

TARTU ÜLIKOOL

Pärnu kolledž

Turismiosakond

Triinu Tatar

**NOORTE TURISMIÕPILASTE MOTIVEERITUS
EESTI KUTSEÕPPES**

Lõputöö

Juhendaja: Karit Jäärats, MA

Pärnu 2023

Soovitan suunata kaitsmisele

Karit Jäärats

/digiallkirjastatud/

Kaitsmisele lubatud

TÜ Pärnu kolledži programmijuht Tiina Tamm

/digiallkirjastatud/

Olen koostanud töö iseseisvalt. Kõik töö koostamisel kasutatud teiste autorite tööd, põhimõttelised seisukohad, kirjandusallikatest ja mujalt pärinevad andmed on viidatud.

Triinu Tatar

/digiallkirjastatud/

SISUKORD

Sissejuhatus	4
1. Motivatsioon ja vajalikud oskused turismisektoris	7
1.1. Motivatsioon, mõjutavad tegurid, motiveerimise võimalused	7
1.2. Nõutavad ja arendamist vajavad oskused	13
1.3. Motiveerituse mõõtmise ja hindamise vahendid	15
2. Noorte turismiõpilaste motiveerituse uuring	17
2.1. Uuringu, meetodika ja valimi kirjeldus	17
2.2. Tulemuste analüüs	20
2.3. Järeldused ja ettepanekud	34
Kokkuvõte	40
Viidatud allikad	43
Lisad	47
Lisa 1. Küsitluse ankeet	48
Summary	55

SISSEJUHATUS

Noored moodustavad suure osa turismiettevõtluse tööjõust, eriti suvisel kõrghooajal. Turismisektor on kiirelt arenev ja kasvav ning pakub seega mitmeid erinevaid võimalusi nii neile, kellel on valdkonnas juba varasem kogemus olemas, kui ka neile, kellel see veel puudub. Üks tegureid, mis noori turismivaldkonda meelitab, on selle paindlikkus, näiteks võimalus töötada vaid suvel. (Bouronikos, 2021). Samas on palju noori, kes küll töötavad turismisektoris, kuid neil puudub motivatsioon ja vajalikud oskused, et pakkuda kvaliteetset teenust. Palju on ka turismiõpilasi, kes on kutsekooli turismieriala õppima asunud seetõttu, et levib arusaam, et kutsekoolis on lihtsam hakkama saada kui gümnaasiumis, õpilastel puudub reaalne huvi eriala vastu ja õpitakse rohkem selleks, et mingi haridus võimalikult lihtsalt omandada. Samas on Helen Ojamets väitnud, et erialast mitte huvituvad noored kukuvad koolist üsna kiirelt välja ja kooli lõpetavad enamasti siiski õpilased, kes päriselt motiveeritud ja huvitatud on. (Ojamets, 2017). Samuti on palju neid noori, kelle arvates turismisektor ei ole atraktiivne, näiteks seetõttu, et valdkonnas on palgad valdavalt madalad.

Lisaks on tekkinud üldmulje, justkui turismisektor oleks võimalustevaene ja madala mainega sektor. (Auckland Tourism, Events and Economic Development, 2018). Ettevõtted aga vajavad motiveeritud ja pädevaid töötajaid ning seda ka suvisel perioodil, kui kasutatakse palju hooajalist tööjõudu. Käesolevas töös peab autor noorte all silmas kutsekoolide õpilasi vanuses 16–24. Turismitöötajate all mõtleb autor kõiki turismiteeninduses töötavaid inimesi (sh. toitlustusteenindajad, muuseumide töötajad, majutusteenindajad jne).

Töö uurimisprobleem on – paljud noored turismiõpilased- ja töötajad ei ole piisavalt motiveeritud, et pakkuda kvaliteetset teenust. Samuti ei tundu turismisektor noortele

sageli atraktiivse töövaldkonnana (Auckland Tourism, Events and Economic Development, 2018). Käesoleva töö eesmärk on välja selgitada, millisena näevad noored enda motiveeritust, selle taset ja arendamise vajadust, ning leida tegurid, mis noori turismitöötajaid sektorisse meelitaksid ja seal töötama motiveeriks ning tuginedes teoreetilisele materjalile ja läbiviidavale uuringule teha ettepanekuid Eesti kutsekoolidele noorte tõhusamaks motiveerimiseks. Töö autor on käesolevale lõputööle püstitanud järgmise uurimisküsimuse: milline on noorte turismitöötajate motiveerituse tase ning kuidas antud taset tõsta? Selleks, et uurimiseesmärk täita, on töö autor esitanud järgmised uurimisülesanded:

- analüüsida, mis motiveerib noori turismiteeninduses töötamisel ning mis motiveeritust vähendab;
- anda ülevaade noorte oskustest ning tuua välja arendamist vajavad oskused;
- viia läbi küsitlus Eesti kutsekoolide õpilaste seas turismiga seotud erialadel;
- teha järeldusi ja ettepanekuid.

Varasemalt on Eestis läbi viidud erinevaid töötajate motiveerituse ja rahuolu uuringuid, kuid noorte turismitöötajate ja turismiõpilaste seas nende motiveeritust just noorte endi hinnangul uuritud ei ole. Uus-Meremaal viidi aastal 2018 läbi uuring, millega sooviti välja selgitada noorte arvamust turismisektoris töötamise kohta (Auckland Tourism, Events and Economic Development, 2018). Uuriti seda, mis noori motiveerib ja mis takistab neid turismivaldkonnas töötamast, samuti seda, milline on turismisektori maine noorte silmis. Antud uuring on üks neist allikatest, millele töö autor käesolevas lõputöös tugineb.

CV Keskuse kodulehel (CVKeskus.ee, 2016) on välja toodud ettevõtete sage arvamus, et ainus oluline tegur töötaja motiveerimiseks on palk. Selline arusaam on aga piiratud, sest lisaks palgale leidub mitmeid teisi motiveerivaid tegureid. Muuhulgas on CV Keskuse lehel välja toodud järgnevad motivaatorid:

- töötaja saavutuste märkamine ja tunnustamine,
- koolitused ja töötaja personaalne juhendamine,

- võimalused karjääriredelil liikumiseks,
- ametinimetus, mille üle töötaja võiks uhkust tunda,
- meeldiv töökeskkond ja kollektiiv. (Allikas: CVKeskus.ee, 2016).

Lisaks loetelus välja toodud motivaatoritele soovitab CV Keskus viia läbi erinevaid kollektiivile mõeldud üritusi ja koosviibimisi ning mängu või võistlusi, mille käigus on töötajatel võimalik vabu päevi teenida, sest ka puhkus ja paindlik graafik on oluline, et hoida töötajat motiveerituna. Soome Tööterviseameti 2018. aastal läbi viidud uuringust selgus, et noorte töötajate jaoks on oluliseks teguriks tagasiside. Noored hindavad kohest tagasisidet, mitte arenguestlust. (Tööheaolu.ee, 2018). Tagasisidet enda tööle oodatakse nii klientidelt, juhtidelt kui kolleegidelt. Tagasiside andmisega on juhil võimalik töötaja tähelepanu pöörata neile oskustele, mis noorel on juba väga tugevad, ja neile, mille arendamisega võiks tegeleda. Tagasisidet andes saab juht töötajat tunnustada, tunnustus on noorte turismitöötajate jaoks väga oluline.

Lõputöö esimese peatüki esimeses alapeatükis toob autor välja erinevaid motivatsiooni definitsioone ning tegurid, mis noorte turismitöötajate motiveeritust mõjutavad. Teises alapeatükis kirjeldab autor turismisektoris töötamiseks vajalikke oskusi ja toob välja need, mida oleks vaja arendada. Kolmandas peatükis on kirjeldatud vahendeid, millega saab töötajate motiveerituse taset mõõta ja hinnata.

Töö empiirilises osas kirjeldab autor läbiviidavat uuringut, analüüsib uuringu tulemusena saadud andmeid ning teeb nendest lähtuvalt järeldusi ja ettepanekuid Eesti kutsekoolidele noorte turismiõpilaste tõhusamaks motiveerimiseks.

1. MOTIVATSIOON JA VAJALIKUD OSKUSED

TURISMISEKTORIS

1.1. Motivatsioon, mõjutavad tegurid, motiveerimise võimalused

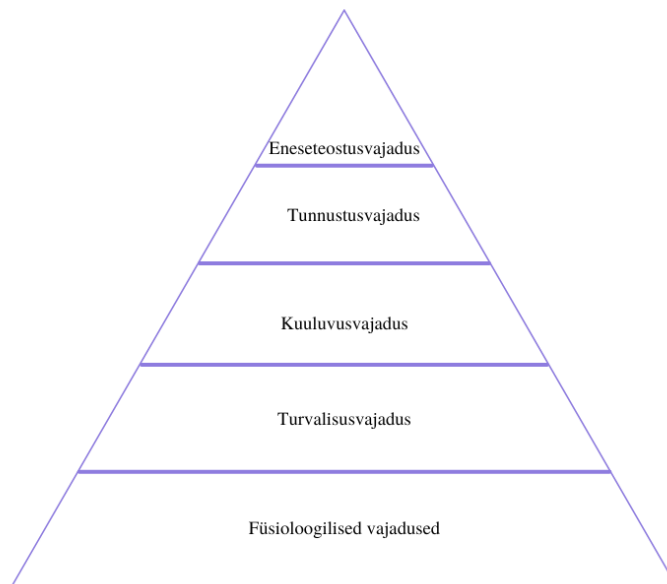
Üha enam on ettevõtted hakanud tähtsustama hästi motiveeritud töötajate olemasolu. Töötaja motiveeritus mõjutab otseselt ettevõtte käekäiku, sest ettevõtte ise ei teeninda kliente, teenindamisega tegeleb töötaja. Mida paremini väärtustatud ja motiveeritud töötaja on, seda paremat teenindust ta külastajale pakub. Töötajate motiveerituse tagamine ja hoidmine on aga üks keerulisemaid juhtimise elemente. Ajal mil konkurente ja pakutavaid teenuseid/tooteid pidevalt turule juurde tuleb, võib ettevõtetel olla keeruline enda pakutavate toodetega silma paistmisele keskendudes ühteaegu ka enda töötajatele piisavalt tähelepanu pöörata. (Hasan *et al.*, 2019, lk 14). Selleks, et noori turismitöötajaid paremini motiveerida ja nende oskusi arendada, on mitmeid võimalusi. Käesolevas alapeatükis toob autor välja motivatsiooni definitsiooni ja motiveeritust mõjutavad tegurid ning võimalused, kuidas noori turismitöötajaid paremini motiveerida. Eesti turismistrateegias perioodiks 2022–2025 on ühe läbiva strateegia elluviimise põhimõttena mainitud arenemisvõimaluste pakkumist töötajatele (Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium, 2022, lk 7). Arenemisvõimalusi pakkudes saab töötajaid ka hästi motiveerida.

Motivatsiooni on läbi aegade defineeritud mitmel viisil. Neli laialdasemalt kasutatud motivatsiooniteooriat on :

- Maslow´ inimvajaduste hierarhia,
- Herzbergi kahe faktori teooria,
- McClellandi kolme vajaduse teooria,

- McGregori X ja Y teooria. (Allikas: Johnson, *et al.*, 2018)

Newsom'i teooria kohaselt on inimene motiveeritud pingutama ja vaeva nägema, kui ta usub, et selline pingutus tagab hea soorituse, mis omakorda viib soovitud tulemuseni (Newsom, 1990). Locke kohaselt (1997) tagavad motiveerituse kaks komponenti – sihikindlus (eesmärgist tingitud, inimlik või vabatahtlik) ning eeldatavad ja oodatud vajadused ja soovid, mis üheskoos toetavad indiviidi tegevust nii enese kui ka ümbritseva keskkonna suhtes. Maslow' teooria järgi baseerub motivatsioon inimeste viiel põhivajadusel. Need vajadused on Maslow kujutanud inimvajaduste hierarhiana (vt joonis 1). (Brenda, 2015).



Joonis 1. Inimvajaduste hierarhia. Allikas: Rao, Hunggahalli, David, 2022.

Nagu jooniselt selgub, on tähtsaimateks komponentideks füsioloogilised vajadused, sealhulgas toidu- ja unevajadus. Kui eelnimetatud vajadused ei ole täidetud, siis ei ole võimalik ka teisi vajadusi rahuldada. Hierarhia kahel viimasel astmel on tunnustus- ja eneseteostusvajadus. Inimese jaoks on oluline tunda, et tema indiviidina on midagi saavutanud ja hästi teinud ning saada selle eest tunnustust. Just need kaks viimast komponenti on motiveerituse puhul väga olulise tähtsusega. (Rao, Hunggahalli, David,

2022). Maslow'püramiidi on aga täiustama hakatud ja füsioloogilistest vajadustest veel olulisema vajadusena on skeemile lisatud Wi-Fi olemasolu ja kiire toimimine. Tänapäeval on sotsiaalmeedia platvormide ja ka tööalaste programmide kasutamiseks internetiühenduse olemasolu hädavajalik, seega on komponendi lisamine skeemile tõepoolest õigustatud. (Rao, Hunggahalli, David, 2022) Samas mängib siinkohal sageli rolli ka töötaja sugu. Meeste jaoks ei ole töö paeluvus ja hea töö eest tunnustuse saamine niivõrd olulised kui naissoost töötajate jaoks. Tunnustus ja paeluvus ei ole aga ainsad erisused mees- ja naissoost töötajate motivatsioonitegurite vahel. (Alqusayer, 2016, lk 21). Seetõttu on oluline motivatsiooni ja seda mõjutavaid tegureid uurides eristada uuringus osalenud mehed ja naised, vajadusel ka ennast muul moel määratlevad inimesed.

Hasan *et al.*, (2019) toob enda uurimistöös välja, et töötajate motiveeritus koosneb üheksast elemendist, mis on kujutatud joonisel 2.



Joonis 2. Motivatsiooni elemendid. Allikas: Hasan *et al.*, 2019

Mugavus tähendab antud kontekstis seda, kui lihtne on töötajatel tööle jõuda ja kui suured kulutused sellega kaasnevad, näiteks autole kütuse ostmine. Õnnelikkus ja töö tegemine rõõmuga on olulised elemendid töötaja motiveerituse juures, nagu ka erialane huvi, tahe ja soov valitud tööd teha ning meeldiv töökeskkond. Meeldiv töökeskkond ja õnnelikkus ning rahulolu tööga on omavahel otseses seoses, töökeskkond mõjutab seda, kuidas

töötaja ennast töötades tunneb (Avala, 2020). Selleks, et ettevõttes töötajate vaheline koostöö sujus ja töötajad oleksid valmis koostööd tegema, on tähtis, et kolleegid omavahel hästi läbi saaksid. Samuti on oluline töötaja suhe tööandajaga, mille all peetakse eelkõige silmas omavahelist usaldust ja loodetavust. Töötasu on alati peetud kaalukaks osaks töötajate motiveerimisel, sest töötajale on oluline tunda, et tema tehtud tööd väärtustatakse ja töö eest ka õiglast tasu makstakse. Oluline osa töötaja motiveerituse juures on ka arenemisvõimalused. Töötaja soovib lisaks ettevõtte arengule tunda ka enda kui indiviidi edasi arenemist ja uute teadmiste ning kogemuste saamist tööl. (Hasan *et al.*, 2019, lk 18–19).

Uus-Meremaal viisid Auckland Tourism, Events and Economic Development ja Tourism Industry Aotearoa aastal 2018 läbi uuringu, millega sooviti uurida, kuidas noored suhtuvad turismialasesse karjääri. Viidi läbi intervjuusid ja fookusgrupi uuringuid noortega vanuses 13–24. Uuringust selgub, et turismivaldkond on noortele tööalaselt sageli esimene. Turismisektorisse on üldiselt lihtne tööle asuda ning oma mitmekülgsusega pakub sektor vaheldusrikkust ja töökoha valikuvariante. Küll aga leidub pealtnäha lõbusas ja võimalusterohkes turismisektoris ka palju miinuskülgi, mis noori potentsiaalseid turismitöötajaid eemale tõukavad või sektoris töötades motiveeritust vähendavad. (Auckland Tourism, Events and Economic Development, 2019, lk 15–18). Mõned noori motiveerivad ja takistavad tegurid on välja toodud järgnevas tabelis 1.

Tabel 1. Noori motiveerivad ja takistavad tegurid.

MOTIVEERIV	TAKISTAV
Turismisektor on pidevalt arenev ja võimalusterohke.	Töötamist turismisektoris on raske ette kujutada, sest puudub konkreetne siht, milleni jõuda.
Puuduvad kvalifikatsiooninõuded.	Ajutine ja mitte kuigi prestiižne ametikoht.
Kogemustel põhinev tööstusharu.	Töötamine õhtutundidel ja väike töötasu.
Teenindusvaldkonnast saab ülemaailmselt rakendatavaid oskusi ja võimaluse reisida.	Arusaam, et turismisektoris töötavad ambitsioonitud inimesed.
Töötamine lõbusate ja kirglike inimestega.	Karjäärinõustajad ei ole turismisektori osas toetavad.

Allikas: Auckland Tourism, Events and Economic Development, 2019, lk 15–18

Uuringus osalenud noored leiavad, et turismisektor areneb pidevalt ja pakub erinevaid võimalusi enese arendamiseks ja proovile panemiseks mitmes valdkonnas. Turismiteeninduses tööd leida on võrdlemisi lihtne, sest enamasti puuduvad nõuded haridusele ja varasemale tööstaažile. Kogemusi omandatakse eelkõige töö käigus ja kindlaks määratud standardid jätavad piisavalt ruumi olukorrapõhisele mängulisusele ja valikuvabadusele. Lisaks on teenindusvaldkonnas omandatavad oskused universaalsed, mistõttu saab neid kasutada isegi ülemaailmselt. Paraku leiavad noored, et karjääri turismivaldkonnas on pigem raske ette kujutada, sest puudub kindel rada, mida mööda teatud sihini jõuda, lisaks ei ole teenindaja amet kuigi prestiižne ning on pigem ajutine variant. Enamik noori ei näe teenindust kui valdkonda, milles terve elu töötada võiks. Turismiteeninduses töötamine tähendab sageli töötamist ka hilistel õhtutundidel ja öösiti, mis jätab vähe aega eakaaslastega suhtlemiseks. Paindlikkus töögraafikute koostamisel on aga noorte jaoks väga oluline, noored ei soovi enam töötada 12 tundi päevas. Oluline on leida viise, kuidas töö – ja eraelu vahel tasakaal saavutada. (O’Connel, 2020). Samuti ei ole sektoris makstav töötasu võrreldes teiste ametialadega pahatihti konkurentsivõimeline. (Auckland Tourism, Events and Economic Deveelopment, 2019, lk 15–18). Järgmises tabelis 2 on välja toodud mõne turismialase ametikoha keskmised palgad Eestis aasta 2022 IV kvartalis.

Tabel 2. Keskmised palgad turismisektoris.

AMETIKOHT	NAISTE KESKMINE BRUTOPALK, €	MEESTE KESKMINE BRUTOPALK, €
Hotelli administraator	1091	1146
Toitlustuse letiteenindaja	920	899
Giid-reisisaatja	1098	1071
Reisikonsultandid jm reisibüroo klienditeenindajad	1741	1688

Allikas: Statistikaamet (s.a.)

Tabelist 2 selgub, et palgad on erinevatel turismialastel ametikohtadel üsna erinevad. Lisaks erinevad töötasud ka maakonniti, tabelis 2. on välja toodud kogu Eesti keskmised palgad valitud ametikohtadel. Turismisektoris, erinevalt paljudest teistest valdkondadest, ei ole meessoost töötajate palgad enamasti suuremad, kui naissoost töötajate omad.

Majutus- ja toitlustusettevõtetes oli keskmine brutokuupalk 2022. aasta IV kvartalis Statistikaameti andmete kohaselt 1116 €.

Noorte töötajate motiveerimiseks on hea lahenduse leidnud platvorm Hotelswaps.com, mis võimaldab hotelliomanikel ja -juhtidel vabu tube omavahel vahetada. Tubade vahetamine annab hotellijuhile võimaluse enda töötajate premeerimiseks, saates töötajaid teistesse hotellidesse puhkama. Platvormiga on liitunud hotellid mitmetest riikidest. Tasuta puhkus mõnes teises hotellis on hea võimalus töötajaid tunnustada ja seeläbi nende motiveeritust tõsta. Lisaks omandab töötaja hotellivahetuse käigus uusi teadmisi selle kohta, kuidas mõnes teises ettevõttes teenindusprotsess välja näeb, nii saab töötaja ka enda teadmisi ja oskusi arendada. (Walbaum, *n.d.*) Tasuta majutuse võimalus võiks atraktiivne olla eelkõige noorte turismitöötajate seas, sest noortele on reisimine sageli lihtsam, kui nende jaoks, kellel on pere või mõned muud argised kohustused.

Turismivaldkonna ettevõtetega seostub noortele muu hulgas sageli võimalus töötada rõõmsas keskkonnas. Üheks võimaluseks igapäevatööd lõbusamaks muuta on erinevate spordi- ja meeskonnamängude korraldamine. Teiseks heaks võimaluseks on sotsiaalmeedia kasutamine. Marriot Hotel Group on loonud Facebooki mängu, kus töötajad saavad ise hotellirestorani juhtida. (Goh & Okumus, 2020, lk 2). Läbi mainitud tegevuste on võimalik noori motiveerituna hoida ja vältida olukorda, kus töö muutub töötaja jaoks igavaks, liiga rutiinseks või ühekülgseks. Samas ei saa lõbustuste pakkumisega ka liiale minna, sest töö tegemine peaks siiski jääma esikohale ja erinevad lõbusad tegevused võiksid olla vaid mõnikord pakutav vaheldus. Lisaks toovad Goh ja Okumus enda 2020. aasta töös välja järgmised võimalused, mida pakkudes saab turismisektorit kui potentsiaalset töövaldkonda atraktiivsemaks muuta ja noori paremini motiveerida:

- head võimalused karjääriredelil tõusmiseks,
- head reisimisvõimalused ja reisimist võimaldav töögraafik,
- teenindusalased koolitused,
- boonuste süsteemid,
- võrdsus kõigi töötajate vahel (st ei eristata nooremaid ja staažikamaid töötajaid),

- ettevõtete edulugude jagamine. (Allikas: Goh & Okumus, 2020, lk 3–4)

Teenindusalased koolitused, mida nähakse motiveeriva tegurina, on samal ajal ka võimalus töötajate oskusi arendada ja tutvustada neile võimalusi, kuidas tööd efektiivsemalt teha.

Töötajate motivatsioon kujuneb tuginedes mitmele elemendile. Noorte turismitöötajate tõhusaks motiveerimiseks on mitmeid viise, milledest mõned on ettevõtetes juba kasutust leidnud ja mõned viisid alles koguvad ettevõtjate seas populaarsust. Töötajate motiveerimise juures on oluline pakkuda erinevaid täiendkoolitusi, et tagada töötajate seas vajalike oskuste ühtlane tase. Turismisektoris olulised oskused on käsitletud järgnevas alapeatükis.

1.2. Nõutavad ja arendamist vajavad oskused

Igas töövaldkonnas on lisaks üldoskustele tarvis ka erialaspetsiifilisi oskusi. Turismisektoris töötades ei piisa vaid heast suhtlemisoskusest, olulised on ka valdkondlikud teadmised ja oskused. Käesolevas alapeatükis toob autor välja oskused, mis on turismisektoris töötamiseks olulised ning oskused, millest noortel turismitöötajatel sageli puudu jääb.

Koolinoored ja äsja põhi- või keskkooli lõpetanud ei ole tegelikult valmis turismisektoris esinevateks väljakutseteks ja tööks. Turismivaldkonna juhtivatel positsioonidel töötavatele inimestele on vajalikud nn kõvad oskused ehk õpitavad oskused, milleks on muuhulgas finantsmõtlemise oskus, raamatupidamislikud ja turundusalased oskused. (Jefferis ja Hutchinson, 2020). Samas on lisaks kõvadele oskustele olulisel kohal ka nn pehmed oskused, seda eelkõige klienditeeninduses (Giannotti, *n.d.*). Käesolevas alapeatükis käsitleb autor just pehmeid oskusi.

Pehmed oskused on indiviidi omadused ja suhtlemisoskus, mis toetavad indiviidi ja ettevõtte eesmärkide saavutamist. Pehmeid oskusi on võimalik arendada suuresti läbi kogemuste ja nendest õppimise. (Kenton, 2022) Järgnevas tabelis on töö autor toonud

välja kolmest erinevast allikast saadud teabe selle kohta, millised oskused on turismisektoris töötamisel olulised.

Tabel 3. Vajalikud pehmed oskused.

ALLIKAS 1	ALLIKAS 2	ALLIKAS 3
Klienditeenindus	Klienditeenindus	Meeskonnatöö
Ajaplaneerimine	Suhtlemine	Klienditeenindus
Suhtlemine	Paindlikkus	Innovaatilisus
Multifunktionaalsus	Keelteoskus	Tööetika
Meeskonnatöö	Pühendumus	Positiivne suhtumine
Loovus	„Suudan seda“ suhtumine	Probleemide lahendamine
Tööetika	Multifunktsionaalsus	Suhtlemine
	Kultuuriteadlikkus	Organisatsiooni ja töövahendite tundmine
	Võrgustumine	
	Organisatsiooni tundmine	

Allikad: 1. Chandigarh Group of Colleges. (*n.d.*); 2. Giannotti (*n.d.*); 3. Bukhari *et al.*, 2022, lk 6.

Nagu tabelist selgub, on kõigis kolmes allikas oluliste oskustena välja toodud klienditeenindusoskus ja suhtlemisoskus. Kahe töö autorid kolmest nõustuvad, et olulised on ka tööetika, meeskonnatöö oskus, multifunktsionaalsus ja organisatsiooni tundmine. Ühes allikas kolmest peetakse oluliseks probleemide lahendamise oskust, loovust, võrgustumist ja keelteoskust.

Jefferis ja Hutchinson viisid aastal 2020 New York City hotellide juhtide seas läbi uuringu, kuidas noored enda teenindusalaseid oskusi hindavad. Uuringust võtsid osa 66 noort. Järgnevas tabelis on välja toodud mõned oskused, mis on turismiteeninduses vajalikud ning nende noorte arv, kes endi arvates vastavat oskust omasid. Uuringus osalenud pidid märkima, millised oskused neil enda arvates piisavalt heal tasemel on, oskused, mille taset piisavalt kõrgeks ei peetud, tuli jätta märkimata.

Tabel 4. Oskuste esinemise sagedus.

OSKUS	ESINEMISE SAGEDUS
Positiivse teeninduskogemuse pakkumine	65
Kriitiline mõtlemine	61
Probleemide lahendamine	60
Suuline suhtlemine	59
Algatusvõime ja enesejuhtimine	59
Multifunktsionaalsus	58
Aja planeerimine	48
Kirjalik suhtlus	45
Läbirääkimisoskus	42

Allikas: Jefferis & Hutchinson, 2020, lk 17.

Nagu selgub ülaltoodud tabelist, on eelkõige vaja arendada noorte suulist ja kirjalikku suhtlemisoskust, sest just läbi nende toimub kogu teenindusprotsess. Kuigi noored hindavad kõrgelt enda teenindusoskust, jääb mitmel siiski puudu suhtlemisoskusest ning see mõjutab külastaja arvamust kogu kogemusest. Oluline oleks arendada ka läbirääkimisoskust, sest tihti on just hea läbirääkimisoskus võtmeteguriks probleemolukordade lahendamisel.

1.3. Motiveerituse mõõtmise ja hindamise vahendid

Motiveeritud töötajad on iga ettevõtte edu aluseks. Selleks, et saavutada ja säilitada töötaja motiveerituse tase kõrgena, on oluline taset pidevalt mõõta ja vajadusel enda teguviise muuta. (Cleave 2022). Käesolevas peatükis toob autor välja ja kirjeldab erinevaid viise, kuidas töötajate motiveeritust mõõta ja hinnata.

Lihtsaim viis selgitamiseks välja, kui motiveeritud on ettevõtte töötajad, on viia läbi vastav küsitlus. Nii on võimalik väga detailselt välja selgitada, kui rahul töötajad on. Mida põhjalikum on küsitlus, seda selgema ülevaate see töötajate arvamusest annab. Samas ei pruugi kõik töötajad soovida sageli pikkadele küsitlustele vastata. (Furnham *et al.*, 2021)

Soovitusindeks, inglise keeles *employee net promoter score* (eNPS), on mudel, millega saab mõõta, kui tõenäoliselt töötaja enda töökohta tutvavatele, sõpradele ja perekonnale

soovitaks. Soovitusindeksi mõõtmiseks palutakse töötajatel vastata küsimusele „Kui suure tõenäosusega Sa meie ettevõtet enda tuttavatele soovitaksid?“. Vastatakse skaalal 0–10. Neid, kes annavad enda hinnangu vahemikus 9–10, kutsutakse soovitajateks. Töötajaid hinnanguga 7–8 kutsutakse passiivseteks, ja kõiki, kelle hinnang on kuus või alla selle, kutsutakse mittesoovitajateks. Soovitusindeksi arvutamiseks lahutatakse soovitajate protsendist mittesoovitajate protsent. (Dinesh & Rajasekaran, 2018). Soovitusindeksit saab kasutada motiveerituse mõõtmiseks, sest mida motiveeritum ja õnnelikum on töötaja, seda suurema tõenäosusega ta ettevõtet teistele soovitab. Küll aga ei anna eNPS detailset ülevaadet töötajate motiveeritusest.

Selleks, et märgata muutusi töötajate motiveerituses, tuleks pidevalt hinnata järgmisi tegureid:

- põhjendamatute puudumiste arv,
- hooletusest tekkinud vigade arv,
- suhtlus kaastöötajatega,
- soov/soovimatus tegeleda uute projektide/tööülesannetega,
- soovitusindeks. (*Ibid*)

Töölt puudumiste ja hooletusvigade arvu suurenemine annab koheselt märku sellest, et töötaja ei tunne ennast töökohal hästi. Samuti väheneb demotiveeritud töötaja soov suhelda kolleegidega ja võtta vastu uusi ametialaseid ülesandeid ja projekte. Lisaks kajastub töötaja motiveeritus ka tema soovitusindeksis. (Cleave, 2022)

Hasan *et al.*, (2019) kasutasid enda uuringus andemete edastamiseks tabelit, kus iga vastaja oli kodeeritud. Selliselt anti edasi teavet, kuidas iga vastaja enda motiveerituse elemente hindas. Antud tabelit on võimalik kasutada motiveerituse hindamise mudelina, paludes igal vastajal motivatsioonielemente hinnata teatud skaalal. Selliselt saab uurija teada vastaja motiveerituse taseme võrreldes vastaja hinnanguid võimaliku maksimaalse tulemusega.

2. NOORTE TURISMIÕPILASTE MOTIVEERITUSE UURING

2.1. Uuringu, meetodika ja valimi kirjeldus

Käesolevas alapeatükis kirjeldab töö autor lõputöö jaoks valitud sihtgruppi, uuringu meetodit ja valimit. Sihtasutuse Kutsekoda andmetel on Eestis 17 kutsekooli, kus pakutakse majutus- ja toitlustusalaseid õppekavasid. Erinevatele erialadele on kehtestatud erinevad eelnevad haridusnõuded. (Oska.kutsekoda.ee, 2019)

Läbiviidava uuringu eesmärk on välja selgitada, mis noori (tulevasi) turismitöötajaid motiveerib, kuidas motiveeritust veelgi enam tõsta saaks ning milliseks hindavad noored enda turismiteeninduse alaseid oskusi. Lisaks soovib autor välja selgitada, kui atraktiivsena noored turismisektorit näevad ning mida kutsekoolid teevad, et motiveerida turismiõpilasi turismisektoris ühel või teisel moel jätkama ka peale õpinguid.

Töö autor kasutab kvantitatiivset meetodit, sest see võimaldab saada ülevaate uuritavast vastuseid analüüsides, tuua välja nende arvude taga olevate väärtuste omavahelisi seoseid ja teha nendest lähtuvalt järeldusi. Lisaks võimaldab piisavalt suure vastajate hulgaga kvantitatiivne uuring üldistada saadud tulemusi üldkogumile. (Õunapuu, 2014, lk 54–55) Kvantitatiivse meetodiga saab autor leida vastuseid küsimustele, nagu miks, kuidas, mil määral jne (Apuke, 2017). Autor kasutab uuringu läbiviimiseks kaardistusuuringut ja andmete kogumiseks struktureeritud veebipõhist ankeetküsimustikku.

Uuringus küsib autor respondentidelt esmalt nende vanust ja sugu, sest ka need mängivad erinevate motivatsioonitegurite tähtsuse puhul rolli (Alqusayer, 2016, lk 21). Lisaks küsib autor vastajatelt seda, mitmendal kursusel nad õpivad ja millised on nende varasemad

kogemused turismisektoris. Sisuküsimused on töö autor jaganud viide teemaplokki, plokid on kajastatud järgnevas tabelis 5. Kõik esitatud küsimused on välja toodud lisan 2.

Tabel 5. Sisuküsimuste teemaplokid ja autorid.

Teemaplokk	Peamised allikad
Motivatsioon	Hasan, et al., 2019 Auckland Tourism, Events and Economic Develoepment, 2019, lk 15–18 Goh ja Okumus, 2020, lk 3–4 CVKeskus.ee, 2016
Oskused	Giannotti, n.d. Jefferis & Hutchinson, 2020, lk 17 (Hasan <i>et al.</i> , 2019, lk 18–19)
Turismisektori maine	cvkeskus.ee, 2016 Auckland Tourism, Events and Economic Develoepment, 2019, lk 15–18
Õpingutega seonduv	Goh & Okumus, 2020, lk 3–4 Hasan, et al., 2019 Cleave, 2022
Varasem kogemus	Cleave, 2022

Lisaks teemaplokkidele on ülaltoodud tabelis esitatud ka peamised autorid, kelle töödele tuginedes on vastava teemaploki küsimused koostatud. Viimase teemaploki küsimused avanevad vastajale vaid juhul, kui ta on taustaküsimuste grupis märkinud, et omab varasemat töö- ja/või praktikakogemust.

Suuremale osale küsimustest saab vastata skaalal 1–5, aga leidub ka küsimusi, millele tuleb vastata skaalal 1–10. Veel leidub avatud vastustega küsimusi ning küsimusi, kus vastajal tuleb vastusevariandid seada tähtsuse järjekorda või valida ette antud variantide seast vastaja arvamust kõige paremini kirjeldav variant. Autor kasutas küsimuste koostamisel muuhulgas Hasan *et al.*, (2019) motivatsioonielementide teooriat ja soovitusindeksi põhimõtet (Cleave, 2022). Samuti tugines autor CV Keskuse kodulehelt leitavale infole tegurite kohta, mille abil turismisektorit atraktiivsemaks muuta (CVKeskus.ee, 2016). Lisaks on suur osa küsimusi koostatud toetudes Uus-Meremaa

noorte seas läbiviidud uuringule, kus on välja toodud tegurid, mis noorte motiveeritust mõjutavad (Auckland Tourism, Events and Economic Development, 2019, lk 15–18).

Andmete analüüsimisel kasutas töö autor kirjeldavat statistikat, sest seeläbi on saadud andmeid võimalik lihtsalt ja selgelt edasi anda. Andmete edasiandmiseks kasutab töö autor sagedustabeleid, milles esitab väärtuste loetelu, vastanute arvu ja vastanute hinnangu. (Rootalu, 2014).

Üldkogum selles töös on kõik 16–24-aastased noored, kes õpivad Eestis turismiga seotud erialal kutsekoolis. Statistikaameti andmete kohaselt õppis aastal 2021 teenindusega seonduvatel erialadel erinevates kutsekoolides kokku 5207 noort. Kõrgharidust samas valdkonnas omandas 2021. aastal 2455 õpilast, kelle vanust Statistikaameti andmetes määratletud ei ole, seetõttu keskendub autor töös vaid kutsekoolide õpilastele. (Statistikaamet, 2021). Selleks, et uuringu veapiir oleks 5%, on vaja vastused saada 358-lt inimeselt. Valimi moodustavad 16–24-aastased noored, kes õpivad ühes järgmistest Eesti kutsekoolidest, turismiga seonduval erialal:

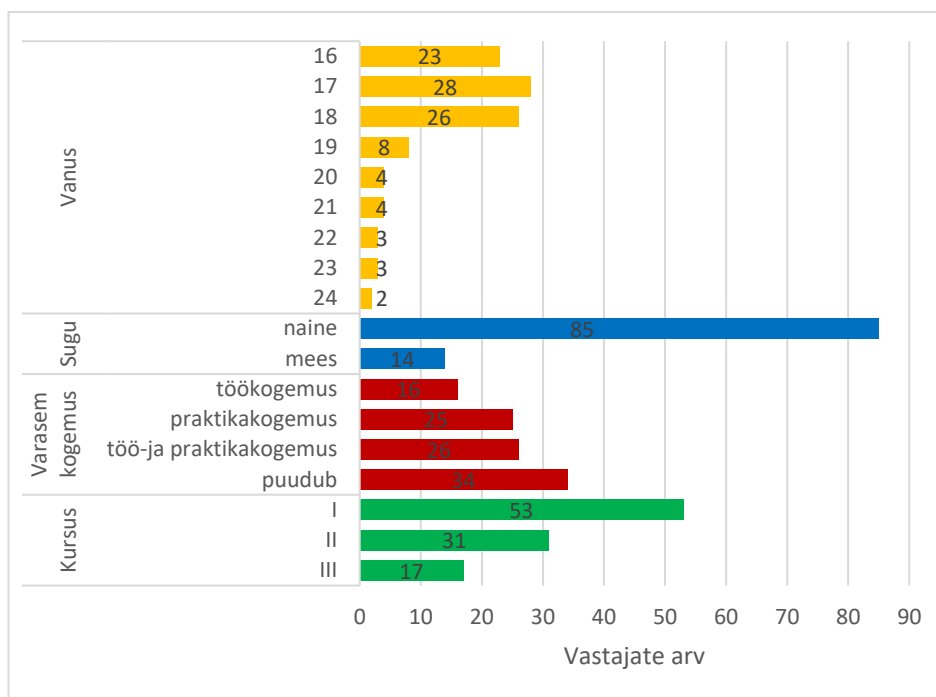
- Olustvere Teenindus- ja Maamajanduskool,
- Tartu Rakenduslik Kolledž,
- Valgamaa Kutseõppekeskus,
- Kuressaare ametikool,
- Tallinna Teeninduskool,
- Rakvere Ametikool,
- Pärnumaa Kutsehariduskeskus,
- Haapsalu Kutsehariduskeskus.

Tegemist on sihipärase ehk eesmärgipärase valimiga, sest töö autor on teadlikult valinud uuritavad, kes sobivad üldkogumit hästi esindama ja kelle vastustest autorile enim kasu võiks olla (Rämmer, 2014). Töö autor otsustas antud valimi kasuks, sest nii on kaasatud erineva tausta ning töö- ja õpikogemusega noored.

Andmete kogumiseks kasutas töö autor LimeSurvey keskkonnas loodud veebiankeeti, mille link saadeti koolide turismiosakonna juhtidele palvega edastada küsitluse link õpilastele. Lõputöö uuringu tarbeks koostatud küsimustik oli vastamiseks avatud 13.03–27.03.2023. Andmeid analüüsis autor MS Exceli ja JASP programmidega. Kokku täitis uuringu algusest lõpuni 101 inimest. Ühtegi alla 16 aasta vanust inimest uuringust osa ei võtnud, 15 vastanut aga on vanemad kui 24, nende vastuseid autor töös ei käsitle. Kaks vastanut märkisid enda sooks muu, ka neid töö autor eraldi ei käsitle ja nemad ei kuulu 101 analüüsitava tulemusse hulka. Kui üldkogumi moodustavad 5207 õpilast ja vastanute arv on 101, siis on käesoleva uuringu veapiir 9%. Veapiiri arvutamiseks on kasutatud MaCorr veapiiri kalkulaatorit (MaCorr, 2023). Töös analüüsitakse vaid neid ankeete, mis on algusest lõpuni täidetud.

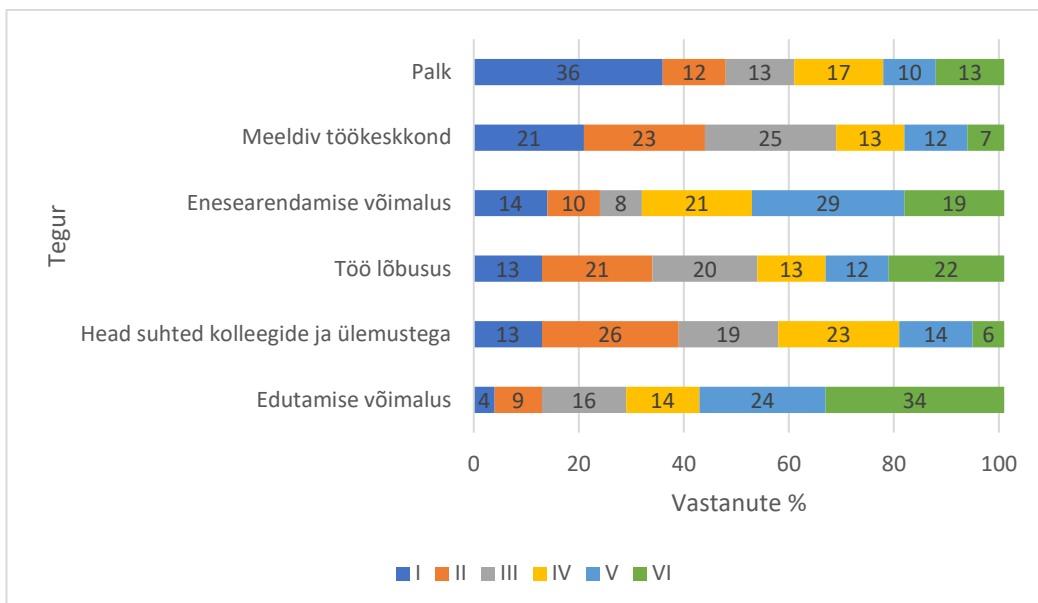
2.2. Tulemuste analüüs

Käesolevas alapeatükis toob töö autor välja läbiviidud uuringu käigus saadud andmeanalüüsi tulemused. 83% vastanutest on naised, mehed moodustavad 14% kõigist uuringust osavõtnutest. Kõige rohkem on uuringule vastanud 17-aastased noored, moodustades kõigist vastanutest 28%. Seevastu kõige väiksem, 2%, on 24-aastaste osakaal. 16% vastanutest omab varasemat töökogemust, kuid varasem kogemus, nii töö- kui praktikakogemuse näol, puudub 33%-l vastanutest. Üle poolte (52%) vastanutest õpib esimesel kursusel (vt joonis 3).



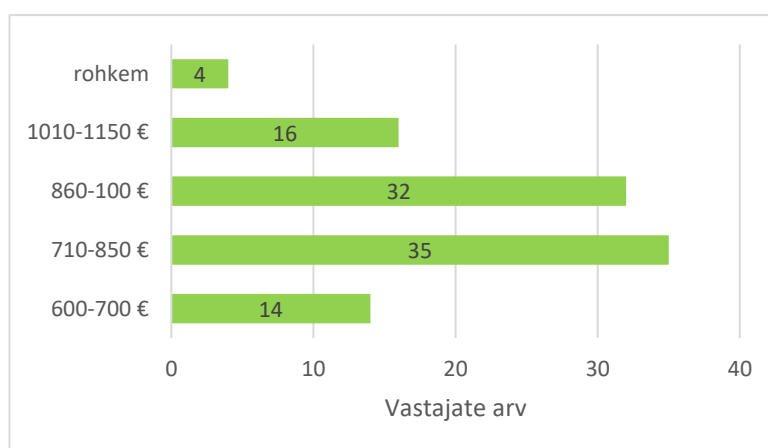
Joonis 3. Vastanute jaotus vanuse, soo, varasema kogemuse ja kursuse järgi (n=101)

Motivatsiooni puudutava teemaploki all esitas töö autor vastajatele viis küsimust. Alustuseks palus autor vastajatel järjestada ette antud motiveerivad tegurid enda jaoks olulisuse alusel. Kõige motiveerivamaks teguriks on vastajad pidanud palka, mida on olulisuselt esimeseks paigutanud 35% vastanutest. 13% vastanutest on palga paigutanud olulisuse alusel viimasele kohale. Head suhted kolleegide ja ülemustega on esimesele kohale paigutanud võrdselt töö lõbususega 13% uuringus osalenutest. Viimasele kohale on antud tegurid asetanud vastavalt 6% ja 21% uuringus osalenutest. Enesearendamise võimalusi on olulisimaks hinnanud 4% ja vähem olulisimaks 33% vastanutest. Kõige vähem on esimesele kohale paigutatud edutatud saamise võimalust, kõige rohkem on antud tegurit paigutatud viimasele kohale, seda on teinud 33% vastajatest (vt joonis 4). Joonisel on iga teguri juures välja toodud, kui mitmel korral antud tegurit konkreetsele positsioonile paigutati (olulisuse alusel I–VI). Joonisel tähendab I, et vastajad pidasid konkreetset tegurit kõige olulisemaks ja olulisus väheneb vastavalt järjekorra numbriga suurenemisele.



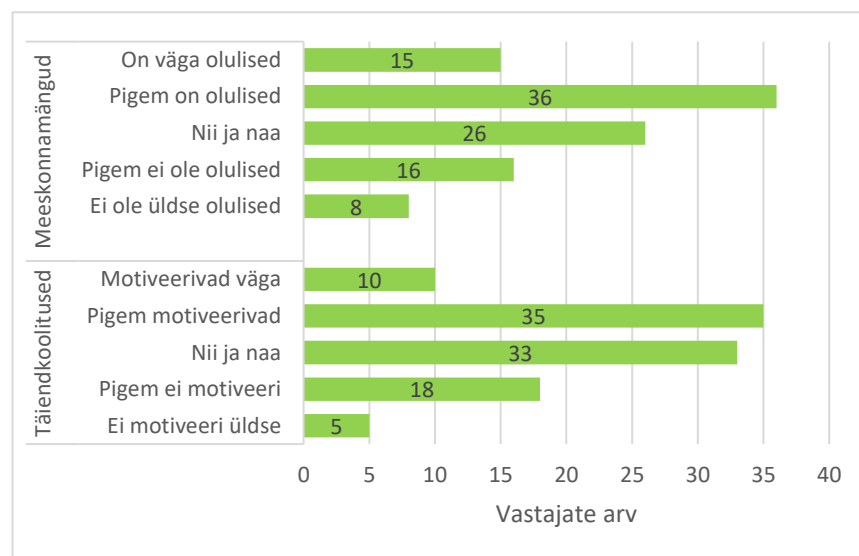
Joonis 4. Motivatsioonitegurid olulisuse järjekorras

35% vastanutest arvab, et turismisektoris makstav brutotöötasu on 710–850 eurot. 4% arvab, et makstava töötasu suurus on rohkem kui 1150 eurot (vt joonis 5). Vastanuid motiveeriva töötasu said vastajad ise küsitlusse sisestada ning kõigi tulemuste põhjal arvutati keskmine, mis oli 1165 € (bruto). Saadud keskmine ületab summat, mida 96%-le vastanutest teadaolevalt valdkonnas makstakse. Kusjuures meessoost vastanute puhul on motiveerivaks töötasu suuruseks 1275 € ja naissoost vastanute puhul 1148 €.



Joonis 5. Hinnangulise brutotöötasu suurus

Veel küsis autor, mil määral motiveerivad vastajaid (potentsiaalsel) töökohal pakutavad täiendkoolituste programmid ja kui oluliseks peavad nad seda, et (potentsiaalne) töökoht korraldaks kollektiivi toetavaid ja ühendavaid meeskonnamänge ja -võistlusi. Mõlemale küsimusele sai vastata 5-palli skaalal. Nii täiendkoolituste pakkumine kui meeskonnamängude korraldamine on vastanute arvates pigem olulised (vastavalt 35% ja 36%) ja motiveerivad (vastavalt 10% ja 15%). Samas on meeskonnamängude olulisuse ja täiendkoolituste antava motiveerituse küsimustele vastanud „nii ja naa“ vastavalt 26% ja 33% uuringus osalenutest. 8% vastanutest ei pea meeskonnamängude korraldamist üldse oluliseks ja 5% vastanutest leiab, et täiendkoolituste pakkumine töökohal ei ole motiveeriv (vt joonis 6).



Joonis 6. Vastajate jaotus koolituste ja mängude olulisuse järgi

Teine küsitluses olnud teemaplokk käsitleb vastaja oskusi. Esimese küsimusena palus autor vastajatel nimetada kolm enda arvates olulisimat turismisektoris töötamiseks vajalikku oskust. Autor grupeeris saadud vastused koondnimetuste alla, mis on välja toodud tabelis 6.

Tabel 6. Olulisimad oskused vastajate arvates

Oskus	Vastajate arv
Suhtlemis- ja teenindusoskus	88
Võõrkeelte oskus	30
Kiire mõtlemis-, tegutsemis- ja õppimisvõime	26
Töökus	21
Lai silmaring ja ettevõtte tundmine	21
Arvuti ja erinevate programmide kasutamise oskus	19
Kannatlikkus	18
Pingetaluvus	17
Probleemide märkamine ja lahendamine	14
Enesedistsipliin, enesekindlus ja eneseanalüüsivõime	13
Meeskonnatöö	13
Empaatiilisus ja inimeste tundmine	9
Toodete lisamüügi tegemine	7
Ajaplaneerimise oskus	6

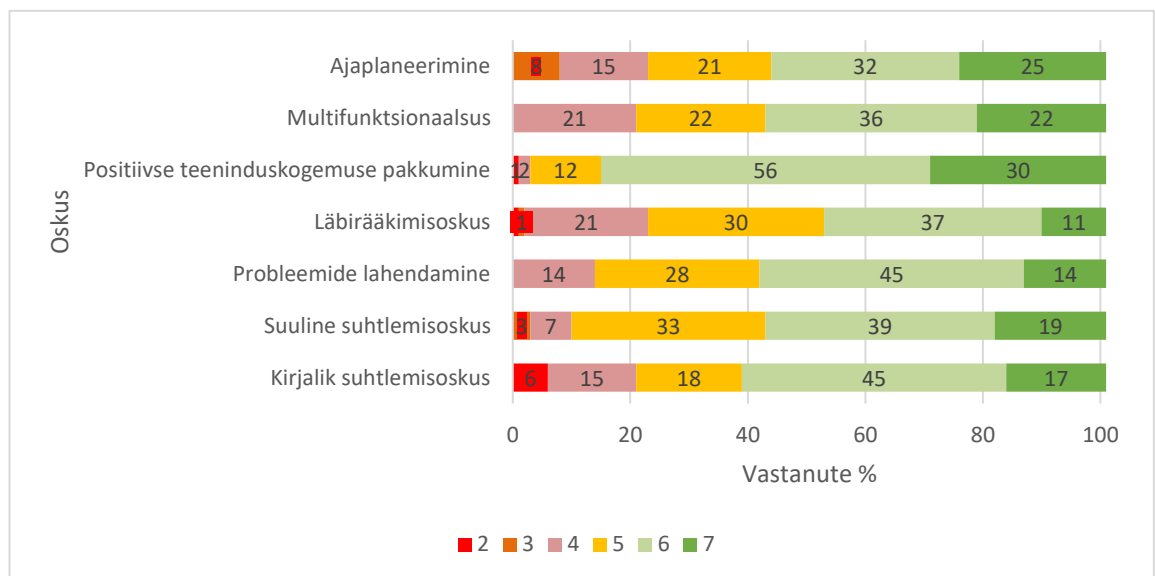
Kõige olulisemaks oskuseks turismisektoris hakkama saamiseks peavad vastajad suhtlemis- ja teenindusoskust. Antud oskus moodustab kõigist vastustest 29%. Väga oluliseks peetakse ka keelteoskust, keelte osakaal kõigi mainitud oskuste hulgas on 10%. Mõned vastajad olid välja toonud ka konkreetse keele oskuse, välja toodud keeled on inglise, soome ja vene keel. Lisaks peavad vastajad oluliseks ka kiirust nii õppimise, tegutsemise kui ka mõtlemise juures. Ka töökus ning laialdased teadmised ettevõtte ja piirkonna kohta on uuringus osalejate arvates olulised oskused. Ajaplaneerimise oskust on mainitud kuuel korral ja oskus moodustab 2% kõigist mainitud oskustest. Kuigi töö autor palus nimetada oskusi, toodi mitmel korral välja ka omadusi, mis turismitöötajal olema peaks. Nendeks omadusteks on kannatlikkus, empaatiilisus ning enesedistsipliin ja enesekindlus.

Järgmisena palus autor vastajatel hinnata välja toodud oskusi enda puhul 7 palli süsteemis. Kõige kõrgemalt on vastajad enda puhul hinnanud positiivse teeninduskogemuse pakkumise oskust, kõige madalamalt aga läbirääkimisoskust. Multifunktsionaalsuse puhul oli kõige madalamaks hindeks neli, mis näitab, et seda omadust peavad vastanud enda juures pigem kõrgetasemeliseks. Kõige rohkem hinnati hindega seitse positiivse teeninduskogemuse oskust, samas märkis üks vastaja antud oskuse puhul hindeks üks. Kõige rohkem hinnati kõiki mainitud oskusi hindega kuus,

paljud vastanud märkisid iga oskuse puhul hindeks ka viis. Nõrgemaks kui 5 palli vääriliseks peavad enda oskusi pigem vähesed vastanud. Autor leidis ka kõigi oskuste puhul nende keskmise hinde, hinded kujunesid järgnevalt:

- positiivse teeninduskogemuse pakkumine 6,09;
- suuline suhtlemisoskus 5,63;
- probleemide lahendamine 5,58;
- multifunktsionaalsus 5,58;
- ajaplaneerimine 5,5;
- kirjalik suhtlemisoskus 5,45;
- läbirääkimisoskus 5,32.

Seega on kõige vähem arendamist vajavaks oskuseks vastajate hulgas positiivse teeninduskogemuse pakkumine ja kõige rohkem vajaks arendamist noorte läbirääkimisoskus (vt joonis 7).

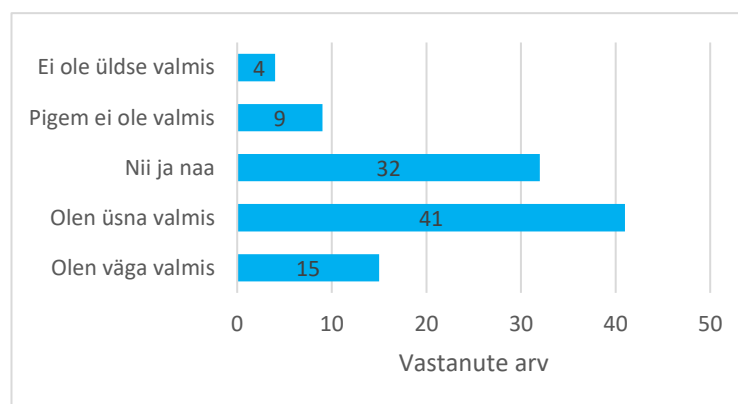


Joonis 7. Oskuste hinnangud

Veel palus töö autor vastajatel eelmainitud oskuste seast välja tuua ühe, mida noored enda juures kõige rohkem arendada soovivad. 27% vastanutest soovib arendada aja planeerimise oskust, 1 vastanu peab vajalikuks arendada positiivse teeninduskogemuse

oskust. Seega on positiivse teeninduskogemuse oskuse kõrge hinnang kooskõlas sellega, kui vähesed peavad oluliseks oskust arendada. Kuigi keskmiselt hinnati kõige nõrgemaks oskust pidada edukaid läbirääkimisi, pidas oskuse arendamist vajalikuks vaid 12% vastanutest. Pannes arendamist vajavad oskused õpilaste arvamuse alusel olulisuse järjekorda, on läbirääkimisoskuse arendamise vajalikkus probleemide lahendamise oskuse järel neljas.

Järgmisena küsis autor uuringus osalejatelt, milliseks hindavad vastajad enda valmisolekut turismisektoris tööle hakata. Vastata sai viie palli süsteemis. Suurem osa vastanutest, 41% tunnevad, et on üsna valmis turismivaldkonnas tööle asumiseks. Väga valmis tööd alustama on 15% vastanutest, vaid 4% tunneb, et ei ole üldse valmis turismisektoris karjääri alustamiseks. Samas moodustavad 32% uuringus osalenutest inimesed, kes on vastuseks märkinud „nii ja naa“. Konkreetsed seosed selle vahel, kuidas vastaja enda valmisolekut hindas ning mitmendal kursusel ta õpib, puuduvad. Igal kursusel leidub neid, kes on enda valmisolekut üsna madalalt hinnanud, aga ka neid, kes arvavad, et on valmis tööle asuma (vt joonis 8).



Joonis 8. Vastajate jaotus valmisoleku kohta tööle asumiseks

Lisaks küsis autor oskuste teemaplokis ka seda, kui oluline on vastajate arvates töökohal ettevõtte sisene karjääriredelil tõusmise võimalus. Selle all peab küsija silmas seda, kui tähtis on vastajate jaoks võimalus saada edutatud. Küsimusele oli võimalik vastata viie punkti skaalal, kus üks tähendas, et ei ole üldse oluline, ja viis, et on väga oluline. 47%

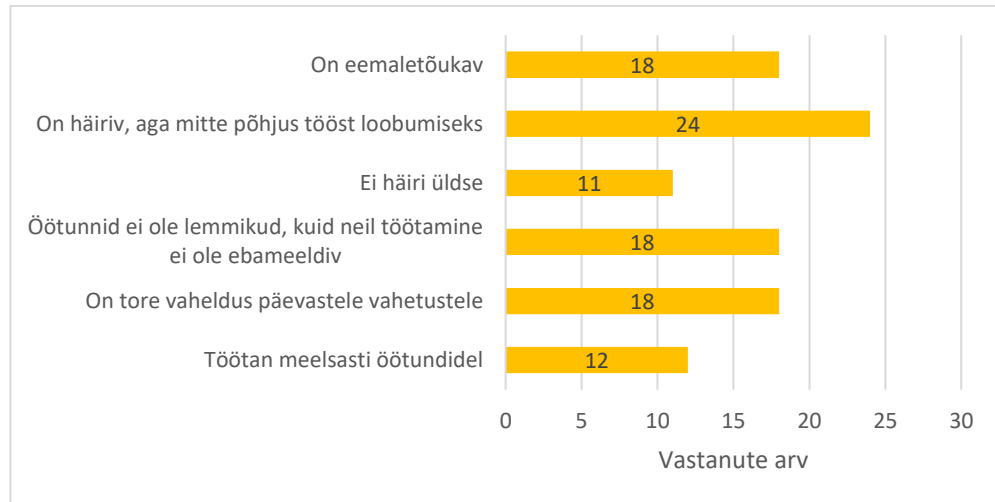
vastanutest märkis vastuseks „nii ja naa“, 5% ei pea karjääriredelil tõusmise võimalust üldse oluliseks, 7% arvab, et tegu on väga olulise võimalusega.

Kolmandas teemakategoorias esitas uurija viis turismisektori mainet puudutavat küsimust. Kõigepealt küsiti, kas ja kui tugevalt mõjutab või on mõjutanud vastajaid töö- ja või praktikakoha valikul pakutava ametikoha nimetus. Vastata tuli viie punkti skaalal, kus üks tähendas, et ei mõjuta üldse, ja viis, et mõjutab tugevalt. Kõige rohkem märgiti vastuseks kolm ja neli, mõlemaid märkisid vastuseks 26% vastanutest. 15% vastanutest hindab ametinimetuse mõju töö- ja/või praktikakoha valikul tugevaks, 16% arvab, et ametinimetuse ei oma mingit mõju.

24% vastanutest leiab, et tõsiasi, et turismiteeninduses tuleb sageli töötada ka hilisõhtutel ja/või öösi, on küll häiriv, kuid ei ole põhjus, miks tööst turismivaldkonnas loobuda või eemale hoida. 11% arvates ei ole hilised töötunnid üldse häirivad. Võrdselt 18% vastanutest leidis, et:

- hilisõhtuti ja öösi töötamine on eemaletõukav;
- öötunnid ei ole minu lemmikud, kuid neil töötamine ei ole ebameeldiv;
- hilised vahetused on tore vaheldus päevastele vahetustele.

12% vastanutest on hea meelelega valmis töötama nii hilisõhtutel kui öösi (vt joonis 9).



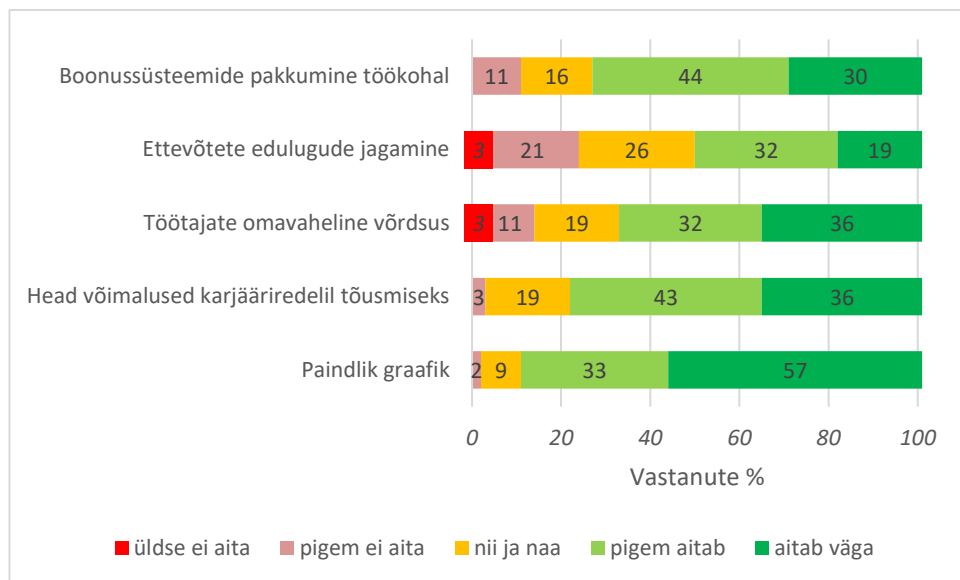
Joonis 9. Öötundidel töötamise mõjud

Veel uuris küsija seda, millisena näevad noored enda tulevikku turismisektori töötajana. 41% vastanutest arvab, et võib turismisektoris töötada küll, kuid lühiajaliselt. 37% leiab, et töötab turismivaldkonnas pikaajaliselt, kuid mitte kuni pensionile jäämiseni, samas 15% arvab, et võiks sektoris töötada pensionile jäämiseni. 8% vastanutest ei näe enda tulevikku turismivaldkonna töötajana. Küsimusele oli võimalik vastata ka variandiga „muu“, kuid seda ükski vastanutest teinud ei olnud.

Järgmisena soovis uurija teada, kas turismivaldkonnal on noorte seas pigem kõrge maine või peetakse sektoris töötamist mitte kuigi uhkeks. Vastamine toimus viie palli skaalal, kus üks tähendas, et ei ole üldse prestiižne ja viis, et on väga prestiižne. 46% vastanutest hindas turismisektori prestiižsust kolme palliga, 6% ühega ja 13% viiega.

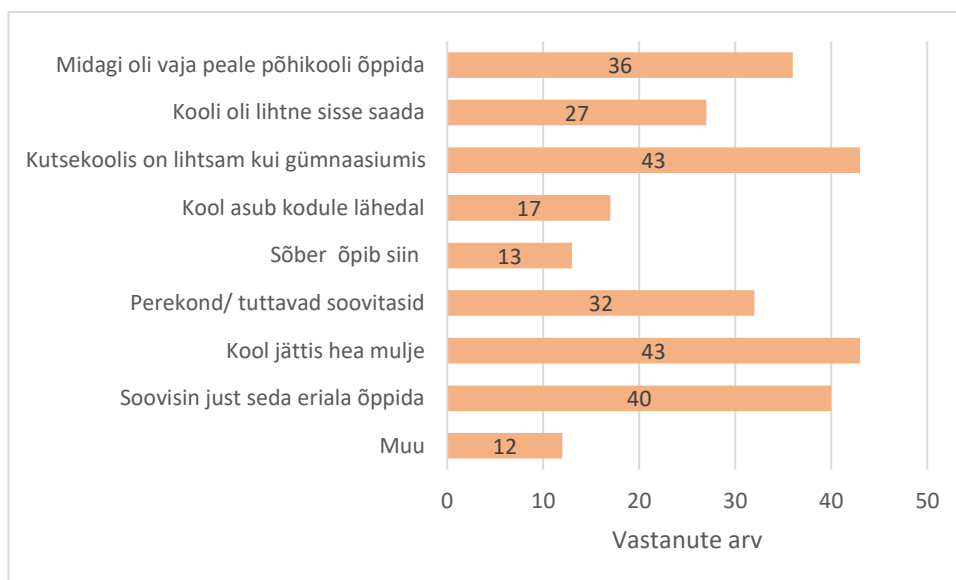
Boonussüsteemide pakkumist peavad noored oluliseks teguriks, mis aitaks turismisektorit atraktiivsemaks muuta, nii arvab 74% vastanutest. 11% leiavad, et boonussüsteemid ei oleks eriti suureks abiks noorte meelitamisel turismisektorisse tööle. Ettevõtete edulugude jagamise juures märkis 77% vastanutest vastuseks „nii ja naa“, „pigem aitab“ või „väga aitab“. 3% leidis, et ettevõtete edulugude jagamine ei ole tegur, mis turismisektori mainet meeldivamaks muudaks. Sama suur vastajate hulk ei pea tugevaks teguriks ka töötajate vahelist võrdsust. Samas leiab 36% noortest, et töötajate võrdsus,

(kohtlemises, palgas ja töötajatesse suhtumises) on tegur, mis kindlasti aitaks turismivaldkonda meeldivamaks muuta. Ka head võimalused karjääriredelil tõusmiseks on vastanute arvates tegurid, mis oleksid suureks abiks. Kõige enam aitaks turismisektorit noorte arvates atraktiivsemaks muuta paindlik graafik, 57% vastanutest peab seda väga tugevaks teguriks (vt joonis 10).



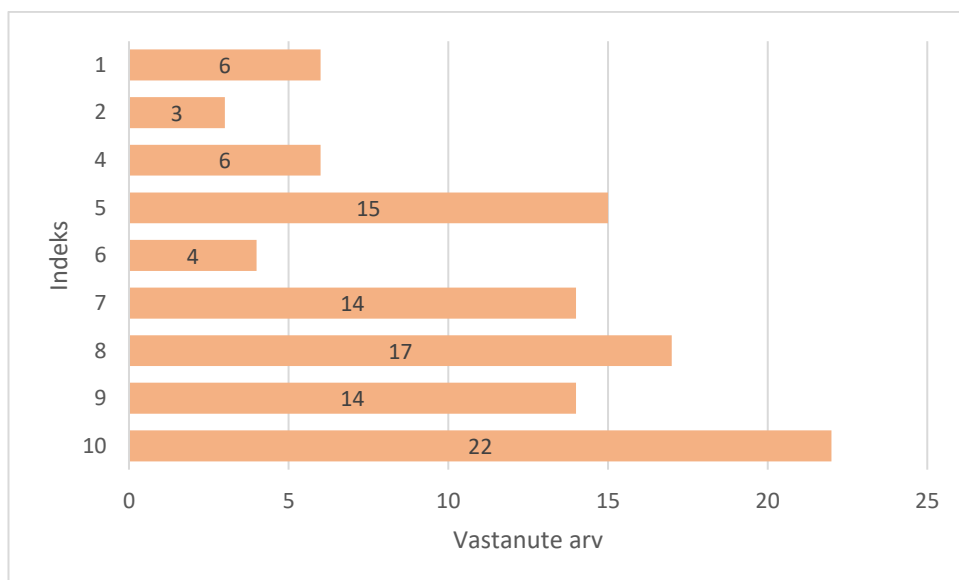
Joonis 10. Tegurid turismisektori atraktiivsemaks muutmiseks

Õpingutega seonduva teemaploki esimese küsimusega soovis autor teada, miks vastaja valis õppima asumiseks just selle eriala ja kool, kus ta parasjagu õpib. Valida tuli etteantud variantide seast ja märkida tuli kõik sobivad variandid. Kokku valiti erinevaid koole ja eriala valiku põhjuseid 263 korral. Võrdselt 16% vastanutest märkisid põhjuseks, et kutsekoolis on lihtsam kui gümnaasiumis ja kool jättis hea mulje. Suur osa õpilastest valis kooli ja eriala, kus ta parasjagu õpib, põhjusel, et sooviti õppida just seda eriala ja/või et midagi oli vaja peale kooli õppida. Paljud õpilased valisid õppekoha ka perekonna või tuttavate soovitusel ja/või seetõttu, et kooli oli lihtne sisse saada. Põhjus, et sõber juba õpib või asus ka õppima samas koolis, ei ole noori kooli valikul kuigi tugevalt mõjutanud (vt joonis 11).



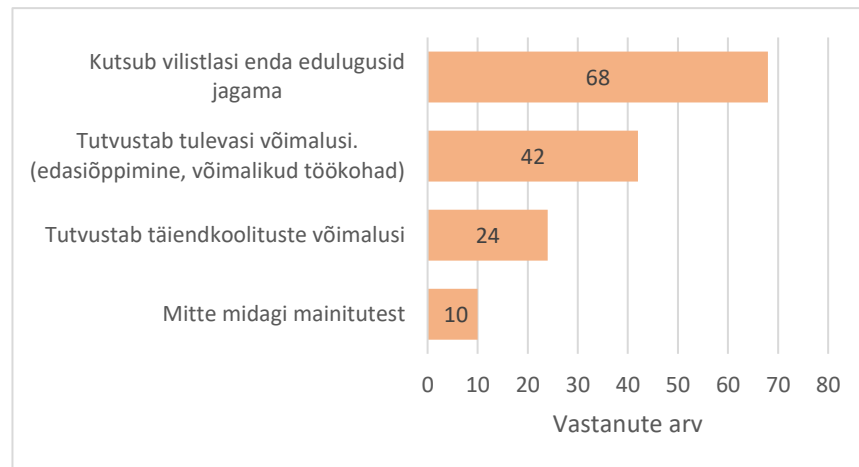
Joonis 11. Kooli ja eriala valiku põhjused

Veel küsis autor seda, kui suure tõenäosusega vastaja enda kooli ja eriala sõpradele ja tuttavatele soovitaks, valida tuli tõenäosusskaalal 1–10. Soovitusindeks ei ole läbiviidud uuringus koolide põhine, vaid koolide ülene. Soovitusindeksi skaalal on kõik, kes on valinud vastuseks tõenäosuse 0–6, mittesoovitajad ehk antud vastuse valinud õpilased pigem enda kooli ja valitud eriala teistele ei soovitaks ja ei ole valitud kooli ja erialaga üldse või eriti rahul. Mittesoovitajad moodustasid uuringule vastanutest 34%. Passiivseteks nimetatakse neid, kes andsid vastuseks 7 või 8 ja leiavad enda kooli ja eriala juures plusse ja miinuseid pigem võrdselt. Passiivsed moodustasid 31% vastanutest, soovitusindeksi arvutamisel ei kaasata passiivseid. Soovitajateks on need, kelle vastus oli 9 või 10, nemad soovivad asutust, kus õpivad, väga suure tõenäosusega ka teistele ning on kooli ja erialaga rahul. Käesolevas uuringus moodustasid soovitajad 36% vastanutest. Uuringus osalenud koolide õpilaste keskmine soovitusindeks koolile ja erialale, kus nad õpivad, leitakse lahutades soovitajate protsendist mittesoovitajate protsent. Seega on kutsekoolide turismierialade soovitusindeks 2% (vt joonis 12).



Joonis 12. Koolide soovitusindeks

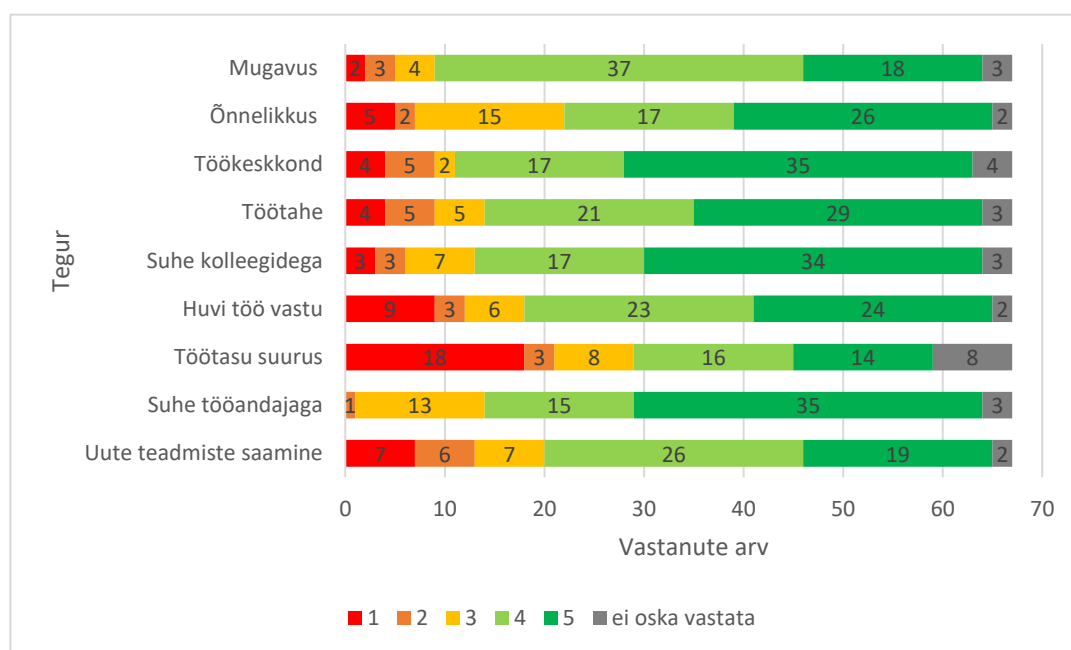
Järgmise küsimusena soovis autor teada, mida vastajatele etteantud variantidest nende kool kasutab, et motiveerida noori turismisektoris jätkama ka pärast õpinguid kutsekoolis. Valida tuli kõik sobivad variandid. Koole, kus vastanud õpivad, autor töös eraldi ei käsitle, mistõttu ei saa ükshaaval vaadelda seda, mida konkreetne kool noorte turismisektoris jätkamiseks teeb. Joonisel on kuvatud kõigi vastuste ülene tulemus. Nagu jooniselt selgub, on kõige sagedasem tegevus vilistlaste edulugusid jagama kutsumine, antud variant märgiti vastuseks 68-l korral. Üsna sage on ka tulevikuvõimaluste tutvustamine, vastuse märkis 42 vastanut. Noorte turismisektoris jätkamise seisukohalt oleks oluline, et kõik koolid seda teeksid, paraku saadud tulemustest on näha, et väga suur osa koolidest tulevikuvõimalusi ei tutvusta. Kui kõik koolid seda teeksid, oleks antud tegevus kogunud 101 häält. Mõni koolidest tutvustab noortele ka erinevate täiendkoolituste võimalusi või motiveerib õpilasi mõnel muu moel, antud variandid valiti vastavalt 24-l ja 10-l korral. Paraku on kümme vastanut märkinud enda vastuseks ka selle, et kool ei tee mitte ühtegi nimetatud tegevustest (vt joonis 13). Küsimusele, millised on vastaja kooli lõpetamise järgsed turismialased plaanid, vastas 47% noortest, et soovivad turismisektoris õpingute ja/või tööga jätkata. 12% vastanutest ei plaani turismisektoris jätkata ja 42% ei tea veel, mida kooli lõpetamise järel teha. 10% märkis valikuks muu.



Joonis 13. Koolide tegevused noorte motiveerimiseks

Viimase teemaploki küsimustele said vastata vaid osalejad, kes omavad varasemat töö- ja/või praktikakogemust, ning vastajate jaoks, kellel varasem kogemus puudub, lõppes küsimustik eelmise küsimusega. Kõigepealt soovis autor teada, mil määral motiveerisid vastajaid varasemas töö- või praktikakohas autori poolt nimetatud tegurid. Vastata tuli viie palli skaalal, kus üks tähendas, et ei motiveerinud üldse, ja viis, et motiveeris väga, või sai valida variandi „ei oska vastata“. Uuringu lõpetanute seas omas varasemat turismialast kogemust 67 inimest, seega protsentuaalselt saadud tulemusi kuvada ei saa, kuid numbriliselt on tulemused kajastatud joonisel 14. Tulemustest selgub, et pea kõik autori poolt välja pakutud tegurid on vastajaid eelmisel praktika- või töökohal pigem hästi motiveerinud. Vaid töötasu suurus ei ole paljudele motiveerivana mõjunud, keskmiseks hindeks sai töötasu suuruse motiveerivus 3,1. Pigem madalama keskmise hindega on ka uute teadmiste saamine ja huvi töö vastu, keskmised hinded on vastavalt 3,7 ja 3,8. Seega ei ole reaalne töö olnud selline, mille vastu uuringus osalejatel oleks suur huvi või mis annaks neile uusi teadmisi. Õnnelikkus eelmises töö- või praktikakohas sai vastanutelt keskmiseks hindeks 3,9, seega olid vastanud eelmises töö- või praktikakohas üsna õnnelikud ja rahulolevad. Soov ja tahe tööd teha ning töökoha mugavus said mõlemad hindeks neli. Töökoha mugavuse all pidas autor silmas seda, kui mugav on töötajal tööle

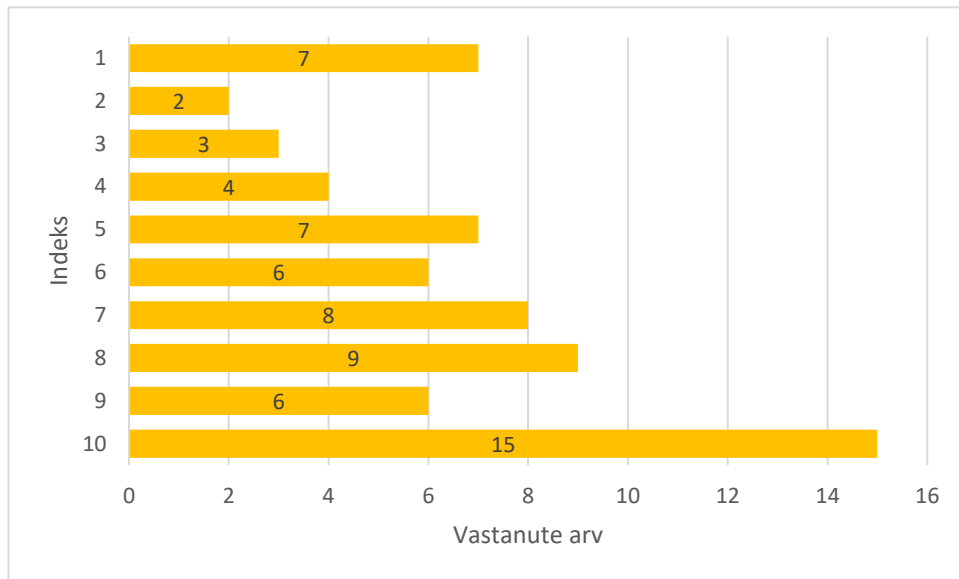
jõuda ehk kui suur on töökoha ja kodu vaheline vahemaa, millist liiklusvahendit kohalejõudmiseks kasutatakse, kui palju tööle jõudmine aega ja raha nõuab. Võrdselt 4,2 punkti teenisid head suhted kolleegidega ja meeldiv töökeskkond. Seega võib oletada, et noored said eelmises töö- või praktikakohas kaastöötajatega hästi läbi ning see oli üks tugevamaid motivaatoreid töö tegemiseks. Samuti motiveeris neid töökeskkond. Kõige suurema keskmise hinde, 4,3, sai hea suhe tööandjaga. Seega on noorte jaoks meeldiv ja toetav juhtkond töökohal väga oluline motivatsioonitegur (vt joonis 14). Numbrid 1–5 tähistavad, mil määral antud skaala konkreetne tegur töötajat motiveeris.



Joonis 14. Motiveerivate tegurite hinnang, $n = 67$

Viimase küsimusega soovis töö autor teada, kui suure tõenäosusega soovitaksid vastajad enda eelmist töö- või praktikakohta enda sõpradele ja tuttavatele. Vastata tuli skaalal 1–10. Töö autor uuringus vastanutelt varasema tööandja või praktikaettevõtte nime ei küsinud, seega konkreetsete ettevõtete soovitusindeksit uuringu tulemustest ei selgu, küll aga saab teada, milline on üldine soovitusindeks. Ükski vastanutest ei märkinud varasema töö- või praktikakoha soovitamise tõenäosuseks nulli, ent 7 inimest märkisid tõenäosuseks ühe. 15 vastanut märkis indeksiks 10. Saadud tulemuste põhjal on uuringus

osalenute üldine varasema töö- või praktikakoha soovitusindeks $9,2\% - 3,7\% = 5,5\%$ (vt joonis 15).



Joonis 15. Varasema töö- või praktikakoha soovitusindeks

Sellela on kõik uuringus esitatud küsimuste vastused kajastatud. Järgnevas alapeatükis teeb autor tulemuste põhjal järeldused ja ettepanekud.

2.3. Järeldused ja ettepanekud

Käesolevas alapeatükis teeb töö autor eelmises alapeatükis kajastatud tulemuste põhjal järeldused, mida esitab uuringu aluseks olnud teemaplokkide kaupa. Lisaks teeb autor ettepanekuid Eesti kutsekoolidele turismiõpilaste tõhusamaks motiveerimiseks ja arendamiseks.

Motivatsiooniplokist selgub, et kõige olulisem on noorte jaoks töö eest makstav töötasu ja meeldiv töökeskkond. Kõige vähem oluliseks peetakse aga edutamise võimalust töökohal. Samas selgub läbiviidud uuringust aga, et palk, mida vastanutele teadaolevalt turismisektoris makstakse, on väiksem kui töötasu, mis noori tegelikult turismivaldkonnas töötama motiveeriks. Lisaks ei vasta motiveeriva töötasu suurus ka sellele summale, mida Statistikaameti andemetel majutus- ja toitlustusvaldkonnas

makstakse. Seda kinnitab ka Palgainfo Agentuuri ja CVKeskus.ee läbi viidud tööturu- ja palgauuring, kust selgub, et noorte oodatav palk on suurem, kui Eesti keskmine töötasu. Palgainfo Agentuuri juhi sõnul mängib palgaootuse juures rolli noore haridustase ja varasema töökogemuse olemasolu. (CVKeskus.ee, 2018). Seega oleks turismitöötajate üldine palgatõus oluliseks teguriks noorte turismitöötajate tõhusamaks motiveerimiseks. Suurema osa uuringus osalenute jaoks on oluline ja motiveeriv, et (tulevane) töökoht korraldaks kollektiivile erinevaid meeskonnamänge ja pakuks täiendkoolituste programme. Mainitud tegurite olulisus on välja toodud ka CV Keskuse kodulehel. Töö autor teeb Eesti kutsekoolidele ettepaneku õpilastele välja tuua ja selgitada, millised on reaalsed turismisektoris makstavad töötasud. Seeläbi on võimalik kummutada eelarvamusi, justkui oleks kõik turismivaldkonnas makstavad palgad madalad, ja samas vältida võimalikke pettumisi, kui reaalne töötasu ei vasta sellele, mida eeldati.

Oskuste kategooriast selgub, et noorte (tulevaste) turismitöötajate arvates on turismivaldkonnas kolm kõige olulisemat oskust suhtlemis- ja teenindusoskus, võõrkeelte oskus ja kiire tegutsemis- ja mõtlemisvõime. Üha enam on hakanud esile kerkima probleem, et mõnedes Euroopa riikides ei osata inglise keelt vajalikul tasemel (Strietska-Iliina & Tessaring, 2005). Seega on oluline, et noored keelteoskust väärtustaksid ja pingutaksid, et vähemalt inglise keel heal tasemel selgeks saada. Enda juures kõige paremini arenenud oskuseks peetakse positiivse teeninduskogemuse pakkumise oskust ja kõige halvemal tasemel on noorte hinnangul nende läbirääkimisoskus. Samas leiavad vastanud, et kõige rohkem oleks neil enda juures vaja arendada probleemide lahendamise oskust. Kuigi kõiki autori poolt välja toodud oskusi hindasid noored enda puhul üsna kõrgeks, ei ole paljud noored veel valmis turismisektoris tööle asumiseks. Veidi üle poole uuringus osalenutest vastas, et on pigem valmis või väga valmis turismivaldkonnas tööle asuma. Sama kinnitab ka OSKA tuleviku-uuring, mille tulemuste kohaselt on majutus- ja toitlustuserialal õppivad noori küll piisavalt palju, aga suur osa noortest ei asu valitud erialal tööle või töötavad sektoris vaid lühiajaliselt (Oska.kutsekoda.ee, 2019). Samas märkisid paljud noored antud küsimuse juures vastuseks „nii ja naa“. Autori arvates on selliste vastuste taga varasema kogemuse puudumine või varasema kogemusega

seonduvad (negatiivsed) emotsioonid ja kogemused. Selleks, et noorte turismiõpilaste oskusi veel arendada, teeb töö autor kutsekoolidele ettepaneku viia noorte seas korra poolaasta jooksul läbi küsitlus, kus palutakse õpilaste hinnangut enda oskustele. Nii on ka õpetajatel ülevaade, mida oleks oluline arendada ning oskuste lihvimisega saaks seeläbi pidevalt tegeleda. Kuigi õpilaste arv erinevates koolides varieerub, võiksid kõik koolid siiski leida aega, et enda turismiõpilaste oskusi ka personaalsemalt ja vajaduspõhisemalt arendada. Seeläbi oleks õpilaste oskused kooli lõppedes kõrgemal ja ühtlasemal tasemel ning tõenäoliselt tunneksid noored ka ise ennast enesekindlama ja rohkem valmis tööle asumiseks.

Turismisektori maine teemaplokist saab järeldada, et noorte jaoks ei ole praktika- ja/või töökohas pakutava ametikoha nimetus kuigi oluline või ei osata selle mõjude osas seisukohta võtta. Selgub ka, et paljud noored turismiõpilased ja/või -töötajad ei ole hilistel õhtutundidel töötamise üle küll rõõmsad, kuid eriti suurel määral asjaolu, et turismivaldkonnas tuleb hilisõhtuti töötada, vastanuid ei häiri. Vähesed leiavad, et õhtuti ja öösiti töötamine on eemaletõukav, mõnede arvates on hilised tunnid aga just meeldivad. Tulemustest saab järeldada, et noored küll näevad ennast turismivaldkonnas töötamas, kuid pigem ei ole turismisektor selline valdkond, kus kuigi pikaajaliselt töötada. Võimalik põhjus, mis sektoris pigem lühiajaliselt töötada soovitakse, võib autori arvates olla turismivaldkonna hooajalisus ja vastuvõtlikkus kriisidele. Samuti võib olla soov sektoris pigem lühiajaliselt töötada seotud valdkonnas makstavate töötasudega ning tööaegadega. Siiski leidub veidi ka neid, kes arvavad, et võiksid turismialal töötada kuni pensionile jäämiseni. Vähesed turismiõpilased leidsid, et nemad turismivaldkonnas tööle ei asu. Tõsiasi, et tuleviku nägemuse küsimuse all ei kasutatud võimalust vastata „muu“, annab põhjust järeldada, et noortel on enda tuleviku osas selged plaanid. Samas ei pea noored turismisektoris töötamist just kuigi prestiižseks, mis võib olla ka põhjus, miks valdkonnas pikaajaliselt töötada ei plaanita. Uuringu tulemustest selgub, et noorte arvates oleks boonussüsteemide pakkumine ettevõtetes üks teguritest, mis üsna tugevalt aitaks turismisektorit nende jaoks atraktiivsemaks muuta. Noorte jaoks motiveerivana tunduv töötasu on suurem kui sektoris realselt makstav keskmine töötasu, mistõttu aitaksid

boonussüsteemid noortel saada nendele sobivamat töötasu. Kõik autori poolt variantidena esitatud erinevad tegurid on noorte arvates üldiselt siiski sellised, millest võiks turismisektori atraktiivsemaks muutmisel kasu olla. Kõige tugevamalt aitaks noorte arvates kaasa paindlik töögraafik. Seda, et paindlik graafik on noorte jaoks oluline, kinnitab ka äritegevuse lõpetama pidanud pitsarestorani Attimo omanik Paolo Moglia väide, et noored eelistavad töötada kellast kellani, saada palju vabu päevi ja mitte töötada nädalavahetuseti (*s.a.*, 30. märts 2023). Samas on oluline leida kesktee noorte töötajate soovide ja ettevõtte võimaluste vahel. Karjäärinõustaja Ann Lara on öelnud, et noored ei ole enam nõus töötama kuus päeva nädalas, 12 tundi päevas, noorte jaoks on oluline töö ja eraelu vaheline tasakaal ja paindlikkus graafiku kujundamisel, noored julgevad enda vajadusi varasemast rohkem välja öelda (O'Connel, 2020). Amanda Nichols, ettevõtte Kronos Incorporated vanemteenindaja on öelnud, et hea viis noori töötajaid ettevõttesse tööle saada, on graafikute ja tööaja übermõtlemine, mitte kõik vahetused ei pea alati algama samal ajal, külastatavuse kellaajalise jälgimisega on lihtsasti võimalik selgeks teha, millal oleks rohkem tööjõudu vaja ja millal vähem. Nicholisi sõnul on noorte jaoks oluline ka see, et võimalused karjäärialaselt edasi liikuda oleksid selgelt märgatavad. (O'Connel, 2020).

Õpingutega seonduva teemaploki vastustest saab järeldada, et Eesti kutsekoolide turismierialadel on noorte motiveerimiseks veel palju teha. Selgub, et paljud noored ei soovitaks enda valitud kooli ja eriala teistele kuigi suure tõenäosusega. Siin võib olla põhjuseks see, et noored on kooli valinud seetõttu, et levib arvamus, et kutsekoolis on lihtsam hakkama saada kui gümnaasiumis ja et kutsekooli on kerge sisse saada. Nimetatud põhjused on sageli noorte jaoks olulisema tähtsusega kui tõsiasi, et valitud eriala neile reaalselt huvi pakub, mistõttu tegelikult õpingutest kuigi suurt rõõmu ei tunta vaid õpitakse lihtsalt selleks, et kutsetunnistus ja haridus kätte saada. Seda kinnitab ka Helen Ojametsa väide, et kutsekoolidesse satub palju neid noori, kes ei tea, mida õppida ja ei ole motiveeritud valitud erialal pingutama. Samas tõdeb Ojamets, et sellised õpilased langevad kiirelt koolist välja ja päriselt saavad hakkama need õpilased, kellel on reaalne huvi eriala vastu. (Ojamets, 2017). Tuleb välja, et mitmed koolid ei näe eriti vaeva, et

motiveerida õpilasi turismisektoris moel või teisel jätkama. Vaid 42 õpilast 101-st vastas, et kool tutvustab noortele tulevikuvõimalusi (edasise õppimine, võimalikud töökohad jne). Töö autor leiab, et edasiste võimaluste tutvustamine on miski, mida iga kool tegema peaks. Antud tegevuse vajadust kinnitab ka tõsiasi, et 42% küsimustikule vastanud noortest ei tea, mida nad peale kooli lõpetamist teevad ja kas üldse turismivaldkonnas jätkavad. Läbi tulevikuvõimaluste tutvustamise oleks koolidel võimalik õpilasi edasiste plaanide tegemisel aidata ja suurendada tõenäosust, et noortest saab õpingute järgselt osa turismivaldkonna motiveeritud ja kvaliteetset tööjõust. Töö autor teeb kutsekoolidele ettepaneku kutsuda vähemalt korra igal poolaastal mõne ettevõtte esindaja enda ettevõtet õpilastele tutvustama. Nii saavad õpilased kõige vahetuma teabe selle kohta, millised on ettevõttes makstavad töötasud, mida ettevõtte teeb, et töötajaid motiveerida, hoida ja arendada ning kui head on võimalused ettevõtte siseseks karjäärireedelil tõusmiseks. Lisaks võiks noortel olla võimalus kohtuda ka edukate vilistlastega, kes saaksid jagada enda lugusid selle kohta, milline on olnud nende teekond õpingutes ja karjääris.

Varasema kogemuse teemaplokist selgub, et kuigi autori poolt välja toodud tegurid on noori varasemas töö- või praktikakohas üsna tugevalt motiveerinud, leidub siiski veel palju, mida paremaks muuta. Kõige vähem on noored rahul olnud töötasu suurusega. Enim oli noori motiveerinud meeldiv töökeskkond ja hea suhe tööandjaga. Tööõnne uurija ja psühholoog Tiina Saar-Veelmaa on öelnud, et ümbritsev keskkond mõjutab otseselt seda, kui õnnelikud inimesed on, ja seda, millised on nende suhted teiste inimestega. Veelmaa võrdleb töökeskkonna kujundamist linnaruumi kujundusega, kus on oluline, et inimesed tahaksid sellesse kohta tulla, seal suhelda ja aega veeta. Saar-Veelmaa sõnul on noorte jaoks oluline ka see, et keskkond oleks jätkusuutlik ja keskkonnasõbralik. Samas ei ole keskkond ainus, mis mõjutab seda, kui õnnelik töötaja on. Seda kinnitab ka uuringu tulemus, millest selgub, et vastanud märkisid õnnelikkuse eelmisel töö- või praktikakohal vähem motiveerivaks kui töökeskkonda. (Avala, 2020). Tuleb välja, et tõenäosus, et noored enda varasemat töökohta või praktikaettevõtet teistele soovitaksid, on 5,5/10%. Antud tulemus on pigem madal ja seetõttu peavad ettevõtted veel palju vaeva nägema, et noored nii rahul oleksid, et soovitaksid ettevõtet meeleldi ka teistele.

Kõik autori poolt Eesti kutsekoolidele tehtud ettepanekud on lisaks eelnevatele lõikudele lühidalt välja toodud ka järgnevas loetelus:

- Reaalsete töötasude tutvustamine ja selgitamine õpilastele (turismisektoris on nii selliseid ametikohti, mida tasustatakse madalamalt, kui ka neid, mille eest makstav töötasu on suurem).
- Ettevõtete esindajate kutsumine kooli, et nad jagaksid enda edulugusid ja õpilased saaksid küsimustele vastused n-ö otse allikast.
- Edukate vilistlaste kutsumine kooli, et nad jagaksid noortega enda teekonda.
- Tulevikuvõimaluste tutvustamine noortele (võimalikud töökohad, edasiõppimine).
- Kord poolaastas õpilaste oskusi puudutava küsitluse läbiviimine, selgitamaks välja, milliseid oskusi oleks vaja rohkem arendada ning millele pole ehk nii palju vaja keskenduda.

Autori ettepanekute elluviimisega oleks kutsekoolidel võimalik enda turismiõpilasi paremini motiveerida ja noorte oskusi arendada ning seeläbi panustada kvaliteetse ja motiveeritud turismisektori tööjõu loomisesse.

KOKKUVÕTE

Noored moodustavad suure osa turismisektori tööjõust. Turismisektor on oma laialdaste võimaluste ja väheste nõuetega varasemale kogemusele tihti esmane valdkond, kus noored tööle asuvad. Küll aga ei ole paljud noored (piisavalt) motiveeritud ega oma vajalike oskusi, pakkumaks kliendile kvaliteetset teenust. Lisaks ei ole turismisektor paljude noorte jaoks siiski piisavalt atraktiivne ja eelistatakse teisi töövaldkondi. Motiveeritud tööjõud on aga ettevõtete jaoks väga oluline, sest mida paremini motiveeritud on töötajad, seda tõhusamat tööd nad teevad.

Käesolevas lõputöös uurib ja analüüsib töö autor, kui motiveeritud on Eesti kutsekoolide noored turismivaldkonna õpilased ja mida noorte arvates teha saaks, et neid tõhusamalt motiveerida ning noorte oskusi paremini arendada. Lisaks analüüsib autor seda, millisena näevad noored turismisektorit kui potentsiaalset töövaldkonda ning kuidas sektorit noorte jaoks atraktiivsemaks muuta. Veel soovis autor lõputöö raames läbiviidud uuringu tulemustele tuginedes teha ettepanekuid Eesti kutsekoolidele, et noori turismiõpilasi paremini motiveerida.

Selleks, et lõputööle seatud eesmärgid täita ja saada vastus püstitatud uurimisküsimusele, viis töö autor läbi kvantitatiivse uuringu. Uuringu läbi viimiseks kasutati LimeSurvey keskkonnas loodud veebipõhist ankeetküsitlust, mille link saadeti mitmetele Eesti kutsekoolidele, kus on võimalik õppida majutus- või teenindusalasel õppekaval. Vastata said kõik õpilased, kellele link kooli poolt edastati, kuid lõputöösse kaasas autor vaid 16–24 aastaste õpilaste vastused. Autor kasutas saadud tulemuste edastamisel kirjeldavat statistikat.

Uuringu tulemustest selgub, et palga järel on noorte jaoks ametikohal olulised ka töökeskkond ja suhted kolleegidega. Selgub aga, et turismisektoris makstav keskmine töötasu ei ole selline, mis motiveeriks noori turismisektoris töötama, mistõttu on uuringus osalejate jaoks oluline, et ettevõtted pakuksid boonuste teenimise süsteemi, mille abil oleks töötajatel võimalik suuremat töötasu teenida. Veel on noorte jaoks tähtis ettevõtte paindlikkus töögraafikute koostamisel. Uuringus osalenute arvates on kõige olulisemad oskused turismisektoris hakkama saamiseks suhtlemis- ja teenindusoskus ning võõrkeelte oskus. Enda puhul hinnati kõige kõrgemalt positiivse teeninduskogemuse pakkumise oskust, kõige madalamalt aga läbirääkimisoskust. Noored peavad oluliseks arendada aja planeerimise oskust. Paljud uuringus osalenud plaanivad tulevikus küll turismisektoris tööle asuda või valdkonnas töötamist jätkata, kuid ei näe turismisektorit kui valdkonda, kus töötada kuni pensionile jäämiseni; samuti ei ole valdkond paljude arvates kuigi prestiižne. Paljud vastanud tunnevad, et on valmis turismisektoris tööle asumata, kuid leidub ka neid, kes selleks veel valmis ei ole. Mitmed uuringus osalenud märkisid, et kool, kus noored õpivad, ei tee piisavalt, et motiveerida õpilasi turismisektoris moel või teisel jätkama ka pärast kutsekooli lõpetamist. Lisaks on koolide soovitusindeks noorte seas väga madal, mistõttu on koolidel veel palju teha, et noori turismiõpilasi motiveerida.

Töö autor tegi lõputöös käsitletud teoreetilistest allikatest ja läbiviidud uuringust saadud andmetele tuginedes Eesti kutsekoolidele ettepanekuid noorte tõhusamaks motiveerimiseks. Esimese ettepanekuna soovib autor koolidel selgitada õpilastele, millised on reaalsed turismisektoris makstavad töötasud, et vältida võimalikke pettumisi ja vähendada arusaama, et kõik turismisektori ametikohad on madalalt tasustatud. Lisaks soovib autor koolidel kutsuda erinevate ettevõtete esindajaid ja edukaid vilistlasi noortele enda edulugusid ja teekonda tutvustama. Nii on noortel võimalik saada vahetut informatsiooni selle kohta, mida turismisektoris töötamine endast kujutab ning võimalusel esinejatest inspiratsiooni ammutada. Autor soovib koolidel noortele ka tulevikuvõimalusi tutvustada, et õpilased teaksid, kuhu neil on võimalik edasi õppima asuda, või mis on reaalsed töökohad, kus tööle asuda, samuti kuidas sobivais töökohti leida. Viimase ettepanekuna soovib autor koolidel kord poolaasta jooksul lasta noortel

hinnata enda erinevaid teenindusalaseid oskusi, et selgitada välja, millised oskused vajavad rohkem arendamist. Nii on koolidel võimalik tegeleda reaalse arendamist vajavate aspektidega ja tagada õpilaste seas ühtlasem tase.

Lõputööle seatud eesmärk täideti ja püsitatud uurimisküsimusele saadi töös ammendav vastus. Käesolev lõputöö on kasulik kõigile kutsekoolidele, kus on võimalik turismialasel õppekaval õppida. Töös tehtud ettepanekute elluviimisega on koolidel võimalik noori paremini motiveerida ja õpilaste oskusi arendada ning suurendada võimalust, et noored ka päriselt turismisektoris tööle asuvad. Lisaks kutsekoolidele leiavad käesolevast lõputööst olulist teavet ka ettevõtted, kes suvehooajal noori tööle võtavad, et olla paremini kursis noorte ootuste ja vajadustega ning töötajaid paremini motiveerida. Autori arvates oleks oluline edaspidiste uuringutega välja selgitada ka pikema tööstaažiga turismitöötajate motiveeritust mõjutavad asjaolud ning leida viise, kuidas neidki paremini motiveerida.

VIIDATUD ALLIKAD

Alqusayer, A. (2016). Drivers of Hotel Employee Motivation, Satisfaction and Engagement in Riyadh, the Kingdom of Saudi Arabia. Rochester Institute of Technology. RIT Scholar works.

Apuke, O., D. (2017). Quantitative Research Methods : A Synopsis Approach. Researchgate. DOI: 10.12816/0040336.

Auckland Tourism, Events and Economic Development & Tourism Industry Aotearoa. (2018). *Tourism youth perceptions research report*. Auckland ourism, events and economic develeopment & Tourism Industry Aotearoa. <https://www.tia.org.nz/assets/Uploads/33a1037041/Summary-Tourism-Youth-Perceptions-FINAL-digital.pdf>

Avala. (2020). Tööõnne uurija: noored ei ole nõus minema tööle sinna, kus toimub raiskamine. *Postimees.ee*. <https://www.postimees.ee/7084086/tooonne-uurija-noored-ei-ole-nous-minema-toole-sinna-kus-toimub-raiskamine>

Bouronikos, V. (2021, December 16). *Why Tourism is Ideal for Youth Employment*. Institute of Entrepreneurship Development. <https://ied.eu/blog/why-tourism-is-ideal-for-youth-employment/>

Brenda, K. (2015). Employee's Motivation to work in a Hotel Industry *Industry*. [Bakalaureusetöö, Laurea University of Applied Sciences, local unit Kerava]. Theseus. <https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/94438/Thesis%20pdf.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bukhari, S., A.; Jain, M., P; Akhtar, A. & Wani, A., Z. (2022). In-Demand Lodging Management Competencies In Hospitality; Industry And Academic Perspective. *Journal of Positive School Psychology*. Vol. 6, No. 6, 1234–1245

Chandigarh Group of Colleges. (n.d.). Skills to Make an Outstanding Career in Hotel Management. Chandigarh Group of Colleges. <https://www.cgc.edu.in/blog/skills-to-make-an-outstanding-career-in-hotel-management>

Cleave, P. (2022). *How To Measure Employee Motivation*. SmartSurvey. <https://www.smartsurvey.co.uk/blog/how-to-measure-employee-motivation>

CVKeskus.ee. (2018). *Noored soovivad teenida enam kui 1400 eurot kätte*. CVKeskus.ee. <https://www.cvkeskus.ee/karjaarikeskus/tooturu-uudised/palk/noored-soovivad-teenida-enam-kui-1400-eurot-katte>

Dinesh, N & Rajasekaran, N. (2018). *Impact of employee net promoter score in organisational growth*. Researchgate.net. [Volume 5 i issue 4 i oct.– dec. 2018]

Furnham, A., MacRae, I., Tetchner, J. (2021). *Measuring work motivation: The facets of the work values questionnaire and work success*. Online Library. <https://doi.org/10.1111/sjop.12723>

Giannotti, F. (n.d.). *Top 10 hospitality and tourism soft skills*. EHL Insights. <https://hospitalityinsights.ehl.edu/top-10-soft-skills-hospitality-tourism>

Goh, E. & Okumus, F. (2020). Avoiding the hospitality workforce bubble: Strategies to attract and retain generation Z talent in the hospitality workforce. *Tourism Management Perspectives*. Volume 33, January 2020, 100603. <https://repofeb.undip.ac.id/570/1/1-s2.0-S2211973619301357-main%202019-12-06%20%28Elsevier%29.pdf>

Hasan, N. A., Mutalib, A.H., Sabri, S.M. (2019). Exploring the elements of employees' motivation in hospitality Industry. *Journal of Tourism, Hospitality and Environment Management*. Researchgate.

https://www.researchgate.net/publication/332110447_Elements_of_Employees'_Motivation_in_Hospitality_Industry

Jefferis, J. & Hutchinson, H. (2020). A new perspective on the soft skills hospitality management students need to be successful in the hospitality industry: Meeting the gold standard and the Soft Skills Index. *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally*.

https://scholarworks.umass.edu/ttra/2020/research_papers/32

Johnson, J., Irizarry, M., Nguyen, N. & Maloney, P. (2018). *Part 1: Foundational Theories of Human Motivation*. MOTIVATION 101: A GUIDE FOR PUBLIC SERVANTS. University of Central Florida.

<https://stars.library.ucf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1000&context=motivationforpublicservants>

Kenton, W. (2022). *What Are Soft Skills? Definition, Importance, and Examples*. Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/s/soft-skills.asp>

MaCorr. (2023). Sample Size Calculator. <https://www.macorr.com/sample-size-calculator.htm>

Majandus- ja kommunikatsiooniministeerium. (2022). *Turismistrateegia 2022-2025 it's about time*. Majandus- ja Kommunikatsiooniministeerium. <https://www.mkm.ee/uudised/minister-kinnitas-turismi-arengusuunad-aastateks-2022-2025>

Newsom, W.,B. (1990). Motivate Now! *Personnel Journal*. volume 69, No2 p 50-55.

O'Connel, B. (2020). Hotel Industry to Younger Workers: We Feel Your Pain. *SHRM*. <https://www.shrm.org/resourcesandtools/hr-topics/people-managers/pages/hospitality-attracting-young-workers-.aspx>

Ojamets, H. (2017). Kutsekooli õpetaja: kutsekool ei ole gümnaasiumi vaene sugulane!. *Delfi.ee*. <https://www.delfi.ee/artikkel/79494726/kutsekooli-opetaja-kutsekool-ei-ole-gumnaasiumi-vaene-sugulane0>

Oska.kutsekoda.ee (2019). *Õppijaid on, töötajaid napib*. Sihtasutus Kutsekoda. <https://oska.kutsekoda.ee/oppijaid-on-tootegijaid-napib/>

(s.a.). 2023. *Armastatud pitsarestoran sulgeb oma ukсед: eesti noored tahavad mugavat ametit!*. *Tv3.ee*. <https://www.tv3.ee/3-portaal/paevakaja/armastatud-pitsarestoran-sulgeb-oma-uksed-eesti-noored-tahavad-mugavat-ametit/>

Rao, D., V., M; Hunggahalli, M.P. & David, A. (2022). *Refined Model of Maslow's Needs Theory in Internet Era*. Organization and Human Capital Development (ORCADEV). DOI:10.31098/orcadev.v1i1.858

Statistikaamet. (2021). *HT569: KUTSEHARIDUSE OMANDAMINE | Näitaja, Sugu, Õppevaldkond ning Aasta*. [andmebaas]. https://andmed.stat.ee/et/stat/sotsiaalelu__haridus__kutseharidus/HT569/table/tableViewLayout2

Statistikaamet. (2021). *HT294: KÕRGHARIDUSE OMANDAMINE | Näitaja, Õppeliik, Õppevaldkond ning Aasta*. [andmebaas]. https://andmed.stat.ee/et/stat/sotsiaalelu__haridus__kergharidus/HT294/table/tableViewLayout2

Statistikaamet. (s.a.) . *Palgavõrdlus*. <https://palgad.stat.ee/#>

Strietska-Ilina, O. & Tessaring, M. (2005). *Trends and skill needs in tourism*. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities. https://www.cedefop.europa.eu/files/5161_en.pdf

Tööheaolu.ee (2018). *Noor töötaja soovib tagasisidet ning toetavat kollektiivi*. Tööheaolu.ee. <https://www.xn--theaolu-90aa.ee/lugemist/noor-tootaja-soovib-tagasisidet-ning-toetavat-kollektiivi>

Walbaum, R. (n.d.) *The need for talented employees in the hotel and tourism industry*. EHL Insights. <https://hospitalityinsights.ehl.edu/talented-employees-hotel-tourism-industry>.

20 huvitavat lahendust, kuidas motiveerida oma töötajaid ilma palka tõstmata. (2016, juuni 16). <https://www.cvkeskus.ee/karjaarikeskus/personaliotsing/tookeskkond-ja-tootajate-rahulolu/20-huvitavat-lahendust-kuidas-motiveerida-oma-tootajaid-ilma-palka-tostmata>

Lisa 1. Küsitluse ankeet

Osa A: Taust

Selles küsimuste rühmas palun Sul vastata mõnele üldisele küsimusele sinu kohta!

A1. Vanus

- 16
- 17
- 18
- 19
- 20
- 21
- 22
- 23
- 24
- vanem
- noorem

A2. Sugu

- Naine
- Mees
- Muu

A3. Milline on Sinu varasem kogemus turismiteeninduses ?

- Oman varasemat töökogemust
- Oman varasemat praktikakogemust
- Oman varasemat töö- ja praktikakogemust
- Varasem kogemus puudub

A3. Milline on Sinu varasem kogemus turismiteeninduses ?

- Oman varasemat töökogemust
- Oman varasemat praktikakogemust
- Oman varasemat töö- ja praktikakogemust
- Varasem kogemus puudub

A4. Mitmendal kursusel Sa õpid ?

- I
- II
- III

Lisa 1. järg

C3. Millist oskust väljatoodud variantidest sooviksid enda puhul kõige enam arendada?

- Kirjalik suhtlemisoskus
- Suuline suhtlemisoskus
- Probleemide lahendamise oskus
- Läbirääkimisoskus
- Positiivse teeninduskogemuse pakkumine kliendile
- Multifunktsionaalsus (võime ja oskus täita erinevaid tööülesandeid)
- Aja planeerimise oskus
-

C4. Kui oluliseks pead töökohal ettevõttesisest karjääriredelil tõusmise võimalust?

1 = ei ole üldse oluline, 2 = ei ole eriti oluline, 3 = nii ja naa, 4 = on veidi oluline, 5 = on väga oluline

- Ei ole üldse oluline
- Pigem ei ole oluline
- Nii ja naa
- Pigem on oluline
- On väga oluline

C5. Kuidas hindad enda valmisolekut turismisektoris tööle asumiseks?

1 = ei ole üldse valmis, 5 = olen väga valmis

- Ei ole üldse valmis
- Pigem ei ole valmis
- Nii ja naa
- Olen üsna valmis
- Olen väga valmis

Osa D: Turismisektori maine

Selles plokis olevad küsimused puudutavad turismisektori mainet ja seda, millisena Sina sektorit näed.

D1. Kuidas on Sind mõjutanud töö- või praktikakoha valiku juures pakutava ametikoha nimetus?

1 = ei mõjuta üldse, 5 = mõjutab tugevalt

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

0

Lisa 1. järg

D2. Kuidas mõjutab Sind asjaolu, et turismiteeninduses tuleb tihti töötada ka hilistel õhtutundidel ja öösi?

On eemaletõukav

Häirib veidi, kuid ei ole põhjus tööst loobumiseks

Ei häiri üldse

Õötunnid ei ole minu lemmikud, kuid neil töötamine ei ole ebameeldiv

On tore vaheldus päevastele vahetustele

Töötan meeleldi hilisõhtuti ja öösi

|

D3. Millisena näed enda tulevikku turismisektoris?

valdkonnana, kus võiksid töötada pensionile jäämiseni

valdkonnana, kus võiksid töötada pikaajaliselt, kuid mitte pensionile jäämiseni

valdkonnana, kus võiksid töötada lühiajaliselt

valdkonnana, kus ei soovi töötada

Muu

D4. Kui prestiižseks pead turismiteeninduses töötamist?

1 = üldse mitte, 5 = väga

1

2

3

4

5

D5. Mil määral aitavad järgmised tegurid turismivaldkonda atraktiivsemaks muuta?

	Üldse ei aita	Pigem ei aita	Nii ja naa	Pigem aitab	Väga aitab
Boonusüsteemide pakkumine töökohal	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ettevõtete edulugude jagamine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Töötajate vaheline võrdsus (sh. palgas)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Head võimalused karjääriredelil tõusmiseks	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paindlik graafik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lisa 1. järg

Osa E: Õpingutega seonduv

Selles rühmas on Sinu õpinguid ja tulevikuplaane puudutavad küsimused.

E1. Millises koolis Sa õpid?

- Olustvere Teenindus- ja Maamajanduskool
- Tartu Rakenduslik Kolledž
- Haapsalu Kutsehariduskeskus
- Rakvere Ametikool
- Tallinna Teeninduskool
- Pärnumaa Kutsehariduskeskus
- Valgamaa Kutseõppekeskus
- Kuessaare ametikool

E2. Kuidas motiveerib Sinu kool oma õpilasi turismi sektoris jätkama?

- Kutsub vilistlasi enda edulugusid jagama
- Tutvustab tulevasi võimalusi. (edasiõppimine, võimalikud töökohad)
- Tutvustab täiendkoolituste võimalusi
- Mitte midagi mainitustest
- Muu

E3. Millised on Sinu tulevased turismisektori alased plaanid pärast kooli lõpetamist?

- Asun tööle turismisektoris
- Jätkan tööd turismisektoris
- Jätkan turismialaste õpingutega
- Jätkan töötamist ja õppimist turismisektoris
- Lahkun turismisektorist
- Ei oska öelda

E4. Kui suure tõenäosusega soovitaksid kooli ja eriala, kus Sa õpid, enda sõpradele ja tuttavatele?

1 = kindlasti ei soovita, 10 = kindlasti soovitatan

Soovitatavus

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Lisa 1. järg

E5. Miks otsustasid just sellesse kooli ja sellele erialale õppima asuda?

Vali kõik sobivad variandid!

- midagi oli vaja peale põhikooli õppida
- kooli oli lihtne sisse saada
- kutsekoolis on lihtsam kui gümnaasiumis
- kool asub kodule lähedal
- sõber õpib siin / tuli ka siia õppima
- perekond/ tuttavad soovitasid
- kool jättis hea mulje
- soovisin just seda eriala õppida
- muu

Osa F: Varasem kogemus

Järgnevad küsimused puudutavad Sinu varasemat töö- ja/või praktikakogemust.

F1. Mil määral motiveerisid Sind eelmisel või praegusel töö-või praktikakohal järmsed tegurid

1 = üldse mitte, 5 = väga

	1 = ei motiveeritud üldse	2 = pigem ei motiveeritud	3 = nii ja naa	4 = motiveeris veidi	5 = motiveeris väga	Ei oska vastata
Mugavus (kui mugav on tööle jõuda)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Õnnelikus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Töö keskkond	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Soov ja tahe tööd teha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suhted kolleegidega	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Huvi töö vastu	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Töötasu suurus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Suhe tööandjaga	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Uute teadmiste saamine	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

F2. Kui tõenäoliselt soovitaksid enda praegust/viimast töö/praktikakohta enda sõpradele ja tuttavatele?

1 = kindlasti ei soovitaks, 10 = kindlasti soovitaksin

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Soovitatavus	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

SUMMARY

MOTIVATING YOUNG STUDENTS IN ESTONIAN VOCATIONAL SCHOOLS' TOURISM PROGRAMMES

Triinu Tatar

Young employees, including students, have an important role in the workforce of the tourism sector, especially during high season. Tourism sector offers a lot of opportunities for both those who already have previous experience in tourism and for those who do not. Therefore, there are a lot of employees who work mostly out of need for money, but are not interested in a specific position and in quality service. Tourism sector is often not attractive enough for the young workforce, mostly due to the low salaries in the tourism. There is also an understanding that tourism sector has a low reputation. (Auckland Tourism, Events and Economic Development, 2018). Not enough studies have been conducted about the motivation of younger employees in the tourism sector. As commercial success is directly linked to the motivation of employees more companies have started to value highly motivated workers. Motivation consists of numerous elements, including working environment and good relations with colleagues and management. (Hasan *et al.*, 2019, pg. 14). There are many ways to keep employees motivated, for example providing flexible schedules and bonus systems (Goh & Okumus, 2020, pg. 2). Some of the most required skills, among others, in the tourism sector are: good customer service, teamwork, knowledge of languages, communication skills and multifunctionality (Giannotti, *n.d.*). Young employees feel, that they need to improve

their communication and negotiation skills, however their problem-solving skills and critical thinking are well developed, in their own opinion (Jefferis & Hutchinson, 2020, pg. 17). The easiest and most effective way to find out how motivated one's employees are, is to conduct a survey (Furnham *et al.*, 2021), using eNPS score is also one of the more effective ways to assess the employees' satisfaction with their job and the company (Dinesh & Rajasekaran, 2018).

This thesis examines how motivated are the students along with the younger student-employees in the tourism sector and how to motivate them more effectively. The aim of the study was to pin-point the motivation levels of Estonian students studying the tourism sector. In addition the author aims to make suggestions to vocational schools of Estonia on how to motivate their students more effectively. The data of this study was collected by using a survey- questionnaire. Participants of the survey had to answer 25 questions on the following topics:

- demographic indicators,
- motivation,
- skills,
- reputation of tourism sector,
- current studies,
- previous experience.

The sample consisted of people at the age of 16-24, who study in the tourism programme in a vocational school in Estonia. Statistical analysis was used to dissect the results of the survey. There were 101 respondents, therefore the confidence level of this study is 95%, with the confidence interval of 9%.

83% of the people surveyed were female and 67% of the people were aged between 16-18. 67% of the respondents have a previous experience in tourism, while 33% have no experience at all. Results of the study show that for motivating young people, in addition to salary, the work environment and relationships with colleagues are also important factors in the workplace. However, the average salary paid in the tourism industry is not

motivating enough for young people to work in the sector. The respondents' expectations of the salary (1165€) exceed the average salary paid in the tourism sector (1116€). Therefore, it is important for the companies to offer a bonus system that would allow employees to earn higher wages. Flexibility in scheduling is also important for young people. According to the participants of the study, flexibility in creating schedules is the most important factor for them. Additionally, in their opinion, the most important skills required to work in the tourism industry are communication and customer service skills, along with proficiency in foreign languages. When it came to assessing their own skills, the ability to provide a positive customer service experience was rated the highest, while negotiation skills were rated the lowest. Young people also consider time management skills to be important and worth developing. Many of the participants plan to start or continue working in the tourism sector in the future however they do not see it as a field they would continue working in until retirement. Additionally, a number of them do not see the industry as particularly prestigious. While many respondents are willing to work in the tourism sector, there are also those who are not yet ready to do so. Several participants of the study noted that the school they study at does not do enough to motivate students to pursue a career in the tourism industry after graduating. In addition, the recommendation index for schools among young people is very low (2%), so schools still have a lot to do to motivate young students in the tourism field.

Based on theoretical sources and the conducted study the author of this thesis makes following suggestions to Estonian vocational schools:

- to introduce and explain real wages paid in tourism sector to students, in order to avoid possible disappointments, and also making them that not all wages paid in tourism sector are low;
- inviting company representatives to the school to share their success stories, providing the students with an opportunity to get answers to their questions directly from the source;
- inviting successful alumni to the school to share their journey with students;

- introducing future opportunities to students (possible jobs and opportunities for further education);
- conducting a survey about students' skills once every six months, in order to find out which skills need to be developed more and which might need less focusing on.

The goal set for the thesis was fulfilled and an extensive answer to the established research question was obtained in the paper. This thesis is useful for all vocational schools where it is possible to study in a tourism related programme. In addition to vocational schools, companies that employ youth during the summer season will also find important information from this thesis in order to be better informed about the expectations and needs of young employees and how to motivate employees more effectively. In the author's opinion, it would be beneficial to research the circumstances affecting the motivation of employees in the tourism field, who have been in service longer and find ways to motivate them better.

Lihtlitsents lõputöö elektroonseks avaldamiseks

Mina, Triinu Tatar

1. annan Tartu Ülikoolile tasuta loa (lihtlitsentsi) minu loodud teose “NOORTE TURISMIÕPILASTE MOTIVEERITUS EESTI KUTSEÕPPES“, mille juhendaja on Karit Jäärats, reprodutseerimiseks eesmärgiga seda säilitada, sealhulgas lisada digitaalarhiivi DSpace kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
2. Annan Tartu Ülikoolile loa teha punktis 1 nimetatud teos üldsusele kättesaadavaks Tartu Ülikooli veebikeskkonna, sealhulgas digitaalarhiivi DSpace kaudu Creative Commons'i litsentsiga CC BY NC ND 4.0, mis lubab autorile viidates teost reprodutseerida, levitada ja üldsusele suunata ning keelab luua tuletatud teost ja kasutada teost ärieesmärgil, kuni autoriõiguse kehtivuse lõppemiseni.
3. Olen teadlik, et punktides 1 ja 2 nimetatud õigused jäävad alles ka autorile.
4. Kinnitan, et lihtlitsentsi andmisega ei riku ma teiste isikute intellektuaalomandi ega isikuandmete kaitse õigusaktidest tulenevaid õigusi.

Triinu Tatar

19.05.2023