkökulmasta, ja sitä myöten myös tutkimuksen kohteena (Tuulentie 2009, 7). Matkailussa on useita eri toimijoita ja näiksi voidaan nähdä matkailuyrityksien sekä yrittäjien lisäksi vakinaiset työntekijät, matkailijat, että myös sesonkityöntekijät, jotka kaikki muovaavat matkailukeskusta (Tuulentie & Sarkki 2009, 11).

Suomessa matkailun osuus Suomen BKT:sta on 2,5 % prosenttia ja alan liikevaihto on ollut kasvavaa useita vuosia. Kasvavana alana matkailu Suomessa on kehittämishaasteiden kohteena. Osaavan työvoiman saatavuus hidastaa ja osittain estää matkailusektorin ja yrityksiensä kasvun ja kehittymisen. Etenkin ma-

joitus- ja ravitsemisaloilla on ollut ongelmia rekrytoida osaavaa työvoimaa yrityksiinsä (Jänkälä 2019, 2). Matkailutoimialat työllistävät 142 000 työntekijää Suomessa, jonka kokonaisuus kaikista työllisistä on 5,4 prosenttia. Matkailualalla työskentelevistä noin 30 prosenttia on alle 26-vuotiaita. Vuodesta 1995 lähtien työvoiman määrä on kasvanut 50 prosenttia vuoteen 2018 mennessä. Palvelualojen merkitys työllistäjänä kasvaa entisestään (MaRa 2020).

### 2.1.1 Kausiluonteisuus

Matkailu on erittäin kausiluonteinen ala, jonka kysyntä vaihtelee eri vuodenaikojen mukaan. Tämänkaltainen kausiluonteisuus aiheuttaa merkittäviä toiminnallisia sekä poliittisia haasteita matkailualalla toimiville. Yksi suurimmista haasteista on henkilöstön saaminen (Baum 1999, McCole 2015). Työnantajien puolelta tuodaan ilmi, että ammattitaitoisten työntekijöiden rekrytoiminen ja säilyttäminen on suuri haaste, kun taas työntekijöillä on vaikeuksia rakentaa pitkäaikaista uraa alalla kausiluonteisuuden takia (Rantala ym. 2019, 35).

Matkailun sesonkivaihtelun vuoksi sesonkityöntekijät menevät töiden perässä paikkoihin, joissa kulloinkin on matkailusezonki käynnissä. Sesonkivaihtelulla tarkoitetaan sitä, että sesonkihuippuina matkailukohde on aivan täynnä matkailijoista ja täten työvoimaa tarvitaan myös tyydyttämään asiakkaiden tarpeet, kun taas matalasesonkeina töitä on todella vähän tai ei ollenkaan. Sesonki johtuu useimmiten luonnonoloista tai institutionaalisista syistä, kuten lomakausista tai juhlapyhistä (Möller, Ericsson & Övervåg 2014).

Sesonkiluonteisuutta voi kuvailla kolmen erilaisen tyypittelyn avulla: yksihuippuinen ja kaksihuippuinen sesonki sekä tasainen sesonki. Suomen kontekstissa Savonlinna on esimerkki yksihuippuisesta sesongista, koska matkailu siellä painottuu voimakkaasti kesään ja tämä aiheuttaa omat ongelmansa. Lapin hiihtokeskuksissa sesonki taas painottuu voimakkaasti talveen. Kaksihuippuisessa sesongissa on selkeämmin kaksi ajankohtaa, jolloin on sesonkiaika. Kolmas tyyppi on tasainen, jossa turistien määrän vaihtelu on merkittävän vähäistä tehdäkseen merkittävää eroa ajankohtien välillä. Suomessa ei ole kovinkaan paljon ole tämänkaltaisia kohteita, vaan enemmän sesongit syntyvät vuodenaikoihin sekä institutionaaliin syihin liittyviin tekijöihin. Luonnon olosuhteet määrittävät paljolti Lapin sesonkia talveen esimerkiksi revontulien ja lumen takia, kun taas Savonlinnan kaltainen matkailukohde elää kesän olosuhteista. Institutionaaliset syyt liittyvät lomakausiin, jolloin syntyy matkailukohteille sesonkihuippuja. Talvi-, kesä- ja syyslomien lisäksi vaikuttavia tekijöitä ovat juhlapyhät, jotka luovat pienempiä sesonkihuippuja matkailukohteille (Honkanen 2017, 115-116).

Ilmasto-olosuhteet vaikuttavat kausiluonteisuuteen. Lähtökohtana voidaan pitää sitä, että mitä lähempänä päiväntasaajaa ollaan, niin sen vähemmän kausivaihtelua on. Kääntäen mitä lähemmäksi napa-alueita mennään sitä radikaalimmin lämpötilan vaihtelut, sateen eri olomuodot sekä päivänvalo vaikuttavat sesonkien muodostumiseen. Tutkimuksissa on tullut ilmi, että eteläisen ja pohjoisen pallonpuoliskon reuna-alueilla kausiluonteisuus aiheuttaa eniten haasteita

(Lundtorp, Rassing & Wanhill 1999). Kausiluonteisuus on kuitenkin myös ongelmana esimerkiksi Karibiassa hurrikaaniaikana, jolloin kysyntä on pienempää. Kausiluonteisuutta pidetään yleisesti ongelmana, joka pitäisi jollakin tavalla nurjuttaa ja siihen pitäisi esimerkiksi julkisen hallinnon avulla puuttua. Kausiluonteisuudesta aiheutuu ongelmia matkailun palvelujen laadun ylläpitämisessä, koska pitkäaikaisia työntekijöitä ei ole tällöin mahdollista pitää (Baum 1999).

Baum ja Hagen (1999) ovat listanneet kausiluonteisuuden syiksi luonnonolot, lomakaudet, kalenterivaikutukset sekä erilaiset liiketoimintaan liittyvät syyt. Lisäksi työntekijöiden tarjonnassa on rajoituksia muun muassa koulujen lomakausien tai muun kilpailun takia. Tuulentie ja Heimtun (2014) havaitsivat tutkimuksessaan, että Suomen Lapissa opiskelijat työntekijöinä olivat vähissä pitkän sesongin ja lukuvuoden päällekkäisyyden takia. Pohjois-Norjassa opiskelijat pääsivät kesäaikaan sesonkitöihin, koska siellä sesonki on kesällä.

Pohjoismaainen ministerineuvosto on raportissaan tuonut esille perspektiivejä kausivaihtelun ongelmista, jotka voivat olla ongelmallisia arktisella alueella. Kausivaihtelu aiheuttaa ongelmia työvoiman sekä työllisyyden näkökulmasta. Kausivaihtelu vahvistaa kuvaa siitä, ettei matkailuala voi tarjota pitkäaikaisia työpaikkoja, työllisyys on epävarmaa ja työvoima heikosti koulutettua. Kausivaihtelu myös estää korkeammin koulutettujen henkilöiden palkkaamista (Rantala ym. 2019, 35-36).

Kausiluonteisuus ei ole pelkästään negatiivista. Eri yhteisöillä ja ympäristöillä on omat vuosittaiset elämänrytminsä sesonkien vaihtelun mukaan. Kausiluonteisuus tarjoaa paikalliselle yhteisölle hengähdystauon turisteista ja nämä kerkeävät ladata akkujaan, ennen uuden sesongin alkua. Samalla matalasesonki tarjoaa luonnolle mahdollisuuden palautumiseen. Kausivaihtelu myös mahdollistaa muuttamisen ja matkustamisen sesonkityön parissa. Matkailualan liikkuva luonne mahdollistaa nuorille monipuolista työtä väliaikaisesti seikkailunomaisesti eksoottisilla alueilla (Rantala ym. 2019, 59-60). Kausiluonteisuus voi olla hyödyllistä ja puoleensa vetävää työntekijöille itselleen, koska se voi olla elämäntapa tai se voi olla mahdollisuus monipaikka työskentelyyn. Se voi olla myös mahdollisuus työskennellä vain huippusesongilla lyhyen aikaa korkeampien palkkojen toivossa (Möller, Ericsson & Overvåg 2014).

Matkailualalla osa toimijoista hyväksyy sen faktan, että toimintaa määrittää niin luonnon olosuhteet, kuin muutkin asiaan vaikuttavat tekijät. Toisaalta on myös niitä toimijoita, jotka haastavat kausiluonteisuutta. Tätä voi tehdä liiketoimintaa pidentämällä sesonkien päistä antamalla selkeitä alennuksia, lisäämällä palveluiden määrää sekä aktiviteettejä ja myös lobbaamalla valtiovallan suuntaan, että matkailualan toimijoita tuettaisiin sesonkien ulkopuolella (Jolliffe & Farnsworth 2003).

Matkailualalla työskenteleville henkilöstöjohtajille kausivaihtelu luo hyvin hektisen ympäristön työskennellä. Ennen sesonkihuippuja nämä ovat kuormittuneita, koska henkilöstön rekrytointi, heidän valintansa ja perehdyttäminen työpaikan käytäntöihin tapahtuvat hyvin tiiviissä ajassa. Tämän lisäksi pitäisi myös

kiinnittää huomiota työntekijöiden säilyttämiseen ja mahdolliseen uudelleen pilaamiseen. Sesonkien ulkopuolella henkilöstötehtäviä ei välttämättä ole lainkaan, koska toimintaa ei ole (Jolliffe & Farnsworth 2003).

### 2.1.2 Matkailukeskukset

Matkailukeskuksella tarkoitetaan paikkaa, joka on keskittynyt matkailijoiden tarpeisiin. Matkailukeskukset ovat syntyneet vastaamaan matkailijoiden tarpeita. Matkailukeskukset ovat kaupunkimaisia keskittymiä, joissa palvelut sijaiset lähellä toisiaan (Ritalahti & Holmberg 2017, 48).

Ritalahti ja Holmberg (2017, 48) toteavat määritellesään matkailukeskusta, että itse termi ei ole niin yksiselitteinen kuin voisi ajatella. Arkikielessä puhumme matkailukeskuksista hiihtokeskuksina, tunturikeskuksena, turistikeskuksena, matkailukohteena ja termejä voi olla enemmänkin. Matkakeskus käsitettä ei pidä myöskään sotkea suuremmissa kaupungeissa oleviin matkakeskuksiin, jotka toimivat julkisen liikenteen solmupaikkoina. Englanniksi matkailukeskuksesta käytetään termejä resort tai destination. Matkailukeskukset ovat aina matkailukohteita, mutta kaikki matkailukohteet eivät ole keskuksia (Ritalahti & Holmberg 2017, 49). Matkailukeskusten palvelut on pääasiassa suunnattu matkailijoille.

Suomessa matkailukeskukset sijaiset lähinnä Lapissa ja sijoittuvat tällöin maantieteellisesti periferiaan. Alue erottuu selkeästi matkailupalveluiden tarjoajana paikallisena keskittymänä. Tällaisia alueita ovat esimerkiksi Ylläksen, Levin ja Rukan keskittymät Suomen Lapissa. Matkailukeskuksissa paikallisen väestön ja matkailijoiden määrällinen suhde on aivan erilainen kuin muualla (Ritalahti & Holmberg 2017, 51). Sesonkien aikaan matkailukeskukset täyttyvät vierailevista matkailijoista, joita saattaa olla moninkertainen määrä verrattuna vakituiseen alueella asuviin henkilöihin. Esimerkiksi Äkäslompolossa ja Ylläsjärvellä Ylläksen tunturikyliässä asuu yhteensä noin 850 vakituista asukasta (Ylläs 2020b). Parhaimpana matkailukautena talviaikaan kylissä on yhteensä ihmisiä noin 24 000, koska vuodepaikkoja matkailijoille löytyy noin 23 000 kappaletta (Ylläs 2020a). Tuulentie ja Sarkki (2009, 12) toteavat matkailukeskusten Lapissa olevan kaupunkimaisia keskuksia, joissa yhdistyy maaseutukylämäisyys sekä erämaan luonto. Matkailukeskukset täyttyvät matkailijoista ja sesonkityöntekijöistä sesonkeina, mutta sesongin ulkopuolella niistä puuttuu kaupungeille ominainen laaja väestöpohja, vaikka ne muistuttavatkin rakenteineen niitä.

Ylläksestä voitaisiin käyttää myös hiihtokeskus nimitystä, mutta koska siellä on paljon muutakin palveluntarjontaa, niin sen takia tässä tutkimuksessa terminä käytetään matkailukeskusta. Se kuvaa paremmin Ylläksen matkailukohtetta kuin hiihtokeskus kuvaisi.

### 2.1.3 Hiihtokeskuksista kohti matkailukeskusta

Ensimmäiset hiihtoturistit alkoivat saapua Lapin erämaiden tuntureille 1920-luvun lopulla. Nämä etelästä tulleet tunturihiihtäjät majoittuivat paikallisten luona ja tahtoivat siitä myös maksaa. 1930-luvun puolivälin jälkeen aloitettiin rakentamaan ensimmäisiä pirttejä matkailijoille ja vuonna 1938 Pallakselle valmistui tunturihotelli. Näistä ajoista voidaan nähdä lähteneen kehityksen kohti nykyistä matkailua Lapin tuntureilla (Ovaskainen & Kuittinen 2018, 10-13).

Sotavuodet pysäyttivät matkailun kehityksen vuosiksi ja ensimmäisiä hissejä alettiin Lapin rinteisiin saada vuodesta 1953 lähtien, jolloin Pallakselle rakennettiin Lapin ensimmäinen hiihtohissi. Viisikymmentäluvulla laskettelurinteitä alettiin raivaamaan ympäri Suomea (Ovaskainen & Kuittinen 2018, 20-22).

Hiihtokeskuksia aloitettiin kehittämään 1960-luvulla, jolloin Lapissa matkailu alkoi löytää omaa paikkaansa muiden elinkeinojen joukossa. Hiihtokeskuksia syntyi ympäri maakuntaa kuten Leville, Luostolle, Ylläksen Äkäslompolon puolelle, Sallaan, Pyhätunturille ja Saariselälle. Matkailun palveluiden kasvamisen kysyntä liittyi kaupungistumiseen ja sitä myöten ihmisten vapaa-ajan lisääntymiseen. Ylläkselle ensimmäinen hissi rakennettiin vuonna 1957 ja kymmenen vuotta myöhemmin rinteisiin saatiin sähköt (Ovaskainen & Kuittinen 2018, 26-27).

1970-luvulla hiihtokeskukset jatkoivat kasvuaan ja niiden toimintamalli alkoi vakiintua. Tällöin rinne, hissi, hotelli-ravintola, rinnekahvila ja maastohiihtoladut olivat riittäviä palveluita asiakkaille. Laskettelu ja Lapin matkat olivat 70-luvulla vielä enemmän rikkaiden huvia kuin tavallisen kansan. Lappiin lähdettiin näyttäytymään seurapiireissä (Ovaskainen & Kuittinen 2018, 34-36). Alko luokitteli anniskeluravintolat toiminta-ajatukseltaan eri tyyppisiin vuonna 1976. Lomakohteissa olevien ravintoloiden osuus vuonna 1977 oli 4,5 prosenttia kaikista ravintoloista (Sillanpää 2002, 156). Kaikki lomakohteet eivät ole olleet hiihtokeskuksia, joten ravintoloiden määrä hiihtokeskuksissa on ollut vähäistä. Lähinnä niitä on ollut hotellien yhteydessä, kuten Äkäslompolossa Äkäshotellin yhteydessä vielä nykypäivänäkin oleva tanssiravintola Pirtukirkko (Ovaskainen & Kuittinen 2018, 38).

1980-luvulle tultaessa laskettelubuumi oli kuumimmillaan ja uusia laskettelukeskuksia rakennettiin ympäri Suomea. Parhaimmillaan Suomessa oli lähes 150 laskettelukeskusta. Lajin suosio kasvoi ja sitä lähtivät kokeilemaan nekin, jotka eivät olleet aikaisemmin uskaltaneet lähteä jyrkempiin rinteisiin. Kasvu alkoi näkyä myös Lapissa, joka sai matkailu- ja hiihtokeskusyrittäjät investoimaan hissi- sekä majoituskapasiteetin kasvattamiseen. Esimerkiksi vuosina 1980-1982 Ylläsjärvelle rakennettiin siihen mennessä Suomen mittavin laskettelukeskus rinne-ravintoloinen. Samoihin aikoihin alettiin tarjoamaan muitakin elämyksiä kuin pelkkää lasketteluasiakkaille ja näistä yksi oli moottorikelkkasafareiden järjestäminen turisteille (Ovaskainen & Kuittinen 2018, 50-54). Ohjelmapalveluyrityksiä alkoi syntyä hiihtokeskusten yhteyteen.

1990-luvulla lama sekä samaan aikaan osuneet vähälumiset talvet kaatoivat hiihtokeskuksia. Monille keskuksille tämä yhdistelmä oli liikaa ja elinkelpoiset hiihtokeskukset ostivat konkurssipesiä ja alkoivat sitä myöten kehittymään. Vuonna 1995 Suomessa oli noin 100 hiihtokeskusta, joten kolmannes oli laman seurauksena ajautunut konkurssiin ja hävinnyt kartalta (Ovaskainen & Kuittinen 2018, 76-77). 90-luvun lopulla hiihtokeskuksissa oivallettiin kansainvälistymisen mahdollisuudet. Neuvostoliiton romahtaminen toi venäläisiä asiakkaita ja brittituristit kiinnostuivat Joulupukista. Suurimmat keskuksat, jotka olivat selvinneet lamasta, alkoivat kehittämään toimintaansa matkailukeskusmaiseen suuntaan palvelukseen paremmin asiakkaitaan. Hiihtokeskukset otettiin vakavammin laman jälkeen ja muut toimijat huomasivat, että nämä olivat hankkineet turisteja alueilleen. Hiihtokeskusten alueilla toimivat yrittäjät alkoivat tehdä yhteistyötä ja markkinointia, jonka ansiosta kansainväliseen markkinointiin alkoi olla mahdollisuuksia (Ovaskainen & Kuittinen 2018, 84-85).

2000-luvulla ne keskuksat, jotka alkoivat panostamaan kokonaisvaltaisemmin matkailun kehittämiseen, pystyivät kasvamaan suuriksi. Enää ei keskitytty pelkkään hiihtokeskustoimintaan. Varsinkin Ruka, Levi ja Ylläs ovat melkein kaksinkertaistaneet hissilippumyyntinsä kymmenessä vuodessa ajanjaksolla 1997 - 2007. Kansainvälisten turistien määrä on kaksinkertaistunut 2000-luvulla ja kasvua on edelleen näkyvissä. Parhaiten se näkyy majoittajien ja elämyspalveluja tuottavien yritysten kassavirran kasvuna. Kansainväliset vieraat eivät tule pelkästään laskettelemaan, vaan he tulevat hakemaan puhdasta luontoa, rauhaa ja elämyksiä (Ovaskainen & Kuittinen 2018, 99, 103, 118-120).

Lapin matkailukeskusten alkuperä on laskettelussa, jonka ympärille ne ovat alkaneet kehittyä. Matkailukeskukseksi kehittyminen vaatii ensiksi hiihtokeskuksen tapauksessa rinteitä ja hissejä. Tämän jälkeen majoituspalveluita on oltava alueella, jotta matkailijat voivat majoittua siellä. Matkailijat tarvitsevat alueelle muitakin palveluita kuin vain hiihtokeskuksen ja näitä ovat esimerkiksi safarit, kaupat ja ravintolat. Hiihtokeskus yrittäjä on kuitenkin ensimmäisenä ottamassa riskin. Sen onnistuessa muiden alojen yrittäjät kiinnostuvat alueesta ja paikalla on potentiaalia tällöin kasvaa matkailukeskukseksi (Ovaskainen & Kuittinen 2018, 57, 120).

#### **2.1.4 Ravitsemistoiminta**

Matkailun ydinklusteri eli majoitus-, ravitsemis- ja ohjelmapalvelut työllistävät suoraan yli 72 000 tuhatta henkilötyövuotta. Näillä toimialoilla toimi vuonna 2017 noin 19 000 yritystä Suomessa. Liikevaihtoa näillä palveluilla oli yhteensä 9,7 miljardia euroa, josta ravitsemistoiminnan osuus oli noin 5,3 miljardia euroa. Tämän lisäksi ravitsemispalvelut työllistävät suurimman osan sen ollessa 70 prosenttia ydinklusterin henkilöstömäärästä. Ravitsemisalalla lisääntynyt henkilöstönvuokrausyritysten työvoiman käyttö ei näy tässä tilastoissa. Tilastoinnin kannalta on otettava myös huomioon, että ravitsemistoimialaan kirjautuvat vain ne



yrietykset, jotka toimivat yksinomaan toimialalla. Esimerkiksi hotellien yhteydessä olevat ravintolat jäävät kirjautumatta tilastoihin ja ne katsotaan majoituspalveluihin kuuluvaksi (Jänkälä 2019, 10-12). Ravitsemispalvelut työllistävät suurimman osan matkailuun liittyvistä työpaikoista sekä ovat myös merkittävä osa liikevaihdollisesti.

Ravintola-alalla suurimmat kuluerät toiminnassa ovat aineisiin ja tarvikkeisiin liittyvät hankinnat, jotka kattavat 39 % kuluista. Tämän jälkeen henkilöstökustannukset ovat toiseksi suurimpana kulueränä 31 % osalla ja liiketoiminnan muut kulut ovat 24 %. Suurin asiakasryhmä on yksityishenkilöt ja kotitaloudet, joille kohdistuu kolme neljäsosaa palveluista. Taloudellisen tuloksen kannalta yksi perustunnusluku on käyttökate, jolla voidaan todeta kannattavuutta. Taloudellinen tilanne vaihtelee paljon maakunnista ja ravintoloiden konsepteista riippuen, mutta yleisesti palvelualoilla käyttökatteet liikkuvat 5-15 prosentin välillä. Ravintola-alalla mediaani käyttökate on ollut vuonna 2017 viisi prosenttia (Jänkälä 2019, 28-30). Henkilöstökulut ovat iso osa näitä kuluja ja niiden tehokkuutta parantamalla voidaan saada käyttökatekin paremmaksi.

Työvoiman saatavuusongelmat ovat olleet majoitus- ja ravitsemisalalla toimivissa yrityksissä muihin aloihin verrattuna yleisempiä. Rekrytointiongelmien taustalla ovat yleisesti henkilöiden osaamiseen liittyvät syyt. Vuokratyövoimalla voidaan kattaa jonkin verran ongelmia, tosin tällöin ongelmat siirtyvät henkilöstövuokrausyrityksen vastuulle. Vuokratyövoimaa matkailuyritykset käyttävät varsinkin sesonkihuippujen tasaamiseksi. Tällöin ravintolat hankkivat tarvittavaa työvoimaa henkilöstövuokraukseen erikoistuneilta yrityksiltä. Omilla palkkalistoilla pidetään vain niin sanotut hiljaisen sesongin työntekijät. Osassa matkailukeskuksia ravintolat ovat kokonaan kiinni sesongin ulkopuolella. Yrityksen sijainti vaikuttaa myös vuokratyövoiman käyttöön, mitä kauempana suurista kaupungeista yrityksen sijainti on, sitä suuremmalla todennäköisyydellä käytetään vuokratyövoimaa kattamaan työvoimatarvetta. Laajemmissa keskusteluissa osaavan työvoiman saatavuudessa on esitetty toimialan palkanmaksukykyä, työvoiman kohtaanto-ongelmia, epäsäännöllisiä ja sesonkiluonteisia töitä sekä myös asunto-ongelmia varsinkin matkailukeskusten läheisyydessä (Jänkälä 2019, 16-17).

Ravintola-alan haasteena Suomessa on alan koulutuspaikkojen vähentyminen vuosien 2009-2016 aikana. Aloituspaiikkojen painopistettä on siirretty toiselta asteelta korkeakouluihin ja matkailupainotteisemmaksi. Tämän lisäksi matkailualan arvostus on matala ja alan ammatillisen koulutuksen vetovoima nuorison keskuudessa on heikkoa. Monet ketkä kouluttautuvat matkailualalle päättävät vaihtaa alaa jossain vaiheessa. Koulutustoimijoiden keskuudessa vallitseva näkemys varsinkin restonomeista ja kokeista on, että nämä vaihtavat alaa jossain vaiheessa (Jänkälä 2019, 19).

Tutkimukset ja nykyinen käytäntö monissa organisaatioissa selittävät sitä, että on mahdollisuus pitää työntekijät, jos työympäristö on siihen suotuisa. Ravintola-alalla sesonkiluonteista toimintaa harjoittaville yrityksille työntekijöiden säilyttämiskysymystä pidetään monimutkaisempana (Reynolds, Merritt &

Gladstein 2004). Tämä johtuu sesonkiluonteesta, jossa työntekijät on päästettävä kauden päättymisen jälkeen muualle, koska töitä ei ole tarjota.

Reynolds ym. (2004) toteavat, että olivat syyt mitä tahansa niin työntekijöiden vaihtuvuus on ravintola-alalla ongelma, koska se heikentää ravintoloiden palvelun laatua ja alentaa myös työntekijöiden moraalialia. Etenkin nuoret työntekijät irtisanoutuvat työpaikoistaan helpommin, jos nämä ovat tyytymättömiä itse työhön tai suhde esimiehiin ei ole kunnossa.

Ravintola-alalla työntekijöiden vaihtuvuus ongelmaa pidetään väistämättömänä matkailukeskuksen kaltaisissa kohteissa toimiessa. Ravintola-alalla olisi kuitenkin parempi ymmärtää, millä keinoin saadaan työntekijät palaamaan uudestaan sen takia, että työvoimakustannukset ovat huomattavasti korkeammat niille organisaatioille, joiden on tehtävä rekrytoinnit ja koulutukset joka vuosi uudestaan. Palvelualalle keskittynyt tutkimus viittaa siihen, että vaikka työntekijöiden palaaminen uudestaan onkin kiinni monista tekijöistä, niin sen vaikut-tavin edeltäjä on yleinen työympäristö (Reynolds, Merritt & Gladstein 2004).

Alan kielteinen imago vaikuttaa rekrytoinnissa työntekijöiden houkuttelemisessa sekä näiden aikomuksena palata uudelleen. Ravintola- sekä matkailualalla koetaan, että etenemismahdollisuudet uralla ovat heikot sekä ylennyksiä on hankala saada. Lisäksi työlle ominaiset mahdolliset huonot työolot sekä palkan epävarmuus vaikuttavat kuvaan alasta. Tämä on ongelmallista myös sen kannalta, että asiakkaille välittyvä palvelun laatu liittyy läheisesti työntekijöiden suorituksiin (Lundberg, Gudmundson & Andersson 2009).

Matkailu- ja ravintola-ala ovat olleet pitkään tiivisti liittyneitä toisiinsa. Kehitys alkoi Suomessa kunnolla 60-luvun lopussa, kun matkailuinnostus ja matkailuelinkeinon kohdistuneet toiveet 60-luvun lopulla nostivat myös hotelli- ja ravintolaelinkeinoa kohtaan kiinnostusta ja siten myös arvostusta. Alkoholilainsäädännöllä oli merkitystä myös matkailuun ja tiukka alkoholipolitiikka koettiin haasteena matkailuelinkeinon kehittämiseksi. 1969 voimaan tullut uusi alkoholilaki toi vakautta ravintolaelinkeinoon ja keskiolut vapautui. Hiukan vapaamielisempi laki tarkoitti käytännössä sitä, että ravintolan pystyi perustamaan helpommin. Anniskeluoikeudet voitiin myöntää myös kahviloille, joka ei vielä aiemman lain ollessa voimassa ollut mahdollista (Sillanpää 2002, 113, 131).

Maalaiskuntiin alettiin perustamaan ravintoloita 1960-luvulla matkailijoita silmällä pitäen. Niitä perustettiin usein hotellin tai motellin yhteyteen. Kunnallisten päättäjien asenteet alkoivat muuttua suosiollisemmaksi. Samalla myös ravintoloita haluttiin kansanomaisimmiksi ja välttää yläluokkaisuutta. Ulkomailta saapuneille turisteille Suomea ei myöskään haluttu näyttää takapajulana, jossa ei ole ravintolapalveluita (Sillanpää 2002, 119).

Majoitus- ja ravitsemisala kärsi työvoimapulasta 1980-luvun lopulla. Eniten pulaa oli keittiöhenkilökunnasta ja sen jälkeen tarjoilijoista. Alalta oli poistunut ammattiväkeä muille aloille ja poistumisien syyksi arveltiin työaikojen epäsäännöllisyyttä, urakehityksen vähäisyyttä sekä myös siihen aikaan laivojen vetovoimaa. Monet työskentelivätkin kesäisin laivoilla ja talvisin Lapissa. Tosin näille liikkumisen mahdollisuus ja alan epäsäännöllisyys oli etu eikä haitta (Sillanpää

2002, 198). Liikkuvia sesonkityöntekijöitä on ollut siis jo 80-luvun lopulla havaittavissa ravintola-alalla. Rukalle valmistui ravintola Ski Bistro vuonna 1987, jolloin oli täysin uutta, että rinteiden vieressä oli ravintola, jossa sai alkoholia ja pidettiin hauskaa. Aluksi ravintola Ski Bistron toiminta vaati poikkeusluvan. Mallia oli haettu ulkomailta Alpeilta, josta idea rinneravintolan perustamiseen oli syntynyt (Ovaskainen & Kuittinen 2018, 39-40).

Työvoimapulan seurauksena alan palkat nousivat ja se olikin ravintola-alalla nopeampaa kuin muilla aloilla. Prosenttipalkkaus oli 80-luvulla tavanomaista tarjoilijoilla ja osa pääsikin suuriin ansiotuloihin käsiksi. Ei voitu enää puhua matalapalkka-alasta. Alan ammattien arvostus oli noussut pitkin 80-lukua, mihin syynä pidettiin palkkojen nousua, koulutuksen lisääntymistä sekä miespuolisen työvoiman kasvua (Sillanpää 2002, 198).

1990-luvulla lama iski ravintoloihin pahasti. Asiakkaiden määrä romahti laman iskiessä päälle. Majoitus-ravitsemisalalle tuli ennätysmäärä työttömiä, vaikka ennen ala oli kärsinyt työvoimapulasta. Vuonna 1990 ala työllisti noin 70 000 henkilöä, mutta määrä hupeni parissa vuodessa 50 000:n. 80-luvulla oli vielä ravintoloiden pakko tarjota vakinaista työsopimusta, mutta 90-luvulla alkoivat osa-aikaiset työsopimukset nousta huimalla tahdilla laman seurauksena. 1990-luvulla kuitenkin ravintoloiden määrä kasvoi. Tähän vaikutti se, että Alko alkoi myöntää 1987 anniskeluoikeuksia vapaasti ja ravitsemisalalan sääntely keventyi. Heikko työllisyystilanne lisäsi myös toimipaikkojen määrää, koska työttömiksi jääneet työntekijät perustivat yrityksiä. Kilpailu kiristyi ja konkurseja tapahtui. Elinkeinon vapautuessa kilpailutilanne pakotti ravintolayrittäjät innovatiivisuuteen, kustannustehokkuuteen sekä erottautumiseen muista. 1990-luvulla ravintoloille tuli vapauksia enemmän kuin koskaan aiemmin lainsäädännön muuttuessa vapaamielisemmäksi ja Suomen EU-jäsenyyden myötä (Sillanpää 2002, 209-212). Osa-aikasopimuksilla työskentelevien määrä onkin majoitus- ja ravitsemisalalla ollut kasvussa 90-luvulta lähtien. Suhteellisesti eniten osa-aikatyöllisiä oli vuonna 2017 majoitus- ja ravitsemisalalla, joista peräti 38 prosenttia työllisistä oli osa-aikaisia. Määrällisesti eniten osa-aikatyöllisiä oli terveys- ja sosiaalipalveluissa sekä tukku- ja vähittäiskaupan aloilla (Tilastokeskus 2018).

## 2.2 Sesonkityö matkailualalla

Matkailijat ovat lähtökohtaisesti kohdealueen ulkopuolelta tulevia henkilöitä. Matkailijat saapuvat kohteeseen alueen vetovoimaan liittyvien tekijöiden vuoksi, sekä myös lähtöalueen työntekijöiden vuoksi (Saarinen 2017, 43). Tämänkaltaista ajattelua voi liittää myös sesonkityöntekijöihin. Nämä ovat pääsääntöisesti paikallisen alueen ulkopuolelta tulevia työntekijöitä. Lapin matkailukeskuksilla on omat vetovoimatekijänsä turisteihin, mutta osittain samoja vetovoimatekijöitä voi olla myös työntekijöiden lähtemisessä matkailukeskukseen töihin (Möller, Ericsson & Övervåg 2014). Aiheeseen liittyvänä teemana monet matkailualalla työskentelevät ihmiset haluavat liikkua työpaikasta ja kohteesta toiseen, mikä näin ollen hämärtää ”turistin” ja ”työntekijän” käsitettä (Uriely 2001, Rantala ym.

2019, 36). Toisaalta myös työntövoimatekijöitä voivat olla oman asuinalueen työttömyys tai muut seikat (Möller, Ericsson & Overvåg 2014).

Matkailutöiden lisääntyminen liittyy laajempaan muutokseen yhteiskunnassa. Matkailutyöstä puhutaan usein myös ”uutena työnä”, joka tarkoittaa sesonkiluonteista tai jollain muulla tavoin osa-aikaista työtä. Se ei ole kovin hyvin palkattua, eikä välttämättä tätä uutta työtä osata arvostaa oikealla tavalla (Valkonen & Veijola 2008, 9-10). Työ on hyvin usein matalapalkkaista ja ilman alan tutkintoa voi työllistyä eri matkailusektorin työtehtäviin. Työmäärä on hyvin intensiivinen lyhyen ajan sisään ja sesongin päättyessä työt loppuvat. Kausitöissä itsessään on haastavaa päästä etenemään vastuullisempiin tehtäviin, joissa voisi myös päästä käsiksi parempaan ansiotulotasoon (Möller, Ericsson & Overvåg 2014).

Matkailukeskuksissa työskentelevien joukko koostuu paikallisista sekä ulkopaikkakuntalaisista sesonkityöntekijöistä. Kausiluonteisuus koskettaa kaikkia, mutta merkitys on erilainen lyhyen aikaa tekeville kuin niille, jotka ansaitsevat pääasiallisen elantonsa sesonkitöistä. Kausiluonteisella matkailutyöllä on omat puolensa, jotka vetävät puoleensa ihmisiä. Se voi olla sijoitus ammatilliseen kehittymiseen, koska esimerkiksi ravintola-alalla arvostetaan kiireisissä sesonkitöissä pärjäämistä. Alaa opiskelevat voivat hakeutua sesonkitöihin tekemään opintoihin kuuluvat harjoittelunsa. Sesonkityö voi olla myös irtiotto arjesta, jossa otetaan lomaa opiskeluista, varsinaisista töistä tai tehdään vain jotain ihan muuta. Se mahdollistaa Lapin tapauksessa luonnosta ja harrastuksista nauttimisen työn ohessa (Hakkarainen 2009, 145).

Matkailualalla toimivien yritysten on käytännössä mahdotonta palkata ympärivuotiseksi ajaksi työntekijöitä, koska töitä ei vain ole koko vuodeksi tarjolla. Toisaalta tämä mahdollistaa näille yrityksille hyvinkin joustavan työvoiman käytön, mutta se asettaa tietysti omat haasteensakin rekrytoinnin kannalta. Uusille sesongeille on aina aloitettava rekrytointiprosessi uudelleen ja löydettävä tarvittavat työntekijät, että yrityksen toiminta voi pyöriä sesongilla. Työntekijöiden vaihtuvuus on myös suurta sesongista toiseen ja tämä pakollinen rekrytointiprosessi vie yrityksiltä rahaa sekä aikaa (Hakkarainen 2009, 141). Etenkin Suomen pohjoisen matkailukeskuksissa sijaitsevien ravintola-alan yritysten työvoimassa vuokratyöntekijöiden käyttö on suurta. Noin 40 prosenttia työvoimasta on henkilöstövuokrausyritysten kautta hankittua sesonkiaikoina verrattuna etelän kaupunkeihin, joissa se on noin 20 prosenttia (Jänkälä 2016, 28).

Joustavan työvoiman käytön mallissa voidaan hyödyntää vuokratyöntekijöitä, määräaikaista, harjoittelijoita sekä osa-aikaisia työntekijöitä, jos organisaation toiminta on sen kaltaista. Ravintola-alalla sesonkien luonteen takia lyhyelle ajalle tarvitaan paljon työvoimaa, mutta sesongin ulkopuolella ei ole tarvetta vakituisille. Esimerkiksi ravintoloissa on hyvin pieni vakinaisten työntekijöiden ydinryhmä, johon tarvittaessa lisätään tukihenkilöstöä edellä mainituilla tavoilla (Lämsä & Päivike 2004, 32-33). Lämsä ja Päivike (2004, 32-33) kuvaavatkin, että 1980-luvulta lähtien yrityksissä on alettu pyrkiä joustavan työvoiman käytön lisäämiseen. Monimuotoiset työsuhteet ovat yrityksille mahdollisuus, mutta myös

haaste varsinkin sitoutumisen kannalta. Yrityksien on otettava huomioon henkilöstönsä henkilökohtaiset tarpeet ja heidän elämäntilanteensa työvoiman saannin kannalta.

Yritykset ovat tavoitelleet joustavuutta, mutta kääntäen joustavuutta voivat myös käyttää hyväkseen sesonkityöntekijät, jotka eivät halua tehdä töitä välttämättä samassa paikassa ympäri vuotta tai haluavat pitää sesonkiaikojen ulkopuolella työn tekemisensä mahdollisimman pienenä. Parhaimmassa tapauksessa joustavuus toimii yrityksen sekä työntekijöiden näkökulmasta kumpaakin hyödyttävällä tavalla.

Matkailukeskuksille aiheutuu ongelma sesonkihuippuina, jos paikallinen työvoima ei riitä kattamaan työvoiman tarvetta. Tällöin nämä kesäkeskukset joutuvat rekrytoimaan työvoimansa oman alueensa ulkopuolelta, toisinaan jopa ulkomaita myöten. Suurin ongelma sesonkivuonteisuudessa on se, että sesongin ollessa päällä, työvoima ylikuormittuu, kun taas sesongin ulkopuolella töitä on vähän tai ei lainkaan (Möller, Ericsson & Overvåg 2014). Perinteisesti sesonkityöntekijöiden kysyntä on kovaa talvella etenkin Skandinaviassa. Suurin osa sesongilla työskennelleistä kausityöntekijöistä on muualta kotoisin, ja nämä lähtevät keväthankien sulaessa omille paikkakunnilleen. Kesäsesongilla sama tapahtuu, kun lehdet alkavat putoilla puista ja kelit viiletä.

Sesonkitöihin tulevilla työntekijöillä voi olla hyvinkin erilaisia taustoja ja syitä lähteä sesonkityöhön. Sesonkityövoima koostuu erityyppisistä työntekijäryhmistä, joilla on erilaiset tarpeet olla tyytyväisiä ja tämä matkailualalla opeoivien yrityksen tulee ottaa huomioon (Lundberg, Gudmundson & Andersson 2009). Jos yritykset ymmärtävät sesonkityöntekijöiden tarpeita paremmin, he voivat onnistua rekrytoimaan helpommin henkilökuntaa.

### 2.2.1 Erilaiset sesonkityöntekijätyypit

Haasteena on määritellä tyypillinen sesonkityöntekijä. Möller ja kumppanit (2014) ovat omassa tutkimuksessaan ottaneet selvää sesonkityöntekijöiden motiiveista Ruotsin ja Norjan hiihtokeskuksissa. Heidän tuloksistaan käy ilmi, että suurin osa sesonkityöntekijöistä on nuoria alle 30-vuotiaita henkilöitä. Sukupuolijakauma menee heidän tutkimuksessaan hyvin tasan miesten ja naisten välillä. Tutkimuksessa käy ilmi kuitenkin se, että ikäjakaumassa ja kokemuksessa on jonkin verran eroja hiihtokeskuksien välillä. Sesonkityö koetaan myös heidän haastatteluissaan eräänlaisena elämän vaiheena. Sesonkitöihin lähdetään, kun ei vielä tiedetä mitä elämältä halutaan, etsitään omaa itseä ja pohditaan mahdollista opiskelupaikkaa tulevaisuudessa. Sesonkityöläiset haluavat hankkia työkokemusta ennen kuin täytyy tehdä niin sanottuja pitempiaikaisia päätöksiä uran tai perheen perustamisen suhteen (Möller, Ericsson & Overvåg 2014).

Möller ym. (2014) ovat tyypitelleet neljä erilaista sesonkityöntekijätyyppiä. Ensimmäisenä näistä mainitaan ”liikkuvat työntekijät”, joille sesonkityöntekeminen on elämäntapaan liittyvä työskentelyn muoto. Kesät ollaan kesäsesonkipai-

koissa ja talvet ollaan talvisessa ympäristössä töissä, kuten hiihtokeskuksissa. Sesonkityö on ihmisille elämäntapa, joka mahdollistaa liikkumisen paikasta toiseen ja vapaa-ajan harrastusten harrastamisen työnteon ohella. Nämä henkilöt yhdistävät turistimaisien aktiviteettien harrastamisen sekä työnteon. Näin ollen heidän voi nähdä elävän vaihtoehtoista elämäntapaa, jossa liikutaan sesonkitöiden mukana paikasta toiseen ja jättäytyään oravanpyörästä pois.

Toisena tyypittelynä Möller ym. (2014) ovat käyttäneet ”harjaantuneita sesonkityöntekijöitä”, jotka tekevät samanlaisia tai ”tavallisia” töitä omilla kotipaikkakunnillaan kesäisin ja tulevat kausitöihin rutiininomaisesti talvella sesongin alkaessa. Tämänkaltaiset kausityöntekijät toistavat enemmän samaa kaavaa, kuin edellä mainitut elämäntavaltaan liikkuvat sesonkityöntekijät, jotka saattavat vaihtaa kohdetta. Heillä on selkeästi määriteltävissä kotitunturi tai vastaava paikka, jonka voi ajatella olevan heidän toinen koti. Sesonkityöntekijän voidaan kuvailla tässä tapauksessa liikkuvan toistuvasti ja pitkäaikaisesti sesonkitöiden perässä ja heillä on myös taloudellisia motiiveja taustalla.

Kolmantena tyypittelynä on väliaikaiset sesonkityöntekijät, joiksi luokitellaan kerran tai hyvin lyhyitä pätkiä tekeviä sesonkityöntekijöitä. Näitä ovat ne, jotka tulevat tekemään töitä esimerkiksi pelkän hiihtoloma-ajan, joka on maksimissaankin kolmen viikon mittainen Suomessa. Nämä työntekijät eivät halua sitoutua pitemmäksi aikaa sesonkipaikkaan, vaan heidän motiivinsa ovat hetkellisen työttömyyden takia tulla töihin tai kerätä työkokemusta ennen tulevaisuuden valintojen tekemistä. Näitä voivat olla opiskelupaikan hakeminen tai toisenlaisen työn.

Neljäntenä määritelmänä ovat paikalliset sesonkityöntekijät, vaikka suurin osa rekrytoidaan matkailukeskusten vaikutuspiirin ulkopuolelta. Nämä henkilöt tekevät sesongin ulkopuolella muita töitä, mutta asuvat vakituisesti matkailukeskuksen alueella tai välittömässä läheisyydessä (Möller, Ericsson & Overvåg 2014).

## 2.2.2 Sesonkityöntekijöiden motiiveja

Työmotivaatio on ollut kiinnostuksen kohteena jo pitkän aikaa tieteellisessä sekä käytännön keskustelussa. Tästä herää kysymys, minkä tekijöiden perusteella ihmiset lähtevät töihin. Lämsän ja Päivikkeen (2004, 80-81) kirjassa käydään keskustelua siitä, mitä on työmotivaatio. Motivaatiota voi olla sisäistä kuin ulkoistakin. Sisäinen motivaatio voidaan kuvailla olevan erilaisten psykologisten sekä arvojen tyydyttämistä, jotka koetaan jollakin tavalla tärkeäksi. Ulkoinen motivaatio on yksinkertaisesti palkka tai muut palkkiot, joita työntekijä saa korvaukseksi tehdystä työstä. Työmotivaation kesto sekä voimakkuus voivat myös vaihdella kontekstin mukaan. Rutiininomaiset tehtävät saatetaan tehdä ilman sen suurempaa motivaatiota, mutta jonkin erityisen kiinnostavan tehtävän tai tilanteen tullessa eteen motivaatio voi nousta voimakkaasti. Tässä tapauksessa

työmotivaation kesto voi olla sidonnainen juuri tähän kiinnostavaan tapahtumaan. Motivaation kesto voi olla pidempiaikainenkin esimerkiksi sesongin mittainen, jolloin se loppuu sesonkitöiden päättyessä (Lämsä & Päivike 2004, 81).

Motivaation voi nähdä Ruohotien (1998, 41) mukaan tilannesidonnaisena. Ruohotie erottaa motivaation toisistaan tilannemotivaationa ja yleismotivaationa. Ensimmäinen näistä liittyy jo pitkälti edellä mainitsemaani kuvaukseen, jossa työntekijälle tulee kiinnostava tehtävä eteen ja sen kesto ei ole pitkä. Yleismotivaatiolla tarkoitetaan tilannetta, jossa käyttäytyminen on tiettyyn suuntaan ohjautuvaa ja omaa tietynlaisen vireen. Tämän tutkimuksen kontekstissa yleismotivaation vire ja suuntautuvaisuus ovat olleet hakeutumisessa sesonkitöihin.

Herzberg, Mausner ja Snyderman (1959, 113) esittelivät mallin, jossa työmotivaation sisältöön vaikuttavat tekijät jaettiin kahteen osaan: tyytyväisyys ja tyytymättömyystekijöihin. Tyytyväisyyttä syntyy motivaatiotekijöistä, joita ovat työ itsessään sinänsä, mahdollisuudet kehittyä, tunnustus sekä saavutukset työssä ja ylennykset. Hygienia- eli tyytymättömyys ei suoraan liity suoritettavaan työhön vaan ne liittyvät palkkaukseen, yleiseen työympäristöön, henkilösuhteisiin työpaikka ja yrityspoliittisiin käytäntöihin. Motivaatiotekijöihin vaikuttamalla voidaan lisätä tyytyväisyyttä. Sen sijaan huonoiksi koetut hygienia- eli tyytymättömyystekijät aiheuttavat tyytymättömyyttä työtä kohtaan ja heikentävät motivaatiota (Lämsä & Päivike 2004, 84).

Sesonkityöntekijöiden kautta aihetta on tutkineet Lundberg ja hänen kollegansa (2009), jotka löysivät tekijän, että palkkatason nostaminen vaikuttaa heikosti työmotivaatioon. He havaitsivat, että sosiaalisilla tekijöillä, kuten uusien ihmisten tapaamiselle on suurempi merkitys ja yhteisöllisyys heikentää edelleen taloudellisten palkkioiden merkitystä. Tutkimuksessa myös selvitettiin sitä, voidaan sesonkityöntekijöitä jakaa alaryhmiin työmotivaation perusteella. Heidän mukaansa voi, koska uusien ihmisten tapaaminen oli tärkeä tekijä muualta tulleille sesonkityöntekijöillä, kun taas jo paikallisille työntekijöille se ei ollut. Taloudellisilla ansioilla oli enemmän merkitystä paikallisille sesonkityöntekijöille kuin ulkopuolelta tulleille.

Lundbergin ym. (2009) tutkimuksen tulokset viittaavat kuitenkin siihen, että motivoituneiden työntekijöiden saamiseksi yrityksen on annettava vastuuta työntekijöille sekä myös palautetta työstä. Tärkeää olisi antaa mahdollisuus työntekijöille kehittyä työntekijänä ja jakaa näille myös tietoa ja koulutusta. Sesonkitöissä yrityksen johdon on mahdollista parantaa yleistä tyytyväisyyttä luomalla tarvittavat olosuhteet työntekijöilleen tutustua toisiinsa niin töissä kuin töiden ulkopuolellakin. Näitä voivat olla esimerkiksi työnantajan tarjoamat henkilökunta-asunnot, perehdyttämistapahtumat ja erilaisten virkistystapahtumien käyttö, kuten vaikka kauden aloitusjuhlat henkilöstön kesken (Lundberg, Gudmundson & Andersson 2009).

Möller ja kumppanit (2014) etsivät tutkimuksessaan motiiveja sille, mitkä tekijät ovat olleet tärkeitä päätökselle hakea sesonkitöitä. Heillä kävi ilmi, että näitä olivat erityisesti erilaiset vapaa-ajan aktiviteetit kuten laskettelu ja ylipääntään luonnon tarjoamat elämykset ovat tärkeitä asioita. Näitä voidaan siis rinnastaa samoihin syihin kuin turistikin perusteita lähteä lomalle hiihtokeskuksen

tapaiseen kohteeseen. Sesonkityö antaa mahdollisuuden töiden lomassa harrastaa samoja aktiviteettejä kuin lomalaisillakin ja näin ollen ne ovat motivoivia tekijöitä työnhakuun. Toisaalta täytyy mainita, että kaikille nämä eivät ole tärkeitä. Jotkut työntekijät eivät käy laskettelemassa kertaakaan, mutta näitä pidetään poikkeusyksilöinä. Sesonkityötä voidaan kuvailla mahdollisuutena harrastaa vapaa-ajan aktiviteetteja työnteon ohessa.

Maisemat ja luonto voivat olla myös syitä siihen, että ne houkuttelevat sesonkityöntekijöitä. Chen ja Wang (2015) havaitsivat että arktisen alueen upeat näkymät ja salaperäinen luonne vetoavat varsinkin ulkomaalaisiin sesonkityöntekijöihin. Samanlaisia maisemia ei näe omassa kotimaassa tai edes muilla saman maan alueilla, kuten Norjassa. Tutkimus on ainakin osittain verrattavissa myös Suomeen, joka on maana pitkä ja pohjoisen ja etelän olosuhteet ja maisemat eroavat merkittävästi toisistaan.

Jotkut ovat rutinoituneet työhönsä omalla paikkakunnallaan ja ovat halunneet irtautua tavallisesta arjesta lähtiessään sesonkitöihin. Lähteminen sesonkitöihin pakotti tekemään isompia päätöksiä koulutuspaikoista, perhe-elämää koskevia päätöksiä tai minkälaisen työuran haluaa tulevaisuudessa. (Möller, Ericsson & Overvåg 2014). Chen ja Wang (2015) havaitsivat tutkimuksessaan, että ulkomailta tulleet sesonkityöntekijät lähtivät etsimään jotain uutta. Mahdollisuus työskennellä heidän tutkimuksensa tapauksessa Finnmarkissa Norjassa antoi työntekijöille uusia ja ainutlaatuisia työkokemuksia, joka auttaa henkilökohtaisessa osaamisen kehittämisessä. Sesonkityökokemuksella voi erottautua jatkossa työhaussa. Yksi syy hakea sesonkitöitä on myös, ettei kotipaikkakunnalla ole töitä ja tämän takia täytyy lähteä. Mahdollisuus tehdä töitä lyhyellä ajalla paljon houkuttelee lähtijöitä.

Möller ym. (2014) ovat löytäneet vastauksissaan myös sosiaaliset motiivit. Tärkeää sesonkityöntekijöille on uusien ystävien löytäminen, töiden tekeminen ystävien kanssa sekä vapaa-ajan viettäminen näiden kanssa juhlien tai lasketellen esimerkiksi. Yhteisöllisyyden tunne koetaan tärkeäksi elementiksi, miksi tullaan töihin ja siellä myös viihdytään. Vapaa-aika ja työnteke sekoittuvat sesonkitöissä ja ihmiset viettävät mielellään aikaa samojen ihmisten kanssa. Haastattelut osoittavat, että osa hakee töitä puolisoidensa kanssa tai aiemmin tutustuneiden ystäviensä sekä työkollegoidensa kanssa. Sosiaaliset verkostot mahdollistavat myös tulevien kesien tai talvien työllistymisen sekä parempien työpaikkojen löytämistä.

Osa sesonkityöntekijöistä haluaa olla liikkuvia työntekijöitä. He ovat talvet esimerkiksi hiihtokeskuksissa ja kesällä menevät jonkinlaiseen kesäsesonkipaikkaan töihin. Näitä voivat olla esimerkiksi Suomessa Savonlinna tai Hangon saaristo. Ruotsissa samankaltaisia kohteita ovat Tukholman saaristo, Öölanti tai myös kaukaisemmat kohteet, kuten Korsika on mainittu Möllerin ym. (2014) tutkimuksessa.

Möller ja kumppanit (2014) ovat löytäneet myös yhden motiivin palkasta, kun he tutkivat hiihtokeskuksia Ruotsissa ja Norjassa. Haastatteluista käy ilmi, että osa menee Norjaan sen takia, koska siellä maksetaan parempaa palkkaa kuin



Ruotsissa. Toisaalta suuremman palkan pitää kuitenkin kattaa suuremmat elinkustannuksetkin. Chen ja Wang (2015) ovat myös havainneet Norjaan liittyvässä tutkimuksessaan paremman ansiotason motiiviksi lähtemiselle.

### 2.3 Palaaminen sesonkitöihin

Sesonkityöntekijöiden korkea palaamisaste voi olla matkailualalla toimiville yritykselle kilpailuedun lähde. Aikaisemmissa tutkimuksissa sesonkityöntekijöiden halukkuutta palata seuraavana kautena töihin samaan paikkaan on tarkasteltu työtyytyväisyyden näkökulmasta. Perinteinen näkemys henkilöstön vaihtuvuudelle on taloudelliset syyt. Sosiologit sekä psykologit viittaavat siihen, että halukkuus palata takaisin olisi enemmän sisäisen motivaation kysymys kuin palkkauksen. (McCole 2015)

McCole (2015) esittää että työntekijöiden yhteisöllisyyden tunne työnantajan kanssa vaikuttaa siihen, palataanko takaisin. Yhteisöllisyyden tunteessa havaittiin suuria eroja matkailukohteeseen töihin palaavien ja palaamattomien työntekijöiden välillä McCole (2015) tutkimuksessa. Osalla työntekijöistä on alun perin ollut suunnitelmassa olla vain yksi kausi töissä esimerkiksi taloudellisten syiden vuoksi. Yhteisöllisyyden tunne voi kuitenkin olla keino saada työntekijät palaamaan. Yrityksille se on kilpailuetu, koska se vähentää rekrytointikulua, parantaa palvelunlaatua, että myös organisaation mainetta. Monet sesonkityöntekijät saavat vielä kaverinsakin mukaan seuraaville kausille, jos työpaikan tai kohteen maine on hyvä (Möller, Ericsson & Övervåg 2014).

Sesonkiluonteisissa matkailukohteissa yritysten täytyy vapauttaa työntekijänsä kauden päätteeksi muualle, koska näillä ei ole tarjota töitä kauden ulkopuolella. Yritykset kuitenkin pyrkivät houkuttelemaan parhaat työntekijänsä takaisin, kun heitä tarvitaan uuden kauden kynnyksellä. Monesti tässä välissä aikaa on kulunut jopa melkein vuosi. Tämä keskeytys organisaatioiden toiminnassa synnyttää ainutlaatuisen haasteen henkilöstöjohtamisen kannalta, koska rekrytointi joudutaan toteuttamaan vuosittain uudelleen. Henkilöstöressurssien tehokas hallinta on kriittisen tärkeää matkailusektorilla toimiville yrityksille kannattavuuden kannalta, koska turistien kokemukset esimerkiksi ravintolasta linkittyvät vahvasti työntekijöiden osaamiseen. Ne yritykset, jotka kykenevät houkuttelemaan edellisten kausien työvoimaansa takaisin hyötyvät säästämällä kustannuksissa ja pitämällä palveluntasonsa korkeampana. Henkilöstöjohtamisessa hyvät markkinointitaidot ovat tarpeen, koska yrityksen hyvät käytännöt yrityksen sisällä lisäävät tyytyväisyyttä henkilöstön keskuudessa, joka taas ilmenee parempana asiakastytytyväisyytenä (McCole 2015).

Rekrytointistrategioiden on tutkijoiden mukaan oltava tarkoituksenmukaisia, koska sesonkityöntekijöiden motiivit ja sitoutuminen organisaatioihin voi olla erilaista kuin vakituisilla työntekijöillä vakiintuneemmassa ympäristössä. Rousseau (1989, 121) määrittelemä psykologinen sopimus voi auttaa henkilöstön vaihtuvuuden alentamisessa. Psykologiset sopimukset ovat yksilöllisiä uskomuksia vastavuoroiseen velvoitteeseen yksilön ja organisaation välillä. Kun

nämä sanomattomat sopimukset työnantajaorganisaation kanssa täyttyvät, niin tällöin työntekijä ei välttämättä vaihda niin helposti työnantajaa. Päinvastoin jos työnantaja epäonnistuu luvatuissa asioissa, niin todennäköisemmin nämä etsivät silloin töitä muualta (Reynolds, Merritt & Gladstein 2004). Kummankin osapuolen voidaan odottaa laittavan enemmän likoon kuin välttämättä olisi työsopimuksen puitteissa tarpeen. Esimerkiksi työntekijä voi sesonkitöissä joustaa siinä, että tämä tekee pidemmän päivän, kuin välttämättä työvuorolistassa lukee. Sen sijaan työnantajan voi olettaa jossakin vaiheessa korvaavan muutoinkin kuin vain tuntipalkalla. Esimerkiksi joustamalla henkilön yksityiselämään liittyvien haasteiden kohdalla (Viitala 2013, 86).

Yksinkertaisimmillaan henkilöstön kova vaihtuvuus sesongista toiseen lisää kustannuksia yrityksille, koska uusien työntekijöiden rekrytointiin ja koulutukseen joudutaan käyttämään resursseja. Tämän lisäksi monet matkailusta elävät elinkeinot tarjoavat hyvin samankaltaisia tehtäviä, joissa on vastuut ja pätevyyden vaatimukset samankaltaisia. Esimerkiksi rinneravintolan tarjoilijan tai hiihdonopettajan työnkuva ei vaihtelee matkailukohteesta toiseen merkittävän paljon. Itse tyytyväisyys työhön ei välttämättä eroa paikoista toiseen merkittävästi, mutta sosiaalisilla suhteilla voi olla merkitystä työntekijöiden palaamisen kannalta. Yhteisöllisyyden tunne vaikuttaa sesonkityöntekijöiden päätökseen siitä, haluavatko nämä palata takaisin töihin hiihtokeskukseen missä ovat aiemmin olleet töissä (McCole 2015).

Ihmiset palaavat mielellään yhteisöön, jossa nämä ovat tekemisissä ihmisten kanssa, joilla on samanlaisia arvoja ja heillä on samanlaiset prioriteetit, tarpeet ja tavoitteet. Täten sesonkityöntekijät joutuvat miettimään sitä, että uudessa paikassa piilee riski, että siellä ei ole samanlaista yhteisöllisyyden tunnetta kuin entisessä. Etenkin jos edellisen sesongin paikassa on suunnilleen samat ihmiset kuin edelliselläkin kaudella. Sidos kehittyy niiden ihmisten välillä, jotka viettävät aikaa yhdessä. Yritykset voivat saada vuodesta toiseen enemmän samoja ihmisiä töihin, jos ne parantavat yhteisöllisyyden tunnetta. Tärkeää on ottaa huomioon se, että monet työntekijät suunnittelevat alun perin olevansa vain yhden kauden sesonkitöissä (McCole 2015).

Yhteisön jäsenille kehittyvä vahva side, kun nämä viettävät aikaa yhdessä ja kokevat uusia asioita. McCole (2015) ehdottaakin, että matkailukeskukset voisivat järjestää enemmän tapahtumia, joissa myös uudet ja vanhat sesonkityöntekijät pääsevät luomaan yhteyksiä toisiinsa. Yksi motivaation lähde sesonkityöntekijöille voi olla se, että nämä palaavat mielellään samaan työpaikkaan, jossa on vanhat tutut työkaverit ja toisena, voivat myös tutustua uusiin ihmisiin uudella kaudella (Chen & Wang 2015). Integroiminen uusien ja vanhojen sesonkityöntekijöiden välillä on myös tärkeää, että uudet sopeutuvat vanhojen kanssa samaan joukkoon (McCole 2015).

Monille ihmisille työpaikka tarjoaa mahdollisuuden kokea yhteisöllisyyden tunnetta. Etenkin sesonkityöntekijöillä tarve yhteisölle saattaa olla suurempi, kun otetaan huomioon se, että monet työntekijöistä ovat kotoisin toiselta puolen maata ja näin ollen ovat muuttaneet pois perheenjäseniensä sekä ystäviensä luota. Matkailukeskuksissa sesonkityöntekijät asuvat yleensä yhteisasunnoissa, koska

asunnoista on pulaa ja hinnat ovat korkeita turismin takia. Täten työntekijät ovat toistensa kanssa tekemisissä enemmän vapaa-ajallakin kuin mitä nämä olisivat toisenlaisessa ympäristössä. Matkailukeskukset sijaitsevat monesti pienillä paikkakunnilla syrjässä suuremmista kaupungeista. (McCole 2015)

Toisekseen matkailukeskuksissa tarjotut olosuhteet saattavat olla haastavia pitkien työvuorojen, alhaisen palkkauksen, huonojen asuinolojen, henkilökohtaisen ajan puutteen, etenemismahdollisuuksien puutteen, rutiinin omaisen työn tai liian vaativan työn takia. Kuitenkin työkaverit sekä kimppakämpissä asuvat uudet tuttavuudet, jotka tekevät suunnilleen samoja töitä voivat tarjota ystävyyden sekä yhteisöllisyyden tunnetta. Tätä ei enää välttämättä ole saatavilla muutoin työn ulkopuolella, koska kotipaikkakunnan perhe- ja kaveripiiri on kaukana sesonkityöpaikoista (McCole 2015).

Reynolds ym. (2004) ovat tuloksissaan tunnistaneeet joukon keinoja, joita voidaan käyttää yleisellä tasolla lisäämään työntekijöiden palaamista takaisin yritykseen sesongiksi. Lähestymistapoja voivat olla rekrytointi, perehdytys, työsuhteiden hallinta sekä työnantajan ja työntekijän suhteiden ylläpito ja parantaminen. Ennakkomielikuvat vaikuttavat siihen, ottavatko ihmiset paikan vastaan ja sen selittäminen mikä on työn tarkoitus, vastuut ja työtehtävistä saatu tieto. Tämä luo perustan sisäiselle motivaatiolle, tyytyväisyydelle, korkealle laadulle ja vähentää näin henkilöstön vaihtuvuutta.

Ravintola-alalla perehdyttäminen on monesti nopeasti toiminnan läpikäyntiä ja jää vähemmälle. Kuitenkin Reynoldsin ym. (2004) tutkimuksessa vastaajat pitivät perehdyttämistä sekä koulutusta tärkeänä tekijänä ja näin edesauttaa luomaan pitkäaikaista suhdetta sesonkityöntekijän ja työnantajan välillä.

Chen ja Wang (2015) toteavat, että yhteisöön integroituminen on yksi motivaatio tulla töihin. Heidän aineistossaan eräs haastateltava totesi, että hänestä oli vain tullut osa sitä paikkaa ja nautti elämäntavasta paikan päällä. Hakkarainen (2009, 150) on tutkimuksessaan kuvaillut sesonkityöntekijän suhdetta paikkaan ja alueeseen. Ulkopaiikkakuntalaiselle alue on voinut olla ennen ensimmäistä kertaa tuntematon, ja hän on tavallaan ollut siellä turistina töissä. Osa on voinut lomilla keskuksessa jo vuosia ennen sesonkitöitään ja on sitä kautta muodostanut suhteen paikkaan jo ennen työkokemustaan. Työntekijöiden suhde itse paikkaan ja paikallisyhteisöihin vaihtelee paljon yksilön omien kokemusten mukaisesti.

Tutkittaessa matkailijoita Aro, Suomi ja Saraniemi (2018) ovat käsitelleet tutkimuksessaan kohdebrändirakkautta selittävänä tekijänä sille, että matkailijat palaavat samaan kohteeseen kerta toisensa jälkeen. Kohdebrändirakkaus on suhteellisen uusi käsite akateemisessa keskustelussa. Sen avulla voidaan löytää kuitenkin perusteita, miksi matkailijat palaavat esimerkiksi joka hiihtoloma samaan kohteeseen. Samankaltaisen ilmiön voidaan ajatella vaikuttavan sesonkityöntekijöiden motiiveissa, kun he päättävät palata samaan matkailukeskukseen uudestaan töihin. Välttämätöntä ei ole palata samaan työpaikkaan vaan saman alueellisen matkailukeskittymän vaikutuspiirin alueelle.

Batra, Ahuvia ja Bagozzi (2012) kuvaavat, että kuluttajat voivat rakastaa muutakin kuin vain muita ihmisiä, rakkauden kohteena voi olla tuotemerkki, joihin asiakas tuntee voimakasta kiintymystä. Batra ym. (2012) väittää myös, että

on tärkeää kytkeä brändi kuluttajan arvoihin sekä hänen henkilökohtaiseen identiteettiinsä. Brändin rakkaudella voi olla useita hyviä seurauksia, kuten uskollisuus matkailukohdetta kohtaan sekä puskaradion kautta paikan kehuminen omalle sosiaaliselle piirille. Brändin rakkauden muodostumiseksi tärkeää on, että ensimmäinen kohtaaminen on ollut tunteisiin vetoava.

Uudelleen palaavilla sesonkityöntekijöillä on voinut syntyä samalla tavalla emotionaalinen side kohdepaikkaan, jossa ovat työskennelleet, kuin matkailijoilla lomailemaansa kohteeseen. Tämän voisi nähdä mahdollisesti jopa todennäköisempänä, koska sesonkityöntekijät ovat kohteessaan yleisesti pidemmän aikaa kuin matkailija. Möller ja kollegat (2014) havaitsivat sen, että omaa kohdetta kuvailtiin ainutlaatuiseksi keskuksiksi verrattuna muihin samanlaisiin Ruotsissa ja Norjassa.

Brändirakkaus kohteeseen luo matkailijoilla pitkäaikaisia asiakassuhteita, joten sesonkityöntekijöillä brändirakkauden voisi nähdä synnyttävän pitkäaikaisia työsuhteita sesongista toiseen. Tässä täytyy tarkastella sitä, onko se työpaikkaan liittyvää vai sekä myös matkailukohteeseen liittyvää rakkautta. Tyytyväiset matkailijat saattavat ostaa lomamökin matkailukohteesta. Sesonkityöntekijä saattaa alkaa miettimään pitäisikö tulevaisuudessa asettua matkailukeskukseen pysyvästi asumaan. Matkailijoilla on myös havaittu haikeutta loman päättyessä ja jopa eroahdistusta, kun lähdetään kotiin tai erotaan muuten brändistä (Aro, Suomi & Saraniemi 2018, Batra, Ahuvia & Bagozzi 2012). Sesonkityöntekijöillä tämä saattaa jopa olla voimakkaampaa, kun kausi on voinut olla pitkä. Paluun kotipaikkakunnalle koittaessa paikkaan, ihmisiin ja elämäntapaan on voinut syntyä voimakas tunneside, jonka päätökseen tuleminen voi aiheuttaa eroahdistusta.

Aron ym. (2018) haastatteluissa haastateltiin matkailijoita, jotka voisivat tuntea olevansa rakastuneita Ylläkseen. Haastatteluista käykin ilmi, että ”rakkaus” on hyvin vahva sana suomalaiselle henkilölle ja sen yhdistäminen paikkaan tai brändiin tuntuu vaikealta. Amerikkalaisella tavalla voidaan olla rakastuneita tai jollain muulla tavalla ilmaista kohteeseen rakkautta näiden ollessa esimerkiksi kiintymystä, välittämistä, uskollisuutta ja vastustusta negatiivisille elementeille. Samaa saattaa voida soveltaa sesonkityöntekijöihin, mutta sitä ei ole vielä tutkittu tästä näkökulmasta.

Haastatteluista löytyy elementtejä, joita voi soveltaa sesonkityöntekijöiden töihin lähdön syiden taustalle. Aron ym. (2018) haastatteluissa ilmenee tärkeänä se, että kohteessa matkailijoille on syntynyt tärkeitä muistoja tietyissä elämän vaiheissa, kuten esimerkiksi lapsena vietetyt lomat matkailukohteessa. Kohdebrändiä pidettiin ainutlaatuisena sen tuntuessa toiselta kodilta, ihmisistä, erityisesti ilmapiiristä, Lapin taikuudesta ja mahdollisuudesta useisiin erilaisiin aktiviteetteihin. Tärkeänä nostona sesonkityöntekijöiden mahdollisiin syihin voisi ajatella olevan sen, että mikä on ollut matkailijoillekin tärkeää niin se, että on kohdannut mukavia ihmisiä alueella. Sesonkityöntekijöille se voi olla toiset sesonkityöntekijät, joiden kanssa vietetään aikaa sekä töissä että vapaa-ajalla. Aikaisemminkin mainittu yhteisöllisyyden tunne ilmaantuu kohteessa, kun ollaan tuttujen ihmisten keskuudessa (McCole 2015).

## 2.4 Matkailukeskukseen töihin ja asumaan ympärivuotisesti

Sesonkityö ja mahdollinen muuttaminen paikkakunnalle pysyvästi voivat olla ratkaisu henkilölle, jos töitä olisi ympärivuotisesti tarjolla. Möller ym. (2014) ovat kuvanneet, että työllä on suuri merkitys siinä, että sesonkityöntekijä voisi jäädä asumaan paikkakunnalle tai edes harkita sitä. Ongelmana pidetään sitä, että sopivan työpaikan löytäminen ympärivuotisesti on erittäin haastavaa sesonkivaihteluiden takia. Työpaikan ollessa mahdollinen, niin 40 prosenttia sesonkityövoimasta voisi harkita asiaa. Perheen ja ystävien asuessa kaukana matkailukeskuksesta, niin silloin koetaan ongelmaksi asettua asumaan, vaikka kohteeseen olisi muodostunut oma sosiaalinen verkosto. Haasteena on se, että kesäaikaan moni ei ole jäämässä alueelle kuitenkaan. Möllerin ym. (2014) tutkimuksessa kohteena oli Ruotsista ja Norjasta hiihtokeskuksia.

Suomen Lapissa työskennelleet eivät kuitenkaan sulje ajatusta pois kokonaan pysyvästäkin asettumisesta matkailukeskukseen, mutta töiden kausiluonteisuuden vuoksi vaihtoehtoa ei pidetä kovin realistisena mahdollisuutena. Erityisesti näitä houkutti harrastusmahdollisuudet luonnon äärellä (Tuulentie & Heimtun 2014). Ympärivuotisen työpaikan ollessa mahdollista moni voisi harkita asiaa, että muuttaisi paikkakunnalle joko nyt tai tulevaisuudessa. Osa sesonkityöntekijöistä kuitenkin oli vain rahan perässä, ja nämä siirtyvät töiden perässä muihin kohteisiin kauden päättyessä. Tuulentien ja Heimtunin (2014) tapaustutkimuksessa Suomesta oli mukana kolme matkailukeskusta, jotka olivat Levi, Ylläs sekä Olos.

Möller ym. (2014) ovat havainneet, että paikallisten ja sesonkityöntekijöiden voi olla haastavaa tutustua toisiinsa. Sesonkityöntekijät asuvat, työskentelevät ja harrastavat vapaa-ajan aktiviteettejaan useimmiten keskenään. Paikalliset asuvat todennäköisemmin kuntakeskuksessa. Möllerin ym. (2014) käyttävät esimerkkinä Säleniä ja Trysiliä, joiden kylä sijaitsee sivummassa matkailukeskuksesta nähden. Suomessa esimerkkeinä näistä voitaisiin käyttää Ylläkseltä Äkäslompolon sekä Ylläsjärven kylää. Yllästunturin tapauksessa kaksi kylää jakaa ihmisiä eri puolille tunturia. Lisäksi Ylläksen tunturin juurella olevat kylät sijoittuvat Kolarin kuntaan, joka sijaitsee noin 40 kilometrin päässä Ylläksen matkailukeskuksesta. Suomessa hyvin tyypillisiä matkailukeskuksia ovat kuntakeskuksista sivussa olevat keskittymät, kuten Ylläs, Levi, Ruka tai Saariselkä, jotka sijaitsevat noin 20-40 kilometrin päässä kuntakeskuksista (Kauppila 2004, 119). Paikalliset asukkaat käyvät usein sesonkitöissä näistä kuntakeskuksista käsin ja eivät välttämättä tutustu ulkopaikkakuntalaisten sesonkityöntekijöiden kanssa.

Paikalliset eivät välttämättä samalla tavalla koe sesonkityöntekijöiden elämää, vaikka tekisivät sesonkitöitä samalla tavalla (Möller, Ericsson & Overvåg 2014). Hakkaraisen (2009, 151-152) tutkimuksessa kuvataan, että paikallisten ja ulkopaikkakuntalaisten keskinäinen kanssakäyminen rajoittuu usein työyhteisöihin. Ulkopuolelta tulleiden asumisolot ovat erikseen ja pitkät työvuorot rajoittavat vapaa-aikaa. Kanssakäymistä vaikeuttavat myös tunnistamisvaikeudet, koska sesonkityöntekijän voi olla hankala erottaa paikallinen ja päinvastoin.

Matkailukeskuksilla on usein asuinpaikkana se ongelma, että ne sijaitsevat kaukana palveluista. Keskukset ovat keskittyneet turistien palvelemiseen, mutta ympärivuotisesti siellä ei ole kaikkia tarvittavia palveluita, kuten vaatekauppoja. Suurimmalle osalle tärkein on kuitenkin sopivan ympärivuotisen työn löytäminen. Lisäksi ongelmana pidetään elinolosuhteita sekä perheen ja ystävien sijaitsemista kaukana kotipaikkakunnalla. Sosiaaliset syyt ovat tärkeitä sesongin aikana, mutta ei koeta, että siihen olisi kauden ulkopuolella mahdollisuuksia. Paikallisten kanssa integroituminen koetaan myös haasteena (Möller, Ericsson & Overvåg 2014)

Henkilöt, jotka voisivat jäädä ympärivuotisesti, pitivät tärkeänä luontoa ja sen tarjoamia mahdollisuuksia työllistyvyyden lisäksi Möllerin ym. (2014) tutkimuksessa. Tuulentien ja Heimtun (2014) löysivät samoja tekijöitä paikkaan kiinnittymisessä ja mahdollisessa asumisessa ympärivuotisesti. Etenkin Suomen Lapissa nämä henkilöt, jotka olivat kiinnostuneita harrastusmahdollisuuksista, pitivät pidempiaikaista asettumista mahdollisuutena. Kaikissa Pohjoismaissa matkailukeskuksissa on havaittavissa asuntopulaongelmia ja se nähtiin myös haasteena siinä, että voitaisiin asettua ympärivuotisesti asumaan.

Kesämatkailun merkitys on suuri siinä, että saadaan sesonkeja pidennettyä ja sitä kautta mahdollisesti myös työvoimaa jäämään näille paikkakunnille. Kesätoimintaa hiihtokeskuksiin on saatu aikaan esimerkiksi alamäkipyöräilyn sekä rinneautoilun kautta (Ovaskainen & Kuittinen 2018, 121). Lapin Liitto (2019, 17) pitää strategisena tavoitteenaan lumettoman ajan matkailun lisäämistä keinona vähentää sesonkivaihteluita, joka edellyttää laajapohjaista yhteistyötä matkailukeskusten kesken. Samalla huomioidaan se, että matkailun kehittyminen ympärivuotiseksi vaatii enemmän osaavaa työvoimaa. Haasteina pidetään esimerkiksi asuntopulaa, joka vaikeuttaa työvoiman jäämistä paikkakunnille. Urakehitys- ja etenemismahdollisuuksien tukemista pidetään myös haasteena (Lapin Liitto 2019, 31-32). Kausiluonteisella työllä on hankala saada rekrytoita vakituista työvoimaa, koska matalasesonkina nämä olisivat työttömiä, joten toimia ympärivuotiseksi tarvitaan (Möller, Ericsson & Overvåg 2014).

Ongelmalliseksi on usein nähty kunnalliselta puolelta se, että sesonkityöntekijät eivät maksa veroja kunnalle, missä työskentelevät. Työntekijän ollessa kirjoilla toisella paikkakunnalla, tämän verotulot kohdistuvat siihen kuntaan, eivätkä matkailukeskuksen sijaintikuntaan (Satokangas 2017, 110). Kunnat saattavat olla myös haluttomia kaavoittamaan ja investoimaan koko vuoden matkailuun tarvittavia infrastruktuuria, kuten asuntoja ja palveluita. Tällä hetkellä tilanteen voi nähdä olevan paradoksaalinen. Toisaalta tarvittaisiin lisää työvoimaa ja mielellään myös veronmaksajia. Toisaalta kunnat eivät välttämättä halua investoida ympärivuotisen infrastruktuuriin (Rantala ym. 2019, 38-39). Hakkarainen (2009, 144) toteaa samaa, että sesonkityöntekijät eivät jätä veroeurojaan keskuksissa sijaitseviin kuntiin vaan ne menevät viralliselle asuinpaikkakunnalle. Kuitenkin samassa todetaan se, että sesonkityöntekijät käyttävät paljon matkailukeskuksissa sijaitsevia palveluita ja täten palkkarahat kiertävät keskuksessa sijaitsevissa yrityksissä.

Työ- ja Elinkeinoministeriö on myös raportissaan alueellisista kehitysnäky- mistä vuonna 2018 kiinnittänyt huomiota asuntopulaan ja työllisyystilanteen vaihteluun kausiluonteisesti Tunturi-Lapin seutukunnassa. Tähän kuuluvat Kit- tilä, Kolari, Muonio sekä Enontekiö. Väestönkehitys on lievästi positiivisen puo- lella, joka kertoo siitä, että muuttohalukkaita alueelle olisi olemassa. Samassa to- detaan kuitenkin, että sesonkiaikoina kärsitään ammattitaitoisen työvoiman puutteesta ja asuntopula on pahenemassa. Rekrytointitarpeita on varsinkin ho- telli- ja ravitsemusalalla kokeista, tarjoilijoista, vastaanottovirkailijoista sekä sii- voojista (Työ- ja elinkeinoministeriö 2018, 378-380)

Matkailun kehittämisen kautta on mahdollista saada ihmisiä jäämään py- syvästään paikkakunnalle asumaan. Se vaatii ympärivuotisuutta ja työllistymis- mahdollisuuksia. Tämän lisäksi palveluiden sekä asumismahdollisuuksien on parannuttava. Matkailu ei kehity ilman työvoimaa ja työvoima ei jää alueelle, jos ei ole ympärivuotista työtä tarjolla. Kauppila (2004, 87) toteaa, että matkailukes- kukset voivat myönteisellä mielikuvalla saada rekrytoitua osaavia työntekijöitä sekä myös saada nämä pysymään alueella. Alueen vapaa-ajanpalveluiden ja ajanviettomahdollisuuksien lisääminen vaikuttavat asumisviihtyvyyteen ja li- säävät sitä kautta houkuttelevuutta asuinpaikkana.

## 2.5 Soveliaisuuden logiikka

Tässä tutkimuksessa hyödynnetään Marchin (1994) soveliaisuuden logiikkaa (lo- gic of appropriateness) tutkittaessa sesonkityöntekijöiden päätöksentekoa siitä, miksi nämä ovat tehneet päätöksen lähteä sesonkitöihin. Soveliaisuuden logiikka antaa viitekehyksen, jolla päästään tutkimaan yksilön päätöksen hetken tilan- netta, identiteettiä ja mahdollisia sääntöjä, jotka ovat vaikuttaneet henkilön syi- hin lähteä. Marchin (1994) soveliaisuuden logiikassa selvitetään näitä kolmea edellä mainittua asiaa, joiden seurauksena syntyy määrätty toimintastrategia ja päätös. Tässä tutkimuksessa päätös on kaikissa tapauksissa se, että on tutkittavat ovat lähteneet sesonkitöihin vähintään kahdesti. Soveliaisuuden logiikan avulla päästään tutkimaan sitä, mikä selittää päätöstä ja sen avulla pyritään löytämään erilaisia selitystyyppisiä ilmiölle. Soveliaisuuden logiikka ei ole liian rationaali- nen, muttei myöskään liian tunnevetoinen ja sopii siksi tähän tutkimukseen.

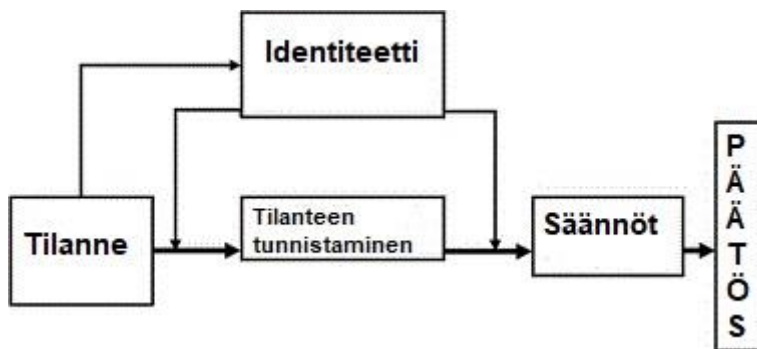
March (1994, 1-15) on tuonut esiin useita eri näkökulmia päätöksentekoon. Vanhin teorioista pohjautuu rationaalisuuteen, ja siihen, että päätökset tehdään seurauksien logiikkaa noudattamalla. Tämän logiikan mukaan ihmiset tai orga- nisaatiot arvioivat vaihtoehtojaan, niiden seurauksia ja eri seurauksien arvoja, joiden mukaan tekevät oikean päätöksen. Kuitenkin todellisessa maailmassa ih- misillä on vain rajoitetusti tietoa vaihtoehtoistaan ja niiden seurauksista, jonka takia täysin rationaalista päätöstä on mahdotonta tehdä. Rajoitetun rationaali- suuden mukaisesti ihmiset arvioivat vaihtoehtojaan niiden resurssien mukaan mitä heillä on.

March (1994, 57-58) toi esiin seurauksien logiikan vastapainona soveliaisuu- den logiikan. Soveliaisuuden logiikan mukaisesti päätökset tehdään perustuen

sääntöjen noudattamiseen ja henkilön identiteetin toteuttamiseen. Soveliaisuuden logiikkaan liittyy olennaisesti tilanne, jossa päätökset tehdään. Tässä tutkimuksessa tilanne on se, miksi tehdään päätös lähtemisestä sesonkityöhön. Tämänkaltaisessa tilanteessa, jossa täytyy tehdä päätös henkilöt toteuttavat heidän identiteettiään noudattamalla sääntöjä ja menettelyjä, joita kyseinen tilanne vaatii. Soveliaisuuden logiikkaan liittyy olennaisesti kolme kysymystä, joita päätöksentekijä tarkastelee:

- 1) Tilanteen tunnistaminen: Minkälainen tilanne tämä on?
- 2) Identiteetti: Minkälainen ihminen minä olen?
- 3) Säännöt: Mitä ihminen kuten minä tekee tämänkaltaisessa tilanteessa?

(March 1994, 58)



KUVIO 1 Esitys soveliaisuuden logiikasta mukailien (Weber, Kopelman & Messick, 2004)

Yllä oleva kuvio kuvaa soveliaisuuden logiikan keskeisimmät elementit ja suurin piirtein sen, kuinka päätöksentekoprosessi etenee.

Päätöksenteko on systemaattista, vaikkakin monimutkaista. Yhteiskunta odottaa yksilöiltä tiettyjä asioita perustuen heidän ikäänsä, sukupuoleen, asemaan tai rooliin. Sosiaalisen paineen takia yksilöt oppivat kuinka tiettyjen henkilöiden tulisi käyttäytyä. Yksilöt noudattavat sääntöjä ja menettelytapoja oman roolinsa ja identiteetin mukaan. He ovat oppineet kuinka esimerkiksi äidit tai johtajat käyttäytyvät, ja noudattavat normeja joko tietoisesti tai vaistonvaraisesti (March 1994, 57-59). Sesonkitöiden suhteen näitä normeja voidaan peilata esimerkiksi sitä kautta, että vaikuttaako ikä ja olenko sopiva vielä tekemään sesonkitöitä. Onko sesonkityö vain nuorille tarkoitettua työtä vai sopiiko joukkoon myös muita ikäpolvia. Vakituisen työn saaminen voi tarkoittaa sitä, että sesonkitöihin ei enää hakeuduta tai ole soveliasta mennä yhteiskunnan tai sosiaalisen paineen takia.



Yhteenvedona voidaankin todeta, että soveliaisuuden logiikan mukaan päätöksenteon arviointi perustuu ensisijaisesti yksilön itselleen esittämiin kysymyksiin kolmen edellä mainitun kysymyksen kautta, joista seuraavaksi tarkemmin.

### 2.5.1 Lähtötilanne

Ensimmäinen vaihe päätöksenteossa on tilanteen tunnistaminen. Ihmiset pyrkivät tunnistamaan, minkä tyyppisessä tilanteessa ovat ja etsivät ympäriltään vihjeitä siitä, kuinka tulisi toimia. Myös aikaisemmista tilanteista saatu kokemus auttaa selvittämään tilanteen ja tekemään oikeanlaisen päätöksen.

Kun ihminen joutuu tilanteeseen, jossa hänen täytyy tehdä päätös pitää tilanne ensin tunnistaa. Yksilö arvioi tilannetta aikaisempien kokemuksiensa mukaan sen ominaisuuksien perusteella. Tilanteen arvioiminen hankaloituu, jos tilanne sisältää odottamattomia elementtejä, outoa käytöstä tai muuta epävarmuutta. Yksilö arvioi tilanteen lisäksi sitä, kuinka muut ihmiset näkevät tilanteen ja kuinka he käyttäytyisivät tilanteessa tai minkälaista käytöstä he odottavat muilta. Yksilöt arvioivat tilanteen normatiivista kontekstia, koska yhteiskuntamme on luonteeltaan sosiaalinen. Tilanteeseen liittyvät normit kuuluvat sääntöihin (Weber, Kopelman & Messick 2004).

Yksilön tavoitteenasettelussa on Ruohotien (1998, 59-60) mukaan kiinnitettävä huomiota siihen, ovatko yksilön toiminnot henkilökohtaisten motiivien mukaan asetettuja vai sosiaalisen yhteisön asettamia standardeja toiminnalle. Itseohjautuvilla persoonilla on Ruohotien mukaan vahvempi identiteetti ja he tavoittelevat henkilökohtaisia standardeja, kun taas heikommin itseohjautuvat persoonat ajelehtivat eri yhteisöidensä sosiaalisten vihjeiden mukaan. Yksilö voi käyttäytyä sillä tavalla, että hänelle merkittävien henkilöiden mielipiteet voivat vaikuttaa kuinka tämä tulee toimimaan tilanteessa, jossa täytyy tehdä päätöksiä.

### 2.5.2 Identiteetti

Työllä on merkittävä vaikutus ihmisen elämään. Työelämässä oleva ihminen käyttää noin puolet päivästänsä töissä. Työssä opitaan merkittävä osa taidoista ja tiedoista, jotka kerryttävät yksilön inhimillistä pääomaa. Työllä on myös merkitystä käsitykseen itsestä eli identiteettiin, siitä millaisena muut näkevät hänet ja merkitystä myös persoonaan. Puhutaan, että yksilön pitäisi kyetä olemaan erilainen persoonana työelämässä ja vapaa-ajalla, mutta käytännössä se on melkein mahdotonta. Töiden mennessä hyvin kotonakaan on tuskin ongelmia, mutta jos töissä on ollut huono päivä, niin se heijastuu väistämättä elämän muillekin osaluille (Viitala 2013, 13-14)

Airaksisen (1999, 10) mukaan yksilö ottaa itselleen identiteetin, jolla pyrkii erottautumaan tai samaistumaan verrattuna muihin yksilöihin. Identiteetti määrittää sen millainen ihminen on. Ihminen voi identifioida itsensä mieheksi, naiseksi,

nuoreksi, keski-ikäiseksi, rehelliseksi, reiluksi ja tätä listausta voitaisiin jatkaa loputtomiin. Joka tapauksessa kaikilla on joku käsitys identiteetistään ja niitä myös varmasti kaikille riittää. Airaksinen toteaa samalla sivulla, että yhteisön kieli sekä kulttuuri vaikuttavat identiteettiin ja tätä kautta myös näiden historia. Tästä voidaan vetää se johtopäätös, että kaikki vaikuttaa kaikkeen. Pelkästään jo se, että olet sattunut syntymään suomalaiseksi vaikuttaa myös siihen, millaisia sesonki-työmahdollisuuksia Suomessa on ja kuinka ne ymmärretään suomalaisten mie-  
lissä.

Identiteetistä puhuessa voidaan myös käyttää termiä minäkuva. Toinen termi, jota Airaksinen (1999, 92) käyttää on ihmiskuva. Jokaisella ihmisellä on oma käsityksensä minäkuvastaan sen ollessa jokaisessa tapauksessa yksilöllinen. Airaksinen jatkaa, että yhteisön kieli sekä kulttuuri ovat viitekehyksenä oman identiteetin muodostamisessa, jonka yksilö rakentaa siten omanlaisekseen vuorovaikutuksessa toisten kanssa. Stuart Hall (1999, 22-23) toteaa, että identiteetti muodostuu minän ja yhteiskunnan välisessä vuorovaikutuksessa. Yksilöllä on sisäinen olemuksensa, joka on jokaisen ”tosi minä”, mutta ulkopuolella tapahtuvassa jatkuvassa dialogissa maailman kanssa identiteetti muotoutuu ja muok-  
kaantuu ajan mittaan. Yksilön minus ei ole erillinen ja se rakentuu suhteessa toisiin ihmisiin. Kielenkäytöllä voidaan rakentaa omaa sekä toisten identiteettiä ollessa vuorovaikutuksessa keskenään (Lämsä & Päivike 2004, 54). Kielen voi nähdä tuottavan identiteetin, suomalainen oppii suomen äidinkielenään ja samaistuu tämän kieliryhmän identiteettiin. Suomen kokoisessa maassa alueelliset erot muokkaavat lisäksi identiteettiä ja kielenkäyttötavat ovat erilaisia esimerkiksi Kiteellä verrattuna Turkuun. Murre voi antaa ihmiselle identiteetin, josta voi tunnistaa mistäpäin Suomea kyseinen yksilö on kotoisin (Lehtonen 1996, 47).

Identiteettejä on myös eri tilanteissa erilaisia. Työidentiteetti saattaa olla erilainen kuin kotona. Töissä voit identifioitua tarjoilijaksi, kun taas kotona saatat olla äiti. Airaksinen (1999, 103) toteaa, että identiteetti ei ole pelkästään ihmisen oma kuva itsestään vaan se voi olla jotakin, jonka yhteiskunta sinulle asettaa. Edellä mainituissa tapauksissa yksilö ei voi kovinkaan paljon vaikuttaa siihen millaisen identiteetin yhteisönsä kieli ja kulttuuri tarjoaa tälle. Yksilön voi myös olla vaikeaa kieltää identiteettinsä tarjoilijana, jos tämä tosiasia tekee sitä työtä elannokseen. Airaksinen (1999, 105) mainitsee myös, että biologiset perusteet voivat antaa identiteetin, kuten lihava, laiha, pitkä ja lyhyt. Tämän kaltaiset identiteetit ovat hankalia kiistettäviä ja vaihdettavia.

Yksilöllä on useita eri identiteettejä ja sääntöjä, joita noudattaa tilannesidonnaisesti, kuten perheen kesken, työpaikalla, politiikassa jne. Työpaikoilla ja organisaatioissa tehtäviin päätöksiin vaikuttaa organisaationa säännöt ja menettelytavat yksilön identiteetin kanssa. Lisäksi myös eri organisaatioilla on erilaisia identiteettejä riippuen organisaation tyypistä. Vaikka yksilöt ja organisaatiot noudattaisivat soveliaisuuden logiikkaa päätöksenteossaan, niiden ennustaminen on vaikeaa, koska tilanteet, identiteetit ja säännöt ovat monitulkintaisia (March 1994, 59-61).

Sesonkityöntekijän identiteetin voisi ajatella olevan sesonginmittainen. Voiko enää sanoa itseään sesonkityöntekijäksi, kun sesonki on päättynyt. Turistin identiteetti voidaan määritellä osa-aikaiseksi. Olet turisti sen aikaa, kun olet matkalla ja matkalta palattuasi palaat taas normaalin arjen identiteettiisi. Turistina ollessa voit laittaa arjen identiteettisi lomalle. Matkaillessa saatat pukeutua eri tavalla, käyttäytyä aivan eri tavalla kuin arjessa ja suljet mielestäsi sen normaalin identiteettisi, jolla toimit mahdollisimman rationaalisesti. Tosiasiassa tämä identiteetti ei kuitenkaan ole tarpeeksi voimakas ja taustalla vaikuttaa vahvempi identiteetti (Airaksinen 1999, 123). Onko sitten sesonkityöntekijän identiteetti vain osa-aikainen vai muuttuuko koko minäkuva sesonkitöiden kautta ja muovaa omaa minuutta. Hall (1999, 22-23) kuvaileekin, että ennen subjektilla kuvailtiin olevan yhtenäinen ja vakaa identiteetti. Nykyään se on muotoutumassa pirstoutuneeksi identiteetiksi, jossa on monta identiteettiä yhden sijaan. Identiteetti on liikkuva ja se muovaantuu ympäröivän kulttuurin mukaan ja miten sitä puhutellaan.

Identiteetistä voidaan myös keskustella niin sanotun integroidun identiteetin kautta, johon liittyy vahvasti joustava uraratkaisu, jollaisena sesonkityöskentelyn voi nähdä. Ruohotie (1998, 106) liittääkin nämä elämän hallintaan liittyvinä taitoina, mutta näkee että integroidussa identiteetissä on muutama keskeinen kohta, jotka voivat olla mahdollisuuksia tai tuottaa ongelmia. Työn ja perhe-elämän yhdistäminen saattaa helpottaa sesonkitöissä, jos on vain mahdollista, että lapsi esimerkiksi saa sesonkitöiden puitteissa hoitopaikan. Sesongin ulkopuolella on sitten aikaa itse olla enemmän perheen kanssa. Ammatillinen identiteetti saattaa olla koetuksella, jos työtehtävät ja työpaikat muuttuvat sesongista toiseen. Uramenestyksen kannalta sesonkityöt voivat aiheuttaa taloudellisen turvattomuuden tunnetta sesongin ulkopuolella ja asettaa tätä kautta paineen tehdä töitä sesongin aikana yli omien resurssien. Ruohotie näkeekin, että taloudellinen turvattomuuden tunne voi johtaa työnarkomaniaan. Yksilöillä on erilaiset näkemykset myös siitä, mitä on uramenestys. Toiset haluavat saada ylennyksiä ja edetä urallaan, kun taas jollekin muulle voi riittää se, että töitä on tasaisesti ympärivuoden. Sesonkityön kontekstissa tärkeänä voi pitää vapautta valita työpaikansa joka sesonki uudestaan, jos ei halua sitoutua pitemmäksi aikaa. Kokemuksilla on vahva vaikutus identiteettiin ja minäkuva muotoutuu elämän eri osa-alueiden kerryttämien onnistumisten ja epäonnistumisten kautta. Joustava ura voi mahdollistaa sen, että on mahdollista hankkia enemmän työkokemuksia kuin olemalla vain yhdellä paikkakunnalla ja yhdessä työpaikassa (Ruohotie 1998, 106-107)

### 2.5.3 Säännöt

Yksilön identiteetti syntyy hänen itsensä rakentamana, että ympäröivän yhteiskunnan painostamana. Yksilön identiteettien voidaan nähdä noudattavan sosiaalisia malleja, jotka määrittävät yksilön identiteettejä. Identiteettien mallit on so-

siaalisesti rakennettu, joihin kuuluu tietyt säännöt, joita yksilöt noudattavat. Sosiaaliset mallit määrittävät identiteettien olennaisen luonnon: minkälainen täytyy olla, jotta voi olla esimerkiksi sesonkityöntekijä. Sosiaalisen malliin kuuluu myös valmiit sopimukset, jotka yksilön täytyy hyväksyä saadakseen takaisin, joihin mitään arvostaa. Yksinkertaisesti esimerkiksi yksilön täytyy käyttäytyä tietyllä tavalla, mitä työntekijältä vaaditaan, jotta hän saa palkkaa. Kuitenkin yksilö voi myös saada hyväksyntää, ryhmään kuuluvuutta tai muuta arvoa itselle siitä, että hyväksyy identiteettiin kuuluvan sopimuksen. Sosiaalinen hyväksyntä on yksilöille tärkeää, jotta he voivat toimia tehokkaasti. Viimeiseksi sosiaaliset mallit antavat yksilöille moraalisuuden perustan, mikä on oikein ja totta. Jos yksilö ei noudata oman sosiaalisen mallinsa moraalikäsitteitä, hän voi kohdata ulkoisia ja sisäisiä sanktioita. Sosiaalinen paine, sekä omatunto aiheuttavat sen, että yksilö pyrkii noudattamaan moraalikäsitteitä. Yksilöt sisäistävät helpommin sellaiset sosiaaliset mallit, identiteetit ja säännöt, jotka he voivat toteuttaa tehokkaasti ja joita he ja heidän läheiset arvostavat (March 1994, 61-65).

Päätöksentekoa vaikeuttaa yksilön monet identiteetit, joiden säännöt voivat olla erilaiset. Esimerkiksi lapsen vanhemman ja toimitusjohtajan identiteetit ovat erilaiset ja niiltä odotetaan erilaista käyttäytymistä. Identiteetin ja sääntöjen valinta on hyvin tilanneriippuvainen (March 1994, 68-71). Aina sääntöjä ei voida noudattaa tai niitä vahingossa jätetään noudattamatta esimerkiksi resurssien puutteen vuoksi. Ristiriitoja päätöksenteossa syntyy tilanteessa, missä on läsnä yksilön useampi identiteetti, jonka säännöt ovat vastakkain. Esimerkiksi isän pitäisi hakea lapsi aikaisin päiväkodista, mutta toimitusjohtajan rooli vaatisi jäämään myöhään töihin (March 1994, 73-76). Kuitenkin säännöt muuttuvat yhteiskunnassa ajan myötä, jolloin myös päätöksenteon käyttäytyminen muuttuu. Identiteetin säännöt voivat myös muuttua kokemuksen myötä, kun aikaisempi käyttäytyminen ei johtanut toivottuun tulokseen. Tällöin käyttäytymistä muutetaan seuraavalla vastaavalla kerralla (March 1994, 76-77). Esimerkiksi nykypäivänä äitien identiteettiin sopii käydä myös töissä, vaikka lapsi olisi vielä hyvin pieni. Ennen tämä ei ollut sääntöjen tai menettelyjen mukaisesti käytäntö. Toisinpäin on myös hyväksytympää isien jäädä kotiin hoitamaan lasta. Millaisia rooleja sesonkityö määrittää, mielletäänkö se vain nuorten ja perheettömien työksi vai onko mahdollista, että muitakin malleja on olemassa sesonkityöntekijälle. Kuinka lähipiiri reagoi siihen, jos yksilö lähtee sesonkitöihin, vaikei tämän ehkä sääntöjen puitteissa olisi sopivaa näin tehdä.

Sosiaaliset mallit eivät tarkoita vain sitä, minkälainen on tyypillinen sesonkityöntekijä. Sesonkityöntekijä voi ajatella, että hän ei seuraa tyypillistä yhteiskunnan sosiaalista normia, jossa opiskellaan, hankitaan perhe, asunto, farmariauto ja kultainen noutaja. Näiden identiteettinä voi olla se, että halutaankin tehdä nimenomaan töitä vain sesongeittain ja rikkoa yhteiskunnan normia, jossa optimaalisinta olisi olla töissä koko ajan. Toisaalta vaikka ajatuksena olisi rikkoa joihin isompaa sosiaalista normia niin se ei tarkoita, etteikö noudatettaisi jonkun pienemmän yhteisön eri normeja. Tämänkaltaisia normeja voi syntyä jo siitä, että sesonkityöntekijöiden yhteisössä kuuluu palata aina takaisin töihin matkailukukukseen, kun uusi sesonkikausi on alkamassa.

Seurauksien ja soveliaisuuden logiikoissa on myös yhteisiä piirteitä, kumpikin niistä kuvaa yksilön päätöksenteon prosessia ja molemmat perustuvat syiden logiikkaan. Eroina logiikoissa on se, että kun seurauksien logiikan mukaan päätöksenteossa tulee arvioida etuja ja oletuksia, niin soveliaisuuden logiikan mukaan tulee arvioida tilanteita, identiteettejä ja sääntöjä (March 1994, 100-102).

## 3 TUTKIMUSMENETELMÄT

### 3.1 Tutkimusmenetelmä

Tutkimuksen teon alkuvaiheessa tulee päättää, että lähteekö tutkimusta tekemään kvalitatiivisena eli laadullisena vai kvantitatiivisena eli määrällisenä. Perinteisesti nämä kaksi on erotettavissa toisistaan analyysiltään. Niitä voidaan kuitenkin hyvin soveltaa samassa tutkimuksessa ja saman tutkimusaineiston analysoinnissa (Alasuutari 2011, 31-32). Laadullisessa tutkimuksessa tutkimuksen luonteena on kokonaisvaltainen tiedon hankinta ja aineisto kootaan todellisissa tilanteissa. Tiedon keruun välineenä suositaan ihmisiä ja täten tutkija luottaa enemmän omiin havaintoihinsa ja keskusteluihin haastateltavien kanssa, kuin mittausvälineillä hankittavaan tietoon. Laadullisessa tutkimuksessa haastateltavat hankitaan tarkoituksenmukaisesti, niin kuin tässäkin tutkimuksessa on tehty (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 160). Eskolan ja Suorannan (2008, 61) mukaan laadullisessa tutkimuksessa ei ole tavoitteena luoda tilastollisia yleistyksiä, vaan sillä pyritään kuvailemaan todellisen elämän ilmiöitä mahdollisimman kokonaisvaltaisella tavalla.

Suomessa yleisin tapa kerätä laadullista aineistoa on haastattelun tekeminen. Haastattelun idea on yksinkertaisimmillaan kysyä ihmisiltä mitä mieltä nämä ovat ja millaisia motiiveja heillä on. Tämä saadaan helpointen selville, kun sitä kysytään suoraan heiltä, joilta halutaan vastauksia tutkittavaan ilmiöön (Eskola & Suoranta 2008, 85). Tiedonkeruumenetelmien valinnan tulee olla perusteltua Hirsjärven ym. (2008, 200) mukaan. Tämän tutkimuksen kohdalla oli ennakoon arvattavissa, että tutkimuksen aihe tuottaa monitahoisesti vastauksia ja haastateltavien puhe on sijoitettavissa laajempaan kontekstiin.

Haastattelun etuna voidaan pitää sen joustavuutta, jossa haastattelijalla on mahdollisuus kysyä tarkentavia kysymyksiä, oikaista väärinkäsityksiä tai käydä keskustelua aiheesta. Tutkija voi myös halutessaan esittää kysymykset haluumassaan järjestyksessä, jos katsoo sen aiheelliseksi. Tärkeintä haastattelussa on saada mahdollisimman paljon tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Haastattelun eduksi voi nähdä myös sen, että kun haastatteluluvasta sovitaan henkilökohtaisesti, haastateltavat harvemmin kieltäytyvät haastattelusta tai haastatteluaineiston käytöstä tutkimustarkoituksiin. Etuna on myös se, että haastatteluihin voidaan harkinnanvaraisesti valita sellaisia henkilöitä, joilla on kokemusta tutkittavasta ilmiöstä (Tuomi & Sarajärvi 2011, 73-74). Haastatteluilla on heikkoutensakin, se on tavallaan keskustelua, mutta se tapahtuu tutkijan aloitteesta ja on tämän johdattalemaa. Joissakin tapauksissa haastateltavalta voi tulla juttua luonnostaan hyvinkin paljon, kun taas tilanne voi joskus olla hyvinkin hankalaa, jos haastateltavalta ei irtoa jutun juurta (Eskola & Suoranta 2008, 85, 89). Hirsjärvi ym. (2008, 202) painottavat myös haastatteluaineiston konteksti- ja tilannesidonnaisuutta. Tutkittavat saattavat puhua haastattelutilanteessa eri lailla kuin jossain muussa

tilanteessa. Tuloksia ei pidä liikaa yleistää ja tämän voi ottaa myös huomioon tulosten tulkinnassa.

Tässä tutkimuksessa haastattelutyypiksi valittiin teemahaastattelu eli puolistrukturoitu haastattelumenetelmä. Teemahaastattelussa edetään etukäteen valittujen teemojen mukaisesti ja niihin liittyvien tarkentavien kysymysten varassa (Tuomi & Sarajärvi 2011, 75). Haastattelumenetelmä on lomakehaastattelun ja avoimen eli strukturoimattoman haastattelun välimuoto (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 203). Haastattelukysymykset ovat kaikille haastateltaville rungoltaan samat, mutta sanamuotoja ja lisäkysymyksiä voi tehdä tarpeen vaatiessa. Lisäksi teemahaastattelussa on pyrkimyksenä korostaa ihmisten tulkintoja asioista, ja merkityksiä mitä nämä antavat tutkittavalle ilmiölle. Merkitykset syntyvät vuorovaikutuksessa haastattelijan ja haastateltavan välillä (Hirsjärvi & Hurme 2001, 47-48). Puolistrukturoitujen haastatteluiden etuna on se, että ne ovat melko keskustelunomaisia luonteeltaan sekä informaaleja, joista syntyy kuitenkin melko systemaattista aineistoa analysoitavaksi. Suurin haaste tämän kaltaisessa haastattelussa syntyy siinä, että jos haastattelija liian järjestelmällisesti noudattaa valmiita kysymyksiä, niin tällöin joitakin tärkeitä aiheita saattaa jäädä käsittelemättä (Eriksson & Kovalainen 2008, luku 7). Tämä vaatii haastattelijalta taitoa tehdä jatkokysymyksiä, jos tämä havaitsee aiheen mistä voisi kysyä lisää ja siitä olisi hyötyä tutkimusongelman kannalta. Teemahaastattelu ei kaikessa avoimuudessaan tarkoita kuitenkaan sitä, että siinä voisi kysyä mitä tahansa. Tarkoituksena on pyrkiä löytämään merkityksellisiä vastauksia tutkittavan ilmiön kannalta. Etukäteen valitut teemat liittyvät jo ilmiöstä tiedettyyn (Tuomi & Sarajärvi 2011, 75).

Tässä tutkimuksessa haastattelurungon teemat rakennettiin Marchin (1994, 58) soveliaisuuden logiikan perusteisesti. Tutkimuksen tavoitteena oli päästä sesonkityöntekijöiden päätöksenteon ytimeen ja soveliaisuuden logiikan kautta siihen ilmiöön oli selkeämpi runko lähteä hakemaan vastauksia. Teemat rakennettiin lähtötilanteen, identiteetin sekä sääntöjen pohjalle, jotka esittelin teoriaosuudessa. Haastattelukysymykset on luotu jokaiseen teemaan ajatellen sesonkityötä teeman kontekstina. Tämän tutkimuksen aineistonkeruuvaiheessa tutkija luotti luomaansa haastattelurunkoon hyvin pitkälti, mutta esitti teemahaastatteluun liittyen tarkentavia kysymyksiä ja lisäkysymyksiä varsinkin yhteiskunnallisiin asioihin liittyen.

### 3.2 Aineisto ja sen kerääminen

Tutkimukseen keräsin itse tutkijana koko aineiston toteuttamalla seitsemän haastattelua. Haastattelut toteutettiin helmi-maaliskuussa 2020 Ylläksellä suomalaisen hiihtolomien aikaan. Kaikki haastattelut toteutettiin paikan päällä joko henkilöiden työpaikoilla tai heidän majoituksissaan, miten kukin haastateltava itse koki parhaaksi.

Laadullisessa tutkimuksessa aineiston määrä ei ole tieteellisyyden kriteeri vaan sen laatu. Laadullisessa tutkimuksessa on tyypillisesti melko pieni määrä

tapauksia, joista tutkija pyrkii analysoimaan mahdollisimman tarkasti määrittelemäänsä tutkimusongelmaa. Aineiston koolla ei ole välitöntä merkitystä tutkimuksen onnistumisen kannalta. Aineiston tehtävänä on auttaa tutkijaa ymmärtämään tämän käsittelemää ilmiötä. Haastateltavien valinnassa käytettiin harkinnanvaraista otantaa (Eskola & Suoranta 2008, 18, 61-62). Tuomi ja Sarajärvi (2011, 85-86) toteavat, että haastateltavien valinnan ei pidä olla satunnaista vaan harkittua ja tutkimuksen tarkoitukseen sopivaa. Laadullisessa tutkimuksessa on tärkeää, että ihmiset keitä haastatellaan tietävät tutkittavasta asiasta mahdollisimman paljon tai heillä on kokemusperäistä tietoa. Seuraavaksi kerrotaan kriteerit haastateltavien valinnalle.

Haastateltavien valinnalle asetettiin tietyt kriteerit, jotka heillä piti olla. Ensimmäinen kriteeri oli, että heidän piti työskennellä ravintola-alan sesonkitöissä matkailukeskuksessa, mutta erityyppisissä tehtävissä. Eri tehtävissä sen takia, että ravintola-alalla on useita erilaisia tehtäviä ja näin saadaan monipuolinen otanta pienestä määrästä tapauksia. Ravintola-alaan päädyttiin sen takia, että tässä tutkimuksessa halutaan löytää syitä miksi ravintola-alan sesonkityöntekijät lähtevät sesonkitöihin. Esimerkiksi hiihdonopettajilla ja safarioppailla syyt saataisivat olla erilaiset ja heidän haastattelemisensa ei välttämättä palvelisi ravintola-alan näkökulmasta. Tutkimuksen aineiston rajaus vain ravintola-alan työntekijöihin, heikentää hieman tulosten yleistettävyyttä sesonkityöntekijöihin, mutta tutkimuksessa nähtiin parhaaksi keskittyä yhteen alaan. Toisena kriteerinä oli, että haastateltavat olivat vähintään toista kertaa sesonkitöissä. Tutkimuksessa tutkitaan myös sitä, onko lähtötilanne jollain lailla ollut erilainen seuraavilla kerroilla verrattuna ensimmäiseen kertaan. Tutkimuksessa pyritään löytämään syitä myös sille, minkä takia on palattu sesonkitöihin, joten ensikertalaisia haastateltaessa tämä osuus haastattelusta olisi jäänyt toteutumatta. Kolmantena kriteerinä oli se, että haastateltavat ovat kotoisin muualta kuin Lapin maakunnasta, mutta kuitenkin Suomesta. Tutkimuksesta rajattiin pois paikalliset sesonkityöntekijät, koska haluttiin tutkia minkä takia muualta Suomesta tullaan Lappiin sesonkitöihin. Tutkimuksessa olisi voinut olla periaatteessa ulkomaalaisia henkilöitä haastateltavina, mutta tässä tutkimuksessa haluttiin keskittyä suomalaisiin ravintola-alan sesonkityöntekijöihin. Tähän päädyin tutkijana sen takia, että sesonkitöihin varsinkin pohjoiseen on haasteena löytää kotimaasta työnhakijoita. Tämän takia kohteena on nimenomaan suomalaiset sesonkityöntekijät, että löydetään heidän päätöksentekonsa perusteet lähtemiselle.

Tutkittavia sesonkityöntekijöitä lähdettiin tavoittelemaan tutkijan verkostojen kautta, joita oli muodostunut useiden vuosien sesonkityöskentelyn kautta Ylläksellä. Tutkimuksen yleistettävyyttä voi rajoittaa vain yhden matkailukeskuksen työntekijöiden tutkiminen, vaikka tarkoituksellista ei ollut sinänsä valita vain Ylläksellä työskenteleviä ravintola-alan sesonkityöntekijöitä, mutta haastateltavien rekrytoimisen ja haastatteluiden järjestämisen kannalta se oli käytännöllisintä. Haastateltavia tavoiteltiin kahdella tavalla: osaan otettiin yhteyttä puhelimitse eri viestintäpalvelimien kautta ja osaa haastateltavista lähestyttiin kasvotusten. Haastateltaville kerrottiin tutkimuksen tarkoitus, kuinka haastattelut



toteutetaan, tutkimuksen eettiset seikat sekä haastateltavien kriteerit. Haastattelujankoha ja paikka sovittiin sen mukaan, minkä haastateltava koki itse parhaaksi. Jokainen haastateltava sai luettavakseen liitteen 2 ennen haastatteluaan, jossa on saatteena tiedote haastateltaville. Kaikki haastateltavat osallistuivat vapaaehtoisesti tutkimukseen. Lisäksi jokainen haastateltava on antanut suullisesti haastattelunauhoittelelle suostumuksensa haastatteluiden tutkimuskäyttöön. Ennen jokaisen haastattelun aloitusta kertosin vielä tutkimuksen tarkoituksen, luotettavuuden, vaitiolovelvollisuuteni sekä anonymiteetin turvaamisen. Osa haastateltavista koki mielekkääksi aiheesta keskustelemisen ja aikaan saatiin hyvin rikasta tarinointia ja keskustelua. Joissakin haastatteluissa tuli myös ilmi aiheen vierestä yhteiskunnalliseen keskusteluun liittyvää keskustelua, josta on myös osuus tuloksissa.

Haastateltavia osallistui tutkimukseen seitsemän, jotka kaikki työskentelivät haastatteluhetkellä ravintola-alan sesonkitöissä. Työnkuvaukset heillä olivat erilaiset ja ne olivat kehittyneet sesonkityö vuosien aikana. Useampi henkilö heistä oli tehnyt jo sesonkitöitä useamman vuoden ja palannut aina uudestaan sesonkitöiden pariin uuden kauden alkaessa. Kaksi haastateltavaa oli muuttanut jossain vaiheessa paikkakunnalle ympärivuotisesti. Tutkimukseen osallistuneet sesonkityöntekijät olivat iältään 20-39 vuotiaita, joista kaksi oli miehiä ja viisi oli naisia. Nauhoitetuille haastatteluille yhteiskestoja tuli 3 tuntia ja 25 minuuttia. Keskimäärin haastattelut kestivät noin 29 minuuttia. Haastattelut nauhoitettiin tiedekunnalta lainaan saadulla sanelimella. Haastattelujen äänitiedostoja ei ole nimetty ja ne ovat salatun kansion takana. Tämän tutkimuksen valmistumisen jälkeen haastatteluaineistot litterointeineen hävitetään tietoturvalisellä tavalla, etteivät ne päädy ulkopuolisten käsiin. Haastateltavien nimettömyyden suojaamiseksi heidät on pseudonymisoitu tunnisteilla H1-H7.

### 3.3 Haastateltavien kuvaus

Tutkimuksen aineisto koostuu yhteensä seitsemästä haastattelusta, joista kolme oli taustakoulutukseltaan kokkeja, yksi oli tarjoilija ja kolmella ei ollut ravintola-alan koulutusta taustalla. Haastateltavia saatiin ympäri Suomea ja heidän suojaamiseen paikkakuntia ei ole tarkemmin ilmoitettu, koska se ei olisi tutkimuksen kannalta merkittävää. Ikähaarukka oli myös tutkimukseen osallistuneiden osalta laaja sen ollessa 20-vuotiaasta 39-vuotiaaseen sesonkityöntekijään. Haastateltavista kaksi oli miehiä ja viisi oli naisia. Tutkimukseen osallistuneet olivat vähintään toista kautta sesonkitöissä, mutta osa oli haastatteluhetkellä ollut enemmän kuin viisi vuotta sesonkitöissä. Henkilöiden työskentelyorganisaatiosta ei ole taulukoissa tietoja, koska ne eivät olisi tämän tutkimuksen kannalta merkittäviä. Se myös suojaa näitä henkilöitä ja heidän edustamiaan yrityksiä. Lisäksi tunnistettavuuden vaikeuttamiseksi tarkkaa ikää ja sesonkien lukumäärää ei kerrota, koska se voisi helpottaa huomattavasti heidän tunnistamistaan. Kaikki haastateltavat työskentelivät Ylläksen alueella ravintola-alan sesonkiluonteisissa työpaikoissa. Heidän työpaikkojaan voi kuvailla yleisellä tasolla siten, että

useimmat työskentelivät rinneravintoloissa, mutta osa teki myös lisäksi töitä baareissa, ruokaravintoloissa ja hotellien yhteydessä olevissa ravintoloissa. Kovin tavatonta ei ollut sekään, että sesonkityöntekijöillä oli useampi työ. Työtehtävät heillä olivat moninaiset ja taulukosta voi nähdä, että usealla haastateltavalla oli myös esimiesasema sesonkitöissään.

Haastateltava	Koulutus	Työtehtävä	Kotipaikka	Ikä	Sukupuoli	Sesonkien lkm.
H1	Kokki	Kokki	Itä-Suomi	25-30	Nainen	yli 5
H2	Kokki	Ravintolapäällikkö	Etelä-Suomi	25-30	Nainen	alle 5
H3	Kokki	Keittiöpäällikkö	Etelä-Suomi	35-40	Mies	alle 5
H4	Tarjoilija, baarimestari	Ravintolapäällikkö	Itä-Suomi	30-35	Nainen	yli 5
H5	Ammattitutkinto (ei ravintola-alan)	Tarjoilija	Etelä-Suomi	20-25	Nainen	alle 5
H6	Ylioppilas	Tarjoilija	Itä-Suomi	20-25	Nainen	yli 5
H7	Ylioppilas, Ammattitutkinto (ei ravintola-alan)	Tarjoilija	Keski-Suomi	25-30	Mies	alle 5

TAULUKKO 1 Haastatellut sesonkityöntekijät.

Kuten taulukosta käy ilmi niin haastateltavista kolme on taustaltaan kokiksi kouluttautuneita. Yksi on taustaltaan tarjoilijaksi sekä baarimestariksi kouluttautunut ja tämä henkilö oli haastatteluhetkellä lisäksi monimuotoisesti opiskelemissa hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohtokoulutuksessa. Kolme tarjoilijan tehtävää tehneistä oli ilman alan koulutusta sesonkitöissä. Heidän tapauksessaan kaikki kuitenkin opiskelivat tai olivat pyrkimässä opiskelijaksi. Yksi haastateltavista tarjoilijoista opiskeli yliopistossa viimeistä vuotta. Yksi heistä piti välivuotta ja oli aloittamassa pääsykokeisiin lukemisen hiihtolomasesongin jälkeen. Kolmas tarjoilijoista teki sesonkitöissä oppisopimuksella tarjoilijan tutkintoa ja oli aikeissa jäädä alalle pitemmäksi aikaa.

Ravintola-alalla työtehtävät ja niiden tittelit vaihtelevat jonkin verran paikan mukaan. Kokeilla tehtävän nimike voi olla esimerkiksi kokki, keittiöpäällikkö, keittiömestari tai vuoromestari riippuen työpaikasta ja tehtävän kuvauksesta. Tarjoilijan tehtävät sisältävät hyvin laajan skaalan tehtäviä varsinkin sesonkitöissä. Varavastaavan tehtävissä voit olla vuoron vastaavana hoitajana, jos sinulla on tarpeeksi kokemusta ja olet kokenein, sillä hetkellä vuorossa olevista tarjoilijoista. Tarjoilijan tehtävissä saatat välillä tehdä lumitöitä, ajaa kuormia moottorikelkalla ja tehdä ravintolan kunnostustöitä esimerkiksi. Välillä tarjoilijat ovat olleet myös kokin apuna keittiön puolella. Tavatonta ei ole myöskään kokkien siirtyminen salin puolelle tarjoilijan tehtäviin. Tämän tutkimuksen kokeista yksi oli siirtynyt ravintolapäälliköksi rinneravintolaan, ja toinen oli alkanut yrittäjäksi sesonkityövuosiensa aikana saadakseen lisää haastetta.

Työtehtävät ovat osittain muuttuneet haastateltavien keskuudessa, mitä useamman sesongin nämä ovat olleet töissä. Ravintola-alalla varsinkaan tarjoilijoilla ei ole välttämätöntä olla koulutusta alaa kohtaan, vaan sesonkityöt voi aloittaa ilman työkokemusta helpommissa tehtävissä. Ne keillä on ollut halua kehittyä ovat siihen myös pystyneet sesonkitöiden kontekstissa. Nämä henkilöt ovat hakeutuneet toisiin työpaikkoihin, kouluttautuneet samalla tai saaneet lisävaltuuta työskentelemässään yrityksessä. Kokeilla sen sijaan on käytännössä vaatimus olla koulutus työtehtäväänsä. Toisaalta rinneravintoloissa ei ollut tavatonta, että tarjoilijat tekivät myös ruoka-annoksia. Tämä riippui aivan siitä minkä tasoista ruokaa kyseistä paikasta oli saatavilla. Yleensä ne olivat ranskalaiskoreja, päivän keittoa tai hampurilaisannoksia.

### 3.4 Aineiston analyysi

Laadullisen aineiston analyysillä on tarkoituksena pyrkiä lisäämään kerätyn aineiston informaatioarvoa. Analyysillä pyritään kiteyttämään aineiston tärkeimmät asiat ja tuottaa sitä kautta uutta tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Hajanaisesta aineistosta muodostetaan selkeä ja mielekäs kokonaisuus (Eskola & Suoranta 2008, 137). Laadullisessa analyysissä aineiston runsaus ja elämänläheisyys tekee analysoinnista mielenkiintoisen ja haastavan, jonka parissa tutkija viettää viikkoja tai jopa kuukausia (Hirsjärvi, Remes & Sajavaara 2008, 220). Tässä tutkimuksessa käytetään analyysimenetelmänä sisällönanalyysiä ja teemoittelua.

Sisällönanalyysi on perusanalyysimenetelmä, jota voidaan käyttää kaikissa laadullisen tutkimuksen perinteissä. Sisällönanalyysi on laadullisen tutkimuksen keino analysoida laajojakin aineistoja. Sen päämääränä on saada kuvaus tutkittavasta ilmiöstä tiivistetysti ja yleiseen muotoon. Täten tulokset voidaan yhdistää laajempaan kontekstiin ja aiempiin tutkimustuloksiin. Se on oikeastaan tekstianalyysiä, jossa etsitään aineistosta erilaisia merkityksiä ja kuvataan aineiston sisältöä sanallisesti (Tuomi & Sarajärvi 2011, 91, 103-104). Laadullisessa tutkimuksessa analyysivaiheessa pitää tehdä päätös, mikä aineistossa oikeasti kiinnostaa. Tämän jälkeen aineisto käydään läpi useaan kertaan ja merkitään ne asiat, jotka liittyvät tutkimusongelmaan. Tässä tutkimuksessa aineiston käsittely aloitettiin litteroimalla haastattelut kirjoittamalla puhtaaksi kaikki haastattelut. Litteroitua aineistoa syntyi 58 sivua, jonka jälkeen aloin käymään aineistoa läpi useaan kertaan ja alleviivasin värikynillä tärkeimpiä havaintoja.

Aineiston keruu tapahtui puolistrukturoidulla temahaastattelulla, joka teki aineiston jäsentämisestä helppoa. Tuomen ja Sarajärven (2011, 93) mukaan laadullista aineistoa pilkotaan ja ryhmitellään aihepiirien mukaan. Tässä tutkimuksessa teemat jäsentyivät loogisesti haastattelurungon perusteella. Eskola ja Suoranta (2008, 151-152) toteavatkin temahaastattelusta, että se tarjoaa aineiston jäsenyyksen ja sitä myöten tulee käydyksi läpi koko aineisto. Aineistosta seulotaan temahaastattelurungon perusteella sellaisia asioita, jotka ovat oleellisia oman tutkimuksen kannalta. Temahaastattelurungon rakentamisessa on käytetty aikaisempaa tieteellistä tutkimusta apuna ja tämän lisäksi omaa kokemusta

aiheesta. Tämän takia ei voida puhua aineistolähtöisestä analyysistä ilman teoreettisia oletuksia, vaan aiempi tutkimus ja omakohtainen kokemus vaikuttavat aineiston analysointiin.

Tässä tutkimuksessa lähestytään tutkimusaineistoani teoriaohjaavan lähestymistavan kautta. Tuomen ja Sarajärven (2011, 96-97) mukaan teoriaohjaavassa analyysissä on teoreettisia kytkentöjä, mutta ne eivät pohjautu suoraan teoriaan. Teoria on ennemminkin apuna ja tukena analyysin tekemisessä, kuin että analyysi pohjautuisi siihen. Teoriaohjaavassa analyysissä on tunnistettavissa aieman tiedon ja kokemuksen vaikutus, mutta sen tarkoitus ei ole testata teoriaa. Sen aikomuksena on ennemminkin luoda uusia ajatusuria. Esimerkiksi tässä tutkimuksessa sesonkityöntekijöiden päätöksentekoa siitä, miksi lähdetään sesonkitöihin. Teoriaohjaavassa analyysissä aineisto voidaan kerätä hyvin vapaasti ja analysointivaiheessa edetäänkin yleensä aluksi aineistolähtöisesti. Analyysia tehdessä aineistolähtöisyys sekä aikaisemmista tutkimuksista tulleet ajatukset voivat vaihdella tehtäessä analyysiä.

Teoriaohjaavaa lähestymistapaa käyttäessäni pyrin pitämään mielessäni tutkimuskysymyksen etsiessäni aineistosta teemojen mukaisesti sisältöä, jolla tuodaan selkeää informaatioarvoa aiheesta. Tulokappaleessa tuloksia käsitellään teemahaastattelurungon pohjalta pääasiassa järjestelmällisesti kysymyskysymykseltä, koska se tuntui loogisimmalta ratkaisulta.

### 3.5 Tutkimuksen luotettavuuden arviointi

Laadullista tutkimusta arvioidaan kokonaisuutena ja kuinka johdonmukaisesti se on tehty. Varsinaisesti luotettavuuden arviointiin ei ole olemassa yksiselitteisiä ohjeita siitä, kuinka se tehtäisiin (Tuomi & Sarajärvi 2011, 140).

Kvalitatiivisen menetelmän tutkimuksissa aineiston analyysivaihetta ja luotettavuuden arviointia ei voida erottaa yhtä selkeästi, kuin kvantitatiivisessa tutkimuksessa. Tutkijan tehtävänä on jatkuvasti pohtia tekemiään päätöksiä ja sitä kautta otettava kantaa sekä analyysin kattavuuteen, että tekemänsä työn luotettavuuteen (Eskola & Suoranta 2008, 208). Lähtökohtana laadullisessa tutkimuksessa on tutkijan avoin subjektiviteetti ja sen myöntäminen, että tutkija itse on oman tutkimuksensa keskeinen tutkimusväline. Luotettavuuden kriteeri on tutkija itse ja näin ollen luotettavuuden arviointi koskee koko tutkimusprosessia (Eskola & Suoranta 2008, 210). Eskola ja Suoranta (2008, 210-211) jatkavatkin, että laadulliset tutkimukset ovat yleensä henkilökohtaisempia kuin määrälliset tutkimukset. Tämän tutkimuksen kohdalla tässä asiassa ei tehdä poikkeusta, vaan tutkijan omat kokemukset sesonkitöistä ovat vaikuttaneet haastatteluihin ja tutkimukseen väistämättä, vaikka yrittäisi olla niin objektiivinen kuin vain on mahdollista olla.

Tutkimuksen uskottavuus luotettavuuden kriteerinä viittaa Eskolan ja Suorannan (2008, 211) mukaan siihen, että vastaavatko tutkijan tulkinnat tutkittavien käsityksiä. Tämän arvioiminen tutkimusprosessin aikana on mahdotonta, jonka vuoksi korostuu tutkimusprosessin mahdollisimman avoin kuvaaminen. Tällä

pyritään lisäämään tutkimuksen uskottavuutta. Tulososiossa tulkintojen tukena on suoria lainauksia tutkittavien haastatteluista. Luotettavuutta tässä tutkimuksessa lisää myös aikaisempiin tieteellisiin julkaisuihin viittaaminen, jotka liittyvät tutkimuksen aiheeseen.

Varmuutta tutkimukseen saadaan ottamalla huomioon tutkijan ennakkoletukset aiheesta (Eskola & Suoranta 2008, 212). Laadullisessa tutkimuksessa tutkijalla ei lähtökohtaisesti ole ennakkoon asetettuja hypoteeseja tutkimuksen tuloksista, mutta on otettava huomioon tutkijan aiemmat kokemukset aiheesta. Niistä ei kuitenkaan saa muodostaa mitään sellaista, mikä rajaisi tutkimuksellisia toimenpiteitä. Laadullisen tutkimuksen analyysissä tutkijan pitäisi oppia ja mahdollisesti yllättyäkin tutkimuksensa teon yhteydessä. Tämä edellyttää sitä, että tiedostetaan ennakkoletukset (Eskola & Suoranta 2008, 19-20). Tutkijan aiemmat kokemukset sekä tutkimuksen teoria ovat voineet vaikuttaa siihen, mitä teemoja tai asioita on nostettu tuloksien analyysiin. Näitä ennakkoletuksia ovat olleet esimerkiksi ne, että sesonkitöihin on lähdetty seikkailumielellä tekemään töitä uuteen ympäristöön tai opiskeluiden ohella tienaamaan lyhyeksi aikaa. Nämä ovat voineet vaikuttaa tutkimusaineiston analyysiin, vaikka tutkija on pyrkinytkin olemaan mahdollisimman objektiivinen tehdessään tulkintoja. Tutkimuksen vahvistuvuus on keino lisätä luotettavuutta. Vahvistuvuudella tarkoitetaan sitä, että tehdyt tulkinnat saavat tukea vastaavaa ilmiötä tarkastelleista tutkimuksista (Eskola & Suoranta 2008, 212). Tutkimuksen keskustelu osuudessa käydään läpi tämän tutkimuksen tuloksia ja verrataan niitä aikaisempaan keskusteluun aiheesta.

Haastatteluaineiston osalta luotettavuuteen liittyy aineiston laatu. Aineistoa käsitellään useaan otteeseen ja se vaikuttaa aineiston laatuun. Tallenteiden äänenkuuluvuus sekä litteroinnissa noudatettu johdonmukaisuus vaikuttavat aineiston laadukkuuteen (Hirsjärvi & Hurme 2001, 185). Tässä tutkielmassa litterointien tekeminen aloitettiin kolmen viikon päästä siitä, kun ensimmäinen haastattelu oli tehty. Siinä voi olla se riski, että jotain on voinut jo unohtua ensimmäisien haastattelujen eleistä tai taustatekijöistä, vaikka tallenteet olivatkin selkeitä. Toisaalta haastattelutallenteiden kuuntelu voi tuoda jotain sellaista ilmi, mitä ei haastattelutilanteessa huomannut. Litteroinnit tehtiin 50-60 prosenttisesti nauhoitetta hidastaen, jotta kirjoittaminen oli selkeämpää. Kuitenkaan sanatarkkaa eli eksaktia litterointia ei käytetty, vaan täytesanat, toistot sekä äännähdykset jätettiin pois. Peruslitteroinnissa otetaan huomioon kuitenkin merkitykselliset tunneilmaisut, kuten nauru.

Tutkimuksen luotettavuuden arvioimisen lisäksi tutkimuksen eettisten kysymysten arvioiminen on tärkeää koko tutkimusprosessin ajan. Eskola ja Suoranta (2008, 52) esittävät, että tutkimustyö koostuu tuhansista isommista ja pienemmistä kysymyksistä. Eettisiin kysymyksiin ei ole kaiken kattavaa säännöstöä, vaan tutkijan on itse tehtävä ratkaisunsa. He painottavat kuitenkin, että jos tutkija tunnistaa kysymysten problematiikan, niin tällöin tämä todennäköisesti tekee eettisesti kestäväää tutkimusta.

Tässä tutkimuksessa on noudatettu tutkimusetiikan näkökulmasta Tutkimuseettisen neuvottelukunnan (2012) ohjeita hyvästä tieteellisestä käytännöstä.

Haastateltaville henkilöille kerrottiin tutkimuksen tarkoitus sekä heiltä pyydettiin suostumus tutkimusaineiston käyttöön suullisesti nauhoitteelle. Lisäksi he ovat saaneet saateen luettavakseen ennen haastatteluja. Haastateltaville kerrottiin, että tutkimukseen osallistuminen on täysin luottamuksellista, ja tutkimuksen tulokset pyritään julkaisemaan siten, että haastateltavien tunnistaminen on vaikeaa. Haastatteluaineistot ovat käytössä vain tähän tutkimukseen ja ne hävitettiin tutkimuksen valmistumisen jälkeen. Haastateltavat ovat voineet olla myös yhteydessä tutkimuksen tekijään missä vaiheessa tahansa. Lopuksi tutkimusraportti lähetetään niille haastateltaville, jotka sen halusivat.

## 4 TUTKIMUKSEN TULOKSET

### 4.1 Yleistä

Tässä luvussa käsitellään tutkimuksen tulokset. Tuloksia käsitellään teemahaastattelurungon pohjalta. Kyseinen haastattelurunko pohjautuu Marchin (1994, 58) soveliaisuuden logiikkaan, jonka olen aiemmin esitellyt teoriaosuudessa. Lähtötilanteen, identiteetin sekä sääntöjen kautta pyritään vastaamaan tutkimuskysymyksiin: mitä syitä henkilöllä on lähteä matkailualan sesonkityöntekijäksi ravintolaan? Mitä syitä henkilöllä on palata sesonkitöihin? Näiden lisäksi alakysymyksinä ovat, kuinka päätös sesonkitöihin lähdöstä henkilöllä muodostuu ja millaisena sesonkityöntekijät kuvailevat yleisesti sesonkityöntekijöitä? Tätä kautta ja yleisemmin löydetään myös identiteettejä, millaisia sesonkityöntekijät mahdollisesti ovat. Tuloksia käydään läpi pääpiirteittäin kysymys kysymykseltä ja edellä muodostetaan tekijät, mitä haastatteluaineistosta nousi esiin päällimmäisenä. Ensimmäisenä kuvaillaan lähtötilannetta ensimmäisellä kerralla ja sen jälkeen seuraavilla kerroilla, jonka jälkeen identiteettiä ja lopuksi sääntöjä. Viimeisenä käydään läpi muut esille nousseet asiat aiheeseen liittyen sekä oliko näille sesonkityöntekijöille tullut tärkeä paikka matkailukohteestaan, jonne nämä ovat palanneet töihin.

### 4.2 Lähtötilanne

Ensimmäisellä kerralla lähtiessään sesonkitöihin haastateltavien elämäntilanteet vaihtelivat sekä heidän työkokemuksensa alalta. Hyvin karkeasti jakavana tekijänä oli se, että osalla ei ollut ollenkaan ravintola-alan kokemusta tai sitä oli hyvin vähän. Kokkitaustaa omaavilla henkilöillä oli työkokemusta jo useamman vuoden verran kerrytettynä ja heidän lisäksi myös yhdellä tarjoilijalla. Parisuhde-tilanteeltaan kaikki haastateltavat yhtä lukuun ottamatta olivat sinkkuja. Näistä kahdessa tapauksessa eroaminen oli tapahtunut syksyllä ja se oli ollut yhtenä syynä sille, miksi nämä olivat alkaneet etsimään sesonkitöitä pohjoisesta. Lisäksi kolmella kokeneemmista työntekijöistä oli havaittavissa tyytymättömyyttä silloiseen työhön.

Lähtötilannetta lähdettiin tutkimaan ensimmäisellä kerralla kuuden kysymyksen kautta, ja niiden tarkoituksena oli tutkia syitä ja seurauksia, joiden takia hakeuduttiin sesonkitöihin ja tehtiin päätös lähtemisestä. Taustatiedoissa kysyttiin myös sitä, oliko näillä henkilöillä aiempaa matkailukokemusta Lapista tai Yläksestä. Alla on taulukossa tiivistetysti haastateltavien lähtötilanne ensimmäisellä kerralla kuvaamaan selkeämmin heidän lähtötilannettaan elämäntilanteen ja motivaation kannalta.

Haastateltava	Työtehtävä 1. kerran	Työkokeemus alalta	Ikä 1. kerralla	Parisuhdetilanne	Elämäntilanne	Motivaatio lähdölle
H1	Kokki	yli 5 vuotta	20-25	Sinkku	Palkaton vapaa töistä, reissussa ulkomailla	Kehittyminen, tyytymättömyys työpaikkaan
H2	Ravintolapäällikkö	yli 5 vuotta	20-25	Sinkku	Lopettanut aiemmat työt, vapaa lähtemään	Yleneminen ketjun sisällä, aiemman paikan ongelmat
H3	Keittiömestari	Yli 10 vuotta	30-35	Sinkku, eronnut	Töitä oli, mutta eron myötä tuli mahdollisuus lähteä	Palkka, ulkoilumahdollisuudet, ammatillinen kehittyminen
H4	Tarjoilija	yli 5 vuotta	20-25	Sinkku, eronnut	Vakituisen työ, ollut ulkomailla reissussa	Muutos elämäntilanteessa, tyytymättömyys työpaikkaan
H5	Tarjoilija	Ei kokemusta	Alle 20	Parisuhhteessa	Välivuosi	Raha, laskettelu, uusien asioiden kokeminen
H6	Tarjoilija	Alle 5 vuotta	Alle 20	Sinkku	Välivuosi	Uuden kokeminen, seikkailu
H7	Tiskaaja	Ei kokemusta	20-25	Sinkku	Valmistunut koulusta, ei ollut mitään sitovaa	Talviurheilumahdollisuudet, kunnan talvi

TAULUKKO 2 Haastateltavien tilanne ensimmäisellä kerralla

Sesonkitöihin hakeuduttiin tämän tutkimusaineiston perusteella joko ilman työkokemusta tai vaihtoehtoisesti, kun työkokemusta on jo taustalla useampi vuosi. Työkokemusta omaavilla vakituksessa työssä oli jokin asia, joka ei enää tyydyttänyt. Ei ollut mahdollisuutta edetä uralla tai työpaikalla ei ollut enää mitään annettavaa työntekijälle. Toisaalta koettiin myös samalla, ettei itsellä enää ollut mitään annettavaa silloiselle työlle. Tämän lisäksi muussa elämäntilanteessa oli meillä samaan aikaan muutoksia ja usean asian summa oli laittanut nämä henkilöt miettimään hakemista muualle töihin. Välivuosisilaisilla syyt olivat pitkälti uuden kokemisessa ja siinä, että se on lyhyt sesonki, josta voi sitten edetä opiskelemaan haluamalleen alalle. Yksi haastateltavista oli valmistunut ammatillisesta koulutuksesta, mutta sen alan työn eivät kiinnostaneet ja hän halusi lähteä kokeilemaan ravintola-alan töitä. Talviurheilumahdollisuudet ja etelän loskainen talvi houkuttelivat useampia lähtemään Lappiin sesonkitöihin. Päätös lähtemisestä oli pääpiirteittäin kaikilla useamman asian summa, mutta taustalla oli samankaltaisia syitä.



#### 4.2.1 Aikaisemmat vierailut Lapissa tai matkailukeskuksessa

Lähtötilanteen kannalta oli aiheellista selvittää, että oliko sesonkityöntekijöillä mahdollisesti jonkinlaista sidettä Lappiin tai Ylläksen matkailukeskukseen ennen kuin nämä lähtivät sesonkitöihin. Haastateltavien keskuudessa ei ollut havaittavissa kovinkaan suurta yhteyttä siihen, että aikaisempien matkailukokemusten takia olisi hakeuduttu töihin juuri Lappiin tai Ylläkselle. Lappi kokonaisuutenakin oli useimmille hiukan vieras maakuntana ja siellä ei ollut useasti vierailtu. Kaksi haastateltavista oli vierailut Ylläksellä ennen ensimmäistä sesonkityökokemustaan. Toinen näistä oli käynyt lapsuudessaan hiihtolomamatkalla ja toinen kaksi vuotta ennen kuin oli hakeutunut töihin Ylläkselle.

”Ylläs oli vain yksi niistä mihin pääs ja mikä oli tuttu paikkana” H5

”Ei ollut kyllä mitään sellasta, että mihin, mutta Lappiin vois ja pystys, vois lähteä, siitä se sitten lähti” H3

” Mä rupesin kattomaan Lapista ylipäätään, mä katoin ihan kaikkialta Lapista, koska mulla ei todellakaan ollut sidettä mihinkään Lapin paikkakuntaan tai laskettelukeskukseen” H6

Paikalla ei ollut suurta väliä heillekään, ketkä olivat käyneet aiemmin jo matkailukeskuksessa. Se hieman helpotti päätöstä, mutta kaikki haastateltavat olivat hakeneet sesonkitöitä useista eri Lapin matkailukeskuksista. Kuusi haastateltavista oli käynyt Lapissa jossain vaiheessa elämäänsä. Suurin osa muisteli, että ne olivat olleet kesäreissuja vanhempien kanssa lapsuudessa tai että olivat käyneet mahdollisesti toisessa matkailukeskuksessa laskettelemassa kerran tai kahdesti elämänsä aikana. Levi mainittiin kohteena pari kertaa, mutta siitäkään ei ollut välttämättä havaintoa, että Ylläs on samalla suunnalla. Yksi haastateltavista ei ollut koskaan käynyt Vuokattia pohjoisempana ennen lähtöään. Tutkimusaineistosta ei noussut esiin mitään sellaista, mikä selittäisi aikaisempien vierailuiden merkityksen siinä, että olisi hakeuduttu töihin Lappiin, vaan syyt olivat muualla.

Kenelläkään ei tiettävästi ollut myöskään sukulaisuussuhteita alueelle. Kaikilla tutkimukseen osallistuneista oli avoimet mielet siitä, mitä Lappi voisi tarjota sesonkityönä. Sesonkityöntekijät ovat olleet enemmän ja vähemmän perinteisen matkailijan asemassa, kun ovat miettineet, että mihin kohteeseen nämä hakisivat töihin. Erona matkailijaan voi nähdä sen, että päätöksen tietystä kohteesta määrittää se mistä työpaikasta otetaan yhteyttä ja saa kiinnostavan työtarjouksen. Elämäntilanne haastateltavilla oli sen kaltainen, että tiettyyn paikkaan ei menty, vaan havaittavissa tutkimusaineistossa oli lähtemisen ja valinnanvapauden mahdollistama tilanne.

#### 4.2.2 Elämäntilanne ennen ensimmäistä lähtöä

Elämäntilanne oli kaikilla haastateltavilla sen kaltainen, että oli mahdollisuus ajatella lähtevänsä jonnekin muualle sen hetkisestä asuinpaikkakunnasta ja elämäntilanteesta. Ei ollut väliä olivatko nämä sillä hetkellä työelämässä vai koulusta valmistuneita. Erilaiset syyt ajoivat siihen, että sesonkityöntekijät halusivat lähteä kokeilemaan jotain uutta. Taustalla oli elämäntilanteen muuttuminen eri tavoilla, joka mahdollisti lähtemisen kokeilemaan jotain uutta.

Nuorimmilla sesonkityöntekijöillä syynä löytyi välivuoden pitäminen lukioista tai ammattikoulusta valmistumisen jälkeen. Heillä oli silloin elämässään sellainen hetki, että sesonkitöitä voisi lähteä kokeilemaan ennen opintoihin suuntaamista.

”Olin hakenut jatko-opiskelee silloin syksyllä ja en saanut opiskelupaikkaa, pidin välivuotta ja sitten päätin, että haluan tehdä jotain muita töitä...” H5

”Olin ihan niinku suunnitellut välivuoden pitämistä, tai pitänyt jo sitä reilu puoli vuotta...että kun opiskella ehtii niin, mä halusin nähdä maailmaa, ja tehdä töitä tai nähdä jotain erilaista, mä olin syksyllä ollut ulkomailla ja sitten kun mä tulin takas kotiin...piti seuraavaksi alkuvuodesta etsiä uusia töitä...” H6

Jälkimmäisellä heistä oli välissä tarjoilijan töitä joulun aikaan omalla paikkakunnallaan, mutta ne loppuivat jouluun. Hänellä oli myös selkeä ajatus siitä, että välivuonna pitää kokea jotain uutta eikä jäädä omalle kotipaikkakunnalle viettämään toista puolikasta välivuodesta. Toisella välivuotta pitävällä oli tullut mieleen kokeilla jotain muuta työtä, kuin mitä oli edeltävänä kesänä tehnyt. Välivuoden aikana oli tullut myös ajatukseksi se, että sen vuoden haluaisi käyttää uusien asioiden kokemiseen ennen mahdollista opiskeluelämää. Kolmas koulusta valmistunut oli elämässään ensimmäistä kertaa tilanteessa, jossa talveksi ei ollut enää mitään sitovaa, mikä pitäisi hänet yhdessä paikassa. Hänellä oli työkokemusta sesonkitöistä useilta kesiltä huvipuistoalalta, mutta luonnollisesti talvella niitä töitä ei Suomessa ole mahdollista tehdä. Hänen tapauksessaan ajatus Lappiin lähdestä töihin oli syntynyt samana päivänä, kun tämä oli valmistunut.

”Kun mä sain ne paperit kouraan, niin syntyi ajatus, että ens talvena mä oon kyllä Lapissa töissä, oli juuri sellainen loskainen joulu...pitäs päästä johonkin missä voi harrastaa talviurheilua ja ois hienot maisemat ja tavallaan se, kun oli ensimmäistä kertaa tulossa seuraavana talvena semmonen talvi, että ei ollut enää koulua tai töitä...mikä sitois ihmisen yhteen paikkaan, eli siinä oli tavallaan vapaus valita että, voi lähteä minne haluaa, ja Lappiin sitä sitten päätyi sen seurauksena” H7

Kahdella haastateltavista ilmeni elämäntilanteessaan parisuhteessa muutos, jossa oli ajauduttu erilleen ja parisuhde oli tullut päätökseensä. Tämän myötä oli herännyt ajatus siitä, että haluaisi lähteä jonnekin muualle silloiselta paikkakunnalta monessakin mielessä. Eikä ollut sen parisuhteen puolesta estettä lähteä toiselle paikkakunnalle enää. Parisuhteessa nämä henkilöt eivät välttämättä olisi

lähteneet. Eron syyt eivät kuitenkaan olleet siinä, että haluttiin sesonkitöihin. Sesonkitöihin hakemisen nämä henkilöt aloittivat eroamisen jälkeen.

”Töitä oli koko ajan, ainut mikä oli, että elämässä tuli muutosta, että oli aika lähteä niin sanotusti...silloin loppui tuommoinen toi parisuhde loppu ja sitten tuli sellainen hetki, että ei oo ikinä ollut niin vois lähtee” H3

”Olin vakituisessa työsuhteessa, ja sit mä olin vasta edeltävänä syksynä valmistunut tarjoilijan perustutkinnosta, mä olin ollut ulkomailla 3-4 kuukautta siinä syksyllä ja seurustelin ja sitten tuota, mun miesystävä silloin sitten päätti sen suhteen...” H4

Sen aikaisen työn mielenkiinnottomuus tai muut ongelmat työpaikalla ajoivat kolmea haastateltavista miettimään muita vaihtoehtoja. Kaksi näistä oli ollut useamman kuukauden palkattomalla vapaalla ulkomailla matkustelemassa. Sen aikaisista töistä irtaantumisen prosessin voi nähdä alkaneen jo selvästi ennen sesonkitöihin hakeutumisen alkua. Maisemanvaihdos silloisesta työympäristöstä oli tullut näille henkilöille ajankohtaiseksi ja ulkomailla matkustellessa näille oli tullut sellainen tunne, että ei halua enää mennä takaisin kotipaikkakunnalleen ja vanhaan työpaikkaan. Työpaikalla ei ollut näille henkilöille mitään annettavaa ammatillisen kehittymisen kannalta.

”Siellä ulkomailla tuli semmonen fiilis, etten halua mennä takaisin sinne...se paikka missä olin töissä siellä, niin sillä ei ollut mitään annettavaa, en oppinut mitään uutta, eikä mulla ollut mitään annettavaa...” H1

”Olin vähän siinä vaiheessa tyytymätön siihen työnantajaan, koska mä en päässyt haluamallani tavalla etenemään siellä...ja oisin...halunnut käydä...kokeilemassa sesonkitöitä, mutta vakkari työnantaja ei joustanut, niin se johti siihen, että päätin irtisanoutua, mikä oli siis tosi iso päätös...” H4

Etenemis- ja kehittymismahdollisuuksien puute oli osasyynä näillä henkilöillä siihen, että halusi lähteä vakituisesta työpaikastaan toiseen paikkaan. Toisella näistä olisi ollut hänen kotipaikkakuntansa lähellä sijaitseva suurempi laskettelukeskus, jossa tämä olisi halunnut käydä kokeilemassa sesonkitöitä. Työnantaja ei vaan ollut siihen suostuvainen, niin sen vuoksi hän oli päättänyt laittaa koko elämäntilanteensa uusiksi kerralla. Yleneminen oli yhdellä haastateltavista motiivina sen aikaisen työpaikan sisäisten ongelmien lisäksi, jossa tämä henkilö oli apulaisravintolapäällikkönä. Hänelle tuli mahdollisuus ketjun sisäisesti hakea sesonkitöitä ja samalla saada vastuullisempi tehtävä ravintolapäällikkönä.

Elämäntilanteessa tapahtui jokaisella jotain mikä oli tekijä siihen, että halusi lähteä sesonkitöihin. Syinä olivat ammatillisen kehittymisen tarve ja halu päästä työelämässä vastuullisempiin tehtäviin. Toisaalta ilman suurempaa halua jäädä alalle, niin sesonkityöt nähtiin hyvänä vaihtoehtona välivuoden pitämiselle.

### 4.2.3 Miksi sesonkitöihin Lappiin?

Mistä, miten ja miksi sesonkityöntekijöillä syntyi ajatus lähteä nimenomaan sesonkitöihin? Mistä he kuuluivat ja tiesivät, että Lapissa on sesonkitöitä. Mikä heitä houkutti ajatuksessa lähteä sesonkitöihin? Yrityksien on tärkeää tiedostaa se asia, että mitä kanavia kautta sesonkityöntekijät ovat kuulleet Lapin sesonkitöistä. Mitkä ovat olleet houkuttimia hakeutua pohjoiseen töihin. Mistä he löysivät työpaikat ja miksi he halusivat sesonkitöihin eivätkä esimerkiksi johonkin muuhun työhön. Tässä osiossa esitetään tarkempia syitä kuin edellä olevat elämäntilanteeseen liittyvät. Pelkästään elämäntilanteen muutos ei vielä selitä sitä, minkä takia juuri sesonkitöihin, sillä olisihan muutoksen voinut tehdä monella muullakin tavalla elämässään, kuin lähtemällä sesonkitöihin.

Joukosta löytyi yksi henkilö, jolle sesonkityöt olivat jo entuudestaan tuttuja eri alalta. Tämä henkilö oli ajautunut sesonkitöihin ensimmäisen kerran lukiosta valmistumisen jälkeen huvipuistoalalle kesäksi. Hän oli tykästynyt siihen työhön ja jatkanut sitä kesä toisensa jälkeen kesästä 2012 lähtien, mutta talvet hän oli ollut koulussa. Ammatillisen koulutuksen päättyessä ja ensimmäisen talven ollessa ilman sitoumuksia hän oli päättänyt hakeutua Lappiin töihin. Hän kuvailikin asiaa niin, että oli luonnollista siirtyä sesonkityöstä sesonkityöhön. Ensimmäistä kertaa lähteä kesäsesonkitöihin hän kuvaili näin:

”Kesä vapaata, päässyt koulusta...helppoa lähteä siitä sitten sesonkitöihin kesäksi, koska ne on semmoisia, sillä on alku ja sillä on loppu, ja sit pystyy taas jatkamaan eteenpäin...siinä oikeastaan tapahtuikin sillä tavalla että sesonkityö vei ihmisen kokonaan mukanaan...” H7

Lappiin hakeutuessaan sesonkitöihin hän ei ollut sesonkitöiden kannalta ensikertalainen. Sesonkityöt olivat tuttuja, mutta uusi ala ja ympäristö kiehtoivat.

”Alkoi tulla talvetkin tyhjiä, niin sit piti ruveta miettimään talvellekin jotain asiaa, ja sit oli luonnollinen siirtyä sesonkityöstä sesonkityöhön, mulla on nyt ollut tässä tällainen kierre käynnissä, että mä oon kesät tehnyt huvipuistohommaa ja talvet ollut nyt täällä ravintolahommissa...mikä siinä edelleenkin viehättää, on se, että sesonkihomma vetää tietynlaista porukkaa samaan paikkaan töihin ja siellä on jotenkin niin hyvä ilmapiiri...” H7

Tästä voi havaita sen, että sesonkitöitä on monenlaisia ja matkailuala Lapissa ei ole ainoa, joka tarjoaa sesonkitöitä Suomessa. Erilaisia osaamisia voi myös halutessaan yhdistää, jos siihen on tahtoa ja taitoa. Työllistyä voi eri vuodenaikoina erilaisiin sesonkitöihin.

Välivuotta pitävälle sesonkitöissä on ollut samanlaiset ajatukset, kuin edellä olevassa tapauksessa hänen hakeutuessaan kesäsesonkitöihin. Koulusta valmistumisen jälkeen on helppoa lähteä kokeilemaan jotain, millä on selkeä alku ja loppu. Toisella näistä oli selkeänä ajatuksena, että halusi jotain lyhytaikaista työtä, mikä ei sido pitemmäksi aikaa. Sesonkitöiden jälkeen voisi aloittaa pääsykokeisiin lukemisen. Toisella välivuotelaisella alkuperäinen ajatus oli lähteä

Alpeille, mutta hänen veljensä oli puhunut haluavansa Leville laskettelemaan. Siitä hän oli saanut idean Lappiin hakeutumisesta töihin. Hänellä olisi ollut myös mahdollisuus työllistyä kotipaikkakunnalleen, mutta välivuoden ideana ennen opiskeluiden aloitusta oli ollut kokea uusia asioita. Välivuotta pitävillä oli tahtotila lähteä kotipaikkakunnaltaan töihin toiseen paikkaan, koska siellä oli oltu siihen mennessä elämästä suurin osa. Haluttiin kokea sellaisia asioita, mitä kotipaikkakunnan elämä ei voinut tarjota.

”Mä oisin saanut ravintolapaikan ihan kotipaikkakunnalta, mutta mä en todellakaan halunnut jäädä sinne...olisin saanut heti tammikuun alusta töitä, mähän jouduin olemaan sit käytännössä työttömänä puoltoistakuukautta, koska Lapissa alkoi helmikuun puolesta välistä työt, mutta mä valitsen sen mieluummin, kuin että oisin jäänyt koko kevääksi sinne...halusin nähdä jotain erilaista ja saada jotain seikkailua” H6

”Tää oli ihan vieras maailma, että just kerran aikaisemmin käynyt ite laskettele-  
massa...halus ehkä nähdä tän elämäntyylin...ja kun sit lähtee Lappiin niin lähtee ihan kunnolla eikä jää tuonne Vuokatin seudulle, vaan lähtee ihan kunnan pohjoiseen” H5

Välivuosi haluttiin käyttää hyödyksi uusien asioiden kokemisessa ennen opiskeluihin siirtymistä. Varsinainen työ sitoisi pitemmäksi aikaa, mutta sesonkityö mahdollistaa tietyn ajanjakson töiden tekemiselle. Välivuotta pitävät näkivät sesonkitöihin lähdön jonkinlaisena seikkailuna, eivätkä vain pelkkänä työntekona. Seikkailuna sesonkityöt voi ajatella muulloinkin, kuin vain välivuotta pitävänä. Irtiotto houkutti kokeneempaa keittiömestaria elämäntilanteen muutoksen yhteydessä. Halu lähteä kokemaan millaista sesonkitöissä on, vaikka tiesi jo ennakoon, että töitä tulee olemaan paljon. Toisaalta häntä houkutti lähteä rauhallisempaan ympäristöön pois kaupungista.

”Oli kuullut kaikkea niin halus lähteä koittamaan ja kattomaan, että minkälaista se on...pääs etelästä pois, pääs vähän rauhallisempaan paikkaan, työn puolesta ei mutta muuten” H3

Yksi sesonkityöntekijöistä ilmaisi Lappiin töihin lähtemisen unelmakseen. Hänen oli pitänyt kokiksi kouluttautuessaan lähteä suorittamaan työharjoittelu Leville, mutta se oli syystä tai toisesta peruuntunut. Hän selitti unelmaansa sesonkitöistä sillä, että kotimaan matkailu kiinnostaa ja Suomessa on paljon hienoja paikkoja. Hänen organisaationsa sisäisessä haussa oli tullut mahdollisuus hakea ravintolapäällikön paikkaa Ylläkseltä ja näin hän pääsi toteuttamaan myös ammatillista kehittymistä, sekä myös kotimaan matkailua. Löytyi myös toinen tapaus, jossa sesonkitöitä oli ajateltu jo aiemmin ennen lähtötilannetta. Elämäntilanteen muutos mahdollisti lähdön. Haastateltavalla oli myös ollut kavereita aiemmin sesonkitöistä, ja hän oli kuullut heiltä sesonkitöistä. Houkutin sesonkitöihin lähtemisessä oli se, että oli helppo muuttaa kaikki kerralla ja lähteä toteuttamaan unelmia, mihin aiemmin ei rohkeutta ollut.

”Oli se elämänmuutos siinä päällä tavallaan, niin sitten oli helppo muuttaa kaikki kerralla, toteuttaa tavallaan ne unelmat, mitkä oli jääneet toteutumatta ja mihin ei ollut aiemmin rohkeutta” H4

”Yks mun tuttu oli ollut aikaisemmin Pyhällä...se on ainakin positiivisesti puhunut...täällä oli...työtä tarjolla, mikä kiinnosti enemmän kuin etelässä, ja sitten kun just se oli sesonkityö, että siihen ei pitänyt sitoutua silleen pysyvästi...oli helppo käydä kokeilemassa” H1

Kenellä oli ollut kavereita aiemmin sesonkitöissä ja nämä kehuneet kokemustaan, niin se vahvisti päätöstä lähtemisestä. Sesonkitöihin voi lähteä kokeilemaan. Se antaa mahdollisuuden miettiä omaa elämänmuutosta ja mitä elämältä haluaa sesongin päätyttyä. Selkeästi yksi houkutteleva tekijä on juuri se, että ei tarvitse sitoutua johonkin työpaikkaan tai asuinpaikkaan määrittelemättömäksi ajaksi. Tulevaisuuden suunnittelulle haluttiin antaa aikaa ja päätöksiä niistä lykätä eteenpäin. Uusi ympäristö ja ala lähteä sesonkitöihin vaati myös keskustelua kavereiden kanssa. Sesonkitöihin lähtemisen päätöksen voi vahvistaa henkilön kaveri omalla kokemuksellaan. Siihen lisäksi esimerkiksi harrastuksiin liittyvät syyt voivat vahvistaa päätöstä lähtemisestä.

”Mä olin yhen sun toisen ihmisen kanssa keskustellut asioista, ja jotenkin mua kiinnosti ajatus siitä, että pääsee laskemaan ja tekemään hommia...ja sit mulla yks kaveri tuota, se oli ollut just nyt sinä kyseisenä talvena, kun mä päätin et mä haluan pohjoiseen, se oli ollut itte muutaman viikon joulusesongilla, se oli ollut Levillä tonttuna, ja sen kanssa sitten juttelin, se tosiaan silleen sano, että suosittelee todellakin Lappiin lähtöä, ja se on ennen kaikkea kokemus ja se on työtä mikä on hauskaa, ja sit aattelin, että hyvä myyntipuhe, teenpä niin” H7

Kaikilla ei ollut tuttavuuksia, jotka olisivat olleet sesonkitöissä. Nämä olivat alkaneet etsiä töitä ympäri Suomea ja löytäneet Internetin kautta sesonkityöpaikat.

”Ei ollut varmaan silleen tietoa, että siellä ois sesonkitöitä...varmaan googlasin, että joku ravintola...jostain mollista ja tälläsistä” H6

”No mä aloin vaan ite googlettelee” H5

Kaikki työllistyivät sesonkitöihin oman työnhakemisen kautta. Yhdellä työllistymisen tapahtui ketjun sisäisen haun kautta, mutta muutoin haastateltavilla ei ollut yhteyttä tuleviin työnantajiansa. Päätökseen lähtemisestä vaikuttivat suotuisat olosuhteet lähtemiselle ja tärkeimpänä hyvän kuuloinen työpaikka.

#### 4.2.4 Motivaatio ja lopullinen syy tehdä päätös lähtemisestä

Mitkä asiat motivoivat sesonkityössä ajatuksena ja käytännössä sesonkitöihin lähtijöitä. Mikä oli sellainen asia, mikä ratkaisi lopullisesti, että nämä tekevät päätöksen lähtemisestä sesonkitöihin. Motivaatiossa nousi esille palkka kahdella sesonkitöihin lähteneellä, tosin eri syistä. Yhdellä haastateltavista palkka motivoi huonon rahatilanteen vuoksi, koska tämä oli ollut reppureissaamassa kolme kuukautta ennen kuin päätti lähteä töihin Ylläkselle. Työpaikka, jossa on paljon

työtunteja luvassa, motivoi tienaamisen kannalta. Toisella se oli ehkä vain enemmän yleisenä lisänä kaiken muun päälle, kuten harrastusmahdollisuuksien. Amatillinen kehittyminen oli ravintola-alan kokemusta omaavilla yksi motivaation lähde.

Luonnon olosuhteet ja eteläisemmän Suomen lyhyempi talvi vaikuttivat monien lähtömotivaatioon. Useampi haastateltava kaipasi kunnan talvea ja se koettiin motivoivaksi, että pääsee korkeiden hankien keskelle eteläisemmän Suomen pimeydestä. Maisemanvaihdosta haluttiin elämässä tapahtuvien muutoksien takia, mutta viimeinen niitti saattoi olla pimeä ja lumeton talvi vailla mahdollisuuksia harrastaa talviurheilulajeja.

”Halusi paikkaan, jossa on lunta, jossa pääsee laskemaan, hiihtämään, olemaan luonnossa, koska ei niin kuin etelässä ei ole enää nykyään kunnan talvea” H7

Seikkailu nähtiin myös yhtenä motivaationa ja se, että pääsee tapaamaan uusia ihmisiä ja varsinkin, että pääsee pois kotipaikkakunnalta. Ihan viimeinen syy yhdellä haastateltavista olikin juuri se, että piti päästä kotipaikkakunnalta pois.

”Kyllä se kaikista kovin syy oli, että piti päästä kotipaikkakunnalta pois...se oli ollut sen välivuoden idea, että näkee jotain muuta...kaverit...oli lähtenyt sieltä jo opiskelemaan tai töihin...niin ei halunnut itekään jäädä, että pitää nähdä jotain uutta” H6

Lopullinen päätös voi myös muodostua siitä, että on helppoa tehdä päätös lähtemisestä. Yhden esimerkin mukaan se vaatii sen, että työnantajan suunnasta ollaan selkeitä ja informatiivisia. Työnantaja järjesti asunnon, jossa oli kämppäkavereita. Pääsee tutustumaan toisiin ihmisiin, että ei ole aivan yksin tuntemattomassa paikassa. Työnantaja voi vaikuttaa siihen, että miten helpoksi tekee töihin tulemisen. Sillä voi olla merkitystä sen kannalta päättääkö henkilö tulla yritykseen työntekijäksi. Alla esimerkki siitä, miksi haastateltava teki lopullisen päätöksen lähtemisestä ja millainen merkitys työnantajalla siihen oli.

”Tosi moni asia kuulosti tosi helpolta, et oli helppo lähteä, täällä oli kaikki valmiina työpaikka, oli asunto, oli kämppäkavereita, sä tiesit et tuu olemaan yksin, ja työtunteja tulee riittä...kaikki kuulosti tosi hyvältä, pienetkin kysymykset mitä heräs niin niihin sai vastaukset, ei ollut epävarmuutta...meni asiat tosi helposti ja nopealla aikataululla...mä uskon, että se helppous tänne tulemisessa oli se viimeinen niitti” H5

Työnantajan nopeus voi olla myös valttia, siinä että saa työntekijän rekrytoitua. Kilpailu ravintola-alan sesonkityöntekijöistä on kovaa alan toimijoiden kesken. Tietysti muiden ehtojen ja edellä olleen esimerkin mukaisesti, on paljon hyötyä siitä, että työnantajalla on tarjota asunto työntekijöilleen, koska se poistaa yhden kynnyskysymyksen lähdöstä. Työntekijöille lähteminen muodostuu paljon helpommaksi, kun ei tarvitse alkaa etsimään asuntoa paikkakunnalta.

”Sieltä ensimmäisenä vastattiin...ja ihan niinku oli hyvät työehdot ja palkka ihan hyvä” H1

Pääpiirteittäin päätöksen lähtemisestä muodostaa monien asioiden yhteensovittaminen. Taustalla vaikuttavat lähtöaikeisiin jo aiemmin mainitut syyt eli parisuhteen loppuminen, valmistuminen koulusta sekä tyytymättömyys työpaikkaan. Lisätekijöitä voivat olla harrastusmahdollisuudet ja talvisten olosuhteiden haluaminen. Sopivan työpaikan löytäminen on palapelin viimeinen osa. Yksi haastateltavista tiivistikin päätöksen lähtemisestä mainiosti.

”Se oli niin kuin monien tuota tapahtumien summa, että sitten loppujen lopuksi tänne lähti” H7

Päätöksenteko lähtötilanteessa on hyvin monimutkainen prosessi ja siihen vaikuttaa monenlaiset syyt. Yksilöt arvioivat tilannettaan monelta kannalta, mutta havaittavissa oli hyvinkin paljon itseohjautuvia persoonia. Ei ole olemassa yhtä yksittäistä syytä miksi lähdettäisiin sesonkitöihin toiselle puolelle Suomea. Siihen täytyy olla jokaisen henkilön elämässä sopiva tilanne ja tahtotila lähteä. Kaikista merkittävimpana asiana nousi esiin muutos elämäntilanteessa. Tutkimukseen osallistuneille ei myöskään ollut perhettä lähtöhetkellä. Moni totesikin sen, että oli helppo lähteä, koska ei ollut sidottu mihinkään. Sesonkityötä oli myös helppo lähteä kokeilemaan samasta syystä, koska se ei sido kuin sesongin ajaksi ja sen myötä voi siirtää ratkaisuja tulevaisuuteen. Moni ihminen lähtee sesonkitöihin ensimmäisellä kerralla avoimin mielin seikkailemaan ja tutustumaan uusiin ihmisiin ja siihen olisi hyvä puitteet. Yhteisöllisyyttä pidettiin tärkeänä syynä palata sesonkitöihin seuraavana vuonna.

### 4.3 Paluu sesonkitöihin

Haastateltavista kaikki olivat vähintään toista kautta sesonkitöissä Ylläksellä ravintola-alan tehtävissä. Osa haastateltavista oli ollut jo enemmän kuin viisi kautta sesonkitöiden parissa ja sitä myöten kokeneita sesonkityöntekijöitä. Miten sitten päätöksenteko lähdön suhteen oli muuttunut, kun kokemusta sesonkitöistä oli. Tässä osiossa haetaan vastauksia sille, minkä takia sesonkityöntekijät ovat tahtoneet palata uudestaan sesonkitöihin vuosi toisensa jälkeen. Millä tavoin lähtötilanne on eronnut ensimmäisestä kerrasta. Onko elämäntilanteella ollut merkitystä päätöksentekoon eri vuosina. Vaihtuiko työpaikka tai matkailukeskus välillä. Oliko lähtemisessä uudestaan haasteita tai helpottavia tekijöitä verrattuna ensimmäiseen kertaan. Tulokset jaettiin tässä osiossa kahteen osaan, niiden kesken keillä oli aikomus jatkaa ravintola-alalla tulevaisuudessa töitä ja niiden kenellä ei. Näissä tapauksissa oli niin selkeä ero, koska syyt palata sesonkitöihin erosivat pitkälti toisistaan. Aluksi käydään yhteisiä syitä palata ja sen jälkeen tehdään jako näiden kahden erilaisen palaaajan välillä. Syyt ovat osittain samoja, mutta selkeästi erottavat tekijät ovat olemassa. Tuloksien esittämisen kannalta tämä jako on perusteltavaa.



Haastatteluja tehdessä ensimmäinen havainto lähestulkoon välittömästi oli, että syyt olivat hyvinkin pitkälti erilaisia kuin ensimmäisellä kerralla. Elämäntilanteen muutosta ei samalla tavalla enää haettu, vaan ihmiset olivat omalla tavallaan vakiintuneet kukin tahoillaan eri tavalla. Vakiintuminen liittyi töiden järjestelemiseen, opiskeluun tai parisuhteeseen. Samalla tavalla seikkailemaan ei enää toisella ja sitä seuraavilla kausilla lähdetä verrattuna ensimmäiseen kauteen. Havaittavissa oli kyllä, että lähdetään hakemaan nostalgisia muistoja ja samoihin paikkoihin halutaan uudestaan. Elämäntilanne muuttui useammalla sesonkitöissä jo ensimmäisen kauden aikana. Parissa tapauksessa oli alettu seurustelemaan sesonkitöistä löydetyn kumppanin kanssa. Sitäkin oli havaittavissa, että elämäntilanne oli hyvin pitkälti samanlainen, mutta syyt lähteä uudelleen olivat erilaisia kuin ensimmäisellä kerralla. Useammalla oli alkanut muodostua jonkinlainen visio siitä, mitä tulevaisuudeltaan haluaa ja sesonkityöt olivat toistaiseksi osa sitä.

Sesonkityöt mahdollistivat tuttuun paikkaan palaamisen, jossa pääsi kehittymään uralla tai sai lisätienestiä elämäänsä. Etenkin ravintola-alaa tulevaisuutenaan pitävillä oli selkeämpää palata samankaltaisiin töihin ja samalle paikkakunnalle. Opiskelemaan suuntaavilla oli muita ajatuksia, mutta he olivat kokeneet ensimmäisen kauden samalla tavalla. Työnantajan kysellessä heidän haluaan tulla uusiksi sesonkitöihin, nämä olivat päättäneet lähteä uudestaan niin pitkäksi aikaa kuin vain muu elämäntilanne sen salli. Useampi oli palannut saman työnantajan palvelukseen seuraavilla kausilla. Osa vaihtoi työpaikkaa oman ammatillisen kehittymisensä näkökulmasta. Tässä oli havaittavissa selkeää jakoa niiden osalta, ketkä aikoiivat alalla jatkaa tulevaisuudessakin ja niiden ketkä eivät aikoneet jatkaa. Työnantajan näkökulmasta on kuitenkin tärkeää huomata, että hyvin sesongilla viihtyneet työntekijät saattavat palata, vaikkeivat olisi asiaa alun perin edes harkinneetkaan.

#### 4.3.1 Yhteisöllisyys

Pääpiirteittään yhteisenä teemana aineistosta nousi esiin se, että sesonkityöntekijät olivat viihtyneet sekä työssä että vapaa-ajalla matkailukeskuksessa. Sitä korostettiin, että oli ilahduttavaa nähdä samoja ihmisiä uudelleen, keihin oli tutustunut ensimmäisellä kaudella. Lähteminen uudestaan koettiin helpoksi, koska kohteessa oli jo entuudestaan tuttuja ihmisiä ja paikkoja.

”Koska tää on semmonen kupla, täällä on kivaa niinku kaikki, niin ei tarvinnut miettiä, että tuunko vai en” H2

”Viihdyin tosi hyvin täällä, työpaikka oli mukava, ja työkaverit oli mukavia...sitä niinku ihastu tähän Ylläkseen...tosi kotoisa fiilis...oli helppo tulla uudelleen, kun alkoi paikkoja ja ihmisiä tuntemaan ja sitten kun jäi tosi hyvä fiilis siitä kaudesta” H1

”Jäi semmoinen hyvä fiilis täältä...on se oikea kunnon talvi...myös se kyllähän täältä sai tosi paljon kavereita ja oli semmonen hyvä meininki loppujen lopuksi” H4

Yhdistävänä tekijänä oli pitkälti se, että sesonkityökokemuksesta jäi näille haastateltaville hyvät muistot moneltakin osalta. Nämä ihmiset halusivat lähteä kokemaan sen saman tunnelman uudelleen ja ei ollut välttämättä tarvetta seuravaksi talveksi miettiä muita kuvioita. Paikkaan ja ihmisiin oli muodostunut jonkinlainen emotionaalinen tunneside monella töissä ja vapaa-ajalla viihtymisen lisäksi. Työt ja vapaa-aika linkittyvät sesonkitöissä hyvin vahvasti, koska samojen ihmisten kanssa asutaan useimmissa tapauksissa samassa kimppakämpässä kollegoiden kanssa. Uudestaan tulleet ihmiset halusivat kokea samaa yhteisöllisyyden tunnetta, kuin ensimmäiselläkin kaudella olivat kokeneet.

”Valtavasti hyviä muistoja...se oli varmasti hyvin tunteellinen se eka talvi, koit paljon uusia asioita...oli helppo myöskin sillä tavalla kiintyä paikkaan...ja ihmisiin, sen jotenkin huomasi, että nää ihmiset täällä oli hyvin samanhenkisiä kuin itte...sitten kun täältä lähti poikkeen, että semmoinen ikävä jäi niin täytyi tulla takaisin” H4

Kaikilla haastateltavilla oli jäänyt positiiviset muistot paikasta ja se oli entuudestaan tuttu lähtiessä uusiksi. Monet heistä löysivät samankaltaisia ihmisiä ensimmäisen sesonkinsa aikana ja tahtoi palata pelkästään heidän takiaan uudelle kaudelle.

#### 4.3.2 Palaaminen lomalle sesonkitöihin

Uudelleen palaavilla työntekijöillä erottui selkeästi kaksi eri ryhmää, syistä palata sesonkitöihin. Ne ketkä halusivat jatkaa urakehitystään ravintola-alalla ja toisena ryhmänä tulevaisuudessa muulle alalle pyrkivät. Ensimmäisenä käydään läpi muualla kuin ravintola-alalle suuntaavien lähtötilannettaan seuraavilla kausilla palatessaan sesonkitöihin. Sitä voisi katsoa palaamisena lomalle, jossa tehdään töitä.

Elämäntilanne oli heillä muuttunut verrattuna ensimmäiseen kauteen. Toinen haastateltavista oli aloittanut opinnot syksyllä välivuotensa jälkeen ja oli löytänyt parisuhteen elämäänsä sesonkitöistä. Toinen oli edelleen välivuodella, mutta hänellä ei ollut alun perin aikomusta palata sesonkitöihin, koska työskenteli sillä hetkellä kotipaikkakunnallaan. Työnantajan suunnasta oli lähestytty näitä edellisen kauden sesonkityöntekijöitä, jolla oli suuri merkitys palaamisessa sesonkitöihin.

”Ihan alun perin siis esimies kysyi mua takas töihin, että kiinnostaisko...oon vieläkin välivuodella niin sitten mulla oli mahdollisuus...ja sit kyl varmaan mua jäi täältä joku viime vuodesta viehättämään, että oikeesti jos ois ollut tosi kurjaa, enhän mä ois tullut uusiks, mut se et mulle tarjottiin töitä, mä en edes ite ollut yhteydessä, tuli semmonen olo, että varmaan mua tarvitaan ja olen pärjännyt sen viime vuodenkin, niin varmaan se oli suurin syy, että kyseltiin perään” H5

Työnantajan tiedustelu edellisen kauden sesonkityöntekijöiltä kiinnostusta palata sai nämä miettimään sitä potentiaalisena vaihtoehtona. Työnantajan ollessa

aktiivinen on mahdollisuus, että sellaisetkin työntekijät palaavat, ketkä eivät paluuta olisi ajatelleet. Täytyy ottaa huomioon kuitenkin, että työntekijän ja työnantajan intressit pitää kohdata. Joustavuus kumpaankin suuntaan voi olla myös yksi keino saada palaamaan edellisen kauden työntekijä. Palaamiselle perusteita olivat pitkälti ensimmäisen kauden hyvät kokemukset, vaikka elämäntilanne rajoitti sesongin pituutta.

”No se oli varmaan sitten hyvin erilainen, elämäntilanne oli muuttunut, oli tullut sieltä ekalta kaudelta mukaan parisuhde ja opiskelupaikka, tai siis opiskelupaikka mulla oli ollut jo valmiina, mutta nyt mä olin aloittanut ne opiskelut jo...se eka kausi oli niin hyvä...et sinne piti päästä uudestaan ja silloin siellä oli vielä...kaikki vanhat kaverit...työ oli myös kivaa, ja toki opiskellessa tarvis rahaa...ja sit ehkä nyt kun siellä on ollut seitsemän kautta, että se on niinku semmonen perinne tullut jo, että sinne pitää päästä” H6

Vaikka elämäntilanne olikin muuttunut suuresti ensimmäisestä kaudesta, niin takaisin lähtemiselle voi nähdä monia syitä. Ensimmäinen kausi oli ollut haastateltavan mielestä niin hyvä, että sen halusi kokea uudelleen ja päästä tuttuihin paikkoihin. Lisämotivaationa lähtemiselle oli myös halu tienata, koska opiskelijana tarvitsi rahaa. Tilanne erosi ensimmäisestä kerrasta huomattavasti, mutta taloudelliset ja emotionaaliset syyt saivat palaamaan sesonkitöihin.

”Ihan täysin erilainen käytännössä...ekalla kaudella...kaikki oli uutta, se oli hirveen jännää, ihan se pelkkä Lappi oli uutta...mut sitten taas, kun tuli toisen kerran, se oli enemmän sitä, että niinku ihanaa olla täällä taas...siinä on se palaamisen riemu” H6

Toisella ilman ravintola-alalle aikomusta olevalle haastateltavalle tilanne oli samankaltainen kuin ensimmäisenä vuonna. Hänellä oli edelleen välivuosi, mutta edellisessä kappaleessa kuvatulla tavalla häntä kysyttiin myös sesonkitöihin palaamaan. Tilanne erosi ensimmäisestä kerrasta kuitenkin siten, että tällä kertaa oli töitä asuinpaikkakunnalla. Ekan kauden sesonkityökokemuksen ollessa niin hyvä, hän päätti ottaa palkatonta lomaa töistä ja lähteä sesonkitöihin kuukaudeksi.

”Heinäkuuhun asti sovitut työt, nyt mä jouduin ikään kuin ottaa palkatonta lomaa kuukauden, että pääsin tänne tulemaan töihin” H5

Näillä haastateltavilla elämäntilanteen erilaisuus verrattuna ensimmäiseen kertaan ei estänyt sesonkitöihin lähtemistä. He halusivat järjestää asian niin, että onnistuvat lähtemään uudestaan sesonkitöihin kokemaan samoja asioita kuin ensimmäisellä kaudella. Opinnot ja työskentely toisella paikkakunnalla vaikeuttivat lähtöä, mutta halu lähteä edes lyhyeksi aikaa sesonkitöihin voitti. Kummallakin tuli ilmi haastattelussa, että saivat sovittua työnantajan kanssa ajanjakson, jonka voi olla töissä. Työnantajia tässä tutkimuksessa ei ole haastateltu, mutta selkeästi aineistossa on havaittavissa joustoa sekä työnantajan, että työntekijän

puolelta. Työnantajat ovat saaneet kiireisimmille sesongeille entuudestaan tuttuja sesonkityöntekijöitä, ja työntekijät ovat päässeet samaan paikkaan töihin sekä myös lomalle.

”Opiskeluthan asetti vähän rajoituksia, ei siellä ole pystynyt olemaan niin pitkiä kausia ja ainahan on joutunut tekemään opiskeluiden takia järjestelyitä, siirtämään kursseja tai tekemään itsenäistä, mikä ois totta kai ollut helpompaa, jos sinne ei ois mennyt, mut toisaalta ihan se raha...toki kun sinne on aina matkakulut ja kaikki muut niin eihän se tienaus ole niin hyvä, et kyl se on aina ollut myös sen puolesta, että siellä pääsee myös lomalle ja ite laskemaan myös” H6

Taloudelliset syyt eivät olleet painavin syy palata sesonkitöiden pariin, vaan että on mahdollisuus lomailla omasta arjesta.

”Kyl se oli myös, että pääsee sinne tuttuun paikkaan ja siellä on kaikki, näkee tunturin ja pääsee laskemaan” H6

Motivaationa havaittavissa oli lomailun ja harrastamisen mahdollisuus töiden ohessa, sekä aiemmin todettu tuttujen ihmisten ja paikkojen näkeminen. Uudelleen lähtemisellä haluttiin irtiotto omasta arjesta menemällä sesonkitöihin, jossa voidaan myös yhdistää lomailun aktiviteetit. Lyhytaikaisuus oli tärkeä tekijä siinä, että pystyi lähtemään. Ilman työnantajan joustavuutta ei välttämättä olisi ollut edellytyksiä lähteä uudelleen sesonkitöiden pariin.

”Sillä tavalla helppo tilanne omassa elämässä lähteä lyhytaikaisesti vaikka tänne, ehkä se nyt ainut semmoinen, viime vuonna oli sen kolme ja puoli kuukautta, ja nyt on vaan kuukauden ja nyt alkaa valmennuskurssi...et nyt en voi olla pidempään, itseasiassa kysyttiin, voisinko olla sinne pääsiäiseen asti, mutta jouduin kieltäytyä” H5

Lyhytaikaisesti oli helppoa lähteä, koska työpaikka oli sama tai kohde ainakin tuttu entuudestaan. Ilmi kävi haastatteluissa se, että he ovat olleet saman työnantajan palveluksessa palatessaan sesonkitöihin. Osittain on voinut työntekemisen kohde vaihtua tarpeen mukaan. Kysyttäessä sitä miksi he menivät samaan työpaikkaan, niin vastaukset olivat seuraavanlaisia. Työnantajalla on tullut muutoksia toimipaikoissa ja samalla työnantajalla on voinut olla useampia ravintoloita. Työntekijä on voinut myös itse toivoa kohderavintolaa.

”Oli just helppo...koska kumminkin on Ylläs tuttu paikkana ja sesonkityö ja tulee hetkeks tänne, se on tuttu...mulle ois ollu ihan sama missä mä täällä sitä kassaa ja ravintolatyötä teen, et tottakai se on kivempi ja helpompi tulla samaan työpaikkaan” H5

”Ja on kyllä sitten ite myös toivonut, että minne haluaa töihin...se on paras työnantaja tuolla, niin sen takia olen siinä pysynyt” H6

Pidempään sesonkitöissä ollut ei halunnut myöskään vaihtaa sen takia, että oli helpompi tulla tuttuun paikkaan töihin lyhyeksi aikaa, koska ei tarvinnut opetalla uusiksi asioita. Työhön liittyvät asiat on saanut sovittua helposti. Ekan kau-

den hyvät muistot ja parisuhde vaikuttivat siihen, että ei ollut halua vaihtaa työpaikkaa tai matkailukeskusta. Siitä tuli maininta haastattelussa, että jos olisi ollutkin sinkkuna, niin silloin olisi voinut ehkä käydä mielessä kohteen vaihtaminen. Tuttu ja turvallinen vaihtoehto vetosi elämäntilanteen muuttuessa vakinaisemmaksi opiskeluiden sekä parisuhteen myötä. Lomalle töihin voi nähdä olevan peruste palata sesonkitöihin taloudellisten seikkojen lisäksi.

### 4.3.3 Sesonkitöihin palaaminen urakehityksen vuoksi

Ravintola-alalle kouluttautuneilla yhteisöllisyyteen ja harrastuksiin liittyvät syyt palata olivat samoja, kuin ei ravintola-alalle kouluttautuneilla, kuitenkin sesonkityö nähtiin heidän keskuudessaan mahdollisuutena edetä omalla uralla. Sesonkityöt nähtiin siihen sopivana väylänä. Kahdella haastateltavista oli selkeästi muodostunut ensimmäisen kauden aikana halu jatkaa sesonkitöitä, mutta myös kouluttautua samalla ja edetä uralla. Urakehityksen kannalta työpaikkaa oli vaihdettu, mutta haluttu palata samaan matkailukeskukseen.

”Oikeastaan mulla oli silleen aika lailla jo niinku takaraivossa ajatuksena se, että tää ei oo ehkä ihan niinku yhden kauden kokeilu, vaan oli silleen niin kuin pitkällä tähtäimellä ajateltu, että nimenomaan siirryn ravintola-alalle tälleen porras portaalta ja käyn eka tiskaamassa ja siitä ylöspäin vähitellen ja niin siinä sitten oikeastaan kävikin, että kyl se eka talvi minkä olin täällä oli niin positiivinen kokemus” H7

”Mähän lähdin heti sitten opiskelemaan seuraavana talvena...baarimestari eat:ta ja mä oon sitten vähän muokannut mun työpaikkaa sen mukaan, että mitkä on mun tarpeet ja kehittymistarpeet, koska se kehittyminen on mulle ollut hirvu tärkeä aina” H4

Sesonkityöt nähtiin mahdollisuutena kehittyä ammatillisessa mielessä. Toisella ei ollut pohjalla koulutusta, mutta hänellä oli jo valmiina ajatus siitä, että töiden kautta oppii parhaiten. Haastattelussa tuli myös ilmi, että hän oli kolmantena sesonkitalvena aloittanut oppisopimuksella tarjoilijan tutkinnon tekemisen, että pystyisi sitä kautta positiivisesti vaikuttamaan palkkaukseen. Jälkimmäisellä oli myös selvä tavoite ja halu kehittyä ja vaihtaa omaa työpaikkaa oman kehittymisen kannalta. Haastateltava 4 olikin vaihdellut työpaikkaansa melkein vuosittain, mutta palannut kuitenkin talvisesongeiksi Ylläkselle eri työpaikkoihin. Sitten hän on päässyt hotelli- ja ravintola-alan liikkeenjohtokoulutukseen, jossa oli meneillään viimeinen vuosi haastatteluhetkellä. Samaan aikaan hän oli työskennellyt viimeiset kolme vuotta samalla työnantajalla, jossa työnantaja oli hyvin tukenut koulun sekä työn yhdistämistä.

”Mun nykyinen työpaikka käy tosi hyvin, se on pienempi yritys niin se tuki hyvin tavallaan sitä koulunkäyntiä, kun mä pystyn yhdistämään ja nään paljon enemmän asioita ja lukuja, ja pystyn yhdistämään projekteja kouluun ja sen työn välillä tavallaan” H4

Ravintola-alan ammattilaisia on selkeästi hankalampi saada houkuteltua samaan työpaikkaan takaisin, ellei yrityksellä ole tarjota selkeää urapolkua. Ammatillisen kehittymisen kannalta nähdään tarpeelliseksi vaihtaa työpaikkaa.

”Mihin mä silloin ensimmäistä kertaa menin, se oli oikeastaan aika semmonen selvä homma, että sitä hommaa tulee jatkamaan vain sen yhden sesongin, se oli tämmönen ponnahduslauta ravintola-alalle...totta kai siinä ois sitten pystynyt niin kuin sen talon sisällä ylenemään seuraavalle askeleelle tarjoilijaksi...yhteen sattumien ja verkostoitumisen kautta onnistuin saamaan tavallaan suoraan heti seuraavalle kaudelle unelma-duunin mihin alun perin tähtäsin” H7

Ravintola-alaa tulevaisuutenaan pitävät henkilöt olivat ensimmäisen kauden aikana tykättyneet matkailukeskukseen ja sen tunnelmaan. Työpaikkaa kuitenkin täytyi vaihtaa, koska kaivattiin lisää haastetta. Elämäntilanne heilläkin on vakiintunut, mutta se menee sesonkien mukaan ravintola-alalla.

”Tavallaan toisena ja kolmantena kertana on paketti mietittynä valmiiksi, talvi täällä, kesä tuolla ja jatkettu sitä rataa ja tavallaan saanu tuon, tai elämäntilanteessa on selkeä kaava...monet kokee sesonkityössä stressaavimpana sen, että kun pitää sitten löytää aina uus työ kun sesonki loppuu ja näin, mutta mä olen saanut sen ongelman selätettyä tällä tavalla...että vakiopaikka sekä kesä että talvisesongille eri paikoissa” H7

Kaikki ravintola-alan ihmiset olivat kesällä olleet toisilla paikkakunnilla sesonkitöissä. Yllä olevassa tapauksessa oli onnistuttu löytämään hyvä paikka kesällä sekä talvella, mutta muissa tapauksissa työpaikat vaihtuivat myös kesällä mielenkiinnon ja työllistymismahdollisuuksien mukaan.

Parin vuoden sesonkitöiden jälkeen yksi haastateltava palasi kotipaikkakunnalleen vakituisen työhön, koska työ oli siellä mielenkiintoisempi ja vakituisempi työ kiinnosti sillä hetkellä. Parin vuoden vakituisen työn jälkeen hän totesi, että piti päästä uudestaan Lappiin. Kohteella ei ollut hänelle niin väliä, vaan enemmän sillä työnkuvalla ja kiinnostavuudella.

”Rupesi taas Lapin kaipuu olemaan sen verran kova, että lähdin Saariselälle ja siellä olin sen hetken tai viime kauden ja sitten suoraan tänne” H3

Ylläkselle paluu koitti kuitenkin, koska Saariselkä oli ollut kovin pieni paikka ja työ ei ollut haastavuudeltaan aivan sitä mitä hän olisi halunnut. Syyt takaisin palata sesonkitöiden pariin olivat myös, että etelässä ei ollut kunnollista talvea ja toisaalta myös vaihtelun virkistävyys.

Yhdellä haastateltavalla oli halu alkaa yrittäjäksi. Yrittäjäksi lähtemisen taustalla oli usean sesonkikauden jälkeen halu asettua asumaan matkailukeskuksen alueelle.

”Tavallaan että, kun tiesi, että on pitemmäksi aikaa jäämässä tänne...ja kun on ollut monta vuotta, että haluais oman paikan, niin sitten tuli semmonen sopiva tilaisuus...ja sitä haastetta halus enemmän” H1

Ravintola-alalla jatkavia ihmisiä sesonkitöissä motivoi eniten ammatillinen kehittyminen. Palkkaus ei ollut niin suuri asia, vaikka luonnollisesti se työkokemuksen ja kasvavan vastuun myötä oli myös kohonnut. Haastatteluissa tuli ilmi, että useat ravintola-alan ihmiset tekevät useampaa työtä sesonkiaikana. Varsinkin kokemattommalla työntekijällä, joka haluaa alalle niin työnteon kautta oppiminen oli tärkeää.

”Enemmän se ammatillinen kehittyminen...mua on aika vaikea rahalla motivoida siinä, että mulle riittää, että mä saan palkkaa silleen, että mä pärjään täällä ja pystyn elämään niin, en tavoittele mitään kuninkaan valtaistuimia sen suhteen, et sitten se, että kun tekee montaa duunia yhtä aikaa...on vielä kohtuu uusi alalla, haluaa lisää sitä kokemusta...kun jossain tarvitaan apua, niin mielellään sitä sitten tarjoaa ja jeesaa, tälläkin talvella täällä on tosi kiva yhteisöllisyys näissä ravintoloissa” H7

Työmotivaatio sesonkityöntekijällä voi olla parempi, kun tämä tietää sesongin päättyvän jossakin vaiheessa.

”Sesonkityö on siinä mielessä...ittelleni sopiva juttu ja se auttaa luomaan...työmotivaatiota enemmän, et kun siinä on kuitenkin sesongissa, on alku ja loppu, se on vaan se tietty pätkä minkä sä painat duunia hyvillä mielin ja sit se jossain vaiheessa loppuu, kun taas versus se, että sulla ois joku vakiduuni, mitä sä teet jatkuvasti ja siihen leipiintyy ehkä helposti, joillekin se sopii, mutta ei välttämättä minulla ainakaan nyt” H7

Sesonginmittaisella työsuhteella voi pystyä pitämään työmotivaation korkeammalla, koska tietää töiden loppuvan sesongin päätteeksi. Mahdollisia esteitä ei useammalla ollut, koska kaikki halusivat sesonkitöihin. Heillä oli selkeä visio siitä, miten ammatillisesti kehitytään ja oma elämäntilanne saatu sesonkitöiden kautta vakiintuneeksi.

## 4.4 Identiteetti

Tässä osiossa haetaan vastauksia siihen, minkälaiset ihmiset hakeutuvat sesonkitöihin ja minkälaisena he kokevat identiteettinsä. Millaisia ominaisuuksia sesonkityöntekijällä pitää olla hakeutuessaan töihin sekä töissä menestyäkseen. Siihenkin haetaan vastausta, että kokevatko he olevansa identiteetiltään sesonkityöntekijöitä ja muuttuuko se kokemuksen karttuessa.

### 4.4.1 Ominaisuudet työssä pärjäämiseksi

Itsensä kuvailu työntekijänä oli haastateltaville yksi haastatteluiden vaikeimmista kysymyksistä. Kysymyksen asettelu oli jälkeensä ajatellen hyvin samankaltainen kuin työhaastattelussa voisi olla. Millaisena (sesonki)työntekijänä pidät itseäsi? Esiin nousi sellaisia töissä tarvittavia taitoja kuten paineensietokyky,

täsmällisyys, tehokkuus sekä joustavuus. Uusia asioita pitää haastateltavien mielestä oppia nopeasti etenkin, jos alalta ei ole kovinkaan paljon kokemusta. Edellä olevia ominaisuuksia pidettiin sellaisena mitä pitää olla, että sesonkitöissä voi pärjätä. Sesonkitöissä olevan pitää olla joustava, koska jokainen päivä on erilainen. Tilanteet muuttuvat asiakkaiden mukaan sekä myös luonnon olosuhteiden.

”Sesonkitöissä pitää olla joustava, yksikään päivä ei ole samanlainen, täällä tilanteet muuttuu niin paljon, vaatii joustavuutta kummaltakin puolilta, niin työntekijältä kuin työnantajalta, pitää olla paineensietokykyä, sosiaalinen...” H1

Työtä kuvaillaan hektiseksi ja sen takia työntekijöillä täytyy olla edellä lueteltuja ominaisuuksia. Muuttuviin tilanteisiin on pystyttävä reagoimaan, vaikka kokemusta alasta olisi vähän ja siinä auttaa paljon jokaisen henkilökohtainen asenne.

”En osannut siis bisseä kaataa hanasta, niin hyppäs tämmöseen paikkaan töihin...että oppii aika nopeasti, se on täällä etuna...mä varmaa täällä pärjään asenteella, mulla ei ehkä oo taitopuolta ja ees välttämättä sitä mielenkiintoo tähän ravintola-alaan, mutta just se et mä tykkään tästä työpaikkana ja täst ympäristöstä ja sillä asenteella, että haluaa oppia ja haluaa tehdä tätä niin oon pärjännyt” H5

Työntekijän luonteen pitää olla sellainen, että haluaa pärjätä. Oikealla asenteella ja halulla oppia on mahdollisuuksia työllistyä ja viihtyä töissä. Haastatellut kokivat, että sesonkityö opettaa paljon. Haastatellut ovat olleet valmiita ottamaan haasteen vastaan ja oppimaan uusia asioita lähtiessään sesonkitöihin.

”Kyl mä niinkun näen, että sesonkityö opettaa ihmistä erityisen paljon verrattuna siihen, että mä menisin heti koulusta valmistuttua tehtaaseen duuniin kolmivuorotyöhön...sesonkityö on monipuolista, se on haastavaa ja sanotaanko, näin se pystyy olemaan stressaavaa, mutta että kuitenkin niin sitä kautta ihminen juuri sitten kehittyy itte” H7

Kaikille sesonkityö ei välttämättä sovi luonteeltaan. Sesonkityön nähtiin opettavan työnteon taitoja monipuolisesti, koska se ei ole liukuhihnatyöhön verrattavaa, vaikka työnkuva periaatteessa saattaisi olla päivästä toiseen samanlainen. Esimiestehtävissä oleva sesonkityöntekijä kertoi, että haluaa olla mentoroimassa kokemattomampia, koska kokemusta on siitä, miten sesonkitöissä pärjää ja miten ei.

”Nyt kun on esimies...yrittää olla semmoinen, että on niinku aika varma kausityöntekijänä, kun on ollut pitkään ja kaikenlaista ehtinyt nähdä, et on helppo uusille kertoa millaista on, ja millaista se ei saa olla” H3

Sesonkityöntekijät kokivat itsensä joustavina, paineensietokykyisinä, tehokkaina sekä täsmällisinä työntekijöinä. Itseluottamusta voi havaita ainakin tuloksien perusteella tarvitsevan, että pärjää sesonkitöissä ravintola-alalla useita vuosia.



#### 4.4.2 Tyypillinen sesonkityöntekijä

Tutkimushaastattelussa ilmeni yhteisiä piirteitä, mitä haastateltavat kuvailivat tyypillisellä sesonkityöntekijällä olevan. Aiemmin esitellyt työhön liittyvät ominaisuudet olivat kaikilla haastateltavilla samankaltaisia. Kuvailtaessa sesonkityöntekijöitä yleisesti ja enemmän vapaa-ajan näkökulmasta, haastattelussa korostuu sesonkityöntekijöiden yhteisöllisyys, aktiivisuus ja halu tehdä kovasti töitä. Haastattelussa kävi ilmi, että sesonkityöntekijän identiteetti voi muuttua ajan saatossa. Seuraavina vuosina se identiteetti osittain karsiutuu kokemuksen ja muun elämäntilanteen muutoksen mukana.

Haastateltavien oli jopa vaikea kuvailla, minkälainen on itse ja minkälainen on tyypillinen sesonkityöntekijä muiden kuin työhön liittyvien ominaisuuksien kannalta. Vastauksissa kuitenkin korostui, että he kokivat sesonkityöntekijät tietyn tyyppisiksi samanhenkisiksi ihmisiksi. Sesonkityöntekijät kokivat, että useimmat lähtevät etsimään jonkinlaista seikkailua elämäänsä. Ihmiset ovat hyvin sosiaalisia ja ahkeria. Pidempään olleet kuvailivat, että sesonkityöntekijöillä muodostuu usein ”me-henki”, jolla tarkoitetaan sitä, että kaikki ovat etsimässä jotain uutta ja mahdollisesti sesonkityöt ovat elämänvaihe tai elämäntapa.

”Semmoista avointa porukkaa ja yhteen hiileen puhaltamista” H4

”Me ollaan vähän kaikki silleen hulluja (naurua), tai niinku et ei kukaan semmonen seinäruusu tuu tänne” H2

”Sesonkityöläiset, ne on semmosia tietynlaisia persoonia, ei siihen kaikista oo” H1

”Viihtyy tuolla luonnossa ja ei niin välitä korkokengistä ja kulkee vaikka toppahousut jalassa baarissa, koska se on niinku normaalia täällä” H4

”Se [sesonkityö] vetää tietynlaista porukkaa silleen niin kuin erityisen paljon yhteen, sieltä löytyy tämmöstä niin kuin seikkailunhaluista, kokemuksenhakuista jengiä, sosiaalista ulospäin suuntautunutta, yhteisöllistä porukkaa, et se on niin kuin semmonen yleinen yhdistävä tekijä täällä monen kohalla, et kun kuitenkin ollaan aika tiivissä yhteisössä sesongilla, niitä samoja ihmisiä tuota kahtelet niinku töissä ja vapaa-aikana, saatat joutua tai saada asua heidän kanssaan niinku sitten samassa kimppekämpässäkin niin kyllähän se vaatii tiettyä luonnetta sitten, kyl siinä sitten välillä aina jotkut toteaa ettei oo heidän juttunsa ja se on niinku hyvä että tuntee ittensä silleen että tietää sit, kannattaako jatkaa vai eikö” H7

Yllä olevassa viimeisessä sitaatissa kuvataan melko kattavasti sitä millaisia sesonkityöntekijät ovat useimmissa tapauksissa. Haastateltavat olivat aika pitkälti sitä mieltä, että introvertti ei välttämättä viihtyisi sesonkitöissä kovin kauaa. Jollain tasolla täytyy tulla muiden ihmisten kanssa juttuun ja viihtyä, koska sesonkityöntekijät usein asuvat henkilökuntamajoituksissa saman katon alla. Usein he jakavat huoneenkin jonkun toisen sesonkityöntekijän kanssa. Ravintolatyö on se-

sonkiloonteisissa paikoissa myös hyvin hektistä ja asiakkaita kohtaa satoja päivittäin. Vapaa-ajalla ja töissä ollaan samojen ihmisten kanssa, joten pitempään olleet sesonkityöntekijät ovat jollain tasolla samanhenkiseksi luokiteltavia.

”Haluaa kokea uutta...ei hirveen vakituinen elämäntilanne, sesonkityö on aika semmosta, että lyhyt aika painetaan töitä paljon ja aika kovaa ja ne ihmiset on semmoisia jotka siitä tykkää, jos sä tykkäät maanantaista perjantaihin 8 tunnin työpäivistä niin et sä ehkä täällä oo töissä, se ehkä yhdistää” H5

”Tekevää sorttia kyllä yleensä, että tietää mihin ovat tulossa, hommaa painetaan ja se ei oo ihan helpointa tai niinku välttämättä kauheesti ei oo vapaita ja pitkiä päiviä on, siinä se on ehkä, tai ainakin oppivat tietämään” H3

Työstä täytyy tykätä ja sesonkityöntekijät eivät välttämättä halua perinteistä työtä tehdä. Sesonkityöntekijät haluavat yhdistää työnteon ja aktiivisen elämäntavan. Ei välttämättä haluta asettua edes perinteiseen työnteon muottiin. Vapaa-ajalla sesonkityöntekijät ovat myös aktiivisia harrastusten sekä illanvieton suhteen.

”Kyl se näkyy...sillä tavalla että yleensä on tiettyä aktiivista ja energistä porukkaa, että sitten töitten ohella vapaa-ajalla tykätään harrastaa erinäisiä asioita, täällä on just talviurheilun hyvät mahdollisuudet, täällä on tosi aktiivista laskuporukkaa, ketkä käyttää...aika paljon vapaa-aikaa tuolla rinteessä, sit löytyy tietysti nuo iltameiningit mistä ihmiset täällä tykkää kovasti, että lähetään käymään bissellä ravintoloissa, ja välillä saattaa olla suurikin jengi yhtä aikaa menossa siellä, ja sanotaan niinku vapaa-aikakin on semmoista yhenlaista suorittamista, mutta niinku hyvässä mielessä” H7

Kuinka sesonkityöntekijät kokivat itse olevansa määrittelemiään sesonkityöntekijöitä. Monet heistä miettivät asian, sillä lailla, että ensimmäisillä kausilla olivat hyvinkin tyypillisiä sesonkityöntekijöitä. Kokemuksen karttuessa identiteetti alkoi erkaantua ensimmäisen kauden sesonkityöntekijästä. Osa koki olevansa edelleen kyllä sesonkityöntekijöitä, mutta hiukan eri tavalla kuin ensimmäisellä kerralla.

”Ekan kauden työntekijöillä niin kyllä ne on sinne tulleet jotain seikkailua tai jotain muuta vastaavaa hakemaan...sinne on tullut hakemaan uusia ystäviä, ja juhlimista ja seikkailuja...ja sitten taas ehkä tämmöset ketkä käy monta kertaa tai o jopa jääny asumaan sinne, se on ehkä enemmän sitä niinku rakkautta siihen luontoon tai tunturiin” H6

”Ensimmäisinä vuosina...sitä odotti ja se oli niin hirveen hienoa ja mahtavaa, mutta nyt sitten tulee kyllä se arki jossain vaiheessa vastaan ja ymmärtää ne huonot puolet...se ainainen muuttaminen ja sellainen tuli jossain vaiheessa vastaan, ne tavallaan romantiikan rippeet hävis siitä hyvin nopeasti” H4

Kokeneemmat sesonkityöntekijät olivat havahtuneet myös huonoihin puoliin sesonkitöissä. Sesonkityö alkoi olla arkipäiväisempää, se ei välttämättä enää ollut niin hohdokasta kuin ensimmäisinä vuosina, vaikka työnteosta tykättiin. Varsin-

kin vapaa-ajan elämä ei ollut enää heillä niin vauhdikasta kuin ennen. Erona ensikertalaisiin pidettiin sitä, että enää ei ollut kiinnostusta lähteä tekemään samalla tavalla asioita kuin ensimmäisellä kaudella.

”Ekoilla kausilla...kokee kaikkea siellä ekaa kertaa, ne ehkä tekee kaikkia aktiviteetteja paljon enemmän, et sit niinku ite on tehnyt jo ne kaikki...saattaa olla illan vaan siellä majoituspaikassa” H6

Itseään ei pidetty tyypillisenä sesonkityöntekijänä sen takia, että ravintola-alan työt eivät olleet oman alan töitä. Tässä tapauksessa oli vaikea identifioitua tyypilliseksi ravintola-alan sesonkityöntekijäksi, jotka tekevät usein pitkää päivää useassa eri ravintolassa.

”Jos tää ois mun oma ala niin varmaan joo, mutta nyt kun oon ravintola-alan työpaikassa niin en koe olevani, jos mulle ehdotettaisiin, että tee 5 päivää 12 tuntista työpäivää, mitä joku muu varmasti tekee ravintola-alan ihminen, niin mulla saattais leuka loksahda auki” H5

Identiteetin voi nähdä muuttuvan kokemuksen myötä sesonkitöissä. Ensimmäisen kauden sesonkityöntekijät ovat helpoiten identifioitavissa, että millaisia nämä ovat. Ensimmäisen kauden jälkeen haastateltavien mielestä ei koettu enää olevan samalla lailla, koska työnteko oli muuttunut arkisemmaksi tai sesonkitöissä oltiin myös muista syistä. Vapaa-ajan aktiviteetit eivät olleet enää suurimassa roolissa.

#### 4.4.3 Kerran sesonkityöntekijä, aina sesonkityöntekijä?

Identifioivatko sesonkitöissä käyvät ihmiset itsensä sesonkityöntekijäksi myös kauden päättymisen jälkeen. Vastauksissa oli havaittavissa selkeä jako sesonkityöntekijäksi kokemisen suhteen. Ihmiset, jotka eivät olleet niin sanotusti päätoimisia sesonkityöntekijöitä, kokivat sen olevan vain hetkellistä.

”Se on mulle hetkellistä, koska muuten identifioin itseni opiskelijaksi tällä hetkellä, ja sit mä en jotenkin ehkä koe kesätöitä niin sesonkityöksi, vaikka nekin periaatteessa on, tuolla se on jotenkin enemmän, se kun sä pakkaat omaisuuden autoon ja sä lähdet...koko omaisuuden kanssa tyypillisesti, se on jotenkin enemmän sesonkityötä kuin täällä etelässä” H6

Identiteetti opiskelijana oli tässä tapauksessa selvästi vahvempi. Kesätöitä ei koettu sesonkitöiksi samalla tavalla, vaikka ne olisivat luonteeltaan olleet samankaltaisia. Lapin matkailukeskuksessa tapahtuva työ koettiin enemmän sesonkityönä, kuin kesällä tapahtuva työ. Hetkellistä identifioitumista oli samalla tavalla havaittavissa, jos ei tehnyt sesonkiluonteisia töitä muuten. Ketjun sisällä työpai-

kan vaihtaminen kesäksi koettiin myös sellaisena, että silloin mennään tavalliseen yksikköön töihin, joka on ympärivuotisesti auki. Silloin henkilö ei ajatellut itseään sesonkityöntekijänä kuin vain Lapissa olevana aikana.

Haastateltavista kokeneimmalla oli sesonkityöntekijänä käsitys itsestään muutenkin vähän erilainen kuin muilla. Haastattelussa tuli ilmi, että hän ajatteli muutenkin enemmän työtä määräaikaisena, eikä niinkään sesonkityöntekijänä.

”Koen ehkä enemmän, että päättyy työsuhde taas ja sitten lähdetään katsomaan uutta”  
H3

Haastateltavien joukko, jotka tekivät sesonkivuonteisesti töitä ympärivuoden, kokivat identifioivansa itsensä sesonkityöntekijäksi myös kauden ulkopuolella. Eniten identifioituminen johtui siitä, että kesäisinkin he tekivät sesonkivuonteisia töitä. Vuosirytmien heillä rytmitti sesongit. Talvella sesonkitöissä oltiin Ylläksellä ja sesongin päättymisen jälkeen oli hetki lomaa ennen kesäsesongin alkua. Kesäsesongin jälkeen mahdollisesti syksyllä lyhyt sesonki ruska-aikaan Ylläksellä ja sen jälkeen lomaa ennen joulusesongin alkua. Sesongista sesonkiin menevä työntekijä kuvaili tekevänsä ympärivuotista sesonkityötä ja identifioituvansa sitä kautta.

”Kyllä mä oon itteeni pitänyt sesonkityöläisenä, toki se Ylläs on siinä vahvasti mukana, ehkä sitä on mutta se tietysti vähän riippuu missä sitä on” H4

”Kyllä se oikeastaan on, sitä menee sesongista sesonkiin niin kyllähän se on oikeastaan ympärivuotista sesonkiduunia” H7

Kysyttäessä sitä, että haluavatko haastateltavat olla aina sesonkityöntekijöitä, niin kukaan ei uskonut olevansa välttämättä eläkeikään saakka. Viiden vuoden päästä osa voisi kuvitella vielä olevansa sesonkitöissä ja osa ei. Haastateltavien oli helpompi hahmottaa tulevaisuuden suunnitelmiansa viiden vuoden päähän.

”En, ois tarkoitus valmistua kohta...jos en jostain syystä muuttaisi sinne kokonaan, mut sieltä pitäisi löytyä niin hyvä työ ja jossain ihan normaaleissa vakituisissa töissä”  
H6

”En mää kyllä välttämättä nää...tai tässä ei oo enää mitään haasteena tässä työssä” H2

Tulevaisuuden suunnitelmana heillä oli edetä uralla ja siihen yhtälöön ei välttämättä enää sesonkityöt sovi. Syynä olivat valmistuminen toiselle alalle, halu lähteä opiskelemaan tai edetä ketjun sisällä toisenlaisiin tehtäviin. Sesonkitöissä ei nähdä mahdollisuutta edetä omalla urapolulla.

Haastateltavat miettivät sitä, että nähdäänkö vakituinen työpaikka sesonkityönä, jos yrityksen toiminta tapahtuu sesonkivuonteisesti matkailukeskuksen paikkakunnalla. Esille nousi myös se, että onko sesonkityötä sellainen, jossa olet saman yrityksen palveluksessa eri puolilla Suomea. Sen kaltainen työ nykyisessä tilanteessa olisi paras vaihtoehto, jossa voisi palata Lappiin ja kesät olla jossain muualla. Mahdollinen työllistyminen saman yrityksen palveluksessa voisi olla

keino olla sesonkityöntekijä pitempiaaikaisesti. Tämä aihe liittyi enemmän yhteiskunnalliseen keskusteluun, niin siitä on myöhemmässä kappaleessa lisää. Vakituista työtä matkailukeskuksen alueella pohdittiin, että onko se määriteltävissä sesonkityöksi. Ravintoloitsijalla ajatuksena oli samankaltaisuutta havaittavissa, että yrittämisestä haluaisi vähemmän sesonkiluonteisempaa.

”Jos aattelee, että täältä saat vakituisen työn, mikä ois se ajatus, että eikö se siitä huolimatta ole sesonkityötä? Vaikka sä oot ympärivuotisesti täällä, niin meillä on kesäsesonki, meillä on täällä ruskasesonki, meillä on joulusesonki ja kevätsesonki” H4

”Kyllä mä ainakin vielä muutaman vuoden, kyllähän mä oon sitä miettinyt, että ois kiva saada semmonen paikka mikä ei ois sesonkipaikka vaan tietäis miten käy asiakaita päivän aikana, se ei ois aina niin hulinata” H1

Kuitenkaan kaikki eivät olleet tai halunneet miettiä asioita kovinkaan pitkälle. Aika näyttää heidän tapauksessaan, mihin töihin mennään.

”Silleen mä menen tässä nyt tuota yksi seikkailu kerrallaan ja katotaan sitten, että asetuuko sitä joskus johonkin muuhun kuin sesonkihommaan...” H7

Tutkimuksessa havaittiin myös opiskelujen ja sesonkityön yhdistäminen. Yksi haastateltava oli useita vuosia yhdistänyt opiskelun ja sesonkityön, kun taas opiskelemaan hakeva tämänhetkinen sesonkityöntekijä pohti, olisiko se mahdollista. Aiemmin haastattelussa hänen vastauksensa oli, että ei olisi tullut sesonkitöihin, jos olisi saanut opiskelupaikan. Tässä kysymyksessä hän alkoi kuitenkin miettimään asiaa, että voisi olla mahdollista.

”En usko [että teen tulevaisuudessa sesonkitöitä], mutta osaan kuvitella, että seuraavat ehkä viisi vuotta, niin tuun tänne sesongilla tekemään hommaa ...tämmösiä lyhyitä pätkiä voisinkin kuvitella...” H5

#### 4.4.4 Sesonkityö kehittää ja muokkaa ihmistä

Sesonkityöntekijät kokivat sesonkityökokemuksen muokanneen heitä monella tavalla. Kokemus sesonkitöistä avartaa maailmankatsomusta, se kehittää työelämätaitoja sekä ammattitaitoa, se parantaa mahdollisuuksia työllistyä muualle ja iän karttuessa sesonkityöntekijät kokivat muuttuneensa. Sesonkitöissä käyntiä pidettiin arvokkaana kokemuksena elämän kannalta, joka kasvattaa.

”Onhan se kuitenkin ihan semmonen kokemus, ihan siis jo pelkän ammattitaidon kannalta, onhan se nyt eri asia olla töissä täällä jossain kuin lounasravintolassa missä jokin päivä on samanlainen...oot aina kiireessä, kaikki luonnonvoimat vaikuttaa minkälainen päivä on...” H6

”No oon oppinut uutta, että kaihan se nyt muuttaa aina ja sitten ei ehkä muutos, mutta koen sen hyötynä, että on just tullut tänne nimittäin mun nykyinen työnantaja sanoi, että se ratkas minkä takia mut palkattiin, että mä kerroin, että mä oon Ylläksellä rinekahvilassa töissä, niin jos sä pärjää siellä niin kyllä sä pärjää tässä meidänkin työpaikassa” H5

Ammattitaidon kehittymisen kannalta sesonkitöiden koettiin muuttaneen itseään. Sesonkityökokemuksella voi erottautua työhaussa ja sitä mahdollisesti arvostetaan, niin kuin yllä olevassa sitaatissa käy hyvin ilmi. Esimiestehtävissä olleet kertoivat myös oppineensa vastuun myötä lisää paineensietokykyä ja uusia taitoja.

”Kiire opettaa omassa työssä, sit sitä paineensietokykyä ja esimiestaitoja, kun tapaa koko ajan erilaisia ihmisiä ja henkilökunta muuttuu koko ajan” H2

”Tottakai muuttaa, koska nyt on vastuuta niin paljon enemmän, ja sitten kun tulee ikää lisää niin sitä alkaa asioita kahtomaan vähän toisella lailla, uusien taitojen oppimista varsinkin yritystoiminnan kautta, eihän mulla oo siihen mitään koulutusta, ihan niinku joutunut aika pitkälti ite opiskelemaan ja kyselemään” H1

Suurin osa koki kehittyneensä varsinkin ammattitaidollisesti, tai ainakin koki olevan sesonkityökokemuksesta hyötyä jatkossakin työllistyä. Yksi täysin poikkeava vastaus saatiin, joka liittyi vahvasti henkilön identiteettiin. Hän kuvailikin, että ei enää koe tarpeelliseksi saada sitä, mitä yhteiskunta tai muu sosiaalinen paine voisi edellyttää.

”Tämmönen tuota niin kuin elämän vakiintumisen ihannoiti, että pitäis saada omakotitalo ja perhe ja perunamaa, koira ja farmariauto niin tämmönen ideologia on karsiutunut aivan täysin pois meikäläisen mielestä, että ei ole niin kuin minkääläistä tarvetta tai halua ruveta vakiintumaan tai niin kuin ajattelemaan normaalia elämää ja on niinku kasvanut vapaaseen ajatteluun ja elämiseen niitten sesonkitöiden kautta” H7

Sesonkityö voi olla omaan identiteettiin sopiva työskentelemisen ja elämäntapaan liittyvä juttu. Matkailun kehittymisen kannalta tämän kaltaisesti työskentelevien ihmisten joukko voisi olla vahva mahdollisuus, mutta siinä on omat haasteensa. Hyväksyykö yhteiskunta ja muut mallit tämän kaltaista elämää pitemmän päälle. Onko hyväksyttyä olla ympärivuotinen sesonkityöntekijä, vaan voisiko se olla mahdollisuus niin yrityksille kuin työntekijöille.

## 4.5 Säännöt

Lähtötilanteessa tuli ilmi, että kenelläkään ei suuremmin ollut esteitä lähteä sesonkitöihin muiden asettamien sosiaalisten mallien takia. Kenelläkään ei ilmennyt sellaista, mikä estäisi lähtemisen. Yhteiskunnallisesti ehkä paineita saattoi yhdellä sesonkityöntekijällä asettaa se, että hänen piti valita ottaako sesonkityöt

vastaan ja puolentoista kuukauden työttömyyden vai heti alkavan työn kotipaikkakunnallaan. Niin kuin aiemmin on käynyt ilmi, niin suurin osa oli sinkkuja lähtiessään sesonkitöihin ensimmäistä kertaa. Ilmi tulikin, että parisuhteessa se lähteminen ei ehkä ollut molempien mielestä hyvä ratkaisu. Sitäkin voi tietysti miettiä onko sopivaa opiskelijan tai vakinaisessa työssä olevan lähteä sesonkitöihin ja keskeyttää asiat hetkeksi aikaa ja lähteä tekemään toisia töitä. Haastateltavat eivät kuitenkaan kokeneet sitä ongelmaksi, vaan lähteminen oli vapaata ja hyväksyttyä. Seurustellessa lähtöä ei katsottu välttämättä hyväksi asiaksi toisen näkökulmasta. Lähteminen toiselle paikkakunnalle pitemmäksi aikaa koettiin seurustelun toisen osapuolen näkökulmasta haasteelliseksi.

”Ehkä ekalla kaudella kun vielä seurusteli, niin se oli ehkä vähän, toinen ei ollut täällä, niin se ei ollut molempien mielestä hyvä ratkaisu, että lähdin” H5

Parisuhteessa tai perheellisellä lähtö voi olla haasteellisempaa ennakkoon asetettujen sääntöjen mukaan. Kuuluuko parisuhteessa olevan lähteä pitkäksi aikaa toiselle paikkakunnalle. Aiemmin tuloksissa tuli jo ilmi se, että useampi koki juuri helpoksi sen lähtemisen siltä kannalta, kun ei ole perhettä tai parisuhdetta. Vapaus tehdä omat päätökset ilman toisten vaikutusta korostui. Pari haastateltavaa oli eronnut ennen ensimmäistä lähtöään edeltävänä syksynä ja sen jälkeen koki, että voisi lähteä kokeilemaan jotain uutta. Suurempaa yleistystä asiasta ei voi vielä tämän aineiston perusteella tehdä, mutta mahdollisesti parisuhteessa olevalla tai perheellisellä lähteminen sesonkitöihin on haasteellisempaa.

Toinen haaste mikä nousi esiin aineistosta, oli työpaikan valinta. Tässä tapauksessa oli jätetty ottamatta kotipaikkakunnalta työ, koska henkilö halusi sesonkitöihin Lappiin. Se vain vaati sen, että piti olla työttömänä puolitoista kuukautta, josta lähipiiri oli huolissaan, saako hän töitä keväälle ollenkaan. Yhteiskunnan näkökulmasta tämänkaltainen työttömyysjakso ei välttämättä myöskään ole tehokkainta.

”Varmaan siinä oli se, että mulla oli se mahdollinen työ, että ehkä jos se ois ollut kivempaa... mut periaatteessa, jos mulle ois tarjottu jotain tosi hyvää ja tosi hyvällä palkalla heti tammikuusta, niin siinä ois voinut olla riski, että mä oisin ollut lähtemättä,” H6

Kuten haastateltava kuvaileekin, että olisi ollut mahdollista ottaa työ vastaan, jos se olisi ollut työnä mielenkiintoisempaa ja ilmapiiri siellä olisi vaikuttanut paremmalta. Lappi ei myöskään ollut ainut vaihtoehto, vaan mahdollisesti muualta saatu tarpeeksi kiinnostava työ olisi voinut tehdä ratkaisun erilaiseksi.

#### 4.5.1 Perhe ja ystävät tukena

Perheiden reagoinnit lähtemiseen olivat kaikilla myönteisiä. Osalla heidän vanhemmistaan asia ei edes tullut kovin suurena yllätyksenä, vaan sitä osattiin jopa odottaa. Monet tuntevat kuitenkin omat lapsensa sen verran hyvin, että tietävät

näiden olevan sellaisia, että hakeutuvat uusiin seikkailuihin. Osalla perheistä ei välttämättä ollut sen suurempaa reagointia asiaan, täytyy ottaa kuitenkin huomioon haastateltavien ikärakenne. Suurin osa heistä oli asunut jo useita vuosia omillaan ja mahdollisesti jo entuudestaan kauempana perheistään.

”Moni oli hyvin innoissaan asiasta, että ne kuitenkin tietää minut ja että mä olen tämänöinen seikkailunhaluinen, joka ei pysy paikallaan...onhan siinä, että tämä on kaukana kaikesta, joka tarkoittaa sitä, että ei niin kuin esimerkiksi perhettään pysty näkemään aktiivisesti...kotipaikkakunnalta oli suurin osa mun hyvistä ystävästä muuttanut ympäri Suomea eri kaupunkeihin...muu perhe oli kanssa hajonnut ympäri Suomea eri kaupunkeihin...mulla ei silloin ollut enää mitään varsinaista tukikohdtaa...mihin ois voinut jämähtää” H7

”Aika pitkälti kaikki oli sitä mieltä, että kyllähän se kannattaa käydä kokeilemassa, kun on mahdollisuus...jos täällä ei viihdy, niin täältä pääsee aina pois...meilläkin vanhemmat on tottunut siihen, että mä en kovin pitkää viihdy paikoillani” H1

Monen lähipiiri oli innoissaan ja kannustavia lähdön suhteen. Yllä olevissa tapauksissa siinä ei ollut mitään uutta, että nämä lähtevät kokeilemaan jotain uutta. Vanhempien reagointi voi olla myös neutraalimpaa. Vanhemmat voivat olla huolissaan lapsestaan, että tämä varmasti pärjää elämässä. Lappi sesonkitöineen nähtiin heidän silmissänsä myös mahdollisuutena ja osattiin yhdessä tapauksessa siitä ottaa huumoriakin irti.

”Mun veli kannusti erittäin paljon, mut hänen mielestään valitsin väärän tunturin, no vanhemmilta, ei ne nyt riemusta hyppiny, mutta mä olin ollut jo ulkomailla, niin nyt mä olin kotimaassa, niin se oli parannus siihen heidän mielestään” H6

”En oikein sanois kumpaakaan...perhe ollaan, aina oltu et ollaan, menty ja tultu miten kaikki tykkää, niin se ei ollut kenellekään mikään yllätys, että kerroin lähteväni tänne ja kaikki oli kyllä tukena, että Lappi on varmaan tosi hyvä uus kokemus” H5

”Jos nyt en ihan väärin muista, niin fajia hävisi mutsille 100 euroa [kun lähdin sesonkitöihin], siellä oli sisäinen veikkaus... ja tuota sisko tuki aika hyvin” H3

Sesonkityöntekijöiden kavereiden kommentit olivat ehkä astetta innostuneempia, kuin perheiden. Heille asia ei myöskään tullut kovin suurena yllätyksenä, kun nämä henkilöt olivat päätöksestä kertoneet. Monen kohdalla olikin, että kavereiden kanssa asiasta oli jo entuudestaan keskusteltu.

”Kaverithan oli varmaan silleen, että vau siistiä, että uskallat lähteä...kuin siistiä, että uskallat repäistä tyyppinen juttu” H4

”Kaverit oli silleen, että eipä yllätä kanssa...olin mie siitä aika paljon puhunut jossain vaiheessa, että voisi lähtee kättelee, ikinä ei sano ei” H3

Kavereilla oli saattanut myös nousta innostuneisuuden sijasta pieni huoli siitä, että tämä kaveri rakastuukin siihen paikkaan. Sillä tavalla, ettei tämä tulisi sieltä



enää takaisin. Ikävä on sellainen asia mikä myös ilmenee jollain tasolla aineistoissa.

”Mä ilmoitin sen silleen, että mä pääsin ravintolapäälliköksi, kaikki oli jee minne? Sit kun mä sanoin, että Ylläkselle, ne oli vaan, että niin kauas? Kyl ne kaipaa, ja niitä surettaa kun mä lähden, mut sitten...en oo menettänyt yhtään ystävää” H2

”Tosi moni vaan sano, että mä niin tiedän, että tuut jäämään sinne, et se oli tosi monen reaktio, kun sä lähdet tommoseen paikkaan, sä niin rakastut siihen luontoon, ja kaikkeen, että sä jäät sinne” H5

Kavereilla oli myös olemassa mielikuvia siitä, minkälaista siellä sesonkitöissä voi olla. He olivat miettineet sitä, että näinköhän sitä kaveria enää näkee tämän jälkeen ollenkaan. Selkeästi kuitenkin kaikkien näiden sesonkityöntekijöiden lähipiirit olivat kannustavia asian suhteen. Haastateltavien mielikuvat olivat sesonkitöistä tulleet pääosin kavereita ja muulta lähipiiriltä.

#### 4.5.2 Mielikuvat sesonkitöistä

Mielikuvat ovat sellaisia, mitä ihmisillä on jostakin asiasta etukäteen. Tässä tutkimuksessa konteksti oli sesonkityö. Vaikuttiko mielikuvat mahdollisesti näiden ihmisten päätökseen sesonkitöihin lähtemisestä ja millä tavoin. Kaikki kuitenkin lähtivät jonkinäköisten ennako-oletusten kanssa. Lähtötilanteessa tuli jo ilmi, että monet näistä ovat olleet elämänmuutoksessa ja sen myötä on haettu jotain uutta. Odotuksia heillä ei välttämättä ollutkaan kovin paljon. Moni tiesi tai kuvitteli ainakin, että sesonkitöissä tehdään paljon töitä. Sekin oli monen mielikuvissa, että paljon juhlistaan vapaa-ajalla. Mielikuvat sesonkitöistä jakautuivat töiden, vapaa-ajan sekä luonnon olosuhteiden mukaan.

”Paljon tunteja, pitkiä päiviä ja bile bile bile ja kommuuniasumista, siinä se” H3

Aika pitkälti aatteli että on samanlaista työtä kuin muutkin, olin joo että todennäköisesti tulee paljon pidempiä päiviä” H1

”Mä ehkä aattelin että on rauhallista muu sosiaalinen elämä, ja töitä on paljon H2

”Että töitä tehdään paljon...vapaa-ajalla juhlistaan paljon ja niinku tämmönen oli se semmonen mitä niinku kaikki tarinat oli antanut ymmärtää sesonkiduunista, että se on tämmöstä kaksjakoista, että töissä mennään lujaa ja vapaa-ajallakin sitten aika lailla, ja se ei oo ihan täysin tuota niin kuin väärä mielikuva, että kyllä siinä jotakin perää on” H7

Kovin moni oli kuullut tarinoita kovista juhlista ja että töitä tulee olemaan paljon. Mielikuvat myös vastasivat osalla aika hyvin sitä mitä ennakkoon olikin osattu aavistella. Toki tässä tapauksessa sesonkityöt olivat jo osittain tuttuja eri alalta

kesäsesongeilta, ja se varmasti muokkasi ajatusta pohjoisen sesonkitöistä. Mielikuvat voivat kuitenkin olla myös tyystin erilaisia, jos ravintola-alasta ei ole välttämättä kokemusta ja tietoa.

Mielikuviin voivat vaikuttaa myös työnantajalta saadut ennakkotiedot ja mahdolliset televisiosarjat. Ylläksen matkailukeskus sai julkisuutta joitakin vuosia sitten televisio-ohjelman kautta.

”No loppujen lopuksi ei hirveesti ollut, jonkun verran ketkä oli käynyt edes Lapissa niin miltä siellä näyttää tai että siellä on erämaata, sesonkitöistä ei silleen ollut, ehkä sitten mitä mä itse muodostin mielikuvia tai toiveita tuli sen perusteella mitä kerrottiin työnantajalta, että kimppakämpä, se TV-sarja, Ylläs tv-sarja, siitä mä ehkä sain eniten jotain miltä siellä ylipäänsä näyttää” H6

Kuinka mielikuvat sitten vastasivat sesonkityöntekijöiden mielestä. Työnkuvausten osalta kenellekään ei tullut kovin suurena yllätyksenä niiden paljous. Vapaa-ajan suhteen mielikuvat eivät aivan kaikilla vastanneet, että siellä odotettiin esimerkiksi laskettelemista sekä rauhallisuutta. Näissä tapauksissa mielikuvat eivät vastanneet näiden henkilöiden ennako-oletuksia. Mielikuva siitä, että sesonkityöntekijät laskettelisivat töiden jälkeen ei ollut tässä kohdannut todellisuutta. Kuitenkin tässä tapauksessa, hän oli ymmärtänyt sitten, että osittain se johtuu siitä, että ravintola-alan ihmiset tekevät paljon töitä.

H5: työnkuva niinku vastas, mutta vapaa-ajan ei, jotenkin ajattelin, että ihmiset laskettelis enemmän, sit en ollut tajunnut sitä lumen määrää ja välimatkojen pituutta.

”No ei oo ihan niin rauhallista ollut muu elämä (naurua), mutta paljon on ollut töitä” H2

Haastateltavat kuvasit elämää hyvin vauhdikkaaksi vapaa-ajallaan. Kuvitelmissa oli saattanut olla, että siellä on paljon töitä ja kenelläkään siinä ei käynyt toisin. Toisaalta yllätyttiin siitä, kuinka rauhatonta vapaa-ajan elämä oli. Juhlimiin oli mahdollisuuksia enemmän, kuin oli osattu ennakoitakaan.

”Että oli enemmän meininkiä ja menoa kuin ees kuvitteli” H6

”Jos muistan jotain siitä ekasta kaudesta, niin vastasi, jos viikkoon tehdään 90 tuntia kun ennen oot tehnyt 37,5 ja sitten lähdet baariin siitä vielä” H3

Yhteisöllisyys tuli ilmi haastatteluissa. Sitä oli odotettu sekä toivottu ja monen kohdalla se oli sitä ollutkin. Työ- ja vapaa-aikaa vietettiin pitkälti samojen ihmisten kanssa ja yleensä henkilöt olivat samanhenkisiä keskenään. Elämäntilanteen muutos myös vaikutti siihen, miten ennakkomielikuviin ja niiden kohtaamiseen suhtauduttiin. Sesonkitöihin oli lähdetty tekemään töitä sekä kohtaamaan uusia tuttavuuksia. Hyvinkin paljon aineistossa on havaittavissa sitä, että henkilöt lähtivät seikkailemaan avoimin mielin.

”Kyllä täällä sai paljon töitä tehdä, paljon uusia ihmisiä tapaa...lähdin avoimin mielin matkaan, että ei tullut semmoisia mitään pettymyksiä, jos ei niinku odotakaan mitään tosi tarkkaa niin ei varmaan, jos menee huti niin ei voi pettyäkään” H4

Työltä osattiin odottaa ja saatiin sitä mitä odotettiin. Vapaa-ajalta ihmiset jonkin verran yllättyivät ennakko-oletuksistaan. Yhteisöllisyys nousi tässä osiossa teemana esille. Sesonkityöntekijät ovat tiiviisti yhdessä töissä sekä vapaa-ajalla. Sesonkityöt eroavat tätä myöten normaalista työelämän ja muun elämän asettelusta, jossa ei välttämättä olla työkavereiden kanssa vapaa-ajalla samalla tavalla tekemisissä. Yhteisöllisyyden noustessa teemana esiin olikin mielenkiintoista selvittää mitä nämä ihmiset tekisivät työkseen, jos eivät sesonkitöitä. Mikä olisi se syy, että ei enää tehtäisikään sesonkitöitä.

#### 4.5.3 Mitä sesonkitöiden tilalle?

Sesonkitöihin oli lähdetty pitkälti elämäntilanteen muutoksen myötä. Elämäntilanteen muutoksen nähtiin osittain myös johtavan siihen, että sesonkityöt loppuisivat. Osa sesonkityöntekijöistä koki, että he eivät enää jaksaisi tehdä sesonkitöitä. Ihmiset kaipaavat jossain vaiheessa elämäänsä vakinaisempaa asetelmaa. Toisaalta ne ketkä ovat asettuneet vuosien myötä asumaan matkailukeskukseen toivoivat, että sesonkikautta saataisiin pidennettyä. Toisaalta pidettiin myös hyvänä sitä, että välillä on raskaan sesongin jälkeen lomaakin.

”Jatkuva muuttaminen on helkutin raskasta...mutta nythän tää helpotti, kun me ostettiin täältä tämä [asunto] ...kyllähän siinä vakituisessa työsuhteessa siisti juttu on kaikki vuosilomat, sä pääset kehittämään eri tavalla sitä paikkaa, koska se ei sulkeudu kesken vuoden vaan se toiminta pyörii koko vuoden ja vaikka se oliskin sesonkiluontoista niin silti...ja ne ihmiset ei vaihdu niin paljon ympärillä, että sä pystyt luomaan paljon vahvemman työyhteisön” H4

Sesonkiluonteinen työ koettiin myös esimiestehtävissä haasteelliseksi pitemmän päälle, koska aina uuden kauden koittaessa on koulutettava uudet ihmiset ja niillä on samat kuviot joka vuosi. Uudet sesonkityöntekijät haluavat luonnollisesti tehdä niitä samoja asioita, mitä kokeneemmat ovat tehneet itse ensimmäisellä kaudella. Jatkuva muuttaminen sesonkitöissä on myös raskasta. Moni kuvailikin, että oli kesät esimerkiksi omilla kotipaikkakunnillaan kesätöissä. Kaksi sesonkityöntekijää olikin ratkaissut tämän ongelman sillä, että oli asettunut pysyvästi asumaan matkailukeskuksen alueelle, koska kausi siellä on pidempi kuin kesällä. Ongelmana vain pidettiin sitä, että kesällä matkailukeskuksessa on heikommin töitä tarjolla.

”Se on vähän sit silleen, että [kesällä] saattaa joutua tekemään useammassa paikassa tai sitten saattaa joutua tekemään hyppyvuoroja, mikä nyt ei oo kauheen kiva silleen, että jos sä teet neljä tuntia aamulla ja neljä tuntia illalla ...jossain tuolla etelässä saat tehdä sen 12 tuntia putkeen, totta kai se on kannattavampaa...”H4

Yhtenä perusteena sesonkitöiden lopettamiselle nähtiin se, että ei olisi enää tuttuja tai tärkeitä ihmisiä paikkakunnalla. Aivan samalla tavalla ei enää samaan paikkaan lähdetäisi seikkailemaan, jos siellä ei olisi entuudestaan tuttuja ihmisiä. Elämäntilanteen muutos nähtiin myös perusteena miettiä uusiksi asetelmaa sesonkitöihin nähden. Parisuhde tai perheen perustaminen saattaisi johtaa siihen, että sesonkityöt eivät enää mahtuisi siihen kuvioon.

”Jos mä en sais tänne koko kaudeksi jotain tuttua ihmistä, tai sitten jos alkaisi seurustelee tai jotain” H2

”Varmaan ois elämäntilannemuutokset tai perhesuhde, tai sitten työpaikka ratkaisee, mistä saa, minkä saa...” H3

Työpaikka olisi ratkaisevassa asemassa. Työn pitää olla haastavaa, mielenkiintoista ja siellä pitäisi viihtyä. Sesonkitöitä kuvattiin myös aika raskaana ja niihin voi kyllästyä nopeammin kuin johonkin muihin töihin.

”Mulle ittelleni työssä kaikkein motivoivin asia, että tykkää siitä mitä tekee ja sitten jos ei jossain vaiheessa enää tykkääkään, sitten tulee se vaihdon aika, se ois semmonen, se suurin syy minkä takia sesonkityöt loppuis H7

Opiskelijoilla ja niiksi aikovilla syyt sesonkitöiden lopettamiseen liittyivät toiseen ammattiin valmistumisesta. Siinä vaiheessa etsisi oman alan töitä ja lähtisi suuntaamaan uraansa sinne suuntaan.

”Jos mä saan vakityön niin mä luulen, että se loppuu siihen, mut kyl mä luulen, että menisin silti sinne lomalle” H6

Enemmän sesonkityö on vaihe elämässä, vaikka se kestäisikin useita vuosia. Syytä sesonkityön loppumiselle on pääasiassa oman alan töiden saaminen, uralla kehittyminen tai halu vakiintua.

#### 4.5.4 Toiseen matkailukeskukseen töihin

Tällä kysymyksellä haettiin osittain vastausta siihen, että kuinka vahvasti nämä sesonkityöntekijät olivat sitoutuneet matkailukeskukseen, jonka vaikutuspiirissä olivat työskennelleet. Useampi oli kyllä asiaa pohtinut, mutta siihen pitäisi olla hyvät perusteet miksi niin tekisi. Haastateltavilla oli epäilyjä sen suhteen, että lähtisivätkö nämä enää yhtä ennakkoluulottomasti uuteen paikkaan, koska nykyisestä oli muodostunut osalle kuin koti. Kuitenkaan lähtemistä toiseen matkailukeskukseen ei suljettu täysin pois.

”Ja siis ehdottomasti olisi tosi hyvä homma käydäkin jossain muualla, mutta en oo toistaiseksi halunnut lähteä” H4

Päätös lähtemisestä olisi todennäköisesti paljon harkitumpi kuin ensimmäisellä kerralla, jolloin useat haastateltavista olivat hakeneet useampaan eri matkailukeskukseen töihin. He olivat vain päässeet ja valinneet jonkun kohteen ja sille tielle jääneet. Lyhyttä sesonkia kuitenkin oltaisiin mahdollisesti lähdössä kokeilemaan ja ulkomaat voisivat antaa erilaista perspektiiviä. Useat voisivat periaatteessa kuvitella sesonkitöitä muuallakin, mutta silti Yllästä pidettiin tuttua ja jopa parhaana.

”Kesähän olisi erittäin mielenkiintoinen tuolla kilppiksellä [Kilpisjärvellä] tai kevätsezonki, tai toisaalta Ruka Pyhä alue ois mielenkiintoisen kuuloinen, tai jonnekin täysin ulkomaille niinku Ruotsiin tai Norjaan, vois olla mielenkiintoisia” H4

”Kyllä, mutta pitäis olla just sellainen rauhallinen paikka, että ei mikään Levi kiinnosta missään suhteessa oikeastaan, se on liian kylä kylä, iso kylä” H3

”Voisin kuvitella, kyllä tää on se paras paikka, mutta voisin kuvitella, että oisin muuallakin” H2

Havaittavissa aineistossa on sitä, että mitä useamman kauden sesonkityöntekijä on ollut samassa keskuksessa, sitä vaikeampaa se lähteminen olisi. Toinen havaittavissa oleva seikka oli, että jos oli jo jollain tavalla sitoutunut nykyisiin työkuvioiden, niin silloin lähteminen olisi haastavampaa.

”Ei se ikinä oo poissuljettu ajatus, mutta en usko, että kovin hevillä tulis lähdettyä, pitäis olla kovin painavat syyt, että miks lähtis, en usko, että välttämättä tulis” H1

## 4.6 Emotionaalinen side matkailukohteeseen

Haastatteluiden aikana ja tuloksia purkaessa alkoi tulla selkeäksi, että näillä sesonkityöntekijöillä oli jonkinlainen tunneside matkailukohteeseen. Tunneside liittyi esimerkiksi ystäviin, työpaikkaan, luontoon ja muistoihin. Mitä pitempään henkilö oli käynyt sesonkitöissä alueella, sitä syvempi suhde matkailukohteeseen oli muodostunut. Useimmilla ne liittyivät tärkeisiin muistoihin mitä siellä oli tapahtunut. Monille luonto ja maisemat olivat sellainen, mihin nämä sesonkityöntekijät eivät kyllästyneet. Lisäksi laskettelemaan olisi miellyttävää palata tuttuihin maisemiin.

”On kyllä tullut...se on rakkaus tätä paikkaa kohtaan...jotenkin kertakaikkisesti, tosta kun aamulla herää ja ikkunasta kahtoo missä tunturi näkyy, niin ei siihen näkyyn ei koskaan kyllästy, jaksaa näitä maisemia kerta toisen jälkeen vaan kahtella ja ihmetellä” H7

”Joo, on kyllä sellainen mihin on aina kiva palata ja tulla...jos johonkin Suomessa lähtee, laskettelee, niin tänne tulee kyllä aina... tykkää tästä fiiliksestä ja kaikesta täällä” H3

Vahva emotionaalinen side ilmeni niin, että paikkaa eli Yllästä haastateltavat kuvailivat toiseksi kodikseen. Kaveripiirin muodostuminen toisista sesonkityöntekijöistä sekä paikallisista ilmeni myös yhtenä syynä sille, että Ylläksestä oli tullut tärkeä paikka näille ihmisille. Se oli myös yksi jäädä asumaankin paikkakunnalle.

”On se juurikin se, tästä tuota porukasta mikä täällä elää, siitä on tullut semmonen perhe täällä, että ihmisellä on hyvä olla täällä” H7

”On tullut, ja ehkä sen takia, kun täällä on niin monta vuotta ollut ja tuntee ihmisiä, ja tästä on muodostunut koti” H1

Elämässä merkitykselliset tapahtumat muokkaavat paikasta tärkeän ja ikimuis-toisen monilla eri tavoilla. Sesonkityöntekijät olivat kohdanneet sesonkityövuosinaan tärkeitä ystäviä ja kohdanneet tulevat puolisonsakin. Kaksi sesonkityöntekijöistä oli mennyt sesonkitöissään kohtaamansa ihmisen kanssa kihloihin paikkakunnalla ja toinen naimisiin. Elämän tärkeiden tapahtumien hetket olivat muokanneet paikasta erityiseen asemaan nousevan paikan.

”On, ollaan mietitty, että otetaan \*kaverin kanssa\* toi Ylläksen logon se yläreuna pelkästään tatuointina, semmonen niinku ystävyystatuointi, kun me ollaan tutustuttu täällä” H2

”...tapasin siellä mieheni, menimme kihloihin siellä, että kyllä siellä on...merkityksellisiä tapahtumia tapahtunut, sieltä on niin paljon hyviä muistoja...” H6

”On, totta kai...mun eka ikioma koti on täällä, ja siis mehän mentiin naimisiin, kihloihin täällä, ja tosi paljon on saanut kavereita täältä ja muistoja, ja kyl se täytyy sanoa tänä päivänä se, kaveripiiri on ihan selkeästi täällä...” H7

Pari sesonkityöntekijää oli muuttanut asumaan jossain vaiheessa paikkakunnalle. Muista haastatelluista kukaan ei tyrmännyt ajatusta muuttamisesta paikkakunnalle, mutta se vaatisi kuitenkin järjestelyitä. Sesonkitöiden yksi viehätys näille oli ollut, se että kausi loppuu ja sieltä pääsee takaisin vakituiseen asuinpaikkaan. Osalla kuitenkin se muu elämä oli varsinaisella asuinpaikkakunnalla enemmän. Työpaikka nousi keskeiseksi tekijäksi, että asumista ympärivuoden voisi harkita paikkakunnalla.

”Ehkä periaatteessa, onhan se aika kaukana, et en mä ehkä loppuelämäni haluais asua niin kaukana kaikista sukulaisista ja kavereista, mutta kyllä siellä nyt periaatteessa vois asua, onhan siellä kaunis luonto, ois tunturit ja muut siinä” H6

”Ois mun aika vaikea kuvitella...must tuntuu, että mulla vaikuttaa tosi paljon se mistä on kotoisin, et tää on niin eri maailma, mutta en mä nyt, jos jonkun vuoden asuisin ja tekisin jotain unelmatyötä niin oishan sekin niin varmasti niin hieno kokemus, mutta kyllä se aika paljon totuttelua vaatis” H5

Elämää ei näissä tapauksissa välttämättä haluttu ruveta vakiinnuttamaan paikkakunnille. Koettiin, että sen pitäisi olla jossain muualla lähempänä missä on kavereita ja sukulaisia. Kuitenkaan ajatusta ei täysin tyrmätty, sitä voisi kokeilla varsinkin, jos saisi unelma työpaikan. Epäilyksenä kesää kohtaan nousi myös matkailukeskuksen hiljaisuus. Ei pelkästään töiden takia, vaan sen takia kuinka siellä viihtyisi. Kaivattiin kuitenkin kaupunkielämää ja erämaassa ei välttämättä ollut halua olla ympäri vuotta.

”Voisin, ehkä sitä on niin ruusuiset kuvitelmat tästä talvielämästä...aattelee, että kesälläkin on samanlaista, vaikei se oo, kun ei täällä oo ketään kesällä” H2

”Se on kyllä asia kans mitä mä oon miettinyt sillä tavalla, että pitäiskö kokeilla asiaa...kuitenkin tykkään...siitä ihmisten hälinästä ja kaupunkimeiningistä, et tavaltaan nämä kontrastit balanssoi paljon tätä meininkiä...talvet luonnon rauhassa ja kesällä...kaupunkiympäristöissä, en tiä mitä tekis ihmiselle, jos ois koko kesän erämaassa” H7

Yhdessä tapauksessa muuttamista ei nähtäisi ongelmana, mutta ainoa ehto siinä olisi sopivan työpaikan löytäminen.

”Helposti, luonto ja niinku ulkoilumahdollisuudet...työpaikka ois sellanen, tottakai päättää miksi jäisin, kaikki on täällä mukavasti, mut kyl se työ on tietenk in ratkaisevassa asemassa” H3

Elämän vakiintumisen voi kuitenkin tehdä myös matkailukeskuksen paikkakunnalle ja tästä aineistosta heitä löytyi kaksi kappaletta. Aikaisemmin tuloksissa tuli jo ilmi, että ainainen muuttaminen on kovin raskasta. Asunnon ostaminen hyvältä paikalta mahdollistaa myös asunnon vuokraamisen talviaikaan matkailijoille. Sen voi nähdä sijoituksenakin ja siinäkin tapauksessa ei ole pakko jäädä lopuksi elämää asumaan matkailukeskuksen kylään tai lähialueelle.

”Mää tykkään olla täällä ja sitten kun täällä kesällä, kyllä täällä on elämää, mutta se ei oo samanlaista hulinaa, kuin talvella, ja sitten on kummiskin on täältä saanu niin hyvin ystäviä...tavallaan on se elämä muodostunut tänne, niin sen takia” H1

Havaittavissa on integroituminen paikallisen väestön kanssa, jonka mahdollisesti paikkakunnalle asumaan jääminen vaatisi. Ketkä epäröivät asian kanssa keskittyivät enemmän työllistymisen haasteisiin. Kukaan heistä ei myöskään maininnut sitä, että olisi paikallisten kanssa tekemisissä, vaan enemmän ollaan toisien sesonkityöntekijöiden kanssa.

Sesonkityöntekijä ei välttämättä jää asumaan paikkakunnalle, mutta hyvin todennäköisesti tulee myöhemminkin matkailijan asemassa käymään paikkakunnalla. Jokaisella haastateltavista oli jonkinlainen emotionaalinen tunneside muodostunut paikkaan. Matkailukohdetta ainakin suositeltaisiin kavereille ja sukulaisille, jos sellaista kysyttäisiin kotimaan kohteista. Kotimaan lomailua ja

etenkin talviurheiluun liittyvät harrastuksen lähdeittäisiin tekemään sesonkityökohteeseen. Kerrannaisvaikutuksia alueelle ja sen maineelle on niidenkin sesonkityöntekijöiden kautta, jotka eivät enää tule sesonkitöihin alueen työpaikkoihin.

#### 4.7 Matkailun kehittämiseen tarvitaan sesonkityöntekijöitä

Matkailun kehittyminen matkailukeskuksissa ympärivuotisuuden suuntaan vaatisi sen, että työvoimaa olisi saatavilla. Ympärivuotinen toiminta vaatii kuitenkin matkailijoita, koska ilman heitä ei kannata ravintoloita ja muita palveluja pitää auki. Tässä tutkimuksessa jonkin verran mentiin aiheeseen ja siihen kiinnostaisiko sesonkityöntekijöitä ympärivuotinen asuminen paikkakunnalla. Kukaan ei sitä tyrmännyt, mutta haasteina koettiin asunnon saaminen, vakituisen työpaikan löytäminen sekä myös palveluiden puute.

”Lapin matkailussahan yritetään panostaa hyvin vahvasti siihen, ja se on virkistymään päin selkeesti, viime kesäkin tässä täytyy sanoa, että kaikki lähes tulokoon yritykset tossa sanoivat, että kasvua aiempaan, että ne jotka on niin rohkeita, että pitää paikat auki, sekin on aina riski” H4

”Kyllä mä uskon, koska täälläkin on kesämatkailu koko ajan kasvussa, se on joka vuos noussut, niin kyllä mä uskon, että jossakin vaiheessa muuttuu silleen, että tää on todennäköisesti melkein koko vuoden auki...että sitten kun ne saa kesälle enemmän aktiviteettia niin ehkä sitten” H1

Selvästi alueella toimivilla on pyrkimystä ympärivuotisuuteen ja uskoa. Varsinkin nämä henkilöt, jotka ovat asettuneet paikkakunnalle haluavat olla myös kehittämässä alueen matkailua. Se mahdollistaisi itsensä työllistämisen paikkakunnalla ja myös houkuttelisi muita sesonkityöntekijöitä jäämään.

”Se yhteinen tavoite saada tätä aluetta kehitettyä ja toimintaa kasvatettua nimenomaan sinne ympärivuotisuuden suuntaan...” H4

”Et kyl niinku haluaa olla mukana kehittämässä tätä, ja että...sais tuon matkailun kasvuun” H1

Alueen toimijat eivät halua tyytyä pelkästään talvimatkailuun, vaan myös siihen, että kesäaikaakin olisi turisteja. Haastattelussa nousi kuitenkin esiin sekin, että on toisaalta hyvä olla hengähdystauko. Talvisesonkia pidettiin kuitenkin melko raskaana, ja sen jälkeen tarvitaan loma, jonka aikana ladataan akkuja.

”Talvisesonki on aika kova, niin ei sitä muuten jaksa, jos siinä ei pysty pitkiä lomia pitämään sen jälkeen tai ennen sitä talvikautta...siinä mielessä hyvä, että siinä on hetki sitä hiljaisempaa aikaa” H1



Kuinka sitten sesonkitöissä voi edetä urakehityksellisessä mielessä? Jollain tavalla se on mahdollista, kuten tämän tutkimuksen tuloksissa on esitetty. Vaihtoehtoja voivat olla koulutuksen kautta, vaihtamalla työpaikkaa sen mukaan miten haluaa kehittyä tai alkaa yrittäjäksi. Kuitenkin yksi haastateltavista näki selkeän haasteen urakehityksessä sesonkityöntekijöillä sesonkitöissä. Esimiehille nähtiin erittäin haasteellisena vuosittaisen uuden seuraavan sesongin työntekijöiden hakemisen ja kouluttamisen.

”Mun mielestä se on aika iso haaste, koska näissä nää sesonkityönantajat monesti se vuosirytmii on sellanen... ruvetaan keräämään hirmu nopeesti kasaan se talvisesonki, sitten kun se... tulee, siinä nopeasti perehdytetään se henkilökunta... sitten tulee se joulusezonki... kerätään itteemme kasaan se tammikuu, sitten tulee hiihtolomat... vielä se kauden loppu on sellanen, että vaan nopsaan vaan paketoidaan porukka eteenpäin ja ravintolat kiinni ja pidetään bileet ja sanotaan heipat ja lähdetään eri suuntiin” H4

Kausiluonteisuuden haaste asettaa ongelman sille, että uralla voitaisiin kehittyä kovinkaan pitkälle ainakaan saman työnantajan palveluksessa. Pienemmillä ja isommillakin paikoilla on haasteita olla auki ympärivuotisesti. Usein yrittäjät itse pyörittävät toimintaa sesongin ulkopuolella, jos edes pitävät ravintolaa auki silloin. Sesonkitöistä puuttuu usein jatkumo, koska se on hyvin hektistä ja tauko sesonkien välillä on pitkä. Sesonkien välissä sesonkityöntekijät on päästettävä muualle, jos ei kyetä tarjoamaan ympärivuotista työtä. Yrityksille on suuri riski investoida kouluttamiseen, jolla voitaisiin mahdollisesti sitouttaa henkilöstöä. Sitouttaminen voisi kuitenkin vähentää rekrytointikuluja.

”Se on haaste työnantajalle, että millä riskillä sitä uskaltaa henkilöstöä lähteä kouluttamaan, että tuleeko ne takaisin koskaan vai onko se turha investointi... mun henkilökohtainen mielipide on tottakai se, että se riski pitäis ottaa, koska se on yksi tärkeimmistä asioista sitouttamaan henkilökuntaa, mikä on siis tässä työllisyystilanteessa äärimmäisen tärkeätä, koska niitä työntekijöitä, ravintola-alan ja matkailualan työntekijöitä ei ole Suomessa tarpeeksi ... kohta ollaan tosi pulassa henkilökunnan kanssa täällä päässä, koska Etelä-Suomessa pystytään tarjoamaan ympärivuotista työtä ja täällä ei...” H4

Kilpailu ravintola-alan työntekijöistä on kovaa ja Etelä-Suomessa pystytään tarjoamaan palveluja sekä ympärivuotista työpaikkaa. Tärkeää olisi löytää ne potentiaaliset henkilöt henkilöstöstä, jotka voisivat harkita tulemistä uudelle sesongille ja pyrkiä sitouttamaan heidät. Kilpailua työntekijöistä on myös matkailukeskusten välillä. Useassa haastattelussa tuli ilmi, että enemmän oli tuurista kyse mihin matkailukeskukseen menee töihin. Kaikki olivat hakeneet ensimmäistä kertaa lähtiessään useisiin eri matkailukeskuksiin. Mitkä ovat ne perusteet, että valitset juuri sen tietyn. Suurimmalla osalla se on työpaikka, mutta syitä voivat olla myös vapaa-aikaan liittyvät tekijät. Kenelle sitä kohdetta markkinoidaan. Ylös sai muutamia vuosia sitten julkisuutta televisio-ohjelman kautta.

”Niinku huipulla tuulee ohjelmat, miten vaikuttaa, ne ois ihan hyvä olla vieläkin herrättämään mielenkiinnon, siitähän se idea oikeastaan tuli, ainaskin miulla, kaikkien

muiden yli, että miten valikoitui, että Ylläkselle haki, tv-ohjelmien tai muiden mainoksien kautta, niin voisin luulla, että miten vaikuttaa sesonkityöläisellä. Levi nyt saa aina kaikki ihmiset, vie kaiken, kaikki kokit, koska siellä on se bile-elämä nuorilla niin kova” H3

Markkinointikeinot sesonkityöntekijöiden rekrytoimisessa ovat tärkeitä. Toinen keino saada työntekijöitä pohjoiseen voisi olla se, että ravintolatoimintaa on samalla organisaatiolla jossain muualla, missä kesäsesonki on vahva. Sitä yksi sesonkityöntekijä pohtikin yhtenä mahdollisuutena kysyttäessä haluaisiko hän olla aina sesonkityöntekijä:

”En ehkä aina, mutta onko sitten, että yhdessä firmassa, jossa on eri puolella Suomea, että on mahdollisuus vaihtaa, mutta sekin onko se sitten kausityöntekijä, vai miten sen määrittää, kesä eri paikassa, tavallaan voi ajatella olevansa, mutta en koe sitä mitenkään ihmeellisenä, se olisi oikeastaan huippua, että pystyisi tässä elämäntilanteessa, tietysti jos löytyy muu elämäntilanne, niin sitten voi olla eri ideat taas (naurua)” H3

Tämänkaltainen toiminta vaatii tietysti yritykseltä mahdollisuutta lähteä jonnekin kesäsesonkipaikkaan perustamaan ravintolatoimintaa. Yksi mahdollisuus kuitenkin työvoiman sitouttamiseksi voisi olla ympärivuotisen työpaikan tarjoaminen, vaikkakin eri paikkakunnilla. Kovin vakiintunutta sekään ei pitemmän päälle ole, mutta yritysten kannalta tämänkaltainen malli säästää rekrytointikustannuksia. Muita kustannuksia tulee tietysti ravintolatoiminnan kaksinkertaistamisesta. Työntekijällä pitäisi olla myös sellainen halu ja elämäntilanne, että tämä voisi vaihtaa työskentelyn kohdetta sesonkien mukaan.

Asunto-ongelma nousi pari kertaa esiin haastatteluissa. Työ- ja elinkeinoministeriö on myös nostanut asuntopulan ongelmaksi matkailukeskusten haasteeksi. Se on myös ongelma rekrytoitaessa työntekijöitä (Työ- ja elinkeinoministeriö 2018, 378-380).

”Henksumajoitukseen ei mahtanut saada koiria ... kun mä halusin sen koiran sinne, että se piti saada oma kämpä... se oli semmonen haaste ja on varmasti muillakin haaste ja pahenee ongelmat majoituksen kanssa koko ajan” H4

Etenkin haasteita asunnon saamisessa voi olla, jos asunnolla on oltava vaatimuksia. Henkilökuntamajoitukseen harvemmin voi tuoda lemmikkieläimiä ja perheellisillä ihmisillä lapset soveltuvat myös heikosti näihin majoitusmuotoihin. Asuntopulan voi nähdä heikentävän mahdollisuuksia rekrytoida osaavaa työvoimaa. Sama nähtiin mahdollisena haasteena, jos pitäisi muuttaa ympärivuotisesti.

”Ilmeisesti työnantajillakin on ollut vaikeuksia [saada henkilökunta-asuntoja], että miten sieltä saisi vakituisen asunnon ja johonkin kohtuulliseen hintaan hyvällä paikalla ilman hometta ja tällästä, mä luulen, että ne ois aikamoisia haasteita, jos sinne muuttaisi ympäri vuoden” H6

Henkilökuntamajoituksessa on haasteita ja se voi estää työntekijöiden tulemisen sesonkitöihin. Potentiaalinenkin sesonkityöntekijä, joka voisi harkita pidempiaikaista asumistakin miettisi todella tarkoin kannattaisiko. Talvisesongilla rajat tulevat vastaan henkilökunnan majoitusmäärissä, koska ei palveluita voida mahdollisesti enempää lisätä, jos työvoimaa ei ole niitä tuottamaan. Potentiaalisia uusia asukkaita matkailukeskuksia ympäröiviin kyliin saattaisi olla, mutta sille pitää olla puitteet kunnossa.

## 5 POHDINTA

### 5.1 Keskustelu aikaisemman tutkimuksen ja käytännön kannalta

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli selvittää, miksi ihminen lähtee sesonkitöihin. Erityisesti tarkastelin sitä, mitkä ovat taustatekijät ja syyt lähteä sesonkityöntekijäksi matkailukeskuksissa sijaitseviin ravintola-alan tehtäviin. Taustatekijänä syille useimmilla vaikutti olevan jonkinlainen elämäntilanteen muutoksen vaihe, joka ajoi eri syistä näitä henkilöitä hakemaan sesonkitöihin. Lukiosta tai ammatillisesta koulutuksesta valmistumisen jälkeen sesonkityöt nähtiin mahdollisuutena lähteä kokemaan uusia asioita erilaiseen elinympäristöön. Vakituksissa töissä olevilla syyt lähteä sesonkitöihin johtuivat silloisen työn tyytymättömyydestä, usein syynä oli etenemis- sekä kehittymismahdollisuuksien puute. Kolmantena havaittuna tekijänä oli parisuhteessa tapahtunut ero ja lisäksi lähes kaikki tähän tutkimukseen osallistuneet olivat sinkkuja. Lähdön taustalla oli jokin asia, joka laittoi henkilöt miettimään omaa elämäntilannettaan ja siihen haettiin muutosta. Tällöin sesonkitöihin lähtö nähtiin mahdollisuutena kokea jotain uutta ja ottaa irti silloisesta elämäntilanteesta.

Aikaisemmissa tutkimuksissa ei ollut tullut ilmi yhtä vahvasti se, että sesonkitöihin lähtemisen taustalla voisi olla elämäntilanteen muutos. Tässä tutkimuksessa elämäntilanteen muutokset toistuivat haastateltavien keskuudessa, kun kyseessä oli ensimmäinen lähtötilanne. Möller ym. (2014) olivat tutkineet sesonkitöihin lähtijöiden motiiveja. He mainitsivat lyhyesti, että sesonkitöihin lähdetään sen takia, kun ei välttämättä tiedetä mitä elämältä halutaan. Sesonkityöt nähtiin mahdollisuutena siirtää suuria päätöksiä eteenpäin ja ne antoivat lisää miettimisaikaa muun muassa opiskelupaikan tai työpaikan suhteen. Samoja piirteitä Möllerin ym. (2014) tutkimuksen kanssa oli sesonkityön näkeminen elämäntilanteena ja työntekijöiden ikä, suurin osa on alle 30-vuotiaita.

Ammatillinen kehittyminen ravintola-alalla nousi yhtenä tekijänä tässä tutkimuksessa, koska entiseen työhön oli rutinoitunut ja havaittu, että siellä ei ole kehittymismahdollisuuksia. Lähteminen sesonkitöihin aloitti urakehityksen miettimisen ja useimmilla tämän tutkimuksen haastateltavista oli sesonkitöissä vahvistunut aikomus jatkokouluttautumisesta. Päätös lähtemisestä pakottaa miettimään mitä tulevaisuudelta haluaa esimerkiksi uran tai perheen kannalta (Möller, Ericsson & Övervåg 2014). Ravintola-alalla sesonkitöissä käyminen voi mahdollistaa työpaikan jossain muualla, koska sesonkityö kokemusta arvostetaan alan keskuudessa (Hakkarainen 2009, 145).

Möllerin ym. (2014) tutkimuksessa havaittiin lähtöön vaikuttavana motiivina vapaa-ajan aktiviteetit, joita voisi harrastaa sesonkityöpaikkakunnalla. Tässä tutkimuksessa havaittiin myös samoja taustatekijöitä motivaatiolle, kuten

Möllerin ym. (2014) tutkimuksessa. Monet haastateltavista kaipasivat kunnan talvea ja sen mahdollistamia harrastusmahdollisuuksia, kuten laskettelua ja murtomaahiihtoa. Sesonkitöihin lähtijöillä Lapin matkailukeskukset nähtiin kiinnostavina harrastusmahdollisuuksien vuoksi. Käytännön kannalta ei tullut ilmi, olivatko työnantajat näitä mahdollisuuksia hyödyntäneet rekrytoidessaan haastateltavia sesonkityöntekijöitä. Yhtenä keinona voisi olla tarjota alennuksia hissiliipuista tai jollain muulla tavoin tukea harrastusmahdollisuuksia, koska moni sesonkityöntekijä haluaa vapaa-ajallaan harrastaa. Hakkarainen (2009, 145) kuvaili sesonkityön mahdollistavan irtioton omasta arjestaan. Sitä monet tämän tutkimuksen haastateltavista lähtivät hakemaan. Samalla mahdollistui nauttiminen luonnosta sekä harrastuksista työnteon ohella.

Lähteminen koettiin helpoksi, jos työnantajan viestintä oli selkeää ja työnantajan toimesta oli järjestetty asunto. Lapin matkailukeskukset nähtiin kiinnostavina vaihtoehtoina sesonkitöille sen takia, että sesonkityöhön ei tarvitse sitoutua kuin sesongin ajaksi. Lähtöpäätöksen tekeminen on monesta tekijästä riippuvaista, mutta tämän tutkimuksen tuloksissa sen käynnistää elämänmuutos. Sen jälkeen lähtöpäätökseen vaikuttavat työpaikka, harrastusmahdollisuudet, halu lähteä seikkailemaan ja tutustumaan uusiin ihmisiin. Taloudellisilla ansioilla ei ollut merkittävää yhteyttä lähtemisen kanssa ensimmäisellä kerralla.

Taustat lähtemiselle voivat olla hyvinkin erilaisia ja syyt lähteä sesonkitöihin. Matkailu- sekä ravitsemusalalla toimivien yritysten olisi hyvä tiedostaa nämä syyt, jotta osaavat hakea työvoimaa oikeista kohderyhmistä. Yritysten tulee ottaa huomioon työntekijöidensä taustat (Lundberg, Gudmundson & Andersson 2009).

Pääasiassa lähtötilanteessa oli havaittavissa se, että sesonkityöntekijät olivat ajatelleet lähtevänsä kertaluonteisesti kokeilemaan, sekä seikkailemaan pohjoiseen sen hetkisen elämäntilanteen salliessa. Paluu sesonkitöihin ihmisillä joihinkin pääasiassa tekijöistä, jotka liittyivät paikkaan, ihmisiin ja niihin liittyviin muistoihin. Työtyytyväisyys on tärkeää, mutta ei ratkaiseva tekijä, eikä riittänyt syyksi palata kohteeseen. Paluuseen samaan matkailukohteeseen tarvitaan paikkaan tai ihmisiin muodostunut emotionaalinen side. Emotionaalisen siteen lisäksi tässä tutkimuksessa löydettiin kaksi hyvin erilaista perustetta lähteä uudelleen sesonkitöihin. Kenellä oli tulevaisuudessa tavoite työllistyä jollekin muulle alalle kuin ravintola-alalle, niin syynä olivat edellä mainittujen emotionaalisten syiden lisäksi taloudelliset syyt sekä mahdollisuus lomailla samalla. Sesonkityö voi olla irtiotto omasta arjesta, jossa otetaan lomaa opinnoista tai varsinaisista töistä (Hakkarainen 2009, 145).

Työympäristö eri tekijöineen täytyy olla kunnossa, jotta sesonkityöntekijä harkitsisi paluuta (Reynolds, Merritt & Gladstein 2004). Tässäkin tutkimuksessa nousi esiin, että sesonkityöntekijät olivat viihtyneet sekä töissä, että vapaa-ajalla matkailukeskuksessa. McCole (2015) esitti omassa tutkimuksessaan, että yhteisöllisyyden tunne vaikuttaa sesonkityöntekijöiden päätöksen palaamisesta takaisin hiihtokeskukseen, missä ovat olleet aikaisemmin. Tässä tutkimuksessa ilmeni, että haastateltavat saivat ensimmäiseltä kaudelta paljon kavereita, ja se oli yksi

tärkeimmistä syistä palata seuraavallakin kaudella sesonkitöiden pariin. Yhteisöllisyyden lisäksi itse paikkaan oli syntynyt kiintymys. Sesonkityöntekijöillä oli tapahtunut tärkeitä asioita elämässään sesonkitöissään viettäminään vuosina. Heillä oli havaittavissa paikkaan kiinnittymistä tai brändirakkautta Yllästä kohtaan (Aro, Suomi & Saraniemi 2018). Moni piti paikkaa ainutlaatuisena verrattaessa muihin paikkoihin, joten aihetta voi lähestyä myös markkinoinnin kautta, jossa on tutkittu asiakassitoutumista paikkaan.

Yhteisöllisyyden tunne voi olla keino edistää sesonkityöntekijöiden palaamista seuraavalla kaudella (McCole 2015). Lundberg ym. (2009) ehdottavatkin, että sesonkiluonteisilla aloilla toimivien yritysten kannattaisi panostaa yhteisöllisyyden luomiseen. Tämä voidaan mahdollistaa esimerkiksi henkilökunnan virkistystapahtumilla kauden alussa tai tarjoamalla henkilökunta-asunto, jossa on paljon kollegoja. Puitteiden luominen toisiin ihmisiin tutustumiseen, voi olla avain sesonkityöntekijöiden viihtyvyyteen ja palaamisen seuraavalla kaudella. Tässä tutkimuksessa ilmeni, että oli helppo kiintyä paikkaan ja ihmisiin, kun oli tekemisissä sekä vapaa-ajalla, että töissä samojen ihmisten kanssa. Möller ym. (2014) ovat myös havainneet yhteisöllisyyden tunteen ja sen ansiosta edellisten kausien sesonkityöntekijät saattavat houkutellessa seuraavalle kaudelle myös kaverinsa sesonkitöihin mukaan. Yhteisöllisyyden tunne koettiin tässä tutkimuksessa sekä Möllerin ym. (2014) mukaan tärkeäksi elementiksi palaamisessa.

Yrityksen toiminnan kannalta samojen työntekijöiden palaaminen on kannattavaa, koska rekrytointikustannukset vähentyvät ja palvelun laatu pysyy samalla tasolla. Työnantaja tietää millaisen työntekijän saa, eikä tällöin synny riskiä siitä, että uusi työntekijä ei sopisikaan yritykseen. Työntekijän näkökulmasta on helpompi tulla entuudestaan tuttuun työympäristöön. Järjestelystä on hyötyä kummallekin osapuolelle.

Reynolds ym. (2004) tunnistivat tuloksissaan keinoja, joilla voidaan edesauttaa työntekijöiden palaamista. Yhteisiä piirteitä tähän tutkimukseen olivat työnantajan ja työntekijän välisten suhteiden ylläpitäminen. Työnantajan puolelta oli kysely mielenkiintoa palata seuraavaksi kaudeksi, ja tämän takia joissakin tapauksissa oli palattu sesonkitöihin. Työnantajien kannattaa olla itse aktiivisesti yhteydessä työntekijöihin.

Joustavuus voi olla keino saada esimerkiksi opiskelijaksi siirtyneitä sesonkityöntekijöitä palaamaan ruuhkaisimmille sesongeille. Tuulentie ja Heimtun (2014) olivat havainneet, että Suomen Lapissa opiskelijat työntekijöinä olivat vähissä pitkän sesongin ja lukuvuoden päällekkäisyyden takia. Opiskelijoilla lyhytkin sesonkityöpätkä voi nostaa näiden tulotasoa ja olla näin motivaationa. Tässä tutkimuksessa tuli esille se, että välivuotta pitävät voisivat olla yksi potentiaalinen kohderyhmä sesonkitöihin. Lisäksi heidät voi olla mahdollisuus saada jatkossakin lyhyille sesongeille kattamaan työvoimatarvetta, vaikka Suomessa sesonki menee päällekkäin lukuvuoden kanssa. Joului-, hiihto- sekä pääsiäislomajat ovat potentiaalisimpia, koska silloin usein työnantajat tarvitset normaalia enemmän sesonkityövoimaa. Tällöin myös opiskelijoilla on lomaa. Suurin haaste liittyyneekin Lapin matkailukeskuksien sijaintiin näiden ollessa kaukana suurim-

mista opiskelijakaupungeista. Yritykset voisivat näissä tapauksissa mahdollisuuksien puitteissa tulla matkakuluissa vastaan lisäämällä houkuttelevuutta tulla lyhyeksi ajaksi.

Ravintola-alalla tulevaisuutensa nähneet henkilöt olivat eniten motivoituneet palaamisessa urakehityksellisessä mielessä. Heidät voi olla vaikeampi saada sitoutumaan samalle työnantajalle paluuseen, mutta emotionaalinen side toi heidät takaisin samaan matkailukeskukseen, missä he olivat olleet. Möllerin ym. (2014) tuotiin ilmi, että sesonkitöissä on haastavaa edetä vastuullisempiin tehtäviin. Tämän tutkimuksen haastateltavat kokivat kuitenkin mahdolliseksi uralla etenemisen, mutta usein se vaati työpaikan vaihtamista. Jos eteneminen on yrityksen sisällä mahdollista, tulisi työnantajien kannustaa siinä.

Tässä tutkimuksessa on havaittavissa Möllerin ym. (2014) tutkimuksessa esiteltäviä sesonkityöntekijätyyppejä. Joukossa oli yksi, jolle sesonkityöt olivat elämäntapa. Hänet voi määrittellä Möllerin ym. (2014) mukaan liikkuvaksi sesonkityöntekijäksi, joka on kesät kesäsesonkipaikassa ja talveksi menee töihin talvisesonkipaikkaan. Tähän elämäntapaan voi yhdistää matkailijamaiset aktiviteetit, kuten laskettelun ja hiihtämisen talvella.

Toisena joukkona, jonka tutkimuksesta voi havaita olivat harjaantuneet sesonkityöntekijät. He olivat kokeneita sesonkityöntekijöitä, jotka rutiininomaisesti palasivat vuosi toisensa perään sesonkitöihin. Sesongin ulkopuolella he olivat opiskelemassa tai niin kutsutuissa tavallisissa töissä. Heillä voi myös nähdä taustalla olevan taloudellisen motiivin, joka ainakin välittyi opiskelijatapauksessa. Osittain samaan kategoriaan opiskelijan voi laittaa Möllerin ym. (2014) kolmannen määrittelyn mukaan, jotka olivat väliaikaisia sesonkityöntekijöitä. Tosin tämän tutkimuksen tuloksissa oli nähtävissä kokeneen sekä väliaikaisen sesonkityöntekijän risteymä.

Neljättä sesonkityötyyppiä eli paikallisia, jotka asuvat paikkakunnalla vakituisesti ja tekevät sesongin ulkopuolella muita töitä, ei tutkittu tässä tutkimuksessa. Kuitenkin kaksi sesonkityöntekijää oli jossain vaiheessa muuttanut paikkakunnalle asumaan, mutta he eivät olleet vielä ajateltavissa samalla tavalla paikallisiksi, kuin Möllerin ym. (2014) tutkimuksessa kuvailtiin.

Marchin (1994) soveliaisuuden logiikan mukaisesti tarkasteltiin haastateltavien näkemystä sesonkityöntekijän ja heidän itsensä identiteetistä. Tyypillistä sesonkityöntekijää pidettiin ahkerana, jolla on kova halu tehdä töitä. Lisäksi yhteisöllisyys ja aktiivisuus nousivat tässä osiossa esiin. Työnteon kannalta arvokaina ominaisuuksina pidettiin joustavuutta, paineensietokykyä, tehokkuutta sekä asennetta. Päällisin havainto on, että sesonkitöissä pärjätäkseen on oltava sosiaalisesti ulospäin suuntautunut ja työnteon asenteen oltava kunnossa. Vahvasti haastateltavat kokivat, että sesonkityöntekijöillä on ”me-henki” ja he ovat jopa hieman ”hulluja”. Ensimmäisillä kausillaan sesonkityöntekijät identifioivat itsensä hyvin tyypillisiksi sesonkityöntekijöiksi, jolloin ollaan enemmän seikkailunhaluisia ja halutaan kokea uutta. Vaikka haastateltavat eivät myöhemmin välttämättä kokeneet enää itseään tyypillisiksi sesonkityöntekijöiksi, korostui vahva yhteisöllisyys ja kova työnteke edelleen.

Airaksisen mukaan (1999, 123) esimerkiksi turistilla saattaa olla turistin identiteetti, joka on loman mittainen. Voidaan silloin puhua osa-aikaisesta identiteetistä. Noin puolilla tähän tutkimukseen osallistuneista oli havaittavissa osa-aikainen sesonkityöntekijän identiteetti, jolloin taustalla oli toinen vahvempi identiteetti, kuten opiskelijan identiteetti. Kuitenkin ollessa sesonkitöissä tuli esiin, että esimerkiksi vapaa-ajan pukeutuminen on erilaista kuin omassa tavanomaisessa arjessa. Tämä voi myös vaikuttaa käyttäytymiseen, sesonkityöntekijänä ollessa moni koki laittavansa mahdollisen normaalin arjen identiteetin sivuun. Osa haastateltavista mielsi itsensä kuitenkin sesonkityöntekijäksi ympärivuoden, koska teki niitä töitä pääsääntöisesti.

Lähtemisen kannalta identiteetti ei tässä tutkimuksessa selvinnyt aivan täysin, koska haastateltavilla oli haasteita vastata kysymykseen. Aineistosta oli pääteltävissä, että monet haluavat palata samanhenkisten ihmisten luokse, kun uusi sesonki alkaa. Identiteetti vaikutti töihin lähtemiseen vahvemmin seuraavilla kerroilla.

Ristiriitoja päätöksenteossa saattoi silloin syntyä sesonkityöntekijöillä, jos oli toisella paikkakunnalla esimerkiksi työt tai opinnot käynnissä. Parisuhde saattoi olla myös mahdollinen estävä tekijä. Näitä ristiriitoja syntyy Marchin (1994, 73-76) mukaan silloin kun päätöksenteossa on yksilön useampi identiteetti läsnä. Opiskelijan kuuluisi olla opiskelija, tai parisuhteessa olevan ei kuuluisi lähteä toiselle puolen Suomea töihin useaksi kuukaudeksi. Yksilölle sosiaalinen hyväksyntä on tärkeää päätöksentekotilanteessa, jotta nämä voivat toimia tehokkaasti (March 1994, 61-65). Sesonkityöt mielletään nuorten työksi, joten ikä voisi olla este saada sosiaalista hyväksyntää lähtöpäätökselle. Tämän tutkimuksen haastatellut eivät kohdanneet suuremmin esteitä, joita heidän läheisensä olisivat mahdollisesti asettaneet. Sesonkityöntekijöiden perheet ja läheiset olivat hyvin kannustavia ja tukevia lähtöpäätöksen suhteen, vaikka osalla oli haasteita vakituisen työn järjestelyiden suhteen.

Marchin (1994, 58) soveliaisuuden logiikka tarjosi tässä tutkimuksessa päätöksentekoon hyvin syvällisen lähestymistavan, jonka seurauksena aihepiirissä päästiin hyvin laajoihinkin teemoihin käsiksi. Se on osoitus myös siitä, että miten paljon erilaiset asiat vaikuttavat sesonkitöihin lähtemiseen.

Yhteiskunnallisen keskustelun kannalta esille nousivat matkailun kehittäminen ympärivuotiseksi matkailukeskuksessa. Tuulentie ja Heimtun (2014) olivat tutkimuksessaan havainneet, että Suomen Lapissa työskennelleet eivät sulkeneet ajatusta pois muuttaa pysyvästi matkailukeskuksen alueelle. Tässä tutkimuksessa kysyttiin samaa asiaa ja jokainen haastateltava piti sitä mahdollisena. Haasteina muuttamiselle nähtiin vakituisen työpaikan saaminen, asunnon löytäminen sekä palveluiden puute kesäaikaan. Kuten Tuulentien ja Heimtunin (2014) tutkimuksessa, tässäkin tutkimuksessa erityisesti luonto ja harrastusmahdollisuudet houkuttelivat jäämään alueelle. Monella sesonkityöntekijällä oli muodostunut emotionaalinen side paikkaan ja Yllästä pystyi ajattelemaan toisena kotina. Osa ilmaisi ihastuneensa tai jopa rakastuneensa Ylläkseen paikkana. Samanlaista ilmiötä on havaittu Aron ym. (2018) tutkimuksessa, jossa tutkittiin kohdebrändirakkautta matkailijoilla matkailukohdetta kohtaan.



Pohjoismainen ministerineuvosto on raportissaan tuonut esille kausivaihtelun ongelmat juuri matkailun kehittymisen kannalta. Tässäkin tutkimuksessa tuli esille kausivaihtelun ongelmat, kuten vakituisen työn tai urakehitysmahdollisuuksien puute. Haasteena on myös koulutetumpien henkilöiden jääminen alalle, he yleensä suuntaavat muualle, koska matkailuala ei tarjoa korkeasti koulutetuille töitä (Rantala ym. 2019, 35-36). Kausivaihtelun ongelmat on ymmärretty Suomessa ja Lapissa ja sen vuoksi pyritty saamaan toimintaa ympärivuotiseksi. Lapin liiton (2019, 17) tavoitteena on lisätä kesämatkailua ja kehittää matkailua ympärivuotiseksi. Hiihtokeskuksiin on jo saatu kesätoimintaa (Ovaskainen & Kuittinen 2018, 121), mutta ainakaan vielä määrät eivät riitä tarjoamaan monille ympärivuotistatyötä. Matkailukeskuksissa ympärivuotista työtä voidaan hakea esimerkiksi työvoiman sesonkisiirroilla toiselle paikkakunnalle (Hakkarainen 2009, 141). Sesonkiluonteisuuden työvoimaongelmia voisi yrittää rikkoo sillä, että esimerkiksi ravintolat tekisivät yhteistyötä jonkun kesäsesonissa toimivan ravintolan kanssa. Korkeammalla tasolla tätä voisivat tehdä matkailukeskukset tai kunnat, joiden kautta mahdollisesti koordinoitaisiin toimintaa. Samat työntekijät vaihtaisivat sesongin mukaan työskentelykohdetta. Mahdollisuuksien mukaan yritys voisi laajentaa omaa toimintaa kahdelle paikkakunnalle. Tämä voisi olla myös yksi keino urakehityksen- ja etenemismahdollisuuksien muodossa, jota pidetään haasteena työvoiman saamisessa ja pitämisessä (Lapin Liitto 2019, 31-32). Kerran lähteneissä sesonkityöntekijöissä on potentiaalia alueellisen kehittymisen kannalta, jos vain kausiluonteisuutta saadaan tasattua ja työpaikkoja enemmän ympärivuotiseksi.

## 5.2 Rajoitteet ja jatkotutkimusehdotukset

Tähän tutkimukseen liittyi monenlaisia ilmiöitä, jotka liittyivät matkailuun ja matkailutyöhön. Jatkotutkimuksella olisi tarvetta sen takia, että tässä tutkimuksessa jouduttiin tekemään erilaisia rajauksia. Tässä tutkimuksessa haastatellut sesonkityöntekijät työskentelivät vain yhdessä matkailukeskuksessa. Toisesta matkailukeskuksesta olevat sesonkityöntekijät olisivat saattaneet antaa erilaisia vastauksia lähtemisestään töihin. Toinen selkeä rajaus oli se, että tutkimuksessa keskityttiin pelkästään ravintola-alalla työskenteleviin sesonkityöntekijöihin. Yleistämisen kannalta voisi olla aiheellista tutkia useampia eri matkailukeskuksissa toimivia aloja ja heidän lähtemisen motiivejaan. Ravintola-alalla työskentelevillä syyt voivat olla erilaisia kuin eräoppailla tai hiihdonopettajilla. Otokoko voisi olla myös aina suurempi, mutta laadullisessa tutkimuksessa se ei ole välttämätöntä. 10 haastateltavaa olisi saattanut antaa vielä jotain lisää tälle tutkimuksella, mutta sillä ei välttämättä olisi ollut suurta eroa toteutettuun seitsemään haastateluun.

Sesonkityöntekijät ja heidän syyt lähteä töihin luovat useita jatkotutkimusehdotuksia tämän tutkimuksen perusteella. Tässä tutkimuksessa tutkittiin pelkästään suomalaisia sesonkityöntekijöitä. Periaatteessa olisi ollut mahdollista ottaa tutkimukseen ulkomaalaisia sesonkityöntekijöitä, mutta se olisi voinut tehdä

tulosten analysoimisesta vaikeaa. Tämä luo kuitenkin jatkotutkimusaiheen, mitkä tekijät tuovat ulkomaalaisia sesonkityöntekijöitä Suomeen.

Tässä tutkimuksessa lähtökohtana oli se, että kaikki sesonkityöntekijät olivat palanneet sesonkitöihin samaan matkailukeskukseen. Tutkimuksessa selvitettiin myös mikä oli vaikuttanut palaamiseen. Jatkossa voisi selvittää mitkä ovat syitä miksi ei lähdetty uusiksi sesonkitöihin ensimmäisen kauden jälkeen. Tutkimuksessa kyllä löydettiin viitteitä siitä, että miksi ei olisi tultu, mutta se olisi aihe mitä voisi olla aiheellista tutkia enemmän.

Aineistossa oli havaittavissa sitä, että useampi tähän tutkimukseen osallistuneista teki kesäisin samanlaisia sesonkitöitä eri paikkakunnilla. Aiheellista voisi olla selvittää, onko Suomessa havaittavissa ravintola-alan kesäsesonkitöitä ja millaisia perustein niihin työntekijät hakevat ja lähtevät. Aikaisemmissa tutkimuksissa Suomessa ei ollut havaittu opiskelijoita mahdollisena sesonkityöntekijänä talviaikaan matkailukohteissa. Tässä tutkimuksessa siihen saatiin viitteitä, että opiskelijakin voi tehdä ainakin lyhyempiä sesonkityöpätkiä Lapin matkailukeskuksissa.

Yhteiskunnalliselta kannalta aiheellista voisi olla tutkia sesonkityöntekijöiden aluetalousvaikutuksia. Kuinka paljon matkailukeskuksien kunnilta jää kunnallisverotuloja saamatta, kun ne menevät nykyisellä mallilla asuinpaikkakunnan mukaan. Moni sesonkityöntekijä olisi ollut mahdollisesti potentiaalinen kuntalainen, jos työpaikan saaminen ympärivuotisesti olisi todennäköisempää.

Tässä tutkimuksessa ei ollut perheellisiä sesonkityöntekijöitä haastateltu. Havainto sesonkityöntekijöistä oli pääosin sellainen, että heillä ei ole vielä elämäntilanne vakiintunut. Teoriaosuudessa ei ollut tästä aiheesta myöskään havaintoa, joten perheellisten lähtemistä sesonkitöihin ja työskentelemistä voisi olla aiheellista tutkia.

Tutkimus toteutettiin kevättalvella 2020, ennen Covid-19-pandemian puhkeamista maailmanlaajuisesti. Matkailukeskukset toimivat vielä normaaliin tapaan tutkimusaineiston keräämisen aikaan, mutta ne joutuivat sulkemaan toimintansa ennen yhtä vuoden vilkkainta sesonkia eli pääsiäistä. Haaste on, palaako matkailukeskuksien toiminta millaisena takaisin kriisin jälkeen, ja vaikuttaako tämä koettelemus työntekijöiden saatavuuteen. Aiheellista voi olla myös tutkia, onko ravintoloilla ollut edellytyksiä palkata sesonkityövoimaa missä määrin kriisin jälkeen. Toisaalta edellisten kausien sesonkityövoimaa voi olla helpompi houkuttaa palaamaan mahdollisen ravintola-alan työntekijöiden työttömyyden vuoksi.

### 5.3 Päätelmät

Tämän tutkimuksen tarkoituksena oli tutkia sesonkityöntekijöiden päätöksentekoa lähtemisestä sesonkitöihin. Tutkimuksessa keskityttiin ravintola-alan sesonkityöntekijöihin, jotka olivat lähteneet Lapin matkailukeskukseen talvisesongille. Päätöksenteon tarkastelemiseksi hyödynnettiin Marchin (1994) soveliaisuuden

logiikkaa, jonka avulla päästiin tutkimaan sitä, mikä selittää päätöstä lähtemisestä. Tutkimuksen tuloksina aineistosta voi havaita, että ajatuksen lähtemisestä sesonkitöihin synnytti jokin elämäntilanteessa tapahtuva muutos. Elämäntilanteen muutoksessa nämä sesonkityöntekijät olivat alkaneet miettimään vaihtoehtojaan, mitä tekisivät seuraavana talvena. Motivaatioita lähdölle olivat seikkailunhalu, harrastusmahdollisuudet, urakehitys sekä irtiotto silloisesta elämäntilanteesta.

Sesonkityöntekijät palasivat seuraavina vuosina sesonkitöiden pariin sen takia, että näille oli syntynyt emotionaalinen suhde paikkaan sekä ihmisiin. Yhteisöllisyyden tunnetta pidettiin tärkeänä tekijänä paluussa. Työnantaja voi luoda olosuhteet yhteisöllisyydelle ja monet sesonkityöntekijät olivatkin asuneet henkilökuntamajoituksissa, jonka työnantaja oli järjestänyt. Työtyytyväisyys oli tärkeää, mutta ei ratkaisevaa. Työnantajan toimilla voi kuitenkin lisätä mahdollisuuksia siihen, että sesonkityöntekijöillä muodostuu sidos matkailukeskukseen.

Säännöt saattavat vaikuttaa lähtemiseen tai uudelleen lähtemiseen, jos elämäntilanne on vakiintunut. Se, millä tavalla sesonkityöntekijät kokevat itsensä sosiaalisten paineiden kannalta, voi vaikuttaa lähtemiseen tai paluuaikeisiin, esimerkiksi vakituisen työn tai opiskelupaikan saamisen vaikutuksesta.

Matkailun kehittämisen kannalta käydyissä keskusteluissa korostetaan usein alueen palveluiden kehittämistä sekä kausiluonteisuuden tasaamista. Usein näissä keskusteluissa on korostettu asiakkaiden näkökulmaa, millä vetovoimatekijöillä nämä saadaan palaamaan tai tulemaan kohteeseen lomalle. Tämä tutkimus vahvisti olettamusta, että samat syyt mitkä vetoavat matkailijoihin voivat vedota myös työntekijöihin.

Tämän tutkimuksen perusteella on edelleen tärkeää selvittää, minkä takia jo töihin menneet sesonkityöntekijät ovat lähteneet. Keskeistä on kiinnittää huomiota tekijöihin, joiden takia nämä ovat tulleet myös uudestaan, koska se mahdollistaa matkailun kehittämisen. Yrityksien vähäisiä resursseja voidaan paremmin käyttää, kun rekrytointi on tehokkaampaa ja ymmärretään syyt työntekijöiden lähtemisen taustalla.

## LÄHTEET

- Airaksinen, T. 1999. *Minuuden rakentajat: filosofinen kirja ihmisestä*. Helsinki: Otava.
- Alasuutari, P. 2011. *Laadullinen tutkimus 2.0*. (4. uud. p.) Tampere: Vastapaino.
- Aro, K., Suomi, K. & Saraniemi, S. 2018. Antecedents and consequences of destination brand love – A case study from Finnish Lapland. *Tourism Management* 67, 71-81.
- Batra, R., Ahuvia, A. & Bagozzi, R. P. 2012. Brand love. *Journal of Marketing* 76 (2), 1-16.
- Baum, T. 2007. Human resources in tourism: Still waiting for change. *Tourism Management* 28 (6), 1383-1399.
- Baum, T. 1999. Seasonality in Tourism: Understanding the Challenges: Introduction. *Tourism Economics* 5 (1), 5-8.
- Baum, T. & Hagen, L. 1999. Responses to seasonality: the experiences of peripheral destinations. *International Journal of Tourism Research* 1 (5), 299-312.
- Chen, J. S. & Wang, W. 2015. Foreign labours in Arctic destinations: seasonal workers' motivations and job skills. *Current Issues in Tourism* 18 (4), 350-360.
- Eriksson, P. & Kovalainen, A. 2008. *Qualitative methods in business research*. Los Angeles, Calif.; London: SAGE 2008: SAGE.
- Eskola, J. & Suoranta, J. 2008. *Johdatus laadulliseen tutkimukseen*. (8. painos) Tampere: Vastapaino.
- Hakkarainen, M. 2009. Matkailu maaseudun uutena työnä. Teoksessa S. Tuulentie (toim.) *Turisti tulee kylään: matkailukeskukset ja lappilainen arki*. Helsinki; Jyväskylä: Minerva, 132-156.
- Hall, S. 1999. *Identiteetti*. Tampere: Vastapaino.
- Herzberg, F., Mausner, B. & Snyderman, B. B. 1959. *The motivation to work*. (2nd ed) New York: Wiley.
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2001. *Tutkimushaastattelu: teemahaastattelun teoria ja käytäntö*. Helsinki: Yliopistopaino.

- Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavaara, P. 2008. Tutki ja kirjoita. (13-14., osin uud. laitos) Helsinki: Tammi.
- Honkanen, A. 2017. Sesonkivaihtelut. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press, 115-119.
- Jänkälä, S. 2019. Matkailun toimialaraportti. Työ- ja elinkeinoministeriö: Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 2019:3. Saatavilla osoitteessa: <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/161292>
- Jänkälä, S. 2016. Ravitsemistoiminta. Työ- ja elinkeinoministeriö: Toimialaraportit 1/2016. Saatavilla osoitteessa: <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/79841>
- Jolliffe, L. & Farnsworth, R. 2003. Seasonality in tourism employment: human resource challenges. *International Journal of Contemporary Hospitality Management* 15 (6), 312-316.
- Kauppila, P. 2004. Matkailukeskusten kehitysprosessi ja rooli aluekehityksessä paikallistasolla: esimerkkeinä Levi, Ruka, Saariselkä ja Ylläs. Oulu: [Oulun yliopisto]. Nordia geographical publications.
- Koppatz, A. & Ruolanto, M. 2017. Matkailun johtaminen. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.) Matkailututkimuksen avainkäsitteet. Rovaniemi: Lapland University Press, 158-163.
- Lämsä, A. & Päivike, T. 2004. Organisaatiokäyttäytymisen perusteet. Helsinki: Edita. Business.
- Lapin Liitto 2019. Lapin matkailustrategia 2020 - 2023. Lapin Liitto: Rovaniemi. Saatavilla osoitteessa: [http://www.lappi.fi/c/document\\_library/get\\_file?folderId=18283&name=DLFE-35916.pdf](http://www.lappi.fi/c/document_library/get_file?folderId=18283&name=DLFE-35916.pdf)
- Lehtonen, M. 1996. Merkitysten maailma: kulttuurisen tekstintutkimuksen lähtökohtia. Tampere: Vastapaino.
- Lundberg, C., Gudmundson, A. & Andersson, T. D. 2009. Herzberg's Two-Factor Theory of work motivation tested empirically on seasonal workers in hospitality and tourism. *Tourism Management* 30 (6), 890-899.
- Lundtorp, S., Rassing, C. R. & Wanhill, S. 1999. The off-Season is 'No Season': The Case of the Danish Island of Bornholm. *Tourism Economics* 5 (1), 49-68.

- MaRa 2020. Matkailun merkitys kansantaloudelle. Saatavilla osoitteessa: <https://www.mara.fi/toimiala/alan-merkitys-kansantaloudelle.html>. Viitattu: 19.4.2020.
- March, J. G. 1994. A primer on decision making: how decisions happen. New York: Toronto: Free Press.
- McCole, D. 2015. Seasonal Employees: The Link between Sense of Community and Retention. *Journal of Travel Research* 54 (2), 193-205.
- Möller, C., Ericsson, B. & Overvåg, K. 2014. Seasonal Workers in Swedish and Norwegian Ski Resorts - Potential In-migrants? *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 14 (4), 385-402.
- Ovaskainen, J. & Kuittinen, L. 2018. Elämää alamäessä: suomalaisten hiihtokeskusten tarina. Helsinki: Suomen Hiihtokeskusyhdistys ry.
- Rantala, O., La Barre, S., Granås, B., Jóhannesson, G. T., Müller, D. K., ym. 2019. Arctic tourism in times of change: Seasonality. Nordic Council of Ministers: Copenhagen. Saatavilla osoitteessa: <https://www.norden.org/en/publication/arctic-tourism-times-change-seasonality>
- Reynolds, D., Merritt, E. A. & Gladstein, A. 2004. Retention Tactics for Seasonal Employers: An Exploratory Study of U.S.-Based Restaurants. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 28 (2), 230-241.
- Ritalahti, J. & Holmberg, E. 2017. Matkailukeskus. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.) *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*. Rovaniemi: Lapland University Press, 48-52.
- Rousseau, D. 1989. Psychological and implied contracts in organizations. *Employee Responsibilities and Rights Journal* 2, 121-139.
- Ruohotie, P. 1998. Motivaatio, tahto ja oppiminen. Helsinki: Edita. Business Edita.
- Saarinen, J. 2017. Matkailun maantiede. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.) *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*. Rovaniemi: Lapland University Press, 42-47.
- Satokangas, P. 2017. Matkailun aluetalousvaikutukset. Teoksessa J. Edelheim & H. Ilola (toim.) *Matkailututkimuksen avainkäsitteet*. Rovaniemi: Lapland University Press, 109-114.
- Sillanpää, M. 2002. Säännöstelty huvi: suomalainen ravintola 1900-luvulla. Helsinki: Suomen Kirjallisuuden Seura. *Bibliotheca historica*.

- Tilastokeskus 2018. Vastentahtoiset osa-aikatyöt yleistyneet 2010-luvulla. Saatavilla osoitteessa: <http://www.stat.fi/tietotrendit/artikkelit/2018/vastentahtoiset-osa-aikatyot-yleistyneet-2010-luvulla/>. Viitattu: 28.4.2020.
- Tuomi, J. & Sarajärvi, A. 2011. Laadullinen tutkimus ja sisällönanalyysi. (7. uud. laitos) Helsinki: Tammi.
- Tutkimuseettinen neuvottelukunta 2012. Hyvä tieteellinen käytäntö ja sen loukkausepäilyjen käsitteleminen Suomessa. Saatavilla osoitteessa: [https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK\\_ohje\\_2012.pdf](https://www.tenk.fi/sites/tenk.fi/files/HTK_ohje_2012.pdf).
- Tuulentie, S. (toim.) 2009. Turisti tulee kylään: matkailukeskukset ja lappilainen arki. Helsinki ; Jyväskylä: Minerva.
- Tuulentie, S. & Heimtun, B. 2014. New Rural Residents or Working Tourists? Place Attachment of Mobile Tourism Workers in Finnish Lapland and Northern Norway. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 14 (4), 367-384.
- Tuulentie, S. & Sarkki, S. 2009. Johdanto: Kun kylästä tulee keskus. Teoksessa S. Tuulentie (toim.) Turisti tulee kylään: matkailukeskukset ja lappilainen arki. Helsinki ; Jyväskylä: Minerva, 9-28.
- Työ- ja elinkeinoministeriö 2018. Alueelliset kehitysnäkymät – kevät 2018. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisuja 11/2018. Saatavilla osoitteessa: <http://julkaisut.valtioneuvosto.fi/handle/10024/160786>.
- UNWTO 2019. International Tourism Highlights 2019 Edition. Saatavilla osoitteessa: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284421152>. Viitattu: 31.1.2020.
- Uriely, N. 2001. 'Travelling workers' and 'working tourists': variations across the interaction between work and tourism. *International Journal of Tourism Research* 3 (1), 1-8.
- Valkonen, J. 2011. Palvelutyön taito. Tampere: Vastapaino.
- Valkonen, J. & Veijola, S. (toim.) 2008. Töissä tunturissa: ajatuksia ja kirjoituksia matkailutyöstä. Rovaniemi: Lapin yliopistokustannus.
- Viitala, R. 2013. Henkilöstöjohtaminen: strateginen kilpailutekijä. (4. uud. p.) Helsinki: Edita. Business.

Weber, J. M., Kopelman, S. & Messick, D. M. 2004. A conceptual review of decision making in social dilemmas: applying a logic of appropriateness. *Personality and social psychology review: an official journal of the Society for Personality and Social Psychology, Inc* 8 (3), 281.

Ylläs 2020a. Majoitus

. Saatavilla osoitteessa: <https://www.yllas.fi/majoitus.html>. Viitattu: 7.2.2020.

Ylläs 2020b. Tietoa Ylläksestä

. Saatavilla osoitteessa: <https://www.yllas.fi/tietoa-yllaksesta.html>. Viitattu: 7.2.2020.



# LIITTEET

## LIITE 1

### TEEMAHAASTATTELURUNKO

#### Tutkimuksen esitteleminen sekä haastattelijan esittäytyminen

- Kuka olen
- Mikä on haastattelun tarkoitus
- Tutkimuksen esittely
- Haastattelu kulku ja teemat
- Luottamuksellisuus ja nauhoitus, sopiiko haastateltavalle

#### Taustatiedot

- Ikä
- Mistä päin Suomea olet alun perin kotoisin?
- Oletko käynyt aikaisemmin ennen sesonkitöitä matkailukeskuksessa, jossa olet töissä?
- Aiempi työkokemus ja koulutus nykyiseen/silloiseen työtehtävään?
- Työtehtävä (onko se muuttunut)?

#### Lähtötilanne

##### *1. kerta*

- Mikä oli elämäntilanne ennen sesonkitöitä?
- Mistä, miten ja miksi syntyi ajatus lähteä sesonkityöntekijäksi?
- Mistä kuulit sesonkitöistä?
- Mikä tekijä houkutti ajatuksessa lähteä sesonkityöhön?
- Mikä motivoi sesonkityössä ajatuksena ja käytännössä?
- Mikä oli lopullinen syy tehdä päätös lähtemisestä sesonkitöihin?

## 2. kerta tai useampi

- Miksi lähdit uudestaan sesonkitöihin?
- Oliko tilanne jollain lailla erilainen verrattuna ensimmäiseen kertaan? Miten? Miksi?
- Oliko elämäntilanteesi mahdollisesti muuttunut? Onko sesonkityö vaikuttanut muutokseen? Miten ja miksi?
- Menitkö samaan paikkaan/kohteeseen töihin?
- Jos menit niin miksi? Jos vaihdoit työpaikkaa tai kohdetta niin miksi?
- Oliko tekijöitä puolesta tai vastaan lähdölle? Millaisia ja miksi?
- Mikä motivoi lähtemään uudestaan sesonkitöihin?

## Identiteetti

- Millaisena (sesonki)työntekijänä pidät itseäsi? Onko käsityksesi muuttunut, jos olet useamman kerran ollut sesonkitöissä?
- Onko sesonkityöntekijöillä mielestäsi yhteisiä piirteitä? Millaisia ja miksi? Miten ne näkyvät käytännössä työpaikalla tai vapaa-ajalla?
- Koetko olevasi tyypillinen sesonkityöntekijä? Miksi?
- Ajatteletko itseäsi sesonkityöntekijänä myös kauden päätteeksi (vai jatkatko kausitöihin kesäksi)?
- Haluatko olla aina sesonkityöntekijä? Miksi?
- Näetkö itsesi viiden vuoden kuluttua sesonkitöissä? Jossain muualla, missä ja miksi?
- Koetko että sesonkityöt ovat muuttaneet sinua jollain tavalla verrattuna tilanteeseen, ennen kuin olit ollut sesonkitöissä?

## Säännöt

- Oliko jotain mahdollisia esteitä lähteä sesonkityöntekijäksi? Millaisia ja miksi?
- Miten perhe, kaverit, läheiset reagoivat, kun kerroit lähteväsi sesonkityöntekijäksi?

- Millaisia mielikuvia sinulla oli etukäteen sesonkitöistä ja millaisia muut ihmiset antoivat?
- Vastasivatko ennakkomielikuvat vai ovatko ne muuttuneet? Miksi? Miten mahdollisesti muuttuneet?
- Miksi lopettaisit työt sesonkityöntekijänä?
- Voisitko kuvitella jääväsi asumaan sesonkityöpaikkaasi ympärivuotisesti? Miksi?
- Voisitko kuvitella meneväsi toiseen matkailukeskukseen sesonkitöihin? Miksi?

### Lopuksi

- Onko matkailukohteesta tullut sinulle jollain lailla tärkeä paikka ja miksi?
- Onko vielä jotain, mitä haluaisin kertoa tähän aiheeseen liittyen?
- Entä onko mielessäsi jotain, mitä en ole kysynyt, mutta olisi mielestäsi tärkeää tuoda esiin?
- Mikäli minulle tulee vielä lisäkysyttävää, voinko olla Sinuun yhteydessä puhelimitse tai sähköpostilla?

Kiitos haastattelusta.

## **Etsitään matkailu- ja ravitsemisalalla toimivia sesonkityöntekijöitä haastateltaviksi tutkimukseen**

Hei!

Olen Jasper Rouvinen ja opiskelen johtamista Jyväskylän yliopiston kauppakorkeakoulussa. Teen parhaillaan pro gradu -tutkielmaani, jossa tutkin sesonkitöihin lähteneiden syitä siihen, että miksi he ovat lähteneet sesonkitöihin. Olit sitten ensimmäistä tai useampaa kautta tunturissa tai vastaavassa sesonkiluonteisessa paikassa töissä, niin haluaisin kuulla taustoja päätökselle lähteä sesonkiluonteisiin töihin. Kyseessä on laadullinen tutkimus, ja tutkielmani ohjaajana toimii professori Anna-Maija Lämsä. Tutkimustyötäni varten haluaisin haastatella henkilöitä, jotka ovat olleet tai ovat parhaillaan sesonkitöissä matkailu- tai ravitsemisalalla.

Haluaisitko sinä osallistua tutkimukseeni ja tulla kertomaan sesonkitöihin lähtemisesi syistä? Haastattelu toteutetaan sinulle sopivana ajankohtana ja sopivassa paikassa helmi- ja maaliskuun 2020 välisenä aikana. Haastattelua varten on hyvä varata aikaa maksimissaan noin yksi tunti. Haastattelu tallennetaan sanelimelle. Ainoastaan minä käytän haastattelutallennetta, joka hävitetään tutkielmani valmistumisen jälkeen. Haastateltavan nimeä ei julkaista tutkielmassani, joten osallistut tutkimukseeni nimettömänä. Tutkimukseen osallistuminen on täysin vapaaehtoista.

Toivon, että haluat osallistua tutkimukseeni. Haastattelusi on tärkeä tutkimuksen onnistumisen kannalta. Ilmoita halukkuudestasi minulle keskiviikkoon 26.2. mennessä sähköpostitse tai puhelimitse. Haastatteluajankohdasta voimme sopia tarkemmin puhelimitse. Annan mielelläni lisätietoja tutkimuksestani ja haastattelusta, jos jokin asia jäi sinua mietityttämään. Olen tavoitettavissa arkisin klo 9–21. Yhteystietoni ovat:

Puhelinnumero: 0504381201

Sähköposti: jasper.l.rouvinen@student.jyu.fi