

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Metsätalouden koulutus

Niilo Immonen

SUOMALAISEN METSÄALAN YRITYKSEN TYÖNANTAJAKUVAN
KARTOITTAMINEN VIIME AIKONA TYÖLLISTYNEIDEN
TYÖNTEKIJÖIDEN KESKUUDESSA

Opinnäytetyö
Kesäkuu 2020



OPINNÄYTETYÖ
Kesäkuu 2020
Metsätalouden koulutus

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
+358 13 260 600 (vaihde)

Tekijä
Niilo Immonen

Nimeke
Suomalaisen metsäalan yrityksen työnantajakuvan kartoittaminen viime aikoina työllistyneiden työntekijöiden keskuudessa

Tiivistelmä

Tutkimuksessa kartoitettiin suomalaisen metsäalan yrityksen sisäistä työnantajakuvaa. Tavoitteena oli, että tutkimusta käyttämällä kyseinen yritys pystyisi kehittämään omaa työnantajakuvaansa.

Tutkimus suoritettiin haastattelemalla 15 yrityksen työllistämää henkilöä, joiden valmistumisesta oli kulunut alle viisi vuotta. Haastattelut suoritettiin teemahaastatteluna ja keskustelut nauhoitettiin. Nauhoitukset litteroitiin ja litteroitua aineistoa käytettiin luomaan toistuvuuksia ja määrää kuvaavia diagrammeja. Tuloksia analysoitiin diagrammeihin-, sekä esille tullessiin kokemuksiin pohjautuen.

Yrityksen sisäisestä kuvasta tuotiin esille monia asioita, jotka pääpiirteiltään olivat positiivisia. Haastateltavat luottivat työnantajaansa ja näkivät sen tulevaisuuden kirkkaana. Haastateltavat toivat esille paljon kehittämiskohteita, jotka ovat myös kuvattuna diagrammeihin. Merkittävimpinä kehittämiskohteina haastateltavat näkivät tietoturvallisuuden sekä työturvallisuuden. Tutkimuksen loppuun on listattu erilaisia konkreettisia toimia, joita toteuttamalla yritys pystyy edelleen kehittämään omaa kuvaansa.

Kieli
Suomi

Sivuja 49
Liitteet 2
Liitesivumäärä 2

Asiasanat
Työnantaja, yritykset, haastateltava, metsä



THESIS
June 2020
Degree Programme in Forestry

Tikkarinne 9
80200 JOENSUU
Finland
Tel. +358 13 260 600 (switchboard)

Author
Niilo Immonen

Title
Survey of an employer image for a Finnish forestry company among recently employed workers

Abstract

Goal of this research was to survey Finnish forestry company's employer image. Idea of the research was that company could use this document to help the company to improve their inner company image.

Research were accomplished by interviewing 15 company's employees, on who had graduated inside of past five years timespan. Interviews were done as theme interview and they were voice recorded. The records were transcribed and written material was used to create diagrams, that shows risen themes and their volume. Results were analysed from the diagrams, but also from the subjects that the interviewees brought up.

The company's inner image were brought up many subjects, that were mainly positive. The interviewees generally trusted their employer and saw it's future as bright. The interviewees came up as the most important needs for improvement as information security and work safety. At the end of the research is listed concrete examples, on which implementing, the company can further improve it's inner image.

Language
Finnish

Pages 49
Appendices 2
Pages of Appendices 2

Keywords
Employer, businesses, interviewee, forest

Sisältö

1. Johdanto	5
2. Suomalaisen metsäyrityksen työnantajakuva	6
2.1 Työntekijä, Työnantaja, työsuhde ja yritys	6
2.2 Työnantajakuva	7
2.2.1 Määritelmä	7
2.2.2 Merkitys	8
2.2.3 Hyödyt	9
2.2.4 Työnantajakuvaan vaikuttavat tekijät	9
2.3 Metsäala Suomessa	9
2.4 Metsäalan tulevaisuuden näkymiä	10
2.5 Aikaisempi tutkimus	12
3. Tavoite	12
4. Haastattelututkimus	12
4.1 Haastattelun toteutus	13
4.2 Haastateltavat	15
4.3 Aineiston käsittely	15
5. Tulokset ja niiden analysointi	16
5.1 Keskivertoinen haastateltava	16
5.2 Työmarkkinoille siirtyminen	17
5.3 Yrityksen esilläolo opintojen aikana	19
5.4 Opittuja asioita ennen ja jälkeen yritykseen siirtymistä	21
5.5 Yrityksen kokeminen ja näkeminen	23
5.6 Oman roolin ja ajankäytön kokeminen yrityksessä	24
5.7 Työnantajan arvomaailma ja niiden toteutuminen	28
5.8 Yrityksen tulevaisuus ja haasteet	31
5.9 Jatkokoulutus	34
5.10 Tulevaisuuden osaajat	36
6. Tulosten arviointia	38
6.1 Yhteenveto ja lopputulos	38
6.2 Tutkimuksen tarkastelu	39
6.3 Lisähuomioita tutkimuksesta	41
7. Pohdinta	45
Lähteet	48

Liitteet

- Liite 1 Haastattelulomake
- Liite 2 Lähestymisviesti

1. Johdanto

Metsäala on jatkuvassa muutoksessa, etenkin viimeaikoina kiihtyneen teknologian ja digitalisaation kehityksen tuomien mahdollisuuksien johdosta. Metsäalalla työskentelevillä ja metsiä omistavilla on ollut korkea keski-ikä, mutta keski-ikä on laskusuunnassa. Kun vanhempi ikäpolvi, joka nosti suomalaisen metsätalouden maailman huipulle väistyy, on uuden, nuoremman sukupolven aika pitää ala korkealla. Nuorempi ikäpolvi on kasvanut teknologisen kehityksen mukana, joten teknologinen osaaminen on vanhempaa ikäpolvea mahdollisesti parempi.

Suomalainen metsäyrittäjä luonnollisesti haluaa kehittyä ja kasvaa, ja tarjota parhaita mahdollisia palveluita sekä tuotteita asiakkailleen. Kun kehitys on positiivista, se luo yrityksestä hyvän kuvan, mikä tukee myös työnantajakuvaakin. Monelle ammattilaiselle on varmasti tärkeää näyttäytyä mahdollisimman hyvänä työntekijänä. Yrityksen tavoitteena on olla vastuullisesti mahdollisimman kannattava. Yritys pystyykin turvaamaan tulevaisuutensa kaikkein parhaiten olemalla alalla työskenteleville työntekijöille mahdollisimman houkutteleva, jotta kaikkein taidokkaimmat työntekijät kiinnostuisivat yrityksestä.

Opinnäytetyö tutkii suomalaisen metsäalan yrityksen sisäistä työnantajakuvaakin. Tavoitteena työllä on kartoittaa yrityksen sisäistä kuvaa viimeaikoina valmistuneiden työntekijöiden keskuudessa.

Tietoa hyödyntämällä yritys pystyy kehittämään toimintaansa nykyisille työntekijöilleen, sekä parantamaan imagoaan houkuttelevammaksi yrityksen ulkopuolisille ammattilaisille. Tutkimuksessa haastatellaan viimeaikoina valmistuneita metsäalan ammattilaisia ja selvitetään työntekijöiden työnantajakuvaakin. Lisäksi kysytään myös haastateltavien opintojen aikana ollutta ja koettua kuvaa yrityksestä työnantajana.

2. Suomalaisen metsäyrityksen työnantajakuva

2.1 Työntekijä, työnantaja, työsuhde ja yritys

Opinnäytetyön keskiössä on työntekijä ja työnantaja sekä näiden välinen suhde. Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää työntekijöiden kokemusperustainen kuva työnantajastaan.

Työntekijä on henkilö, joka antaa fyysisen tai henkisen työpanoksensa jonkin asian hoitamiseen (Tieteen termipankki 2020).

Henkilö joka palkkaa vastaan tekee työtä työnantajalle tämän johdon ja valvonnan alaisena (Kielitoimiston sanakirja 2020).

Työnantaja on henkilö, organisaatio tai muu taho, millä on jokin asia, minkä hoitamiseen tämä palkkaa tai muuten sopii toisen henkilön suorittamaan puolestaan (Tieteen termipankki 2020).

Luonnollinen t. oikeushenkilö, joka käyttää korvausta vastaan palveluksessaan vierasta työvoimaa, ansiotyön teettäjä (Kielitoimiston sanakirja 2020).

Työsuhteella tarkoitetaan työntekijän ja työnantajan sopimaa suhdetta, millä osapuolet sopivat kummankin puolen ehdoista, velvollisuuksista ja oikeuksista (Tieteen termipankki 2020).

Työnantajan ja työntekijän välinen (työsopimukseen perustuva) oikeussuhde (Kielitoimiston sanakirja 2020).

Työntekijä on käytännössä tuotantotekijä, mikä tarjoaa omaa työpanostaan sitä tarvitsevalle työnantajalle. Työnantaja taas puolestaan tarjoaa työntekijälle tehdystä työstä palkkaa sekä mahdollisia muita etuja ja oikeuksia. Yritys on kuitenkin paljon muutakin kuin vain työnantaja. Sillä on ensisijaisesti vastuu tuloksesta, mitä ilman yrityksen toiminta on kannattamatonta ja työntekijöiden työsuhde lyhytaikaista. Tulosta pitäisi tehdä kovassa kilpailutilanteessa, laeissa säädetyillä pelisäännöillä reilusti sekä avoimesti. Yritys on riippuvainen työntekijöistään ja siitä, miten työntekijät näyttävät yrityksen ulkopuolelle ja mitä he kertovat siitä. Yrityksen koosta riippumatta jokainen työntekijä on tärkeä yritykselle tuloksen ja yrityskuvan kannalta.

2.2 Työntajakuva

Opinnäytetyössä tarkastellaan sekä sisäistä että ulkoista työntajakuvaa. Sisäinen työntajakuva heijastuu haastateltavien kokemuksissa. Tutkimuksessa selvitetään metsäalan yrityksen työntajakuvaa. Asiaa selvitetään viime aikoina valmistuneilta metsäalan ammattilaisilta, jotka työskentelevät yrityksessä.

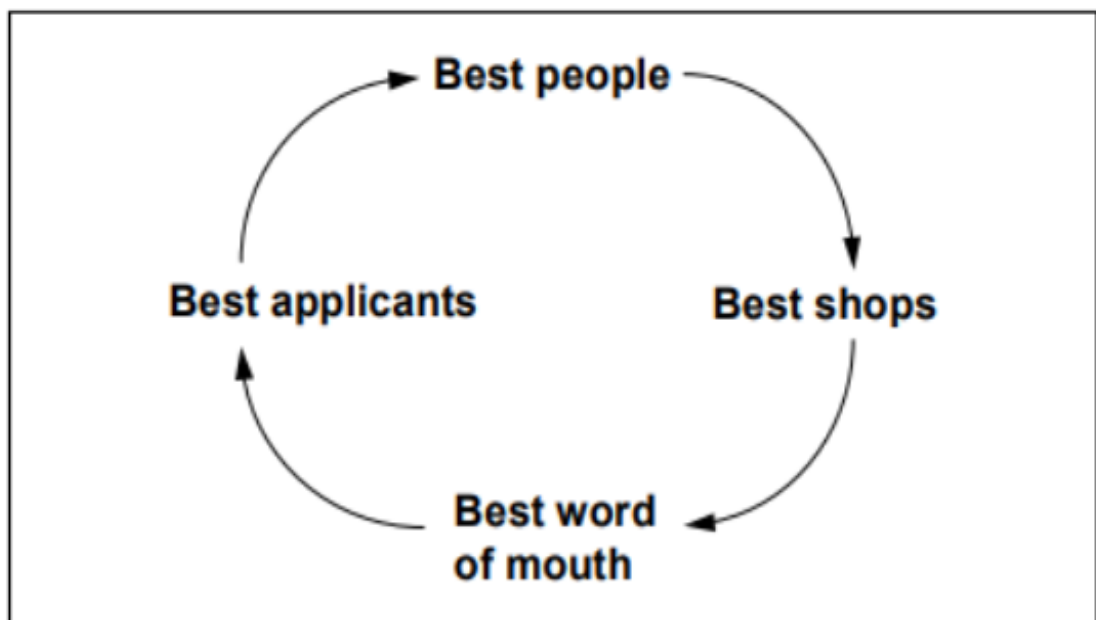
Ulkoista työntajakuvaa selvitetään kysymyksillä, jotka pohjautuvat opiskeluaikana haastateltaville syntyneeseen mielikuvaan kyseisestä yrityksestä. Sisäistä työntajakuvaa peilataan ulkoiseen työntajakuvaan, jotta voidaan arvioida, onko yrityksen toiminnalla ollut vaikutusta haastateltavien mielikuviin. Onko työntajakuva muuttunut?

2.2.1 Määritelmä

Työntajakuvan merkitys yritykselle on ymmärretty taloustieteessä jo pitkään, mutta itse termin ”työntajakuva” (Employer Brand) esittelivät ensimmäistä kertaa Ambler & Barrow tieteellisessä julkaisussaan ”The employer brand” vuonna 1996. Tutkijat määrittelivät työntajakuvan tarkoittavan kolmea perusajatusta, mitä niiden kokija ajattelee yrityksestä: käytännön hyötyä (functional benefit), taloudellista hyötyä (money/economic benefit) sekä psykologista hyötyä (psychological benefits). Ambler ja Barrow lisäävät, että työntajakuvalla on myös persoona (personality), ja sen pystyy asemoimaan (positioned) samalla tavalla kuin tuotekuvan. (Ambler & Barrow 1996. 8 - 9.) Hyötyjä kuvataan julkaisussa esimerkein: Käytännön hyöty ei muodostu lapion laadusta, vaan siitä, että lapio edistää kykyä kaivaa paremmin. Taloudellinen hyöty ei kuvaa tavaran arvoa, vaan sitä, kuinka hyvä kauppaa tavara edustaa. Psykologinen hyöty on enemmän sormuksen antajan ja vastaanottajan mielestä, kuin mitä sen käytännön ja taloudellisella arvolla voidaan mitata. Amblerin & Barrowin tutkimuksen pohjalta, työntajakuva tutkimus-, sekä näkökulmat ovat yleistyneet.

2.2.2 Merkitys

Sullivanin (2004) julkaisun mukaan työnantajakuva on suunnattua ja pitkäaikaisen strategiaan pohjautuvaa hallintaa työnantajakuvasta työntekijöille, sekä potentiaalisille työntekijöille. Hyvän, eli onnistuneen työnantajakuvan merkitys on moniulotteinen, kun taas huono, eli epäonnistunut työnantajakuva merkitsee vaikeuksia yrityksen jatkuvuuden kannalta. Moroko & Uncles julkaisussaan ”Characteristics of successful employer brands” (2008) väittävät, että firmat mitkä tietoisesti rakentavat työnantajakuvaa, ovat jatkuvasti saaneet etulyöntiaseman palkatessaan kaikkein halutuimpia työntekijöitä, verrattuna kilpailijoihin, jotka eivät ole onnistuneet työnantajakuvan rakentamisessa niin hyvin. Tämä viittaisi siihen, että yritykset, jotka pyrkivät näkemään työntekijät inhimillisenä pääomana, pärjäävät kilpailijoitaan paremmin. Moroko & Uncles perustelevat tätä väittämällä, että työnantaja pyrkii valitsemaan sellaiset työntekijät, jotka haluaa tuoda työnantajalleen enemmän hyötyä vahvistamalla tämän luomaa työnantajakuvaa. Näinollen ruokkien itse itseään. Hyvä ja onnistunut sisäisen työnantajakuva heijastuu ulkopuolelle myynti ja palvelutuloksien laadussa ja määrässä.



Kuva 1. 'Link between quality of employees and quality of product/service' (Ambler & Barrow 1996, 2).

2.2.3 Hyödyt

Työnantajakuvaan luomisen, ylläpidon ja hallinnoinnin keskiössä ovat henkilöstöhallinnon, markkinoinnin ja viestinnän sekä johtoportaalle henkilöt. (Moroko & Uncles 2018, 196.) Kun yritys tarjoaa työntekijälleen vastinetta Amblerin ja Barrowin mainitsemille hyödyille, pystyy työntekijä puolestaan tarjoamaan työnantajalle sitoutumista, positiivista kuvaa puheitten ja tekojen osalta sekä osoittamaan luottamusta yrityksen toimintaa sekä tulevaisuutta kohtaan. Hyötyjen suora vaikutus edesauttaa yrityksen tulevaa henkilöstökuvaa luodessa sekä ylläpitäessä.

2.2.4 Työnantajakuvaan vaikuttavat tekijät

Työnantajakuvaan luomiseen vaikuttavia tekijöitä ovat muun muassa kokijan oma henkilökohtainen kiinnostus työnantajaa kohtaan. Aikaisempi tuntemus mahdollista työnantajaa kohtaan vaikuttaa henkilön päätökseen hakea työsuhteeseen kyseiselle työnantajalle. (Ambler & Barrow. 1996.) Tunnettuutta yritys pystyy lisäämään markkinoinnilla, niin ulkoisella kuin sisäiselläkin. Tällaisia ovat esimerkiksi työnantajan sisäisesti asettamat arvot, joita uusi työntekijä sitoutuu noudattamaan työsuhteen kirjoittamisen yhteydessä. Työpaikka-arvojen olemassaolo ja niiden ylläpitäminen vahvistaa työyhteisön toimivuutta ja yhteenkuuluvuutta, joten ne tarjoavat psykologista hyötyä työntekijöilleen. Hyvä työmoraaali lisää työn tehoa sekä tuloksia. Mikäli työnantajalla on käytössä tulospalkkiojärjestelmä, voi se omalta osaltaan lisätä taloudellista hyötyä ja näin ollen lisätä positiivista työnantajakuva.

2.3 Metsäala Suomessa

Kautta historian yksi Suomen tärkeimmistä elinkeinoista on ollut juuri metsä- ja puutalous, ja vielä nykyäänkin se on yksi Suomen tärkeimmistä teollisuuden aloista (Tilastokeskus 2020).

Monelle tulee mahdollisesti ensimmäisenä sanasta metsätalous mieleen joku niin sanotuista kolmesta suuresta metsäalan yrityksestä Suomessa. Nämä ovat Metsä Group, UPM-Kymmene Oyj sekä Stora Enso Oyj. Näiden edellä mainittujen lisäksi Suomessa toimii maa- ja metsätalousministeriön ja ympäristöministeriön alaisuudessa toimiva Metsähallitus (Metsähallituksen verkkosivut 2020). Sen toiminta keskittyy valtion metsien hoitoon ja virkistyskäytön tarjoamiseen. Metsähallitus toimii myös valvovana organisaationa Suomessa edellä mainittujen palvelujen osalta. Metsänomistajien etuja ajavat metsänhoitoyhdistykset monilla Suomen paikkakunnilla sekä näiden kattojärjestö MTK – maa- ja metsätaloustuottajain keskusliitto (MTK:n verkkosivut 2020). Näiden lisäksi Suomessa toimii paljon erikokoisia paikallisia yrityksiä, metsäteollisuuden useissa eri tuotantovaiheissa.

Metsäsektorilla työskentelee suomessa vuosittain noin 66 000 henkilöä, ja itse metsätalouden piirissä vuonna 2019 noin 26 000 henkeä. Metsätalousmaata suomessa on hyödynnettävissä yhteensä 26,5 miljoonaa hehtaaria. Suomen metsävarat olivat vuonna 2019 lähes kaksi ja puoli miljardia kuutiometriä (Luonnovarakeskus 2020).

Metsäalaa voi Suomessa opiskella korkeakoulutasolla kuudessa eri ammattikorkeakoulussa ja lisäksi kahdessa eri yliopistossa. Ammatillista toisen asteen koulutusta tarjotaan 12 oppilaitoksessa (Studentum 2020).

2.4 Metsäalan tulevaisuuden näkymiä

Metsäntutkimuslaitoksen julkaisemassa raportissa maa- ja metsätalousministeriölle vuonna 2013, tutkijat tuovat esille monia alaan vaikuttavia tekijöitä. Ensimmäisenä raportissa tuodaan esille väestön kasvu. Väestön kasvaessa kaupungistuminen jatkaa kehittymistään vielä pitkään, vaatien kaupunkia ympäröiviltä metsäalueilta virkistys ja ekosysteemipalveluiden jatkuvuutta. Kaupunkien kasvaessa, väistyvään metsään oleva kytkös katkeaa ja se herättää yhä useammissa kaupunkilaisissa kiinnostuksen luontoarvoja kohtaan. Väestön kasvu on suurta erityisesti kehittyvissä maissa, esimerkiksi Kiinassa ja Intiassa. Näi-

den maiden puuntarve tulee kasvamaan merkittävästi vaatien laadukkaan puutavaratuotannon kasvattamista myös Suomen metsäteollisuudessa. Suomen on mahdollista tulevaisuudessa myydä laadukkaita tuotteita ja saada siten tuloja.

Toisena merkittävänä näkökulmana raportissa tuodaan esille informaatioteknologian kehittyminen. Kasvavassa määrin tieto siirtyy sähköiseen muotoon, joka vähentää paino- ja kirjoituspaperin tarvetta pohjoisen pallonpuoliskon teknologisesti kehittyneissä maissa, kuten Pohjois-Amerikassa, Euroopassa ja Japanissa.

Kulutuksen lisääntyessä nostetaan myös keskiöön tarvittavien raaka-aineiden tuottamiseen vaadittava pinta-ala, mikä metsäisessä Suomessa tarkoittaa metsäpinta-alan vähentämistä, ja maankäytön muutosta. Metsäalueet tulevat vähemmän nykytasosta merkittävästi. Se herättää huolen luonnon, ja eteenkin metsäisen biodiversiteetin, ylläpitämisestä (OECD 2012b). Raportin mukaan, kulutukseen liittyy myös keskeisesti energiantuotanto ja eteenkin sen uusiutuvuuden etiikka. Erilaisten biopohjaisten polttoaineiden kysyntään ollaan heräämässä ympäri maailmaa. Biopohjaisten polttoaineiden kehittyminen on vielä alkuvaiheessa, vaikka sille olisi maailmalla kasvava kysyntä, kuitenkin tällaisen polttoaineen massatuotantoon tarvittavat metsävarat olisivat mahdollisia lähinnä vain eteläisen pallonpuoliskon nopeasti kasvavilla puufarmeilla.

Poliittiset vaikuttajat ovat viime aikoina heränneet ilmastonmuutokseen. Pikaisella tahdilla on ryhdytty myös toimenpiteisiin ilmastonmuutoksen torjumiseksi. Raportin mukaan ilmastonmuutoksen pääsääntöisenä aiheuttajana on kasvava energian kulutus. EU:sta tulevat direktiivit ohjailevat kaikkia sen jäsenmaita. EU korostaa hiilineutraaliutta ja esittää, että uusiutuvia energialähteitä olisi 20 % jäsenvaltioiden energiantuotannosta. Suomi on ottanut tähän oman tavoitteen, joka on uusiutuvien energialähteiden 38 % tavoiteosuus energian loppukulutuksesta. EU:n direktiiveihin perustuvat strategiset linjaukset, kasvattaa suomalaisen biotalouden merkitystä entisestään sekä lisäävät poliittista huomiota metsänkäyttöön ja metsien hoitoon.

2.5 Aikaisempi tutkimus

Tutkittavasta yrityksestä ei ole tehty vastaavaa aikaisempaa tutkimusta, tai sitä ei ole tuotu tietoon tutkijalle. Yritys kyllä pitää sisäistä seurantaa työntekijöiden kokemuksista työskentelystä yritykselle, mutta sen tutkimusmetodi on kvantitatiivinen.

Aikaisempia tutkimuksia sisäisistä työnantajakuvista on julkaistu jokseenkin vähän. Sisäisen työnantajakuvan tutkimuksissa on keskitytty sellaisiin huomioihin, mitä tutkittava yritys on kokenut tärkeäksi tutkia. Siksi sisäisen työnantajakuvan tutkimukset ovat hyvin tapauskohtaisia. Julkisesti esillä olevat, sisäisen työnantajakuvan tutkimukset, ovat useissa tapauksissa muun kuin metsäalan yrityskuvia. Tämä vaikeuttaa aikaisempiin tutkimuksiin vertaamista entisestään.

3. Tavoite

Tutkimuksen tavoite on kartoittaa yrityksen kuvaa viime aikoina valmistuneiden ja tutkittavan yrityksen palkkaamien työntekijöiden keskuudessa. Yrityskuvaa pyritään kartoittamaan kokemuksiin ja ajatuksiin pohjaten.

Tutkimusta käyttämällä tutkittava yritys pystyy edesauttamaan työnantajakuvansa strategisessa suunnittelussa. Tutkimusta käyttämällä yritys pystyy ymmärtämään paremmin aikaisemman seurantatutkimuksen tuloksia.

4. Haastattelututkimus

Tutkimuksessa käytetään teemahaastattelua. Tällainen haastattelumuoto sijoittuu haastattelun vapautta kuvaavalle 'täysin strukturoitu – strukturoimaton' asteikolle keskelle. Teemahaastattelulle ominaisia piirteitä ovat ennalta päätetyt

kysymykset, sekä valmiiden vastausvaihtoehtojen puuttuminen. Samat kysymykset käydään kaikkien haastateltavien kanssa läpi, mutta haastateltava saa vapaasti antaa parhaaksi kokemansa vastaukset, sillä syvyydellä, kun hän kokee niihin tarpeelliseksi vastata. Tällainen haastattelumuoto sopii parhaiten tutkimuksiin, missä pyritään saamaan tulokseksi koettuja mielipiteitä joistakin tietystä aiheista. Useissa tapauksissa tällaiset aiheet ovat aikaisemmin osittain tutkittuja, mutta teemahaastattelussa pystytään saamaan tietoa, millä ymmärrettään aikaisemmin saatuja tutkimustuloksia paremmin. Teemahaastattelussa haastattelijan on oltava tarkkana, miten kysymykset esitetään ja muotoillaan oikein, jotta haastateltava ymmärtää kysymyksen ja osaa vastata siihen tavoitellulla tavalla. Tällaisessa tutkimuksessa saadaan kuvattua ajatuksia ja mielipiteitä. Vastaukset eivät toki ole kattavasti yleistettävissä.

Haastattelut pyritään tekemään ilman ennako-oletuksia tai pohja-aineistoon sitovaa hypoteesia. Avoimen lähestymistavan hyöty tällaisessa tutkimuksessa on se, että haastateltavien avoimesti kertomien näkökulmien ja kokemusten perusteella, yksilön esille tuomat huomiot korostuvat paremmin.

4.1 Haastattelun toteutus

Haastattelut suoritettiin 16.3.-17.4.2020 aikana. Haastateltavat ovat toimeksiantajayrityksen työntekijöitä, jotka olivat valmistuneet metsäalan koulusta Suomessa vuonna 2015 tai myöhemmin.

Tutkimus alkoi suunnittelemalla haastattelukysymykset yhdessä yrityksen henkilöstöhallinnon, sekä tutkijan esimiehen kanssa, useammassa skype-palaverissa vuoden alkupuolella. Haastattelukysymykset laadittiin siten, etteivät ne sisällä arvolatauksia ja että ne pohjautuvat haastateltavan kokemuksiin ja mielikuviin. (Haastattelukysymykset ovat esitetty liitteessä 1, sekä lähestymisviesti liitteessä 2. Liitteistä muutettu toimeksiantaja muotoon 'Yritys X', sekä kahden kysymyksen rakennetta on erikseen muutettu turvaamaan yritysidentiteetti, kuitenkin siten, että kysyttävä asia ei ole muuttunut.)

Tämän jälkeen henkilöstöhallinnon asiantuntija välitti tutkijalle listan potentiaalisista haastateltavista, jotka sopivat tavoiteltavaan kohderyhmään. Aluksi tutkija soitti haastateltavien henkilöiden esimiehille, esitteli itsensä, sekä tutkimuksen. Esimiehen kanssa tutkija selvitti, keitä olisi kysymässä haastatteluun, sekä mistä oli saanut näiden henkilöiden tiedot käyttöönsä. Joissakin tapauksissa haastateltavien esimies kertoi joidenkin henkilöiden olevan poissa ja antoi mahdollisia uusia haastateltavia, jotka sopisivat tavoiteltavaan kohderyhmään. Tutkija otti haastateltaviin aluksi yhteyttä sähköpostilla lähestymisviestillä, (liite 2). Tästä parin arkipäivän sisään, tutkija soitti henkilölle, ja kysyi oliko tämä nähnyt ja lukenut viestin. Tutkija kysyi alustavasti, olisiko vastaaja mahdollisesti käytettävissä tällaiseen tutkimukseen. Myönteisen vastauksen antaneiden kanssa sovittiin haastatteluaika, ja siitä, että tutkija lähettää kysymykset etukäteen haastateltavalle tutustuttavaksi. Haastattelut sovittiin aluksi pääsääntöisesti 'face-to-face' haastatteluiksi, mutta myöhemmin siirryttiin Skype'n välityksellä suoritettaviin haastatteluihin.

Haastattelujen alussa tutkija kävi haastateltavien kanssa läpi tutkimuksen tekemiseen liittyviä asioita. Haastateltaville kerrottiin myös tutkimuksen tarkoitus ja tavoite, anonymiteetin suojeleminen, teemahaastattelun runko, äänitys ja jatkokäsittely, pohjatietokysymykset, sekä tutkijan työllistyminen tutkittavalle toimikantajalle.

Haastattelu aloitettiin, kun molemmat osapuolet olivat valmiina. Haastattelut äänitettiin puhelimen äänentallenninohjelmalla tai Skype'n nauhoitustyökalulla haastattelutilanteesta riippuen. Haastattelun päätteeksi tutkija ja haastateltava vielä vaihtoivat muutaman sanan nauhoituksen päätyttyä. Haastatteluiden nauhoituksia litteroitiin sitä mukaa, kun niitä saatiin nauhoitettua. Joidenkin haastateltavien kanssa sovittiin, että tutkija lähettää haastateltavalle valmiin ja arvioidun opinnäytetyön luettavaksi.

4.2 Haastateltavat

Haastateltavia henkilöitä etsittäessä, pyrittiin löytämään sellaisia, jotka olisivat vuonna 2015 tai myöhempään valmistuneita suomalaisesta metsäalan oppilaitoksesta sekä tutkittavan työnantajan palkkaamia. Kohdealueeksi asetettiin Etelä- ja Pohjois-Savo, Etelä- ja Pohjois-Karjala sekä Keski-Suomi. Aluerajauksen perusteluna oli saada tutkimukseen mahdollisimman monta eri alueilla työskentelevää työntekijää. Tämä osaltaan parantaa saatujen tulosten luotettavuutta sekä suojaasi haastateltavien henkilöiden anonymiteettiä.

4.3 Aineiston käsittely

Aineiston käsittelyssä tutkija kuunteli nauhoituksia jälkeenpäin ja litteroi jokaisen sanotun sanan. Tällä tavalla haastateltavan mielipiteet tulivat paremmin esille jättäen aineiston tulkinnan tutkijan vastuulle. Aineistoa käsiteltiin kirjoittamalla jokaisesta haastattelusta kysymyskohtaisesti esille kaikki kysymykseen liittyvät, haastateltavan itse mainitsevat tai tutkijan mainitsevat sekä haastateltavan hyväksymät huomiot. Maininnat kerättiin erilliselle Excel-tiedostolle. Tämän jälkeen vastaukset koottiin jokaiselle kysymykselle omaksi diagrammiksi. Saatuja tuloksia kuvattiin mainintojen määrää kuvaavilla diagrammeilla.

Tuloksia käsiteltiin kysymyskohtaisesti sekä lopussa vielä koontina koko tutkimuksen osalta. Tutkimuksen lopuksi tutkija vielä koosti saadut tulokset yhteen sekä kertoi kokemuksensa pohjalta tärkeitä teemoja, jotka saivat mahdollisesti vähemmän näkyvyyttä analysointivaiheessa. Haastattelun yksittäisessä kysymyksessä esille tuleva asia laskettiin yksittäisenä huomiona, haastattelun toisessa kohdassa saman asian maininta laskettiin erillisenä huomiona. Diagrammeissa mainittuja ilmauksia pyrittiin pitämään sellaisena, kuin haastateltava oli ne ilmaissut, eli korostanut joidenkin asioiden nyansseja ja kokemuspohjaisia tuntemuksia.

Tutkijan luomissa diagrammeissa, otsikko-osassa lukee, mitä dataa diagrammista pystyy näkemään. Diagrammissa yläosassa, luvun 15 kohdalla, on punai-

nen viiva, mikä kuvastaa haastateltavien kokonaismäärää. Tämän jälkeen tutkija on asettanut mustilla pylväillä kuvaamaan haastateltavien vastauksia. Pylvään korkeus kertoo, montako kertaa kyseinen ilmaus on tullut ilmi haastattelussa. Pylväät ovat lajiteltuna alkaen yleisimmästä ja vähentyen yksittäisiin seikkoihin. Joidenkin pylväiden kohdalla, tutkija on siirtänyt oikeaan reunaan, huomioita mitä haastattelussa tuli ilmi, mutta mitkä eivät vastaa esitettyyn kysymykseen.

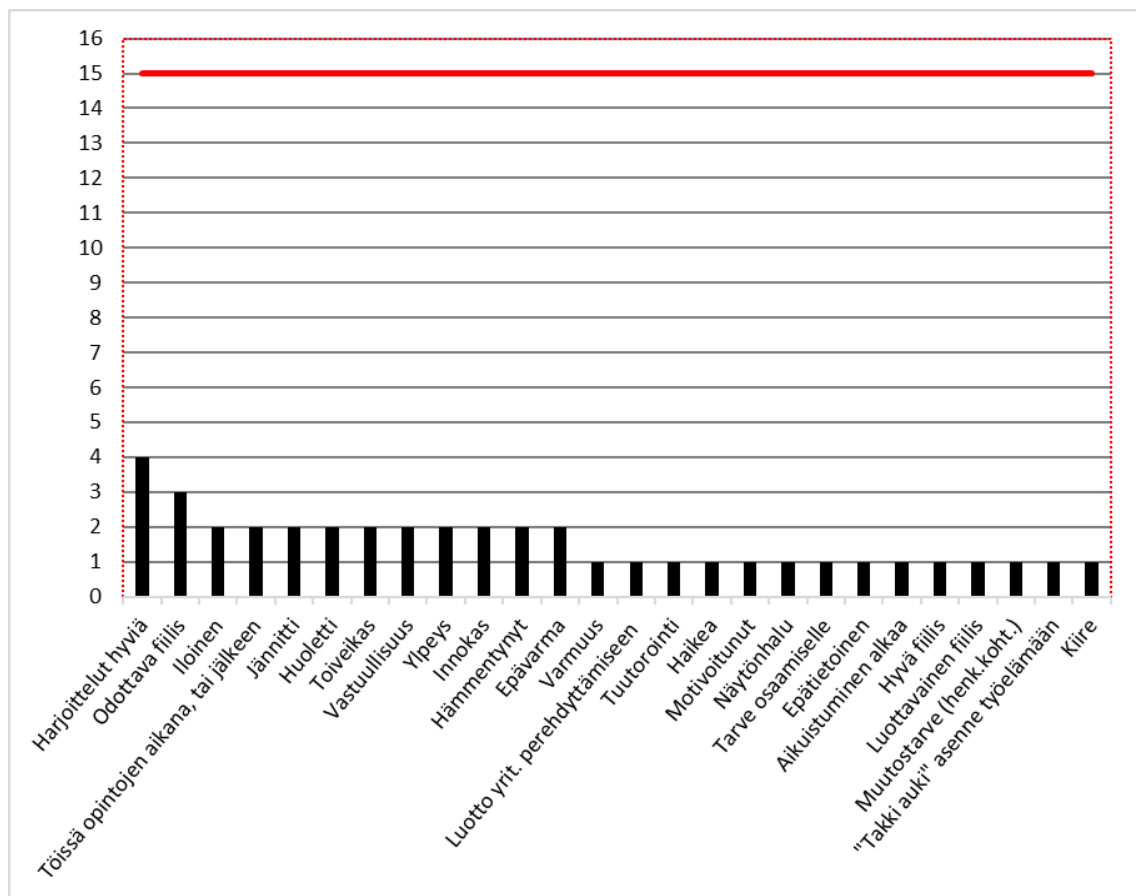
5. Tulokset ja niiden analysointi

Kappaleessa tuodaan esille mitä asioita haastatteluista tuli esille. Pylväsdiaagrammit esittävät, kuinka usein ne toistuivat haastateltavien vastauksissa. Kysymyksiä käsitellään teemoittain sekä lopuksi vielä koottuna yhteen.

5.1 Keskivertoinen haastateltava

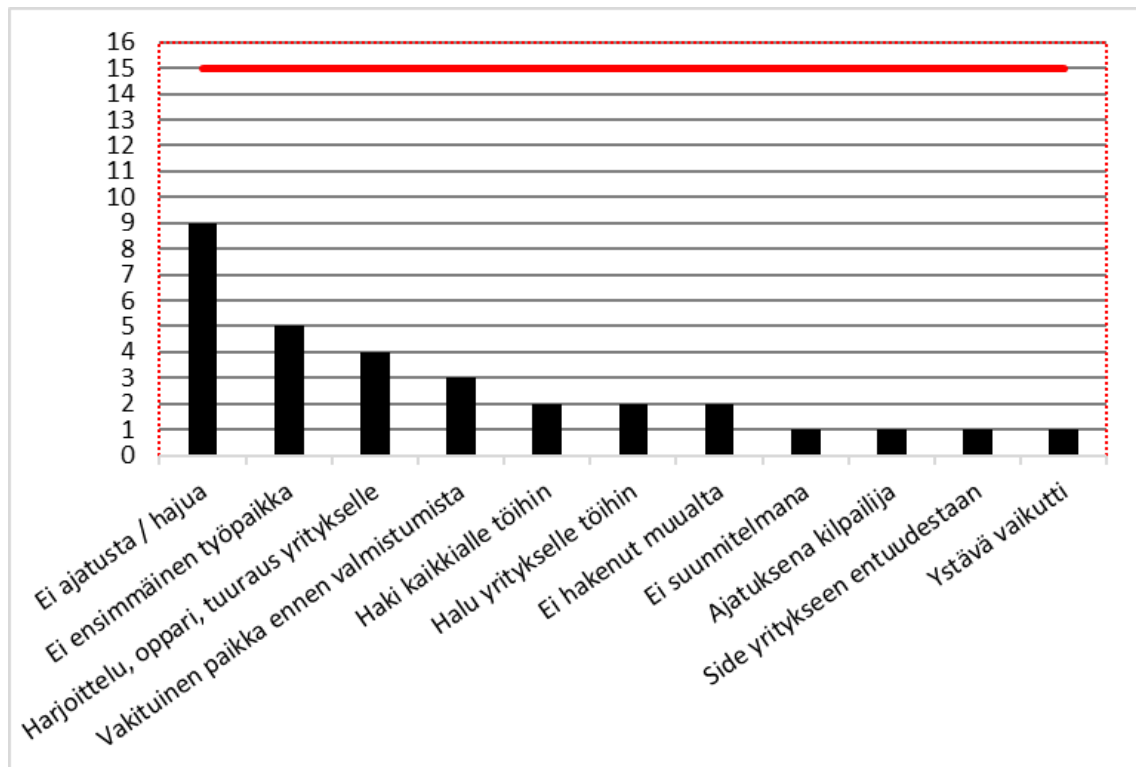
Haastatteluja suoritettiin yhteensä 15 kappaletta. Kerättyä aineistoa saatiin yhteensä 9 tuntia ja 23 minuuttia, tämä vastaa litteroidussa muodossa 114 sivua, ja yhteensä yli 60 000 puhuttua sanaa. Haastattelut sijoituivat Etelä- ja Pohjois-Savon sekä Etelä- ja Pohjois-Karjalan alueille. Haastatteluissa molemmat sukupuolet olivat edustettuina, mutta suurempi osa vastaajia oli miehiä. Kaikkien haastateltavien toimenkuva on asiantuntija. Haastateltavien aika valmistumisesta vaihteli aina neljästä ja puolesta vuodesta muutamaan kuukauteen, keskivertoinen aika valmistumisesta haastateltavilla oli noin kaksi ja puoli vuotta. Haastateltavien työsuhde tutkittavassa yrityksessä vaihteli samoin neljästä vuodesta pariin kuukauteen. Haastateltavat olivat pääsääntöisesti nuoria aikuisia. Varsinaisesti koulutustaustaa tai paikkakuntaa ei haastatteluissa kysytty, mutta haastatteluissa esille tuli esille, että osa haastateltavista oli valmistunut kolmesta eri metsäoppilaitoksista.

5.2 Työmarkkinoille siirtyminen



Kuvio 1. Kysymys 1: Mitä tunteita valmistumisen jälkeen työmarkkinoille siirtyminen sinussa herätti?

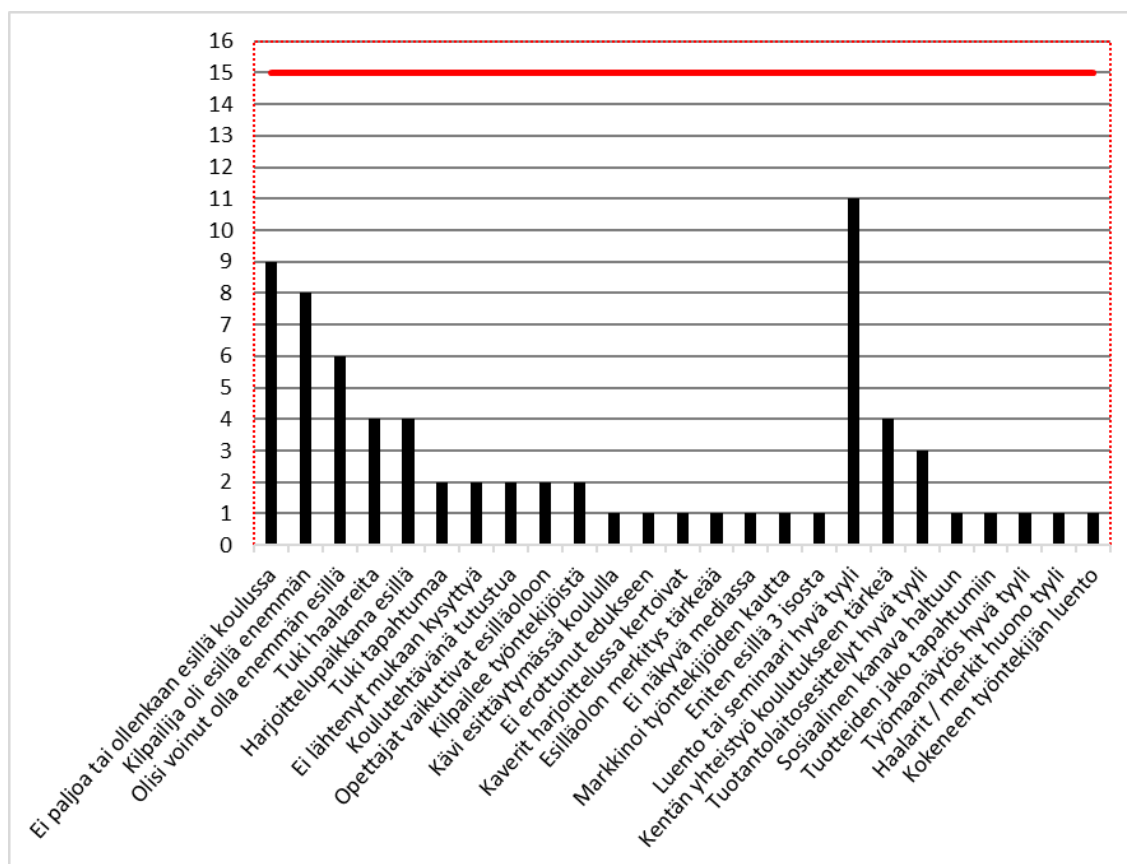
Haastattelun ensimmäisenä kysymyksenä oli haastateltavien kokemuksia ja ajatuksia työmarkkinoille siirtymisestä. Siirtyessään koulun penkiltä työnhakijoiksi, haastateltavat kokivat eri tunteita laajalla kirjolla. Päälimmäisenä haastateluissa tuli ilmi tunteita missä haastateltava haluaisi päästä kokeilemaan omia taitojaan ja osaamistaan työelämässä. Harjoittelusta oli jäänyt hyvä ja opettavainen mielikuva, mutta haastateltavat tiedostivat, etteivät välttämättä osaa kaikkea ja kokivat tarvetta oppia lisää. Monelle opiskelijalle valmistuminen oli ylpeyden aihe, heille oli tärkeää saada tutkintotodistus käteen ja pystyä sanomaan, että on opiskellut itselleen ammatin. Metsäala koettiin kunnioitettavana alana, sillä se tiedostetaan yhtenä tärkeimmistä teollisuuden aloista Suomessa.



Kuvio 2. Kysymys 2: Tiesitkö työmarkkinoille siirryessäsi, että tuleva työpaikasi olisi Yritykseltä X?

Kuvion 2 mukaan, haastateltavien joukossa oli myös henkilöitä, jotka olivat päässeet kiinni työhön jo opintojen aikana. Tällaisia henkilöitä valmistuminen oli hieman kerennyt jo karkaista. Tällaisen haastateltavan ajatukset lisäsivät vastuullisuuden, epävarmuuden, sekä huolen tunteita. Nämäkin henkilöt tiedostivat, kuinka hyödyllisiä harjoittelut olivat. Pari haastateltavaa pystyi haastattelussa sanomaan, että olivat halunneet juuri tutkittavalle yritykselle töihin. Tämä johtui osaltaan aikaisemmasta tunnesiteestä yritystä kohtaan, mutta myös harjoittelusta saatujen, hyvien kokemusten kautta. Kuitenkin valtaosa haastateltavista mainitsi, etteivät he olleet ajatelleet, että työllistyisivät juuri tutkittavalle yritykselle. Nämä vastaukset perusteltiin useassa tapauksessa siten, että haastateltava oli työllistynyt kilpailevaan yritykseen valmistuttuaan. Toiseksi yleisin perustelu tälle oli yleinen ajatus hakea jokaiseen avoimeen työpaikkaan. Eräs haastateltava osasi myös mainita, että ei ollut ajatellut työllistyvänsä yritykseen, koska oli kasvanut nuoruudesta pitäen kilpailevan yrityksen vahvalla toiminta-alueella ja kasvanut ajatukseen, että hän haluaa työllistyä juuri tuohon kilpailevaan yritykseen.

5.3 Yrityksen esilläolo opintojen aikana



Kuvio 3. Kysymys 4: Miten Yritys X oli opiskeluaikanesillä? Oliko se mielestäsi riittävästi, tai oikealla tavalla?

Haastateltavilta kysyttiin, miten he näkivät ja kokivat yrityksen esilläolon haastateltavan opiskeluaikana (kuviot 3).

Haastateltavista henkilöistä muutama mainitsi etenkin opiskelijoille esilläolon tärkeyden. Yritykset käytännössä kilpailevat parhaista työntekijöistä

”-- toki jos oot paremmin näkyvässä opiskeluaikana nii sieltä sitä kautta ehkä niitä parempia...ehkä valikoituu ne parhaat työntekijät sitä kautta sitte --.” -Haastateltava 13.

Osa haastateltavista kertoi, että tutkittava yritys ei ollut ollenkaan tai oli ollut erittäin vähän esillä opiskelijoille. Haastattelussa tuli ilmi, että tutkittava yritys on ollut esillä esimerkiksi tukemalla tapahtumia tai opiskelijahaalareita. Tämä koettiin ehkä helpoimmaksi tavaksi olla esillä, mutta ei välttämättä parhaimmaksi. Yksi haastateltavista mainitsi, että tutkittava yritys on käynyt koululla esittäyty-

mässä ja kertomassa yrityksestä opintojen aikana. Haastatteluissa esille tulleet harjoittelupaikkojen hoitaminen on tutkittavan yrityksen toimesta hoidettu erinomaisesti.

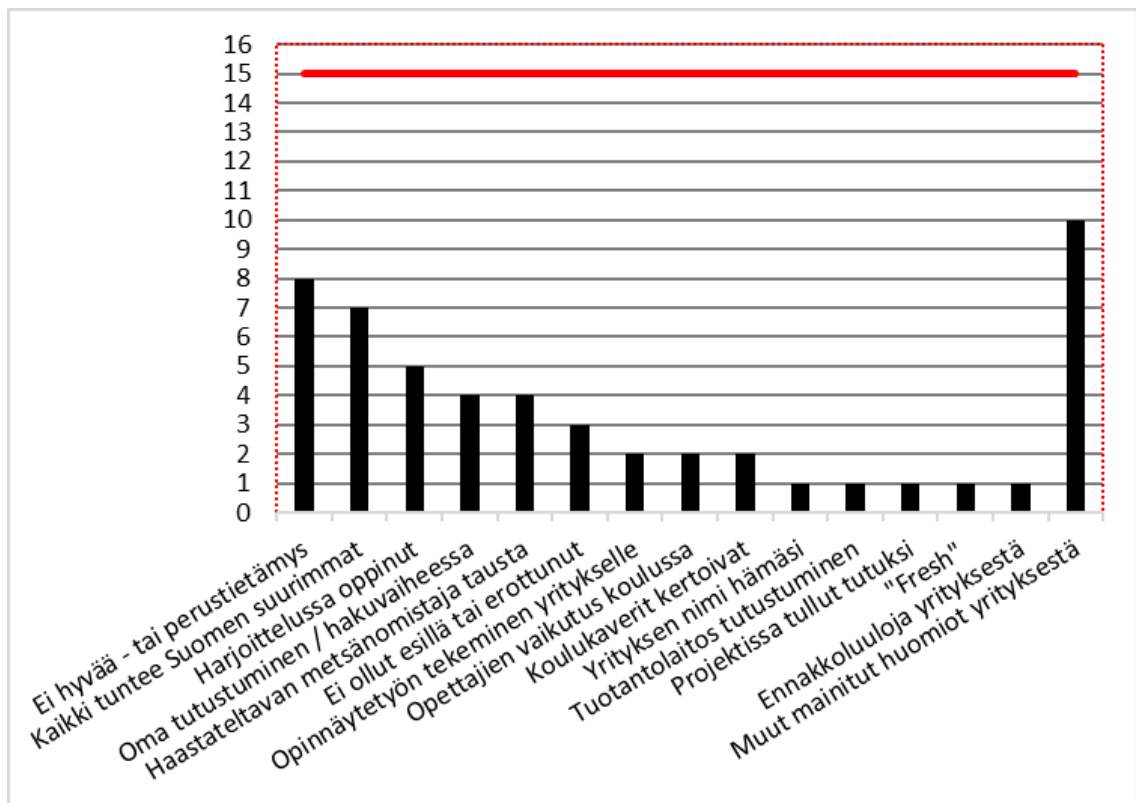
Tulosten perusteella selvisi, että kilpailevat yritykset olivat olleet huomattavasti enemmän esillä opiskelussa kuin tutkittava yritys. Hieman alle puolet haastateltavista mainitsi, että työnantaja olisi voinut olla enemmän esillä heidän opintojensa aikana. Ylivoimaisesti parhaiksi tavoiksi olla esillä opiskelijoille mainittiin luento ja seminaarityyppinen esittäytyminen. Tällainen tyyli mainittiin parhaana keinona, sillä vuorovaikutustilanteessa viesti välittyisi parhaiten. Eräs haastateltava toi esille myös kokemuksen tärkeyden tällaisissa tilanteissa. Mikäli koululla yritystä esittelevä henkilö olisi esimerkiksi päällikkö- tai johtaja-tasoinen, olisi hänellä huomattavasti varmemmat ja kattavammat vastaukset, kuin vastavalmistuneella ammattilaisella. Sama haastateltava mainitsi myös mahdollisten yrittäjien luento-esittäytymisen alan opiskelijoille.

Toiseksi parhaimmaksi keinoksi olla esillä mainittiin kentän työtehtävien esittelyminen opiskelijoille. Tällaisia ovat mahdolliset suunnittelutyöt sekä tuotantolaitosesittelyt. Monella yrityksellä koettiin olevan reilusti eri tuotantolaitoksia ympäri Suomea. Haastateltavat kokivat näiden esille tuomisen opiskeluaikana hyvin vähäiseksi.

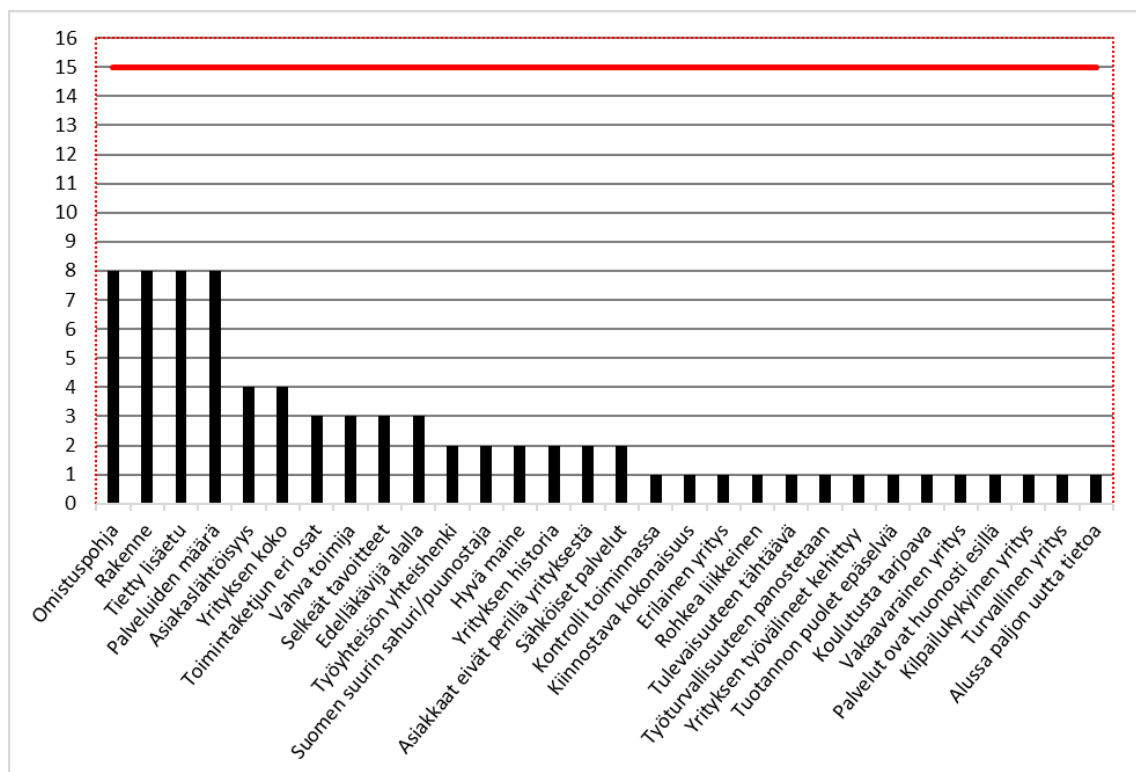
”--paljon siis täällä kotimaassa näitä laitoksia, niin ei meillä koulussa opetettu että missä on mitäkin laitoksia ja mikä laitos käyttää mitäkin tavaraa ja kuka omistaa minkäkin.” Haastateltava 14.

Tällainen esilläolo yritykselle olisi suhteellisen helposti järjestettävissä. Se pystyisi samalla tukemaan muita opinnoissa olevia kursseja ja niissä läpi käytäviä asiakokonaisuuksia. Haalari- ja tapahtumatukemisesta haastattelevat kokivat että välttämättä raha ei aina ole ratkaisu. Joissakin tapauksissa mahdollisen tavaran kautta tapahtumien tukeminen pystyy tuomaan suuremman näkyvyyden kun mitä rahalla pystyisi ostamaan.

5.4 Opittuja asioita ennen ja jälkeen yritykseen siirtymistä



Kuvio 4. Kysymys 3: Kuinka tuttu Yritys X oli sinulle ennen työpaikan saamista? – jos, niin mistä?



Kuvio 5. Kysymys 5: Mitä asioita olet oppinut Yrityksestä X, ollessasi osa sitä?

Haastateltavilta kysyttiin, millaisia asioita he ovat oppineet yrityksestä ja sen toiminnasta, ollessaan yrityksen ulkoinen henkilö (kuviot 4), sekä yritykseen työllistymisen jälkeen (kuviot 5). Työnantajasta opittuja asioita tutkittaessa, täytyy ensin tiedostaa millaisella pohjalla aikaisempi tietämys aiheesta on ollut, jotta uusien asioiden oppimista pystytään analysoimaan paremmin.

Haastateltavista hyvin monella oli perustietämys mikä ja millainen yritys on, mutta haastateltavien pohjatiedot yrityksestä vaihtelivat. Monet haastateltavista eivät osanneet sanoa muuta kuin pintapuolisia asioita. Tällaiset tiedot olivat pintapuolisesti käsitelty opiskeluvaiheessa erilaisten tehtävien muodossa. Haastateltavat, jotka olivat olleet harjoittelussa yrityksessä, olivat saaneet positiivisen kuvan yrityksestä, joten heidän tietämyksensä yrityksestä oli huomattavasti paremmalla tasolla kuin henkilöiden, joilla ei ollut lähes ollenkaan kosketuspintaa yritykseen. Haastatteluissa kävi ilmi, että osa oli ollut harjoittelussa, osalla on metsänomistaja taustaa ja he ovat sitä kautta olleet sidoksissa tutkittavaan yritykseen jo entuudestaan. Jotkut haastateltavista nimesivät, että olivat tutustuneet yritykseen joko omatoimisesti tai hakuvaiheessa.

Haastateltavien työllistyttyä tutkittavaan yritykseen, moni haastateltava nimesi useita asioita, mitä uutta olivat oppineet. Merkittävimpinä asioina, yli puolien haastateltavien kanssa esille nousseita teemoja olivat: omistuspohja, ”rakenne”, henkilökohtaiset asiakkuusedut, sekä monipuolisesti tarjolla olevat palvelut. Mitä vähemmän haastateltavalla oli ollut syvempää tietämystä yrityksestä, sitä suurempi oli uuden asian määrä. Haastateltavat nimesivät asioita, mitkä heille tulivat ensimmäisinä mieleen.

Yleisimpinä esiin nousnut teema oli omistuspohja. Yrityksen omistuspohjalle ei oltu annettu paljoa ajatusta. Myös yrityksen rakenne oli tullut paremmin tutuksi monelle haastateltavalle. Tämä koettiin hyvin luonnolliseksi kun henkilö työllistyy yritykselle. Työntekijät olivat oppineet myös paljon enemmän mahdollisista asiakkaalle tuotetuista palveluista, sekä nimesivät erään tietyn palvelun sellaiseksi, mistä eivät olleet aikaisemmin tiedäneet, tai kokivat sen erinomaisena palveluna. Haastateltavien kanssa keskusteltiin paljon asiakkaista, heidän palvelemisestaan sekä yrityksen kuvasta heihin päin. Osa haastateltavista koki,

että jotkut asiakkaat eivät olleet aivan täysin perillä yrityksestä, ja he kokivat tämän osittain jopa vaikeuttavan omaan työnkuvaansa. Moni haastateltava oli hyvin yllätynyt yrityksen todellisesta koosta. Tämä ei kuitenkaan koskenut haastateltavia, ketkä olivat olleet harjoittelussa tutkittavalla yrityksellä aikaisemmin. Yllätys pääsääntöisesti johtui kokemusten puutteesta. Haastateltavat, jotka olivat tulleet kilpailevalta yritykseltä, mainitsivat myös tutkittavan työnantajan olevan edelläkävijä monella osa-alueella. Tasaisesti haastatteluissa toistuvana teemana esiintyi myös yrityksen kokeminen vahvana toimijana, jolla on juuret syvällä historiassa. Haastateltavat mainitsivat näiden asioiden olevan myös asiakkailta hyvin tiedossa, ja mitä asiakkaat yrityksessä arvostavat.

5.5 Yrityksen kokeminen ja näkeminen

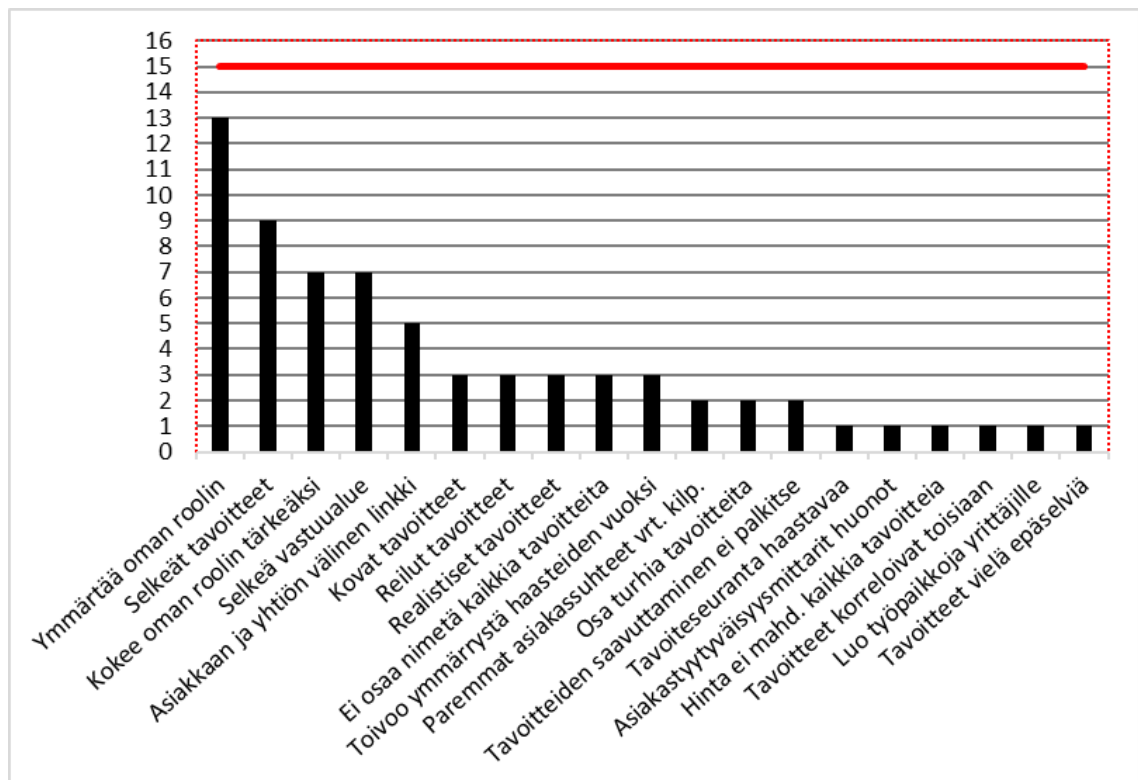
Tutkimuksen päätavoitteena oli selvittää, miten työntekijät kokevat sekä näkevät työnantajansa. Haastatteluissa tärkeimmäksi teemaksi työntekijät nostivat yrityksen perimmäisen tavoitteen. Tämän teeman toi haastateltavista esille seitsemän henkilöä. Haastatteluiden perusteella päättäjätasoa ei nähty omana entiteettinä, vaan korkeammat elimet yrityksestä koettiin hyvin paljon osaksi sitä samaa, mitä kentän työntekijät itse edustivat. Tämän huomion koki ja haastatteluissa mainitsi kuusi henkilöä. Usea työntekijä toivoi, että päättäjätaso voisi tulla enemmän esille ja laskeutua toiminnassaan lähemmäs päivittäisiä työntekijöitä. Tämän avulla haastateltavat voisivat tutustua aikaisempaa paremmin työnantajansa, ja oppia työnantajansa toiminta- ja ajatusmaailman. Siten he voisivat tarjota asiakkailleen parempaa kuvaa työnantajastaan sekä monipuolisempia palveluita. Osa haastateltavista toisaalta koki yrityksen olevan selkeä ja hyvin johdettu.

Kolmanneksi yleisimmin mainittu huomio yrityksestä oli sen toiminnalle tärkeät asiakkaat. Monella haastateltavalla oli halu pystyä palvelemaan asiakkaita parhaan mahdollisen kykynsä mukaan. Osa haastateltavista mainitsi, asiakkaiden taustan vaikuttavan heidän käyttämiinsä palveluihin. Tämä huomautus tuli esille monella eri tavalla ilmaistuna. Moni haastateltava koki, että mahdolliset käytävissä olevat palvelut pitäisi tuoda paremmin esille asiakkaille, riippumatta

taustatekijöistä. Tämä mahdollistaisi asiakkaiden parhaimmaksi kokemien palveluiden tarjoamisen ja niistä maksimaalisen hyötymisen asiakkaan puolesta.

Myös työnantajasta kysyttäessä vahvaksi asiaksi koettu yrityksen omistuspohja tuli esille muutama otteeseen. Kuitenkin yrityksen kansainvälisyys tuotiin esille vain kerran haastatteluiden aikana. Yrityksen tarjoamat monipuoliset käyttökohteet asiakkaan puolelle koettiin hyvänä asiana. Näitä keuhuttiin monin tavoin haastateltavien keskuudessa. Nämä koettiin myös osittain valtteina asiakkaille tarjottavaksi. Haastateltavat kokivat työnantajansa monipuolisen puuntarpeen helpottavana tekijänä työnkuvassaan. Haastateltavista muutama nosti myös esiin sen, että kokevat työnantajansa vakaana toimijana. Tätä perusteltiin pitkällä historialla.

5.6 Oman roolin ja ajankäytön kokeminen yrityksessä



Kuvio 6. Kysymys 6: Miten koet oman toimittehtäväsi osana Yritystä X ja ymmärrätkö tehtävään liittyvät tavoitteet?

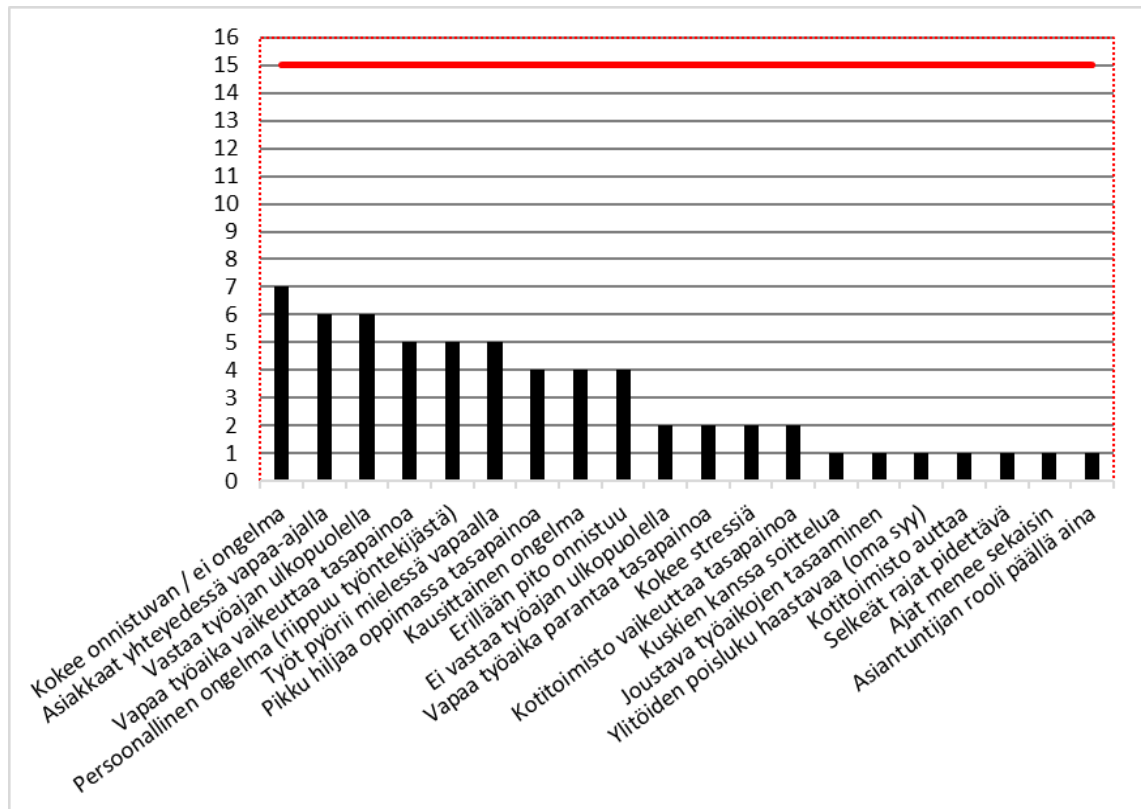
Haastateltavilta kysyttiin, miten he kokevat oman roolinsa yrityksen toiminnassa (kuvio 6), sekä työajan ja oman vapaa-ajan tasapainon hallinnan osaamista

(kuvio 7). Viidestätoista haastateltavasta kolmesta sanoi suoraan, että he tietävät ja ymmärtävät oman roolinsa. Tämä ei tarkoita, etteikö kaksi muuta haastateltavaa näin kokisi, he vain eivät maininneet asiasta haastattelutilanteissa. Työnantajan luomat tavoitteet, sekä haastateltavan vastuualue, koettiin pääsääntöisesti erittäin selkeiksi, ja yritys oli tuonut ne selkeästi esille haastateltavalle. Haastattelutilanteissa monen kanssa keskusteltiin miten ja millaisena he kokevat oman roolinsa osana tutkittavaa yritystä. Lähes puolet haastateltavista koki oman roolinsa tärkeäksi. Useasti esille tuotu fraasi oli:

”--kuitenkin tosi iso merkitys ja me ostetaan se puu, millä sitten tämä firma pyörii ja mitä me toimitetaan tehtaille, et kyllä mä näen hyvinkin tärkeänä roolina siinä.” Haastateltava 10.

Kuitenkin, koska haastateltavat työskentelivät asiantuntijan roolissa, moni heistä toi esille sen, että kaikki asiakkaan ja yrityksen välinen vuorovaikutus tapahtuu heidän kauttaan. Tämän vuoksi numeraaliset tavoitteet tulivat haastatteluissa esille harvemmin, kuin työskentely linkkinä asiakkaan ja yrityksen välillä. Linkin merkityksen mainitsi kolmasosa haastateltavista.

Yrityksen asettamista tulostavoitteista keskusteltaessa eräät mainitsivat tavoitteet melko koviksi. Yhtä moni koki tavoitteet myös realistisina. Samanlainen vastakkain asettelu tapahtui myös tavoitteiden reiluuden kokemisessa, sekä ymmärryksenä tämän vuoden tavoitteiden haastavuudesta. Jotkut haastateltavista kertoivat, että heidän viime vuoden – ja osalle jopa toissavuoden tavoitteet – olivat ylittyneet kirkkaasti, ja nyt heidän tämän vuoden tavoitteet saattavat epäonnistua alkuvuoden haasteiden vuoksi. Pari haastateltavaa koki myös numeeriset tavoitteet sellaiseksi, ettei niiden tavoittelu kannata rahallisessa mielessä. Uusimman työntekijän kanssa kysymys käytiin nopeasti läpi, sillä hänellä ei ollut vielä täysin selvää kaikki tehtävät ja tavoitteet – tärkeimmät päätavoitteet toki kuitenkin.



Kuvio 7. Kysymys 11: Millaisia asioita koet haastaviksi työ- ja vapaa-ajan tasapainon hallinnan suhteen? – Kuinka hyvin onnistut siinä mielestäsi?

Haastateltavilta kysyttiin heidän kokemasta työ- ja vapaa-ajan tasapainosta (kuvio 7). Työnantajalle on tärkeää, että työntekijät jaksavat tehdä töitensä motivoituneesti ja ahkerasti. Tämä onnistuu silloin, kun työn ja vapaa-ajan tasapaino on saavutettu. Hieman alle puolet haastateltavista mainitsi, että he kokevat onnistuvansa aikojen tasapainossa, tai että heillä ei ole ongelmaa niiden suhteen. Kolmas osa vastaajista toi esille huomion vapaasta työajasta. Tämä koettiin haastattelujen perusteella sekä positiivisena, että negatiivisena asiana. Vapaa työaika mahdollisti sen, että hyvällä työmoraalilla varustettu työntekijä pystyy tekemään pitkiä päiviä, kun toisaalta jämerämpi työntekijä pystyy tekemään työajan minuutin tarkasti. Monen haastateltavan mielestä ajankäyttö ja sen hallinta on yksilön ongelma. Kukaan tekee sen omalla tavallaan ja sellaisessa tasapainossa, minkä itse kokee kestäväksi. Haastateltavista moni mainitsi kuinka vapaa-aikana työasiat usein puskevat ajatuksiin, sekä asiakkaiden yhteydenottoina. Tämä jakoi haastateltavien mielipiteitä. Pari haastateltavaa oli ottanut tiukan linjan ja sanoi, että he eivät vastaa työajan ulkopuolella työpuhelimeen. Huomattavasti useampi haastateltava kuitenkin mainitsi, että mikäli asiakas ot-

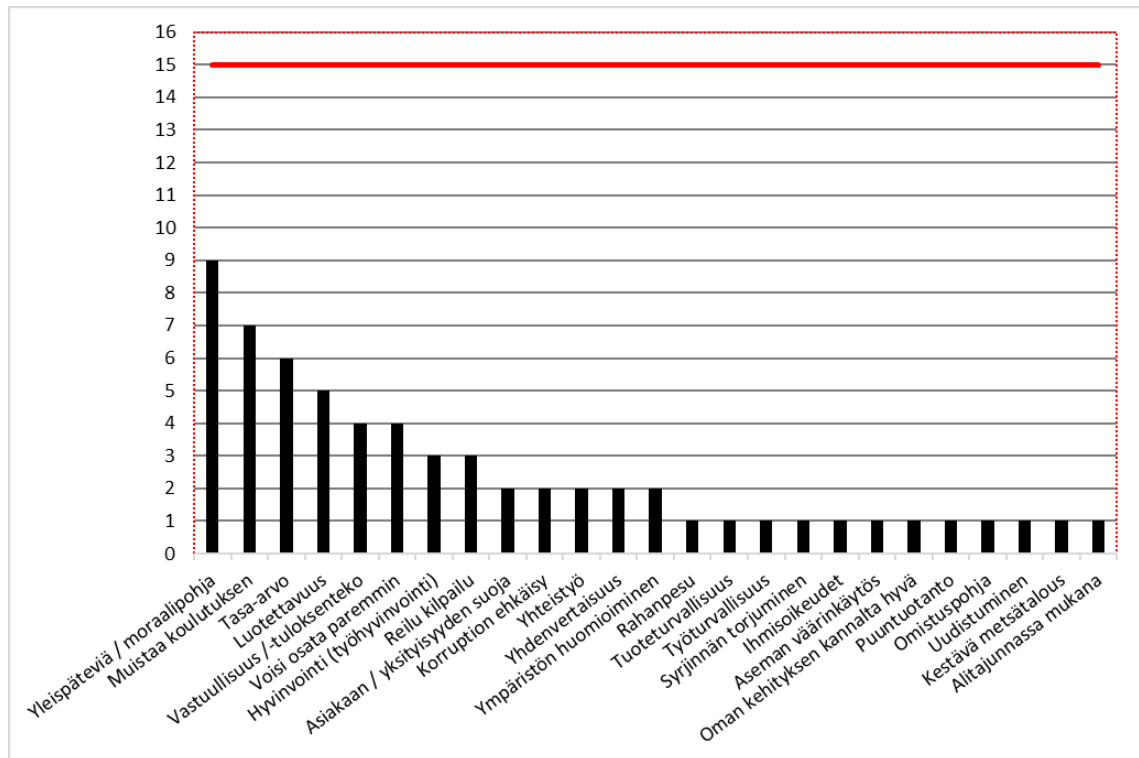
taa yhteyttä työajan ulkopuolella, tulee puhelimeen silti vastattua. Tämä koettiin omaehtoisena asiakaspalveluna, mikä ei koettu suureksi ongelmaksi.

”--jos joku esimerkiksi sattuu just iltasella soittamaan tai vaikka viikonloppuna soittamaan nii kyllä minä siihen vastaan että.” Haastateltava 11.

Usean haastateltavan kanssa keskusteltiin myös kotitoimiston vaikutuksista työ- ja vapaa-ajan hallinnassa. Hyötyjen ja haittojen jakautuminen meni lähes puoliiksi. Osa haastateltavista koki kotitoimiston vaikeuttavana tekijänä töiden kannalta. Lähes heti perään haastateltavat sanoivat, että tämä ei kuitenkaan johdu työnantajan tarjoamista työvälineistä, vaan yksinkertaisesti muusta hälinästä kotona.

Haasteeksi usea haastateltavista koki työajan kausittaisuuden. Työt painottuvat joillakin haastateltavilla kevääseen, mikä aiheuttaa reilusti tehtyjä ylityötunteja. Kun taas kesä ja osittain syksy olivat huomattavasti rauhallisempaa. Näiden asioiden tasapainottamista pohdittiin, esimerkiksi koulutuksien painottamisella syksyyn.

5.7 Työnantajan arvomaailma ja niiden toteutuminen

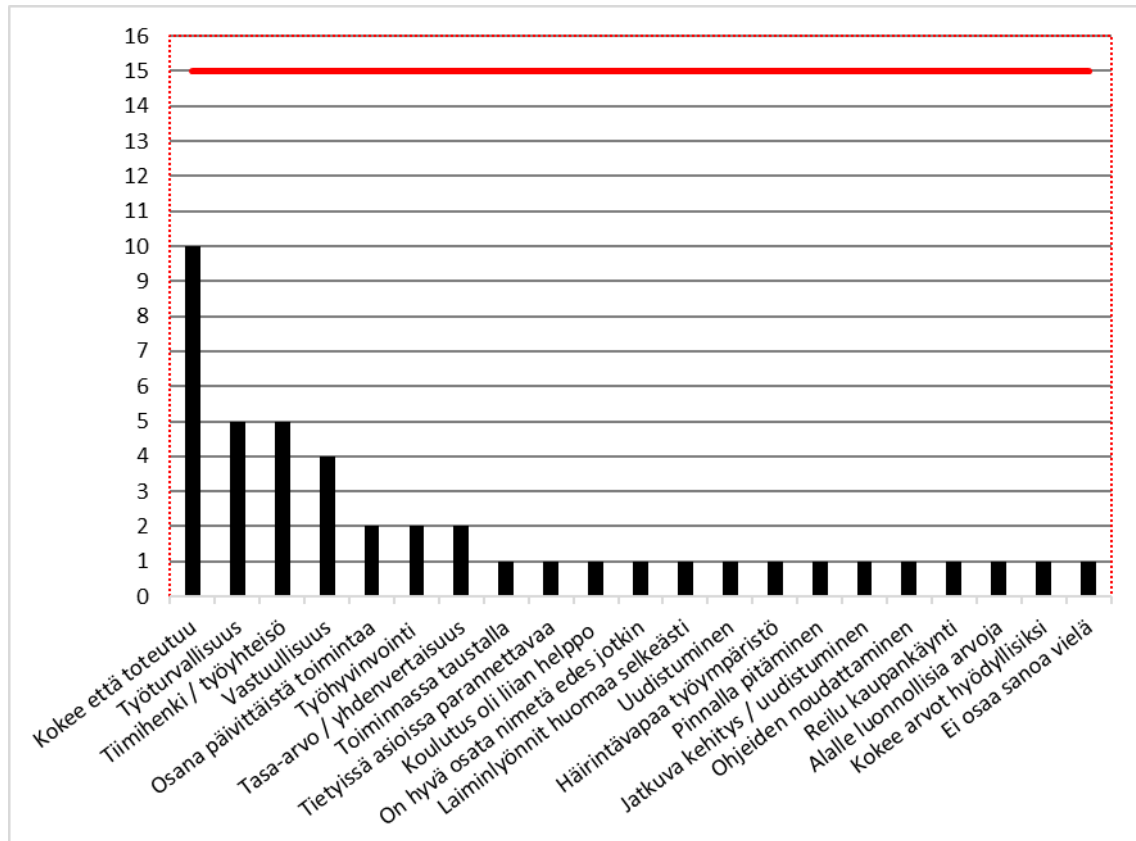


Kuvio 8. Kysymys 8: Miten hyvin tunnet Yritys X:n arvomaailman?* (Muutettu kysymys)

Haastateltavilta kysyttiin heidän mielipiteitään yrityksen arvoista ja niiden toteutumisesta (kuvi 8). Haastateltavien yleisin mielipide oli, että arvot ovat yleiseen moraalipohjaan perustuvia, normaaleja käytänteitä, joita ei pääsääntöisesti mieti jokapäiväisessä elämässään. Haastateltavalta kysyttiin nimeämään arvoja spontaanisti, miten he olivat itse haastatteluun varautuneet. Hieman alle puolet haastateltavista mainitsi, että he muistavat käyneensä koulutuksen työnantajan arvoista, mutta nimeämisen jälkeen usea mainitsi että:

”--kertaamisen paikka vois olla. --” Haastateltava 7.

Kysymys oli tarkoitettu osittain leikkimielisenä, mutta se kuvastaa hyvin, mitkä asiat ovat jääneet parhaiten mieleen ja mitä arvoja on pidetty pinnalla työnantajan toimesta. Yrityksen arvot käytiin haastateltavien kanssa läpi listana sen jälkeen, kun he olivat kertoneet sen omasta muististaan. Pääsääntöisesti haastateltavat pystyivät nimeämään kolmesta neljään arvoa.



Kuvio 9. Kysymys 9: Miten koet näiden toteutumisen työpaikallasi?

Kuvion 9:n mukaan kaksi kolmesta haastateltavasta koki arvojen onnistuvan työyhteisössään. Onnistuneimpana arvona nostettiin esille työturvallisuus. Tämä johtuu haastattelujen mukaan pitkälti siitä, että työnantaja haluaa panostaa entistä enemmän siihen, että työnteko olisi turvallista kaikille. Toiseksi yleisin koettu arvo missä yrityksessä oli onnistuttu, on työyhteisön toimivuus ja tiimihenki.

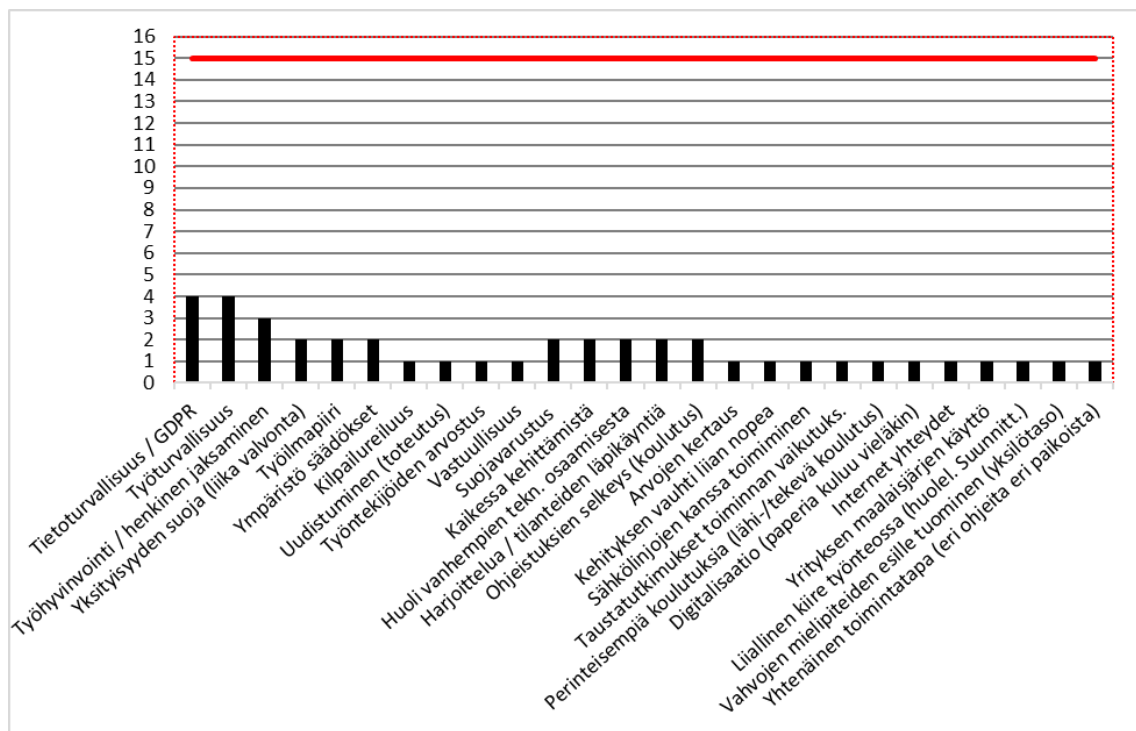
”--itsekin kun tulin töihin nii kyllä sitä kun heti tunsin että on osana tätä porukkaa—” Haastateltava 9.

Varsinaista hajontaa mahdollisissa onnistumisissa ei niinkään ole, moni haastateltavista koki itselleen tärkeän asian onnistuneeksi. Eräs haastateltava kiteytti selityksen tasaiseen onnistumiseen näin:

”--minä oon aika varma että jos ei toimita, nii sen huomaa sitten äkkiä ja se rupeaa tuntumaan sitten oudolta—” Haastateltava 5.

Monen haastateltavan kanssa kysymykset onnistuneista ja epäonnistuneista olivat lähes sama kysymys. Usean kanssa keskustelu ajautui luonnollisesti seuraavaan kysymykseen, ennen kuin tutkija sitä ehti kysyä. Haastattelukysymys esitettiin siinä muodossa kuinka se haastattelulomakkeessa (liite 1) on kirjattu-

na. Haastateltaville tuli mieleen paljon kehittämiskohteita, joista kaikki eivät osuneet arvojen piiriin. Keskusteluissa tuli myös paljon esille erilaisia kehitystapoja. Osa seuraavan kuvion (kuvio 10) kehittämiskohteista pystyttäisiin pelkistämään ja yhdistämään, mutta ne on tietoisesti jätetty siihen muotoon, miten ne ovat haastatteluissa tulleet esille, jotta nämä erikseen esille tuodut asiat korostuisivat paremmin, ja lisäksi juuri niissä yritys pystyisi kehittämään toimintaansa.



Kuvio 10. Kysymys 10: Missä näistä sinusta olisi eniten kehitettävää työpaikallasi?

Usea haastateltava toi esiin monia kehittämiskohteita. Tietoturvaluus oli useimmin toistunut teema. Nyt kun tietotekniikka on yleistymässä, haastateltavat kokivat erilaisten arkaluontoisten ”lippujen ja lappujen” joskus vain lojuvan pöydillä. Kolme haastateltavaa mainitsi työhyvinvoinnin ja siihen liittyvän henkisen jaksamisen. Haastattelutilanteissa he mainitsivat, että työmäärä kasvaa pikkuhiljaa. Välillä heistä tuntuu, että kahdeksan tunnin päivät eivät riitä vaadittujen työtehtävien hoitoon sillä tasolla, miten he haluavat työt hoitaa.

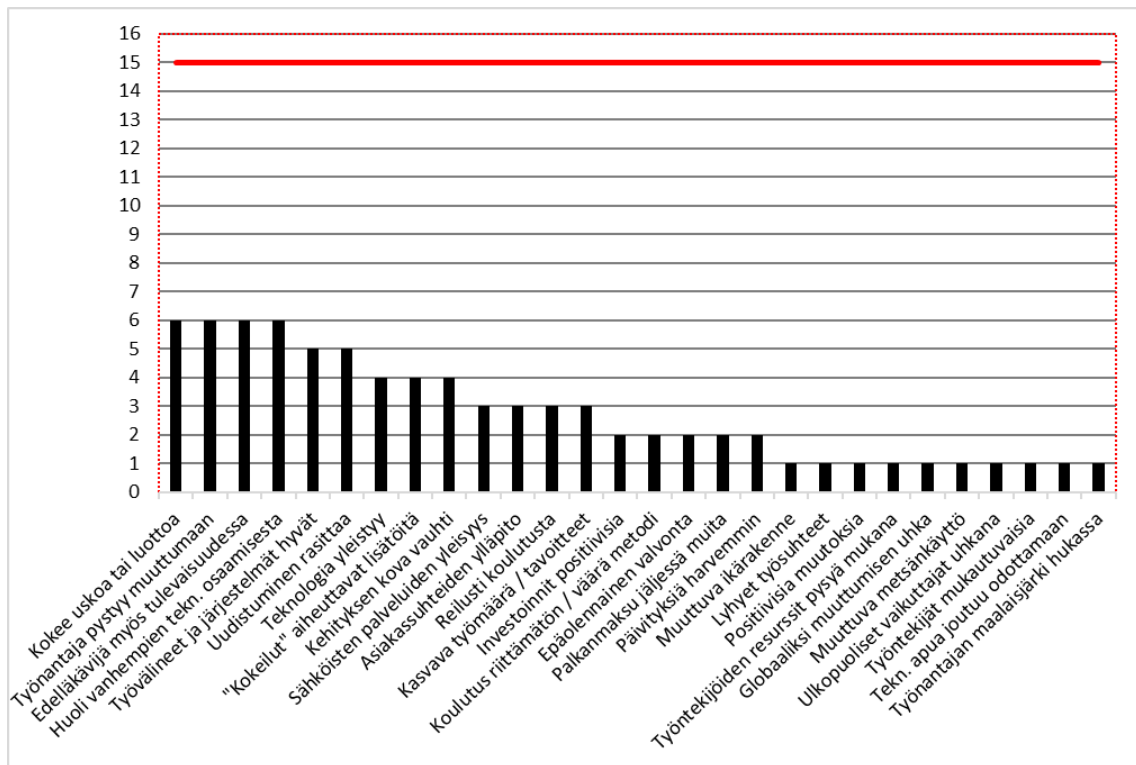
Myös tässä kysymyksessä työturvaluus tuli useassa haastattelussa esille. Lähes yhtä moni kokee tämän aiheen kehittämiskohteena, sekä onnistuneena asiana yrityksen arvoista. Tähän löytyy vastaus ensimmäisenä arvojen ulkopuolella mainituista asioista: suojavarustuksen merkitykseen ollaan heräämässä.

Toinen huomio arvojen ulkopuolelta, on parin haastateltavan mainitsema: Kaikissa asioissa on kehittämiseen varaa. Tämä ei tarkoita, että arvot toteutuisivat huonosti. Molemmissa tapauksessa haastateltava koki, että kaikessa voi aina kehittyä, niin myös näiden, työnantajan arvojen toteutumisessa.

Kehityskohteissa esille tuli myös hieman epäsuoraa mainittuna oleva arvo. Moni haastateltava koki uudistumisen mahdollisena, mutta osittain myös haastavana pysyä mukana. Tästä kertoo huomautukset jatkuvan kehityksen vauhdista, ohjeistuksen selkeydestä, sekä herännyt huoli vanhempien työntekijöiden mukana pysymisestä.

5.8 Yrityksen tulevaisuus ja haasteet

Haastattelun loppuosassa kysyttiin haastateltavan ajatuksia työnantajan mukautumiseen pidemmän aikavälin muutoksiin (kuvio 11), sekä lyhyen aikavälin tapahtumiin sekä haasteisiin (kuvio 12). Lähes kaikkien haastateltavien kanssa kysymyksiä tarvitsi avata hieman. Henkilöt saivat itse arvioida mahdolliseksi kokemia tulevaisuuden haasteita, minkä jälkeen haastattelija kysyi teknologias- ta ja sen kehittymisestä. Lyhyen aikavälin haasteilla ja tapahtumilla tarkoitettiin kysymyksessä nopeasti kehittyviä sekä luonteeltaan arvaamattomia muutoksia metsäalalla. Haastateltavien vastaukset vaihtelivat hieman haastattelujen ajan- kohdan mukaan. Toisaalta kuitenkin vuoden 2020, kaksi ensimmäistä kvartaalia ovat olleet erinomainen aika kysyä työnantajan reagointia lyhyen aikavälin ta- pahtumiin ja muutoksiin.



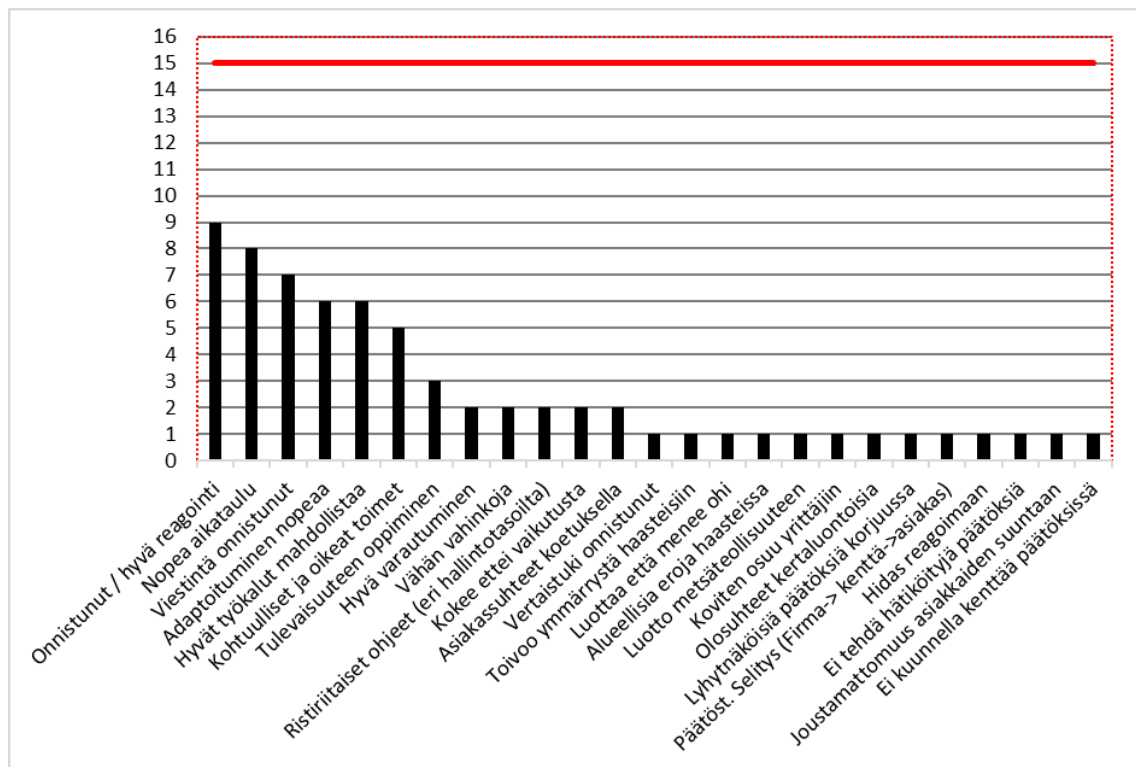
Kuvio 11. Kysymys 12: Miten koet työnantajasi pystyvän mukautumaan tulevaisuuden haasteisiin ja muuttuvaan metsäammattilaisen työnkuvaan?

Pääsääntöisesti haastateltavat kokivat työnantajansa pystyvän mukautumaan, tuli eteen mitä tahansa. Tästä kuvastaa monen haastateltavan mainitsema luotto ja usko, sekä erikseen mainitsema muuntautumisen mahdollisuus. Haastateltavat täydensivät vastaustaan, kertomalla mahdollisia kehityskohteita samoin aiemmissä haastattelukysymyksissä arvoista. Mainintoja tuli reilusti. Tässä kysymyksessä vastauksia olisi pystynyt pelkistämään, mutta koetut kehittämiskohdet on parempi raportoida muodossa, miten ne esitettiin.

Haastateltavat palasivat useaan otteeseen yrityksen määrittelemiin arvoihin kehittymisestä ja uudistumisesta. Yritys koettiin edelläkävijänä. Tämä kuitenkin koettiin rasittavana ja toisaalta jatkuva kehitys ja eteenpäin meneminen nähtiin hyvänä asiana. Haastateltavien mukaan uudistumista voisi parantaa sellaiseksi, ettei se aiheuttaisi nykyisen verran huolta ja ongelmia. Toistuvana teemana haastattelun eri vaiheissa oli huoli vanhempien työntekijöiden pysymisestä mukana. Sen lähes kolmasosa oli nimennyt merkittäväksi haasteeksi. Jatkuva kehitys parantaa työvälineitä, mutta uusien asioiden kokeilut ja niiden käytäntöön tuominen aiheuttaa usealle haastateltavalle lisätöitä. Jatkovasti kasvava työ-

määrä ja tavoitteet sekä työstä saatu rahallinen korvaus koetaan olevan haastatteluiden perusteella kestävämmäksi yhtälöksi.

Haasteista kysyttäessä tuli myös kehuja. Työvälineiden koettiin olevan ajan tasalla sekä niiden koettiin ennaltaehkäisevän monen ongelman muodostumista. Kuitenkin olemassa olevan teknologian sekä järjestelmien virhetapauksissa apua jouduttiin usein odottamaan hyvinkin kauan. Osa haastateltavista arvioi tämän olevan kasvava ongelma.



Kuvio 12. Kysymys 13: Miten koet työntajasi pystyvän mukautumaan lyhyen aikavälin muutoksiin ja tapahtumiin?

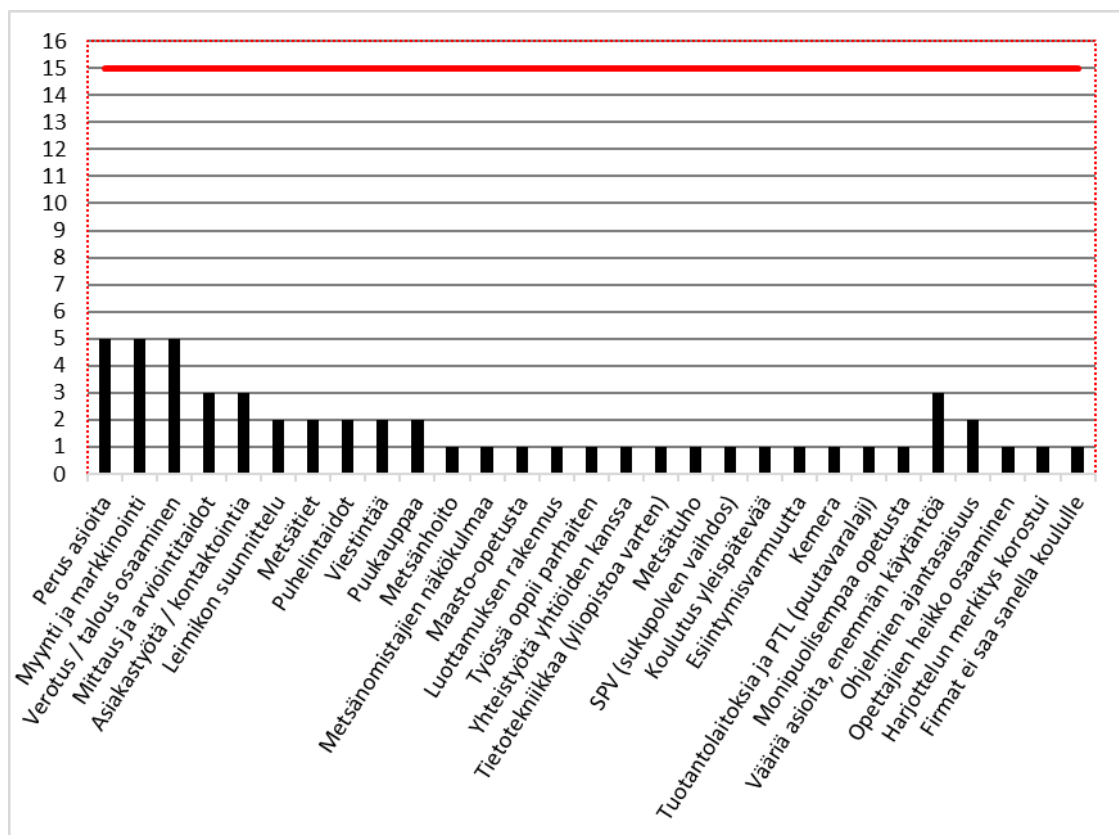
Yli puolet haastateltavista on ollut tyytyväinen siihen, kuinka yritys on reagoinut viimeaikaisiin tapahtumiin ja haasteisiin. Onnistumiskohteiksi on erityisesti koettu nopea reagointiaika sekä viestinnän kulku aiheisiin liittyen. Haastateltavat nostivat huomioitavaksi hyvät työkalut. Muutama haastateltava toi esille luottamuksen, että yritys on kykenevä oppimaan kohtaamista ongelmistaan. Yksittäisten haastateltavien kokemat ongelmat ovat useassa haastattelussa hyvin paikallisia, mutta ne tuotiin haastatteluissa esille intohimoisesti. Yritys pystyisi vaikuttamaan näiden ongelmien ratkaisuihin suhteellisen pienillä korjausliikkeillä.

Haastateltavilta kysyttiin, miten valoisana he näkevät työnantajansa tulevaisuuden. 15 haastateltavasta 13 koki, että yrityksen tulevaisuus on valoisa. Kolmasosa haastateltavista mainitsi luottamuksensa työnantajaansa, sekä neljä haastateltavaa koki, että työnantaja tulee kasvamaan. Yksittäiset huomiot kysymykseen tulleista vastauksista pystyy kiteyttämään yhteen lauseeseen.

”--ei tässä mitään ongelmaa niin pitkään kun puunkäyttö ja tarve pysy semmoisena kun nykyisellään—” Haastateltava 5.

5.9 Jatkokoulutus

Haastattelun lopuksi palattiin takaisin koulu-teemaan, tällä kertaa koulutuksen näkökulmasta. Haastateltavilta kysyttiin, minkälaisia asioita hän oli jäänyt kaipaamaan saamassaan koulutuksessa (kuvio 13). Haastateltavat olivat kiinnostuneita kehittämään itseään vielä työelämässä. Tutkittavan yrityksen tarjoamaa koulutusta pystytään kehittämään, kun on selvillä, millaisia asioita haastateltavat kokivat tärkeiksi teemoiksi oppia lisää.



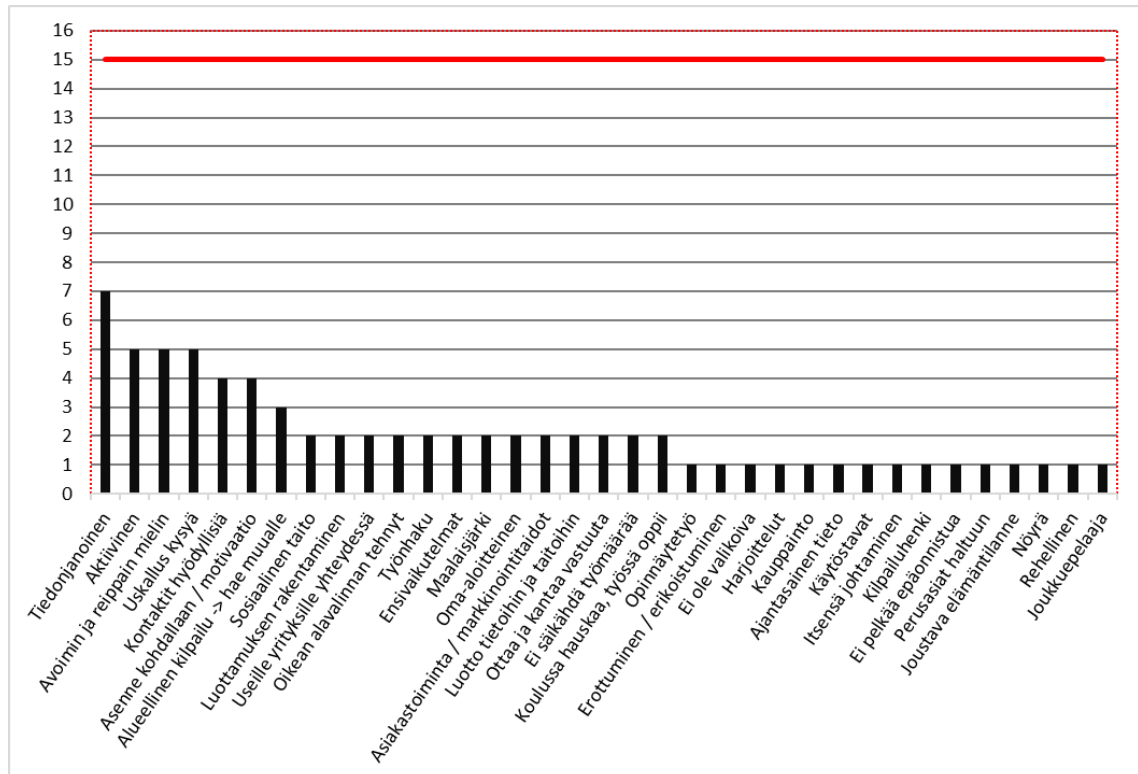
Kuvio 13. Kysymys 15: Millaisia asioita jäit kaipaamaan koulutuksessasi?

myös jatkokysymyksenä, miten yritys pystyy vaikuttamaan tällaisien asioiden oppimiseen. Haastateltavista kuusi mainitsi, että työnantaja pystyisi panostamaan koulutuksen kehittämiseen. Monen haastateltavan kanssa esille koulutuksen kehittämiseksi tuli jo opiskelumaailmaan sijoittuva, yritysrajoja rikkova, hankitaketjunsuunnittelu ja -toteutus -hanke. Joidenkin haastateltavien kanssa keskusteltiin myös yrityksessä kehitettävien kohteiden kouluttamisesta. Muutama haastateltavista mainitsi, että yrityksen tarjoamista koulutuksista on ollut hyötyä. Erään haastateltavan kanssa esille tuli huomio, kuinka yrityksen toiminta on levittäytynyt maantieteellisesti laajalle alueelle, ja joidenkin haastateltavien kannalta lähikoulutustapahtumat ovat niitä harvoja kertoja, missä pääsee paremmin tapaamaan eri konttoreiden työkavereita. Koulutustapahtumat siis koettiin myös työhyvinvointia tukevana tapahtumana. Haastattelussa ei suoranaisesti kysytty osallistumishalukkuutta koulutuksiin, mutta muutaman haastateltavan osalta koulutukset koettiin työaikaan rokottavana tekijänä. Nämä haastateltavat kokivat, että kiireisinä aikoina he keskittyisivät mieluummin käsillä oleviin töihin, kuin ”aikaa syövään” koulutukseen.

Osa haastateltavista mainitsi omatoimisen koulutuksen mahdollisuudet. Nämä haastateltavat seurasivat jatkuvasti alalla tarjolla olevia koulutuksia. Työnantaja mahdollistaa monenlaisen täydennyskoulutuksen, jos työntekijä pyytää mahdollisuutta osallistua. Yksittäisenä huomiona eräs haastateltava myös mainitsi koulussa esittäytymisen tärkeyden. Kokenut työnantajan edustaja pystyisi käymään oppilaitoksissa kertomassa, mitkä asiat ovat hänen työssään olennaisia asioita. Opiskelijat saisivat tietoa työelämän vaatimuksista ja motivoituisivat mahdollisesti opintojen suuntaamisessa.

5.10 Tulevaisuuden osaajat

Yritys haluaa työllistää alan parhaat työntekijät. Haastateltavilta kysyttiin, millaisia neuvoja he pystyisivät antamaan tulevaisuuden ammattilaisille (kuvio 15). Moni haastateltava kertoi itselleen tärkeäksi kokemia asioita, sekä useita neuvoja tulevaisuuden ammattilaiselle.



Kuvio 15. Kysymys 17: Millaisia neuvoja pystyisit antamaan työmarkkinoille siirtyville metsäammattilaisille?

Lähes puolet haastateltavista neuvoi tulevia ammattilaisia olemaan tiedonjanoisia. Tätä korostettiin pääsääntöisesti asiakastyössä tärkeäksi piirteeksi. Asiakkaan silmissä asiantuntijan pitää olla tehtävänimikkeensä mukainen osaaja. Tämä onnistuu vain, mikäli työntekijällä on jatkuva halu oppia ja tietää enemmän alasta. Alan kehitystä seuraava ja alan tapahtumista perillä olevalla metsäammattilaisella on huomattavasti paremmat lähtökohdat asiakkaan palvelamiseen.

Asiakaslähtöisen toimenkuvan työntekijälle on myös erittäin tärkeitä olla omaaloitteinen sekä aktiivinen. Hyvä asiakaspalvelija ei jää odottamaan, että asiakas tulee hänen luokseen, vaan menee itse asiakkaan luokse tarjoamaan osaamistaan ja palvelujaan. Toimenkuvassa on myös erityisen tärkeää pystyä ”juttelemaan” sekä kuuntelemaan asiakkaan toiveita. Luottamukselliset suhteet asiakkaisiin rakennetaan heidän kanssaan juttelemalla. Rohkaisevana tekijänä haastateltavat myös mainitsivat, ettei kaikkea tarvitse osata valmistuttua. Asioita pitää uskaltaa kysyä, eikä epäonnistumista tarvitse pelätä.

6. Tulosten arviointia

6.1 Yhteenveto ja lopputulos

Yritys on hieman huonosti nuorille esillä oleva metsäalan yritys, joka kuitenkin tunnetaan pääpiirteiltään hyvin. Yrityksen kuva on ulkopuolisen silmiin hyvä, mutta yrityksen toimintaan enemmän tutustunut henkilö kokee yrityksen lähes erinomaisena. Yritystä kohtaan ei ole erityisen paljon negatiivisia ennakkoluuloja. Työntekijän päästyä yrityksen sisälle, on hänellä monta uutta asiaa opittavana yrityksestä. Näiden määrä saattaa aluksi tuntua hyvin stressaavalta. Moni kokeekin, että pystyy kertomaan yrityksestä varmuudella vasta eläkkeelle siirtyessään.

Yritys tuo tavoitteensa, tehtävänsä sekä arvonsa selkeästi esille. Tavoitteet koetaan realistisiksi ja reiluiksi. Haastatellut työntekijät eivät koe rahallista palkkiota riittävän hyväksi, vaikka he olisivat saavuttaneet asetetut tavoitteet. Siinä yrityksellä olisi vielä tavoiteltavaa.

Tehtävät, mitkä työnantaja asettaa työntekijöilleen, ovat moninaiset. Tehtävien pääpiirteet ovat yksinkertaisia, ja päätehtävien toteuttamiseen työntekijät antavat jakamattoman huomionsa. Haastatelluilla työntekijöillä on haasteita saada tehtävät hoidettua riittävän hyvin järkevän työajan puitteissa. Työnantaja mahdollistaa vapaa-ajan riittävyden, mutta ongelmaksi koetaan työntekijöiden rooli asiakkaiden suhteen. Työntekijät kokevat, että asiakasta olisi palveltava myös vapaa-ajalla yrityskuvan ylläpitämiseksi.

Yrityksen arvot kuvastavat nykypäivänä metsäalalla vallitsevia arvoja, ja niiden esiin tuomisessa se onnistuu pääpiirteittäin hyvin. Yritys heijastaa omista arvoistaan parhaiten työturvallisuudessa, työyhteisön toimivuudessa sekä vastuullisuudessa. Yrityksen suurimmat kehityskohteet ovat tietoturvallisuuden, työturvallisuuden, sekä työntekijöiden henkisen jaksamisen parantamisessa.

Haastateltavat viihtyvät yrityksessä ja kokevat ylpeyttä omasta työnantajastaan. Tunnetta edesauttaa yrityksen tulevaisuuteen tähtääminen, rohkeat tavoitteet ja tehdyt toimenpiteet tavoitteiden saavuttamiseksi. Yrityksen päättävä taso koetaan kuitenkin hieman etäisenä, ja johtoa toivotaan vuorovaikutukseen kentän toimijoiden kanssa. Yrityksen historia on työntekijöiden arvostama asia. Työntekijät ovat tyytyväisiä ja ylpeitä yrityksensä tarjoamista eduista sekä palveluista asiakkailleen.

Haastatellut työntekijät luottavat yritykseen. Yrityksen koetaan reagoineen pääpiirteissään onnistuneesti niin pitkällä, kuin lyhyellä tähtäimellä. Tulevaisuuden ja uudistumisen tavoittelu on työnantajan erityinen haaste. Työnantajan nähdään uudistuvan erittäin päättäväisesti, mikä altistaa työntekijät rasitukselle ja haastaa heidän jaksamisensa. Nuorten työntekijöiden keskuudessa sitä ei vielä koeta suureksi ongelmaksi, mutta se tiedostetaan. Luottamusta herättää myös työnantajan halu tarjota ja mahdollistaa koulutusta työntekijöilleen. Yritys koetaan osaamista edistävänä työnantajana. Haastateltavien mielestä työnantajalla menee kokonaisuudessaan hyvin, vaikka kehittämiskohteitakin on.

6.2 Tutkimuksen tarkastelu

Haastattelussa esitetyt kysymykset liittyivät monelle eri osa-alueelle. Vertailukelpoisia aiheita olivat esimerkiksi ennako-oletukset yrityksestä, työilmapiiri, palkkaus sekä työntekijän ammatinkehittymis mahdollisuudet. Tällaiset teemat ovat yleisesti kysytyjä aiheita julkisesti esillä olevissa yrityskuvissa. Yleisesti ottaen myös yrityksen periaatteista ja rakenteista on kysytty monessa tutkimuksessa. Tässä tutkimuksessa näitäkin on kysytty, vaikka kysymysten muotoilu on erilainen kuin muissa tutkimuksissa.

TTS on tutkinut vuonna 2019 metsätalousinsinöörien valmistumisen jälkeisen koulutukseen osallistumista, sekä tulevaisuuden osaamistarpeita. TTS:n tutkimuksen mukaan metsätalousinsinöörit ilmaisivat että, koulutus jäi vajavaiseksi puunkorjuun ja hankinnan, puukaupan, liiketoimintaosaamisen ja yrittäjyyden, asiakaspalvelun, markkinoinnin, metsäteiden rakentamisen ja kunnossapidon,

metsäalan uusien kehityssuuntien, metsälannoituksen, johtamistaitojen, sekä työhyvinvoinnin ja työssäjaksamisen osalta. Näihin verrattuna, esille nousseet jatkokoulutustarpeet tukevat hyvin aikaisempaa tutkimusta.

Haastateltavat myös mainitsevat joitakin yrityskuvatutkimuksille tyypillisiä teemoja, kuten työntekijöistä kilpailu, yrityksen arvot yrityksen maineen vaikutus.

Yksi haastateltava vastasi 6,67 % haastateltavista. Tätä määrää ei pystytä yleistämään kuvastamaan kaikkia saman toimenkuvan omaajien kesken. Kysymyksien kohdalla on syytä muistaa, että yksi vastaaja on voinut tuoda esiin usean huomion. Suurempi haastateltavien määrä, pystyisi lisäämään tutkimuksen tulosten luotettavuutta.

Tutkimuksessa, sekä sen analysoinnissa on fenomenologian, sekä fenomenografisen tutkimuksen piirteitä. Tutkija lähestyi tutkittavaa asiaa Edmund Husserlin perustaman filosofisen tutkimussuuntauksen fenomenologian tutkimusmetodin keinoin, missä ennako-oletukset ja tiedot suljetaan pois, ja keskitytään enemmän haastateltavan, sekä tutkijan väliseen keskusteluun ja siinä esille nousseisiin huomioihin. (Tieteen termipankki 2016.)

Tutkimustulosten analysoinnissa menetelmä muuttui hieman fenomenografiseksi tutkimukseksi.

”Fenomenografisen tutkijan tavoitteena on onnistua tuomaan esiin se konteksti, johon haastateltavan käsitykset liittyvät. Tämän tyyppisen ajattelun taustalla on näkemys siitä, että ihmisten kokemukset ovat aina yhteydessä siihen, missä tilanteessa ja asiayhteydessä ne tapahtuvat. Tästä syystä myös fenomenografinen tutkija voi itse havaita huomauttaa, että tutkittava ilmiö voidaan ymmärtää muillakin tavoilla kuin hän on tehnyt.” (Rissanen, R. 2006. Fenomenografia. Luku 5.1.)

Tutkimuksessa pyrittiin kartoittamaan yrityskuvaa suomalaisesta metsäyrityksestä, sekä tuomaan esille kokemuspohjaista tietoa, mitä käyttämällä yritys pystyisi kehittämään omaa toimintaansa. Tulosten perusteella tehtävä ja tavoite täyttyivät.

6.3 Lisähuomioita tutkimuksesta

Nuoruudessa luotujen mielikuvien, sekä aikaisempien siteiden tärkeyttä yritykseen ei ole tutkittu paljon. Parin haastateltavan kanssa tuli esille koettuja ajatuksia nuoruudesta. Haastateltavan perhe tai läheinen on omistanut metsää, ja heidän yhteydet johonkin suomalaiseen metsäyrittäjään, ovat vaikuttaneet haastateltavan ajatusmaailmaan kyseisestä yrityksestä. Muutama haastateltava hakeutui juuri näiden kokemusten vuoksi yritykseen.

Koulutuksessa olisi hyvä tarjota mahdollisimman tasavertainen kuva kaikista alalla vaikuttavista merkittävistä yrityksistä. Yritykset, jotka haluavat olla esillä opiskelijoille, voisivat tuoda esille työelämän arkea. Haastatellut mainitsivat esimerkiksi opettajien taustojen merkityksen opetustyössä esillä oleviin yrityksiin. Opinnoissa voidaan toki käyttää hyväksi opettajien sidoksia alan yrityksiin kuvaamaan mahdollisia käytännön esimerkkejä, sekä antamaan ajantasaista kuvaa alalla vallitsevista käytänteistä.

Harjoittelupaikat ovat tutkittavan yrityksen osalta hoidettu erinomaisella tavalla, ajoissa sekä selkeästi. Tämä koettiin 4 maininnan mukaan erinomaisena asiana. Opiskelijalle ei ole täysin selvää, mitä kaikkia asioita harjoittelurekrytointiin liittyy, mutta haastattelijat kokivat, että yritys viesti tehokkaasti ja hoitaa harjoittelijoiden haut ajoissa. Haastateltavat saivat kuulla ensimmäisenä, olivatko he tulleet valituiksi tulevan kesän harjoitteluun. Tämä mahdollisti opiskelijalle tärkeän panostamisen muihin harjoittelupaikkojen hakuun, tai helpotti kesän suunnitelmia aikaisessa vaiheessa.

Yrityksen yhteistyö koulumaailmaan on erinomainen tapa parantaa alan koulutusta, ja omaa yrityskuvaa. Haastateltavien mielestä käytännönläheiset työelämäesimerkit koettiin tärkeiksi. Yritys voisi olla myönteisesti esillä esimerkiksi tarjoamalla koko ketjun suunnittelutehtäviä opiskelijoille. Mahdolliset suunnittelu- ja toteutushankkeet voisivat myös ylittää yritysrajoja, jolloin opiskelijat saisivat kattavamman kuva alan työnantajista. Tällainen työ edesauttaisi opiskelijoiden kiinnostusta eri työnantajia kohtaan.

Yrityksen esillä olon merkitystä tapahtumissa ei kannata aliarvioida. Erään haastateltavan kanssa keskustelu eteni pilkkikisoihin, minkä koko oli yllättänyt haastateltavan. Haastateltava kertoi kysyneensä tapahtuman järjestäjiltä yrityksensä osallistumisesta, mutta tutkittava yritys ei ollut lähtenyt tapahtumaan mukaan millään tapaa. Haastateltava harmitteli katsoessaan kilpailevien yritysten logoja tapahtumassa. Tämä kuvastaa, että esimerkiksi opiskelijoiden järjestämien kisojen näkyvyydeksi ei välttämättä tarvita merkittäviä summia rahaa. Näkyvyydeksi riittäisi toisinaan erilaiset tuotteet.

Yrityksen ulkoisen kuvan kokeminen ja kuvan selkeys voi parantaa sisäistä työnantajakuva. Eräät haastateltavat kokivat työnantajansa kuvan, sekä eri palveluiden laajan kirjon, olevan asiakaskunnalle osittain epäselvä. Tämä koettiin osaltaan vaikeuttavan haastateltavien toimenkuvaa. Moni haastateltava koki, että joutuu selittämään mahdolliset palvelut useaan kertaan. Asiakas tarvitsi lisätietoa, että hän ymmärtäisi käytössään olevat mahdollisuudet.

Selkeästi seurattavat tavoitteet auttavat työntekijään saavuttamaan ne. Työtavoitteista keskusteltaessa monen kanssa esille nousi ongelma henkilökohtaisessa tavoiteseurannassa. Moni haastateltava koki, että seurattavia ja vaadittuja tavoitteita on liikaa, tai niiden seuranta on haasteellista, koska niitä voi seurata monella eri työkalulla. Tähän kaivattaisiin muutosta.

Parannusta toivottiin henkilökohtaisten tavoitteiden seurantaan tai joustavuutena niin kutsuttujen toisarvoisten tavoitteiden suhteen. Moni haastateltava kyllä kertoi keskittyvänsä päätavoitteisiin, mutta esimerkiksi turvallisuushavainnot ja asiakastyytyväisyys koettiin tavoitteiksi, missä työnantaja voisi ”käyttää hieman maalaisjärkeä”. Eräs haastateltava kritisoi asiakastyytyväisyyden mittaria tämän ”armottomuudesta”. Haastateltavan mukaan tyytyväisyysmittari on huono, jossa esimerkiksi asiakkaan huono päivä tyytyväisyyspalautetta täyttäessä voi vaikuttaa työntekijän työsuhteeseen.

Metsäalalla vallitsee pääsääntöisesti sama arvopohja kaikilla metsäalan yrityksillä. Jotkin metsäalan yritykset painottavat arvojaan, kun taas toiset käyttävät

niitä kilpailuetuna. Arvojen käyttö riippuu täysin yrityksestä. Suomessa vaikuttavilla metsäalan organisaatioilla arvopohja mukaillee hyvin vahvasti toisiaan.

Vähemmän mainitut arvot voivat joskus olla tärkeämpiä arvoja kehittää kuin useammin mainitut. Joissakin haastatteluissa esiin kohosi työilmapiiriä haittaavia tekijöitä, vaikka tutkimuksessa onnistumisista käsittelevässä kohdassa kolmasosa haastateltavista nimesi työilmapiirin onnistuneeksi. Nämä maininnat eivät poissulje vähemmän mainittuja kehittämiskohteita.

Samassa haastatteluteemassa esille nousi myös yrityksen ”maalaisjärjen käyttö”. Moni kyllä ymmärtää, että ”rapatessa roiskuu”. Erään haastateltavan mukaan tällaisia tapauksia ovat tilanteet, missä päätösvaltaa käyttävä osa yrityksestä ei kuuntele tai ajattele, millaisia vaikutuksia asioilla olisi kentän työntekijöille. Yrityksessä tehdään päätöksiä ja linjauksia, mitkä sitten kentällä ovat asiakkaan kanssa työskentelevän ammattilaisen kohdalla vaikeita tilanteita selittää. Vaikka asia saataisiin asiakkaan kanssa sovittua, näissä tilanteista yritys usein häviää enemmän kuin hyötyy. Haastatteluissa tällaisia tarinoita tuli esille muutama kappale. Näiden tarinoiden osalta haastateltavat kokivat, ettei se olisi niin suuri ongelma, jos kenttää kuunneltaisiin asiakaskuntaa koskevissa päätöksissä. Vaihtoehtoisesti myös, jos päätöksille saataisiin selkeät perustelut, mitkä asiantuntija voisi sitten kertoa asiakkaalle. Kyseisten tarinoiden kertojat tiedostivat kyllä, että korkeammalla taholla tilanne nähdään suuremmassa kokonaisuudessa.

Haastattelussa keskeisessä roolissa oli teknologian kehitys. Haastateltavat edustivat pääsääntöisesti nuorta ikäpolvea, joka on oletusarvoisesti kasvanut teknologian keskellä ja jolle uudet teknologiat eivät tuota vaikeuksia oppia. Tämä ei kuitenkaan ole vanhemmalle, väistyvälle ikäpolvelle yhtä helppoa. Moni haastateltava toi esille huolen vanhempien henkilöiden teknologisesta osaamisesta ja kehityksen mukana pysymisestä. Teknologian kehitystä ei pitäisi pakottaa eteenpäin.

Missä yrityksen kasvot sijaitsevat? Asiantuntijan rooli koettiin hyvin asiakaslähteiseksi. Usea haastateltava toi esille oman roolinsa asiakkaalle niin sanottuina

”yrityksen kasvoina”. Tämä vaikeutti henkilöiden kokemaa vapaa-aikaa, etenkin pienemmillä paikkakunnilla, missä moni henkilö tuntee paikallisen asiantuntijan. Parin haastateltavan kanssa tuli esille, kuinka asiantuntijalla on ”rooli koko ajan päällä”, kun hän liikkuu julkisella paikalla. Asiakkaita kohtaa usein vapaa-aikana ja näissä tilanteissa henkilö tuntee olevansa jälleen töissä. Useat haastateltavat ihmettelivät, etteivätkö asiakkaat ymmärrä asiantuntijoidenkin olevan välillä vapaa-ajalla. Jatkuvasti yrityksen kasvoina toimiminen koettiin stressaavaksi ja työhyvinvointia rasittavana tekijänä.

Työnantaja koettiin pystyvän muuntautumaan tulevaisuuden haasteisiin. Moni haastateltava koki ongelmaksi, että kentän toimijat eivät pysy tahdissa mukana. Teknologia yleistyy, ja sen kehityksen vauhti kasvaa. Haastateltavat olivat nuoria, ja siksi monen kohdalla ei koettu teknologiaosaamista rasitteena, mutta haastateltavien mukaan vanhempien työntekijöiden ongelmat olivat huomattavat. Jatkuvat päivitykset sekä uudistukset olivat pääsääntöisesti positiivisia, mutta niiden tuominen käytäntöön oli niin sanotusti ”hätältyä”. Kaikki tuodut päivitykset eivät olleet valmiita, eli ne eivät toimineet täysin halutulla tavalla. Näiden annettiin olla jonkun aikaa käytössä, ja jälkepäin pidettävä koulutus-tapahtuma asiasta oli jo käytännössä hyödytön.

Haastateltavista jotkut mainitsivat, että yleisesti koulutukset kuuluisi järjestää, ennen kuin uusi asia otetaan käyttöön, eikä toistuvasti jälkikäteen. Uudistumisesta toivottiin myös mahdollisesti isompien kokonaisuuksien tuomista kerralla. Huolellisesti toteutettu ja etukäteen koulutettu suurempi kokonaisuus olisi vähemmän rasittava tapa tuoda kehitystä käytännön työelämään. Työtoiminnan käytettävät järjestelmät koettiin myös hyvin jäykiksi, sillä ne eivät mahdollista peruuta-vaihtoehtoa. Mikäli virheen havaitsee työtehtävän loppupuolella, ei siihen voi palata, vaan siitä on tehtävä oikaisu. Tämä tuntuu jäykältä tavalta toimia. Teknistä tukea rasi-tettaisiin huomattavasti vähemmän, mikäli kentän työntekijä pystyisi itse korjaamaan joitain ongelmia ja virheitä.

Koulutus kuuluisi olla pääsääntöisesti tasalaatuista eri puolilla Suomen metsäalan korkeakouluissa. Pääsääntöisesti kurssit kyllä ovat samat, mutta teemojen käsittely ja opetuksen laatu vaihtelee. Koulutukseen kriittisesti suhtautuivat

haastateltavista henkilöt, joilla oli jo entuudestaan kosketuspintaa metsäalasta Suomessa. Tällaisten haastateltavien vastaukset koulutustarpeeseen oli myös huolellisemmin perusteltuja.

Yrityksen kannattaa kehittää työntekijöitään. Koulutusta käsittelevässä kysymyksiin haastateltavat toivat selvästi esiin, että yritys on oikeasti kiinnostunut tarjoamaan, sekä mahdollistamaan lisäkoulutuksen sitä pyytävälle työntekijöilleen. Koulutusmyönteisyyttä pidettiin erittäin arvokkaana työnantajan toiminnassa.

Tutkimusta pystyttäisiin vertaamaan aikaisempiin tutkimuksiin yksittäisinä kysymyksinä, tai esille nousseina huomioina. Aikaisemmissa tutkimuksissa on kiinnitetty huomioita niihin kohteisiin, mitkä ovat olleet tutkittavan tahon intressien kohteena. Tällainen vertailu kuitenkin ei ole tarkoituksenmukaista tässä tutkimuksessa käytettyjen tutkimusmetodien johdosta.

7 Pohdinta

Kuvatuissa tuloksissa näkyy ainoastaan ne huomioit, mitkä haastateltava on itse osannut tai halunnut tuoda esille. Tämä tarkoittaa, että kuvattu aineisto on ”minimitulos”. Koetut asiat voivat olla yleisemmin koettuja, mutta niitä ei ole vain tuotu esille haastatteluvaiheessa. Haastattelutilanteissa sattui tilanteita, joissa haastateltava ei saanut ajatustaan selkeästi ilmaistua ja keskustelu tyrehtyi. Silloin haastattelija tarjosi useita asioita, mihin haastateltava saattoi tarttua ja jatkaa omien ajatusten selostamista.

Opinnäytetyössä keskiössä oli kaksi teemaa: työnantaja ja opiskelumaailma. Tutkija itse edusti jälkimmäistä, ja siksi tuntui, että tästä osa-alueesta pystyi kirjoittamaan vaivattomammin. Työnantajasta kirjoittaminen oli haastavampaa.

Työnantajakuvaa käsittelevät tulokset perustuivat haastatteluissa esille tulleisiin asioihin ja tunteisiin. Näitä kirjoittaessa tutkija joutui jatkuvasti katsomaan litte-

roidusta aineistosta, millaisella tavalla haastateltavat olivat vastanneet kysymyksiin.

Tutkimusta tehdessä tutkija myös tiedosti oman roolinsa ja merkityksensä aineiston tulkitsijana lähtien keskusteluista aina diagrammien muotoon saakka. Tutkijan oli pidettävä mielessä, että saatu data pitää esittää siinä muodossa, kun se on saatu. Tutkijan ei kuulunut sensuroida tai yleistää liian paljon esitettyjä mielipiteitä. Saatu aineisto oli osittain hajanaista ja paikoin haastateltavan ajatus jopa epäselvää.

Kysymyksistä pystyttiin keräämään henkilöiden kokemia mielipiteitä ja ajatuksia. Tällaisia kysymyksiä tutkimuksessa oli yhteensä 11 kappaletta. Näissä kysymyksissä esille nousseita asioita ja näkökulmia nimettiin yhteensä 604 kappaletta. Tutkija arvioi haastateltavan ilmaisun perusteella niistä positiivisiksi 301 kappaletta. Tämä tarkoittaa 49,8 % vastauksista esille nousseista huomioista. Tutkija katsoi neutraaleiksi huomioiksi toteamukset ja aiheet, joista haastateltava ei tuonut omaa mielipidettään julki. Tällaisia huomioita oli yhteensä 116, joka on 19,2 %. Kehittämiskohteita tai muita huomioita, mitä haastateltavat kokivat negatiivisiksi yrityksen toiminnassa, tuli esille 187 kertaa. Tämä osuus on 31 % huomioista. Yleistettynä puolet esille nousseista aiheista oli tutkijan mielestä vaikutukseltaan positiivisia, kolmasosa negatiivisia ja loput melko neutraaleja.

Aineistoa analysoidessa, tutkija pohti usein saadun aineiston relevanttiutta. Aineistoa tarkasteltaessa saattoi havaita, että jotkin kysymyksistä eivät suoranaisesti olleet tutkittavan teeman kannalta relevantteja, mutta ne pohjustivat seuraavia kysymyksiä, jotka taas olivat asian ytimessä. Aineistoa analysoidessa tutkija ei raportoinut kaikkia esille tulleita seikkoja keskustelujen polveilevan luonteen takia. Usein puheeseen liittyi tunneperäistä ilmaisua. Sellaisten tulkintojen analysointi tässä tutkimuksessa ei olisi ollut tarkoituksenmukaista.

Tutkija käsitteli osittain tarkoituksenmukaisesti saatua aineistoa pintapuolisesti. Mielikuvien tulkinta ja kuvaaminen on laadullista tutkimusta. Tarkkojen tulosten esittäminen ei olisi mahdollista halutulla tasolla, ja siksi lukijallekin jää mahdollisuus tulkita saatuja havaintoja.

Tutkimuksen tavoitteena oli tuoda tietoa yritykseen liitetystä työnantajamielikuvasta, sekä mahdollisesti muuta tietoa, mitä käyttämällä yritys pystyy kehittämään toimintaansa. Tämä on tärkeää, koska viimekädessä yritykset kilpailevat parhaista alan työntekijöistä.

Analysointia tehdessä tutkijalle heräsi myös uusia ajatuksia, mitkä olisivat olleet merkityksellisiä tutkimusta tehdessä. Mikä on esimerkiksi lähimmän esimiehen merkitys yrityskuvassa tai kuinka työntekijä voi vaikuttaa yrityksen kehittymiseen? Ehkäpä näiden aiheiden tutkiminen jatkuu myöhemmin, mahdollisesti jonkun toisen nuoren opiskelijan opinnäytetyössä.

Lähteet

- Ambler, T. & Barrow, S. 1996. The Employer Brand. London: Pan'agra working paper.
- Hänninen, R. & Katila, P. & Västilä, S. Metsäalan toimintaympäristön muutostanalyysi. Raportti maa- ja metsätalousministeriölle. 22.5.2013.
- Jyväskylän Yliopisto. 2015. Aineiston analyysimenetelmät.
<https://koppa.jyu.fi/avoimet/hum/menetelmapolkuja/menetelmapolku/aineiston-analyysimenetelmat>. 22.5.2020
- Kielitoimiston sanakirja. 2020a.
<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/ty%C3%B6ntekij%C3%A4>. 1.4.2020.
- Kielitoimiston sanakirja. 2020b.
<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/ty%C3%B6nantaja>. 1.4.2020.
- Kielitoimiston sanakirja. 2020c.
<https://www.kielitoimistonsanakirja.fi/#/ty%C3%B6suhde>. 1.4.2020.
- Lautanen, E. & Kilpeläinen, R. 2019. TTS:n julkaisuja 440. Nurmijärvi 2019.
- Lautanen, E. & Kilpeläinen, R. 2019. TTS:n julkaisuja 441. Nurmijärvi 2019.
- Luonnonvarakeskus. 2020a. Tilastotietokanta: Metsäsektorin työlliset.
http://statdb.luke.fi/PXWeb/pxweb/fi/LUKE/LUKE__04%20Metsa__08%20Muut__Metsasektorin%20tyovoima/7.02_Metsasektorin_tyolliset.px/chart/chartViewColumn/?rxid=dc711a9e-de6d-454b-82c2-74ff79a3a5e0. 31.3.2020.
- Luonnonvarakeskus. 2020b. Tilastotietokanta: Metsämaan pinta-ala.
http://statdb.luke.fi/PXWeb/pxweb/fi/LUKE/LUKE__04%20Metsa__06%20Metsavarat/1.07_Metsamaa_omistajaryhmittain.px/table/tableViewLayout1/?rxid=fec5174b-91dc-4ac4-8b41-5043b42194d0. 31.3.2020
- Luonnonvarakeskus. 2020c. Tilastotietokanta: Puuston tilavuus metsä ja kitumaalla.
http://statdb.luke.fi/PXWeb/pxweb/fi/LUKE/LUKE__04%20Metsa__06%20Metsavarat/1.16_Puuston_tilavuus_metsa_ja_kitumaalla_pu.px/table/tableViewLayout1/?rxid=dc711a9e-de6d-454b-82c2-74ff79a3a5e0. 31.3.2020.
- Metsähallituksen verkkosivut. 2018. Metsähallituksen organisaatio.
<https://www.metsa.fi/organisaatiojatoimintatapa>. 1.4.2020.
- Metsähallituksen verkkosivut. 2020. Metsähallituksen toimintatapaohje.
<https://www.metsa.fi/metsahallituksen-toimintatapaohje>. 1.4.2020
- Moroko, L. & Uncles, M. 2008. Characteristics of successful employer brands. Sydney. Palgrave MacMillan.
- MTK. 2020. <https://www.mtk.fi/mtk>. 1.4.2020.
- Paanetoja J. 2015. Tieteen termipankki: Oikeustiede:työsuhde.
<https://tieteentermipankki.fi/wiki/Oikeustiede:työsuhde>. 1.4.2020
- Paanetoja J. 2019. Tieteen termipankki: Oikeustiede:työnantaja.
<https://tieteentermipankki.fi/wiki/Oikeustiede:työnantaja>. 1.4.2020
- Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto.
https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_1.html. 22.5.2020
- Studentum.fi. 2020. Koulutushaku: Metsäkoulutus
<https://www.studentum.fi/koulutushaku/oppilaitos/metsatalous/c3902>. 5.4.2020.

- Sullivan J. 2004. The 8 elements of a successful employment brand.
<https://www.ere.net/the-8-elements-of-a-successful-employment-brand/>. 5.4.2020.
- Suomen virallinen tilasto. 2019. Teollisuuden myydyn tuotannon arvo hyödykkeittäin. 2016-2018.
http://www.stat.fi/til/tti/2018/tti_2018_2019-07-05_tau_001_fi.html.
31.3.2020
- Tieteen termipankki: Taloustiede:työ. 2015.
<https://tieteentermipankki.fi/wiki/Taloustiede:työ>. 1.4.2020.
- Tieteen termipankki: Filosofia:fenomenologia. 2016.
<https://tieteentermipankki.fi/wiki/Filosofia:fenomenologia>. 22.5.2020.

Haastattelulomake

Pohjatietokysymyksiä.

1. Kauanko valmistumisestasi on kulunut aikaa?
2. Onko Yritys X -ensimmäinen työnantaja?
3. Onko metsäala mielestäsi oikea ala sinulle?
4. Kuinka hyvin muistat opiskeluaikaa?

Haastattelukysymyksiä:

1. Mitä tunteita valmistumisen jälkeen työmarkkinoille siirtyminen sinussa herätti?
2. Tiesitkö työmarkkinoille siirtyessäsi, että tuleva työpaikkasi olisi Yritykseltä X?
3. Kuinka tuttu Yritys X oli sinulle ennen työpaikan saamista? – jos, niin mistä?
4. Miten Yritys X oli opiskeluaikanasi esillä? Oliko se mielestäsi riittävästi, tai oikealla tavalla?
5. Mitä asioita olet oppinut Yrityksestä X, ollessasi osa sitä?
6. Miten koet oman toimittehtäväsi osana Yritystä X ja ymmärrätkö tehtävään liittyvät tavoitteet?
7. Millaiseksi koet Yritys X:n rakenteen?*
8. Miten hyvin tunnet Yritys X:n arvomaailman?*
9. Miten koet näiden toteutumisen työpaikallasi?
10. Missä näistä sinusta olisi eniten kehitettävää työpaikallasi?
11. Millaisia asioita koet haastaviksi työ- ja vapaa-ajan tasapainon hallinnan suhteen? – kuinka hyvin onnistut siinä mielestäsi?
12. Miten koet työnantajasi pystyvän mukautumaan tulevaisuuden haasteisiin ja muuttuvaan metsäammattilaisen työnkuvaan?
13. Miten koet työnantajasi pystyvän mukautumaan lyhyen aikavälin muutoksiin ja tapahtumiin?
14. Miten valoisana näet Yritys X:n tulevaisuuden?
15. Millaisia asioita jäit kaipaamaan koulutuksessasi?
16. Oletko tuonut asian esille työnantajan kanssa? – Onko Yritys X pyrkinyt / pystynyt edesauttamaan näiden asioiden oppimisessa?
17. Millaisia neuvoja pystyisit antamaan työmarkkinoille siirtyville metsäammattilaisille?

*Muutettu kysymyksen muotoa yritysidentiteetin suojelemiseksi.

Lähestymisviesti

Hei,

Olen Niilo Immonen, opiskelen Karelia-AMK:ssa ja lähestyn teitä opinnäytetyöni johdosta.

Olisin tekemässä haastattelututkimusta Yritys-X toimeksiannosta ja tutkimukseni käsittelee viimeaikoina valmistuneiden työntekijöiden kokemuserustaista kuvaa työnantajastaan, Yritys-X:stä. Tätä tietoa hyödyntäen Yritys-X pyrkisi edistämään yrityskuvansa sekä toimintaansa.

Tutkimuksen toteutus

Tutkimuksessa haastatellaan noin 10-15 viimeaikoina valmistunutta, sekä Yritys-X:n palkkaamaa metsäammattilaista.

Haastattelukysymykset liittyisivät pääsääntöisesti Yritys-X:ää, Yritys-X:n rakennetta sekä omaan toimenkuvaan, ja niiden kokemiseen. Haastattelukysymykset haastateltava saa etukäteen, sillä kysymykset ovat avoimia kysymyksiä. Haastateltava voi käydä kysymykset läpi etukäteen, sillä haastattelu pyritään suorittamaan noin tunnissa. Tulisin mieluusti haastateltavan toimistolla käymään, mikäli haastateltava on käytettävissä tutkimukseen. Etähaastattelu on myös vaihtoehto vallitsevien olosuhteiden vuoksi.

Tietosuoja

Haastattelut nauhoitetaan, jotta haastateltavien mielipiteet saadaan talteen mahdollisimman tarkasti. Nauhoitukset litteroidaan aineiston käsittelemisen edistämiseksi.

Nauhoituksia ja litteroitua tekstiä käsittelen vain minä. Haastatteluita tehdessä, haastateltavilta ei kysytä tunnistettavia tietoja, kuten nimeä, sukupuolta, ikää tai työskentelypaikkakuntaa. Nauhoitusten perusteella saatu tieto käsitellään lopulliseen työhön sellaiseen muotoon, että yksittäisiä haastateltavia ei voida mitenkään tunnistaa tai yhdistää heidän vastauksiinsa. Valmiista opinnäytetyöstä on myös sovittu toimeksiantajan kanssa, ettei siitä käy ilmi mille metsäalan työnantajalle se on tehty. Opinnäytetyön valmistuttua nauhoitukset ja litteroitu teksti tuhotaan.

Olen ollut suunnittelussa yhteydessä Yritys-X:n henkilöstöpuoleen, sekä haastateltavan esimieheen, ja heitä on tiedotettu opinnäytetyöstä.

Tulen olemaan tämän viestin lähettämisen jälkeen piakkoin yhteydessä puhelimitse, mikäli olisit käytettävissä tutkimukseen ja sopisin jatkosta.

Tutkimuksen tekijän yhteystiedot:

(sähköpostin automaattiallekirjoitus)