

Laura Tuohino

TYÖYHTEISÖVIESTINNÄN KEHITTÄMINEN

Maarakennusalan yrityksessä

TYÖYHTEISÖVIESTINNÄN KEHITTÄMINEN

Maarakennusalan yrityksessä

Laura Tuohino
Opinnäytetyö
Kevät 2021
Liiketalous
Oulun ammattikorkeakoulu

TIIVISTELMÄ

Oulun ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

Tekijä: Tuohino Laura

Opinnäytetyön nimi: Työyhteisöviestinnän kehittäminen. Maarakennusalan yrityksessä

Työn Ohjaaja: Sirpa Puolakka

Työn valmistumislukukausi ja -vuosi: Kevät 2021

Sivumäärä: 29 + 3

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli kehittää Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy:lle uusia toimintaa tehostavia työyhteisöviestinnän keinoja. Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy on infrarakentamiseen keskittynyt pk-yritys, jonka toimialueena on pääasiassa Oulun seutu. Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy on toimialallaan erittäin tunnettu ammattitaidostaan ja nykyaikaisesta kalustostaan, joten myös työyhteisön sisällä on tärkeää, että käytössä on nykyaikaiset viestinnän välineet.

Suunnitelman pohjana on käytetty kirjallista tietoperustaa, jossa avainasemassa ovat olleet Juholinin teokset sekä Åbergin aineistot. Näitä aineistojen tietoa on peilattu suoraan Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy:n nykytilanteeseen. Lisäksi teetettiin Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy:n henkilöstölle kysely, jolla selvitettiin yrityksen työyhteisöviestinnän nykytilannetta. Tekijän pitkällä työhistorialla Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy:ssä oli myös tärkeä rooli tutkimuksen tekemisessä.

Suunnitelmassa kehitettiin yhteyksiä eri henkilöstöryhmien välille ja saatiin näin työyhteisön sisäisiä viestejä päivittäiseen toimintaan mukaan. Vuonna 2020 maailmalla alkaneen Covid19- pandemian vuoksi opinnäytetyössä otettiin myös huomioon yritykselle uutena käsitteenä tullut poikkeustilanteiden viestintä. Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy:llä ei aiemmin ollut osattu kiinnittää huomiota tällaiseen, joten oli nopeasti kehitettävä uusia työyhteisöviestinnän keinoja, myös poikkeustilanteisiin.

Asiasanat: työyhteisöviestintä, sisäinen viestintä, tiedotus, tiedonkulku, viestinnän organisointi, organisaatio

ABSTRACT

Oulu University of Applied Sciences
Degree programme in Business Administration

Author: Tuohino Laura

Title of Thesis: Sisäisen viestinnän kehittäminen. Maarakennusalan yrityksessä

Supervisor: Sirpa Puolakka

Term and year when the thesis was submitted: Spring 2021 Number of pages: 29 + 3

The purpose of this thesis was to develop new communication ways for work community in Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy. Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy is a company that is specialized in earthworks and it is located in Oulu. Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy is well-known company for its professional skills and modern equipment's. It is important that the communication tools are updated.

The base for the study comes from Juholin's and Åberg's books. Thesis takes debate with the books and present state at Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy. We made a research for the Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy's community that gave us answers of present state.

In the communication plan we made new connections for the community. We linked new community groups together that they have more ways to communicate during the day. And that way it can increase the work immediately. Year 2020 the Covid19-pandemia brought new challenges to work-places. Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy had to re-think the community communications and we had to bring it into this thesis.

Keywords: work community communication, communication, organization, internal communication, organization communication

SISÄLLYS

1	JOHDANTO	6
2	TOIMIALA JA YRITYS	9
2.1	Toimiala	9
2.2	Yritys	11
2.3	Henkilöstöryhmät	12
3	TYÖYHTEISÖVIESTINTÄ TOIMINNAN TUKENA	14
3.1	Työyhteisöviestinnän tarkoitus	14
3.2	Viestinnän muodot	16
3.3	Työyhteisöviestinnän kohderyhmät	17
3.4	Työyhteisöviestinnän keinot	18
4	TYÖYHTEISÖVIESTINNÄN KEHITTÄMINEN OULUN MAA- JA VESIRAKENNUS OY: SSÄ	20
4.1	Työyhteisöviestinnän lähtötilanne	20
4.2	Kysely OMV:n henkilöstölle	21
4.3	Kehittämissuunnitelma Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy:lle	22
4.3.1	Viestinnän kohderyhmät	22
4.3.2	Viestinnän organisointi	24
4.3.3	Turvallisuuden kehittäminen	25
4.3.4	Poikkeustilanteiden viestintä	26
5	POHDINTA	27
	LÄHTEET	29

1 JOHDANTO

Olen työskennellyt elämäni aikana monella eri alalla ja jokaisessa työpaikassa, olen kohdannut saman ongelman: sisäinen informaatio ei toimi. Yritykset panostavat joka päivä entistä enemmän ulkoiseen viestintää sekä markkinointiin, mutta liian usein päivittäisviestintä unohdetaan. Liian usein olen kuullut lauseet ”Minulle ei ole kerrottu.”, ”Minä en tiennyt.” tai ”Eikö sinulle kukaan ole kertonut?” Päivittäisen arjen pyörittäminen isossa organisaatiossa on puuduttavaa, mikäli keskustelu yhteys henkilöstön välillä ei toimi. On mahdotonta huolehtia tuotantoketjun toimivuudesta, mikäli ketjun eri osa-alueet eivät ole yhteydessä toisiinsa. Miksi yrityksen sisällä tiedonsiirto on niin haastavaa? Jätetäänkö liikaa asioita olettamuksen varaan vai onko kyse kunnioituksen puutteesta omia kollegoita kohtaan?

Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy koostuu monesta eri osastosta, joiden työt nivoutuvat kuitenkin keskenään päivittäin. Työkohteita on useita kymmeniä ja ne sijaitsevat eripuolilla Oulun seutua. Eri toimintojen välille oli luotava uusia yhteydenpitotapoja, jotta tietoa saadaan jaettua nopeasti ja tehokkaasti jokaiseen työkohteeseen. Käytän tästä eteenpäin tekstissä yrityksen nimestä lyhennettä OMV.

Työmailla tilanteet vaihtuvat nopeasti ja niihin on pystyttävä reagoimaan välittömästi. Kaikki vaikuttaa kaikkeen. Maarakennusmestareiden on pystyttävä ennakoimaan autotarpeita ja osattava tilata tarvittava kalusto työmaalle. Kaivinkoneen on pystyttävä etenemään kaivuulinjalla, joka edellyttää, että kuorma-auto on tarvittaessa saatavilla. Kuorma-auton tehtävänä on toimittaa joko kaivettuja maita pois työmaalta tai tuoda uutta maa-ainesta täyttöihin. Ajojärjestelyn on tiedettävä tulevan päivän autotilaukset, jotta tiedetään riittääkö olemassa olevat resurssit täyttämään tilauksia vai joudutaanko etsimään apuvoimia yhteistyökumppaneilta. Näissä tilanteissa työyhteisöviestintä nousee erittäin tärkeään asemaan, ja tähän halusin lähteä etsimään kehityskkeinoja, joilla nykytilannetta saataisiin parannettua.

Työyhteisöviestinnän merkitys on korostunut yhteiskunnan ja työelämän suurten muutosten myötä. Työyhteisöt eivät ole enää suljettuja tiloja, vaan globaalin maailman muutokset vaikuttavat jokaiseen (Juholin 2009,140.) Tietoa ja tiedon vaihdantaa tarvitaan entistä enemmän, sillä ihmiset haluavat olla tietoisia ja jakaa tietoisuuttaan työyhteisönsä ja toimialansa asioista (Juholin 2009,140.)

Tutkimusongelmana on siis lyhyesti ”Miten saataisiin työyhteisöviestintä toimimaan paremmin yrityksessä?”.

Olen työskennellyt kuljetusesimiehenä OMV:llä kaksi vuotta, mutta ennen sitä toimin maansiirtoautonkuljettajana lähes 15 vuotta, joten kokemusta OMV:n toiminnasta löytyy pitkältä aikaväliltä eri työtehtävistä ja näkökulmista. Omien kokemusten kautta oli helppo lähteä kartoittamaan suurimmat ongelmat tiedonkulussa. Lisäksi tunnen koko henkilöstön monen vuoden ajalta, joista osan erittäin läheisesti, joten keskustelut eri henkilöiden kanssa on luontevaa ja rehellistä.

OMV:n viikkopalavereissa on erittäin suuressa roolissa ollut keskustelua siitä, missä asioissa työmailla on onnistuttu ja missä ei. Näihin asioihin on pyritty puuttumaan heti ja muutoksia on haluttu tehdä välittömästi, jotta samoilta ongelmilta vältyttäisiin. Hyvin yleinen syy ongelmiin on ollut tiedonpuutteessa tai sen jakamisen hitaudessa. Viikkopalavereiden lisäksi olen selvittänyt mahdollisia ongelmia kyselyn kautta. Lähestyin henkilöitä jokaisesta henkilöstöryhmästä, jotta saisin tarkemman kuvan eri näkökulmista.

Teknologian kehitys helpottaa viestintää, niin sisäistä kuin ulkoistakin. Pitkän historian omaavassa yrityksessä on kuitenkin omat haasteensa saada uusia tapoja ja toimintamalleja käyttöön, koska varsinkin yrityksen johto, mutta myös henkilöstö on vuosien varrella tottunut tiettyihin toimintatapoihin, eikä välttämättä ole halukas muuttamaan niitä. OMV käyttää myös paljon yhteistyökumppaneita sekä aliurakoitsijoita varsinkin sesonkiaikana, joten nämä ryhmät on myös otettava huomioon ja ehdottomasti sisäisen viestinnän piiriin, jotta tärkeät tiedotteet ovat myös heidän ulottuvillaan.

Opinnäytetyössä tarkastellaan aluksi yritystä ja sen toimialaa. Toimialaa avataan lyhyesti, jotta lukija saisi kuvan siitä millaisessa toimintaympäristössä töitä tehdään. Tämän jälkeen tutustutaan viestinnän kirjallisuuteen ja työyhteisöviestinnän teoriaan. Tästä siirrytään OMV:n viestinnän nykytilaan ja sen ongelmiin, joihin on tarkoitus lähteä kehittämään uutta suunnitelmaa. Kehityssuunnitelma on jaettu päivittäiseen, turvallisuuteen ja poikkeustilanteiden viestintään, joihin on haluttu löytää uusia toimintatapoja. Viimeiseen lukuun olen kerännyt omia pohdintojani koko prosessista.

2 TOIMIALA JA YRITYS

Luvussa kerrotaan toimialasta yleisesti ja mitä eri osa-alueita siihen kuuluu. Lisäksi kerrotaan OMV:stä, sen toimialueista ja vastuuhenkilöistä sekä organisaatorakenteesta. Lopuksi käsitellään myös OMV:n eri henkilöstöryhmiä.

2.1 Toimiala

Maa- ja vesirakentamisella luodaan edellytykset yhteiskunnan toiminnalle ja elinkeinoelämälle rakentamalla ja ylläpitämällä maamme infrastruktuuria, johon kuuluvat mm. kulkuyhteydet, vesihuolto-, energia- ja tietoliikenneverkostot sekä erilaiset ympäristö- ja maarakenteet. Alan työtehtävät liittyvät em. kohteiden suunnitteluun, rakentamiseen, kunnossapitoon ja materiaalin tuotantoon (Ammattinetti. Viitattu 14.9.2020).

Toimiala käsittää monta eri aluetta, kuten kiviainekset ja niiden tuotanto, kone- ja kuljetuspalvelut sekä urakointi. Kiviainestuotannolla tarkoitetaan sitä, että kalliosta louhitaan kiviainesta, joka sitten murskataan erikokoisiksi murskeiksi. Yleisimpiä käytettäviä murskelaatuja ovat 0/55mm ja 0/32mm, eli kalliosta louhittua kiveä murskataan niin, että valmiiden kivien koko on vaaditun mitta-haarukan sisällä. Kiviainesten laatua seurataan tarkasti ottamalla niistä näytteitä tietyin väliajoin, joista tehdään sitten rakeisuusanalyysyjä, jotta saadaan selvitettyä, täyttävätkö ne vaaditut laatu-kriteerit. Lisäksi murskeiden on oltava CE-hyväksytyjä (kuvio 1), jotta ne kelpaavat rakentamiseen.



TUOTESELOSTE
28.5.2015 alkaen

CE 0416	
Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy Rouskutie 1, 90650 Oulu 0416-CPD	
SFS-EN 13242 Kiviainekset sitomattomiin ja hydraulisesti sidottuihin materiaaleihin maa- ja vesirakentamisessa sekä tienrakenteissa Kalliomurske 0/56 E-moduli (Mpa) 280 KaM 0/56 Vasikkasuo, Haukipudas	
Raekoko	0/56
Rakeisuus	G ₄ 85, G _{T4} 10
Raemuoto	F ₁₃₅
Kiintotiheys	2,77Mg/m ³
Vedenimeytyminen	0,30 %
Iskunkestävyys	LA ₂₅
Hienoainepitoisuus	f ₅
Jäädätyksen sulatuskestävyys	Hyväksytty, WA ₂₅ 1

Kuvio 1 Esimerkki CE-todistuksesta

Kone- ja kuljetuspalveluihin lukeutuu kaivinkoneet, pyöräkoneet ja autokalusto. Urakointi yrityksillä on usein omaa kalustoa jonkin verran, mutta yleensä tarvitaan myös lukematon määrä yhteistyökumppaneita, jotta pysytään aikataulussa. Eikä myöskään ole järkevää hankkia kaikkia mahdollisia työkoneita omalle yritykselle, koska useimpien koneiden käyttöaste on hyvin pieni yhtä työmaata kohden.

Urakoinnilla tarkoitetaan työmaan toteutusta. Urakoinnissa huolehditaan työmaan suorittamisesta asiakkaan toiveiden mukaisesti alusta loppuun, esimerkiksi jonkin tieosuuden tai uuden asuinrakennuksen pohjien teko. Urakoita voidaan myös myydä eteenpäin alihankkijoille, jolloin he huolehtivat työmaan toteutuksen alusta loppuun. Jossain tapauksissa voidaan myös teettää alihankintana jokin urakan osa, kuten kivityöt tai asfaltoinnit.

2.2 Yritys

OMV on osa Kiimingin Sora -konsernia. Kiimingin Sora Oy on perustettu vuonna 1963 ja OMV Oy vuonna 1992. Konserni on perheyritys, joka yhdistää kaksi perhettä.

OMV työllistää vakituisesti n.30 henkilöä, mutta sesonkiaikaan eli huhti-marraskuun välillä saattaa määrä nousta välillisesti jopa yli 100 henkilöön. OMV tunnetaan luotettavana toimijana ja yhteistyökumppanina. Palvelemme yksityisiä, yrityksiä ja julkista sektoria Oulun talousalueella (Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy Viitattu 9.2.2021).

Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy:n toiminta sijoittuu maantieteellisesti pääasiassa Oulun seudulle, mutta yksittäisiä työmaita toteutetaan ympäri Suomea. Oulun seudulta löytyy OMV:n omat maa-ainesten ottoalueet, joista saadaan hiekkaa ja kalliomurskeita. Suurin osa ajokalustosta sijaitsee Oulun seudulla.

Maa-ainesten oma tuotanto on ehdottomasti yksi OMV:n kilpailukeinoista. Oulun alueella vain murto-osalla kuljetusyrityksistä löytyy omat ottoalueet ja muut ovat näin ollen riippuvaisia ulkopuolisista tuottajista. OMV:ltä näitä louhosalueita löytyy Oulusta kaksi. Lisäksi hiekanottoalueita on myös kaksi. Niistä yhdessä hiekkaa nostetaan suurella kaivinkoneella vedestä ja toisessa hiekkaa otetaan pyöräkoneella harjanteesta.

OMV omistaa viisi pyöräkonetta, jotka työskentelevät pääasiassa omilla maa-ainosalueilla sekä omissa urakoissa tarvittaessa. Lisäksi OMV omistaa yhden pitkäpuomikaivinkoneen, jonka pääasiallinen toimenkuva on hiekannosto. OMV:llä ei autokalustoa ole itsellään lainkaan, vaan kaikki autot ovat yhteistyökumppaneiden omistuksessa. OMV tekee ajonvälitystä ympärivuoden ja suurin tarve tilauksissa osuu huhti-marraskuun väliselle ajanjaksolle, jolloin autoja liikkuu OMV:n toimeksiantona jopa lähes 50 kappaletta päivittäin. Kaivinkoneet ovat myös pääosin yhteistyökumppaneiden omistuksessa, pois lukien tuo pitkäpuomikaivinkone.

Urakoinnin puolella työskentelee vakituisesti kuusi toimihenkilöä ja n.10 maarakennusmiestä. Lisäksi sesongissa maarakennusmiesten määrä kasvaa helposti 30 henkilöön, joista suurin osa on

vuokravälitysyriyten kautta palkattuja. Työnkuva on laaja, työmaan siivouksesta työmaapäällikön tehtäviin.

2.3 Henkilöstöryhmät

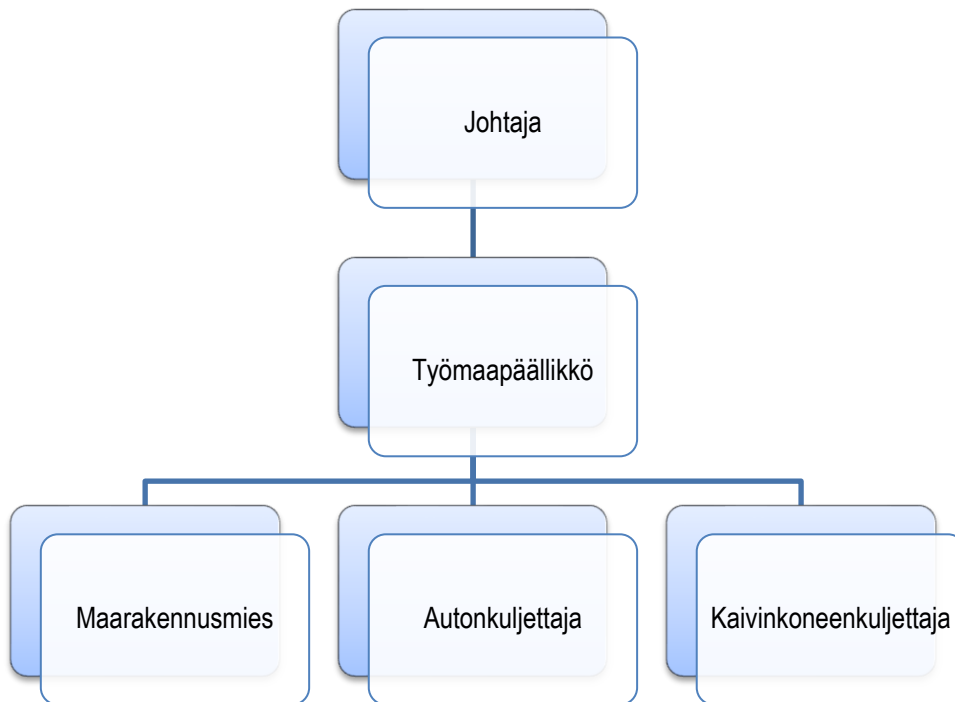
Päivittäisviestinnän rungon muodostavat työyhteisön, tiimin tai projektin jäsenet ja osapuolet muista yksiköistä sekä läheiset yhteistyökumppanit (Juholin 2017, 97). OMV koostuu neljästä eri osastosta: johto, kaukolämpö, urakointi sekä kiviainesmyynti.

Johto käsittää kaksi henkilöä, jotka ovat jakaneet vastuut urakointiin sekä kiviainesmyyntiin. Timo Matilan vastuualueena ovat kaukolämpörakentaminen sekä urakointi. Kiviainesmyynnistä vastaa puolestaan Pentti Eskola.

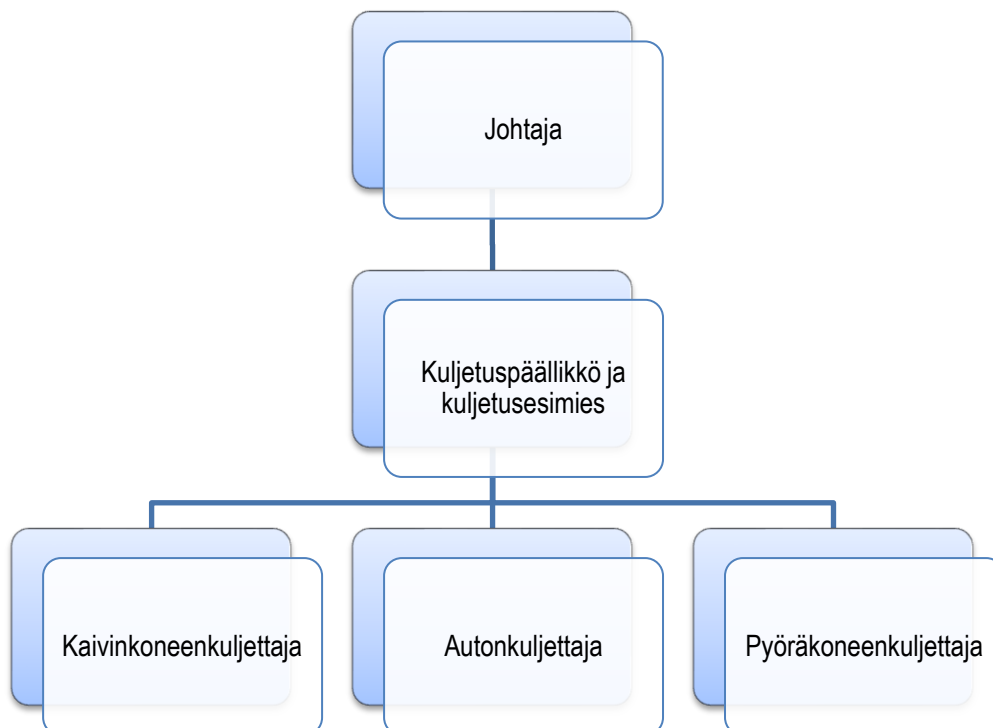
Kaukolämpö-osastolla työskentelee vakituisesti 2–3 työmaapäällikköä ja urakoinnin puolella 2–3 työmaapäällikköä. Työmailla työskentelee lisäksi 1–3 maarakennusmiestä sekä vaihteleva määrä kuljetuskalustoa. Työmaat sijoittuvat maantieteellisesti ympäri Oulun seutua, mukaan lukien lähikunnat kuten Muhos, Liminka, Ii ja Kempele. Ajoittain töitä tehdään myös kauempana Oulusta. (Kuvio 2)

Kiviainesmyynnissä työskentelee kaksi henkilöä, Juha Katiska kuljetuspäällikkönä sekä Laura Tuohino kuljetusesimiehenä. Kiviainesmyynnin tehtävänä on myydä kiviainestoimituksia asiakkaille sekä huolehtia koko kuljetuskaluston ajojärjestelyistä kaikille olemassa oleville työmaille. Kuljetuskaluston määrä vaihtelee vuodenajan mukaan 15–40 kpl:seen. (Kuvio 3)

Kaikki yllä mainitut henkilöstöryhmät työskentelevät omana yksikkönään, mutta jokapäiväisissä toiminnoissa kaikki ovat riippuvaisia toisistaan, joten nopeat viestintäkeinot näiden yksiköiden välillä ovat erittäin tärkeitä.



Kuvio 2 Organisaatiorakenne OMV:n urakoinnissa



Kuvio 3 Organisaatiorakenne kiviainesmyynnissä

3 TYÖYHTEISÖVIESTINTÄ TOIMINNAN TUKENA

Tässä luvussa syvennyttään työyhteisöviestinnän tietoperustaan. Selvitetään työyhteisöviestinnän tarkoitusta Juholinin sekä Åbergin kirjoitusten kautta. Käydään läpi työyhteisöviestinnän eri muotoja sekä tarkastellaan kohderyhmiä, kenelle viestitään. Lopuksi selvitetään työyhteisöviestinnän eri keinoja. Kaikkia aiheita peilataan samalla OMV:n nykytilanteeseen.

3.1 Työyhteisöviestinnän tarkoitus

Juholin kirjoittaa, että työyhteisöviestintä sisältää ajatuksen, että viestinnällä on tarkoitus, suunta ja tavoitteet. Se pohjautuu koko organisaation tavoitteisiin sekä sopeutuu muutoksiin ja vastaa työyhteisön jäsenten oikeutettuihin odotuksiin. Viestinnän perimmäinen tarkoitus on, että työt sujuvat, ihmiset voivat hyvin ja että työyhteisö menestyy (Juholin 2017, 121). Työyhteisöviestinnän merkitys on korostunut yhteiskunnan ja työelämän suurten muutosten myötä. Työyhteisöt eivät ole enää suljettuja tiloja, vaan globaalin maailman muutokset vaikuttavat jokaiseen. Työyhteisöt eivät ole myöskään selkeärajaisia, vaan työtä tehdään verkostoissa, tiimeissä ja projekteissa, jotka ylittävät organisaatorajoja (Juholin 2009, 140). Työyhteisö – työorganisaatio – on ihmisryhmittymä, joka pyrkii järjestelmällisesti tiettyihin tavoitteisiin käytössään olevia voimavaroja – resursseja – säätelemällä. Tämä tapahtuu työn ja vallan jakamisen sekä viestinnän rakentamisen kautta (Åberg 2000, 56).

Perinteinen jako sisäiseen ja ulkoiseen viestintään on perustunut siihen, että viestin vastaanottajat tai vuorovaikutuksen osapuolet voidaan rajata selkeästi sisä- ja ulkopiiriin. Työntekijät ja toimihenkilöt johto mukaan lukien sekä heihin verrattavat edustavat ikään kuin sisäpiiriä, kun taas asiakkaat ja muut yhteistyö- ja kohderyhmät edustavat ulkopuolista maailmaa (Juholin 2009, 40). On kuitenkin huomattava, että esimerkiksi OMV:llä työskentelee suuri määrä alihankkijoita, jotka lukeutuvat sisäpiiriin ja joiden halutaan olevan osa sisäisen viestinnän piiriä. Työskentely alihankkijoiden kanssa on mahdotonta, mikäli he eivät tiedä OMV:n toimintatapoja.

Leif Åberg toteaa, että viestinnän tehtävä on, kuten muidenkin funktioiden, tukea työyhteisön tavoitteiden saavuttamista (Åberg 2000, 21). Mikäli tietoa ei jaeta riittävästi työntekijöille, on työtehtävän suorittaminen mahdotonta. Myös työntehokkuus kärsii välittömästi. Kaivinkoneenkuljettajat tarvitsevat kaivuusuunnitelmat sekä korkotiedot välittömästi, jotta työ pystytään toteuttamaan. Työyhteisön tavoitteellisuus sekä organisointi vaikuttavat suuresti työyhteisön viestintään. Tavoitteellisuus on tuloksen tekemisen elinehto. Taktiset ja operatiiviset suunnitelmat perustuvat työyhteisön strategiaan. Strategia antaa myös viestinnälle suunnan. Mutta strategiaa ei voi suunnitella tai toteuttaa ilman viestintää. (Åberg 2000, 49.)

Kaiken tavoitteellisen toiminnan lähtökohta on realismi. On tunnettava tämänhetkiset sisäiset vahvuudet ja heikkoudet: mitä osaamme ja voimme tehdä, mitä emme. Strategiset tavoitteet voidaan asettaa määrätietoisesti, jolloin lähdetään halutusta toiminnan tilasta eli skenaariosta. Mutta strateginen tavoite voi olla yhtä hyvin myös vain intuitiivinen näkemys, visio siitä, mikä oikea toimintasuunta on. SWOT-analyysi on eräs strategisen suunnittelun perusmenetelmä. Sisäisten vahvuuksien ja heikkouksien tarkastelu yhdistyy siinä ympäristön mahdollisuuksien ja uhkien tarkasteluun. (Åberg 2000, 51–53.)

OMV:n sisäisiin vahvuuksiin kuuluu ehdottomasti pitkä historia toimialueella, joka mahdollistaa laajan yhteistyöverkoston. Nämä yhdessä mahdollistavat pitkiä yhteistyö- ja asiakassuhteita. Sisäisenä heikkoutena mainittakoon yrityksen koko, joka kilpailijoihin nähden on suhteellisen pieni. OMV:n vahvuuksiin lukeutuu myöskin oma maa-ainestuotanto, joka kasvaa koko ajan. Oulun seudulla kuitenkin kilpailu on erittäin kovaa ja saman toimialan yrityksiä on paljon. Tämä luo ulkoisen uhkan. Myös maantieteellinen sijainti on yksi ulkoisista uhkista, pohjoisessa kesä on lyhyt ja sesonkiaika on sen myötä kapea. Suurin osa töistä on tehtävä huhti- joulukuun välisenä aikana.

3.2 Viestinnän muodot

Leif Åberg on jakanut organisaationviestinnän viiteen funktioon, 1. Perustoimintojen tuki, 2. Työyhteisön pitkäjänteinen profilointi, 3. Informointi, 4. Kiinnittäminen ja 5. Sosiaalinen vuorovaikutus. Näistä kohdat 1. Perustoimintojen tuki ja 3. Informointi ovat ne funktiot, joihin meidän työyhteisössämme halusin muutoksia. Informoinnilla Åberg tarkoittaa viestintää, jonka tarkoituksena on kertoa työyhteisön tapahtumista, sekä omalle väelle että ulkopuolisille (Åberg 2000, 99). Åbergin mukaan neljästä ensimmäisestä viestinnän muodosta voidaan käyttää kattokäsitettä tulosviestintä, koska ne ratkaisevasti ja suoraan vaikuttavat työyhteisön tuloksen tekemiseen (Åberg 2000, 100).

OMV:llä informointi vaikuttaa hyvinkin suoraan tulokseen. Mikäli autot ajavat turhia kilometrejä huonon informoinnin vuoksi, vaikuttaa se välittömästi tulokseen, jonka auto tulee kyseisellä tehtävällä tekemään.

Åberg kirjoittaa, että informointiin luetaan ulkoinen ja sisäinen eri muodoissaan, yhteystoiminta sekä ulkoinen ja sisäinen luotus (Åberg 2000, 103). OMV:n näkökulmasta katsottuna tämä käsittäisi sekä OMV:n oman henkilöstön lisäksi lukuisat alihankkijat, joita OMV:n alaisuudessa sesonkiaikaan työskentelee useita kymmeniä ja informointiin on sisällytettävä näistä jokainen yksikkö. Vaikka alihankkijat eivät suoranaisesti ole OMV:n sisäisten viestintäkanavien piirissä, on heille saatava samat tiedotteet kuin omalle henkilöstöllekin, jotta tuloksen tekeminen heidän kanssaan olisi mahdollista.

Juholin puolestaan sanoo, että avainkysymys on, mihin viestintää tarvitaan ja millaisia tehtäviä ja tavoitteita sille halutaan asettaa. Juholinin mukaan tehtävät voidaan pelkistää seuraaviin luokkiin:

1. tiedon saatavuus ja tiedon vaihdanta työyhteisön jäsenten ja sidosryhmien kesken
2. sitoutumisen edellytysten luominen sekä työhyvinvoinnin tukeminen
3. kuuntelu ja vuoropuhelu henkilöstön ja sidosryhmien kesken
4. yhteisökuvaan vaikuttaminen, maineen tai brändin hallinta
5. yhteiskunnallinen vaikuttaminen ja yhteiskunnallinen keskustelu
6. tuotteiden ja palveluiden kiinnostavuuteen vaikuttaminen (Juholin 2009, 54).

Kaikkiin yllä mainittuihin kohtiin mielestäni pystyy jokainen työyhteisön jäsen omalla toiminnallaan vaikuttamaan ja ottamaan osaa. Tietyissä kohdissa on toki tärkeää, että yrityksen johto kertoo selkeästi, millaista kuvaa he haluavat työntekijöidensä omalla toiminnallaan yrityksestä antavan ulospäin, mutta tässäkin korostuu vuorovaikutuksen tärkeys.

3.3 Työyhteisöviestinnän kohderyhmät

Vanha sanasto puhui sisäisestä tiedottamisesta tai tiedotuksesta ja kohderyhmäksi määriteltiin henkilöstö. Käsitteet kertovat paradigmasta eli syvälle juurtuneesta ajattelusta. Uusi sanasto ilmentää vastuullisen dialogin paradigmaa. Tiedotus on muuttunut viestinnäksi, joka ei ole yksisuuntaista ylhäältä alas vaan keskinäistä vuorovaikutusta ja tiedon vaihdantaa. Työyhteisöviestintä on kuvaa-vampi käsite kuin sisäinen viestintä tai tiedotus. Objekteista on tullut subjekteja. Kohderyhmän sijaan puhutaan mieluummin osapuolista, jotka omien tehtäviensä kautta osallistuvat työyhteisössä käytävään vuoropuheluun sekä tiedon ja kokemusten vaihdantaan (Juholin 2009, 141).

Viestintä on työyhteisön voimavara, resurssi. Sitä on suunniteltava, johdettava ja valvottava, kuten muitakin voimavaroja (Åberg 2000, 225). OMV:llä ei työskentele viestintäjohtajaa, eikä viestintää yksinään ole osoitettu kenellekään työtehtäväksi. Ylin johto tekee yleensä päätökset tärkeimpien sopimusten tai päätöksiensä viestinnästä. Tekemääni kyselyyn vastanneista muutama oli sitä mieltä, että ylin johto ei riittävästi informoi tulevasta. Työyhteisössä koettiin, että olisi tärkeää saada tietoa esimerkiksi uusista työkohteista ja tulevaisuuden näkymistä. Varsinkin talvella on ymmärrettävää, että henkilöstöä kiinnostaa, onko tulevalle talvella odotettavissa mittavia lomautuksia vai onko töitä tiedossa myös hiljaisempaan aikaan.

Toivottavaa olisi, että jokainen työyhteisön jäsen osallistuisi päivittäisviestinnän toteutukseen, miten kukakin katsoo tarpeelliseksi. Mikäli työntekijä huomaa puutteita työmaalla tai toimipisteissä olisi tärkeää, että näistä tietoa liikkuisi vastaaville henkilöille, jotka voivat asioihin puuttua välittömästi.

Toimihenkilöillä on suurempi vastuu viestinnästä kuin tuotannontyöntekijöillä, jos esimerkiksi otetaan käyttöön uusia toimintamalleja. Sen lisäksi, että lähin esimies on tärkein työviestinnän kanava, on hän avainasemassa kaikessa muussakin sisäisessä viestinnässä. Esimiesaseman takia alaisen on kuunneltava työasioissa lähintä esimiestä. (Åberg 2000, 181–182.)

OMV:n työyhteisöviestinnän haasteena on, että yksiköt harvoin kokoontuvat samaan paikkaan yhtä aikaa. Kaikki osastot toimivat omissa pisteissään, joten yhteisiä tiedotustilaisuuksia on mahdotonta pitää. Kyselyssäkin nousi esille toive siitä, että koko henkilöstö pitäisi edes muutaman kerran vuodessa yhteisen kokouksen tai palaverin, jossa olisi mahdollista puolin ja toisin keskustella työyhteisöä koskevista asioista. Samassa yhteydessä ylin johto voisi kertoa oman näkemyksensä, jo tehtyjen työmaiden tuloksesta sekä samalla valottaa hieman tulevaisuuden näkymiä henkilöstölleen.

Tärkeä edellytys tavoitteelliselle työlle työyhteisön puitteissa on toimiva viestintäjärjestelmä. Mikään työyhteisö ei pysty toimimaan ilman viestintää. Työyhteisöön kuuluvat eivät tiedä, mitkä ovat tavoitteita, miten työt jaetaan tai miten he ovat työssään menestyneet, ellei heille näistä kerrota (Åberg 2000, 61).

3.4 Työyhteisöviestinnän keinot

Työviestintä eli operatiivinen viestintä on sitä viestintää, jota työyhteisön jäsenet tarvitsevat voidakseen hoitaa omat työnsä. Työviestinnän kanavat voidaan jakaa suoraan yhteydenpitoon ja välitetyyn viestintään. Suorassa yhteydenpidossa ollaan henkilökohtaisesti kasvokkain. Välitetyssä viestinnässä käytetään yhteydenpitoon teknisiä viestimiä (Åberg 2000, 141). OMV:llä on käytössään suorina kanavina esimiesten delegoimat työohjeet, osastokokoukset ja viikkopalaverit ja työkavereiden kautta kulkevat ohjeistukset. Välitettyä viestintää OMV:llä edustaa esim. autoissa LA- ja ULA-puhelimet, koko henkilöstöllä matkapuhelimet, sähköposti ja Teams.

Autokalustolla on LA- sekä ULA-puhelimet, joilla yhteydenpito toisiin autoihin, lastaaviin koneisiin sekä ajojärjestelyyn on nopeaa ja tavoittaa heti koko kaluston. Näissä puhelimissa kuitenkin kantavuusalue on rajallinen ja osa viesteistä saattaa jäädä kuulematta, mikäli auto on kantavuusalueen ulkopuolella. Nykypäivänä jokaiselta löytyy matkapuhelin, mutta tällä keinoin tavoittaa vain yhden henkilön kerrallaan, eli jos viesti pitää saada useammalle yksikölle yhtä aikaa, tämä keino on hidas.

Työmailla työpäälliköt sekä maarakennusmiehet pystyvät viestimään kasvotusten, mutta jos työpäälliköllä on useita tömaita samanaikaisesti käynnissä, on mahdotonta olla monessa paikassa yhtä aikaa. Toimihenkilöillä on kerran viikossa viikkopalaveri, jossa käydään läpi seuraavan viikon työtehtäviä. Samalla selvitetään työmaakohtaiset tarpeet kaluston ja miehistön suhteen, ennakoidaan alkavien tömaiten aikataulut sekä kirjataan ylös mahdolliset työtaturmat. Viikkopalaverit ovat myös tehokas tapa tuoda esille epäkohtia, mitä kukakin on havainnut työn sujuvuudessa tai muissa tilanteissa.

4 TYÖYHTEISÖVIESTINNÄN KEHITTÄMINEN OULUN MAA- JA VESIRAKEN- NUS OY: SSÄ

Neljännessä luvussa keskitytään OMV:n työyhteisöviestinnän kehittämiseen. Luvun alussa käsitellään OMV:n työyhteisöviestinnän lähtötilannetta, jonka jälkeen käydään läpi kyselyä, joka tehtiin OMV:n henkilöstölle syksyllä 2020. Tämän jälkeen keskitytään kehittämissuunnitelmaan, joka on tehty kohderyhmittäin koko henkilöstöä ajatellen. Suunnitelmassa on myös mietitty työyhteisöviestinnän organisointia tulevaisuudessa ja nostettu esille myös turvallisuus- ja poikkeustilanneviestintää.

4.1 Työyhteisöviestinnän lähtötilanne

Yrityksessä lähdettiin toteuttamaan työyhteisöviestinnän kehittämistä jo keväällä 2020, jolloin otimme käyttöön uusia WhatsApp-ryhmiä. Näillä ryhmillä halusimme linkittää keskitettyjä henkilöstöryhmiä, joiden välille tarvittiin uusia viestintäkanavia.

Esimerkki 1

Kaukolämpötyömaa osoitteessa X tekee kaivuutyötä eli poistaa vanhaa maakerrosta esimerkiksi leikkaa pyörätietä auki. Kaukolämpötyömaa osoitteessa Y on jo täyttövaiheessa, eli kaivanto on auki ja putket on asetettu valmiiksi ja kaivannon täyttö voi alkaa. Osoitteen X työmaalta kaivettavat maat ajetaan yleensä maanlajitysalueilla, joista niitä ei jatkojalosteta enää mihinkään vaan niillä täytetään esimerkiksi jokin suoalue ja maisemoidaan sinne. Osoitteeseen Y taas haetaan maata hiekkapaikoilta tai murskepaikoilta ja kaivannot täytetään niillä. Olisi kuitenkin usein mahdollista, että nämä osoitteen X maat olisivat käyttökelpoisia osoitteen Y kaivantoihin, mutta tämän tiedon välittäminen näiden kahden työmaan välillä on aikaisempina vuosina ollut hankalaa tai sitä ei ole osattu edes ajatella.

Esimerkki 2

Kaukolämpötyömaita saattaa sesonkiaikaan olla yhtä aikaa kymmeniä ympäri Oulua. Kalustotarpeet vaihtelevat työmailla usein kesken työpäivän, esimerkiksi autokalustoa vähennetään tai sitä

lisätään. Näissä tilanteissa kaukolämmöllä työskentelevien tulisi olla yhteydessä toisiinsa, jotta autoja voitaisiin siirtää työmaiden välillä aina tarpeen vaatiessa. Tämä tieto on kuitenkin osittain jäänyt matkalle ja samalla se kuormittaa ajojärjestelyn tehtäviä huomattavasti.

Esimerkki 3

Turvallisuusasiat työmailla ovat nykypäivänä entistä suuremmissa roolissa. OMV:n työmailla työskentelee päivittäin isoja koneita ja autoja. Usein työmaat ovat kevyenliikenteen väylien, parkkialueiden tai koulujen läheisyydessä, joten työmaa-alueilla liikkuu myös muita kuin työntekijöitä. Riskit on tiedostettava ja ne on osattava huomioida jo ennen kuin työmaa varsinaisesti alkaa. Kuluneen kesän 2020 aikana työtaturmia sattui OMV:n työmailla suhteellisen vähän, mutta läheltä piti tilanteita luvattoman paljon. Työmaille eksyi ulkopuolisia ihmisiä, jotka aiheuttivat vaaratilanteita. Koneiden- sekä autonkuljettajille sattui muutamia huolimattomuudesta johtuvia vaaratilanteita. Nämä ovat asioita, joita ei voida sivuuttaa vaan näihin on puututtava välittömästi ja muutoksia on tehtävä, jotta vastaavilta tilanteilta vältytään tulevaisuudessa.

4.2 Kysely OMV:n henkilöstölle

Syksyllä 2020 toteutettiin kysely OMV:n henkilöstölle verkossa (Liite1, Kysely), Microsoftin Forms -työkalua apuna käyttäen. Kyselyyn valikoitui joukko ihmisiä jokaisesta henkilöstöryhmästä ja siihen vastattiin nimettömänä. Kysely sisälsi kahdeksan kysymystä liittyen OMV:n viestintään. Lomake sisälsi monivalinta- ja avoimia kysymyksiä. Vastuksia saatiin yhteensä 8 kpl:ta.

Kyselyssä esiin nousi erityisesti kuljetustehtävien tietojen tarkkuus. Kyselyyn vastanneista useampi oli sitä mieltä, että tehtävänannot olivat puutteellisia ja näin ollen tehtävän suorittaminen keskeytyi tai viivästyi. Autolle on tärkeää olla tiedossa asiakas, tilattu tuote, toimitusosoite sekä asiakkaan puhelinnumero. Nämä asiat ovat tietysti ajojärjestelyn tiedossa, mutta kuitenkin vastaajat kokivat, että näitä tietoja ei aina tehtävistä löydy.

Kyselyssä useampi vastaaja oli myös nostanut esille toiveensa siitä, että OMV:n johto kertoisi enemmän tulevaisuuden näkymistä myös tuotannon työntekijöille, eikä tieto jäisi vain toimihenkilö-

löille. Tämä malli on OMV:llä ollut aina, että asioista ei puhuta mitään etukäteen, eikä aina välttämättä haluta kertoa sittenkään, kun asiat varmistuvat. Mielestäni tämä toimintamalli saattaa antaa työntekijöille kuvan, ettei heitä arvosteta tarpeeksi.

Mielestäni olisi tärkeää, että oma henkilöstö olisi tietoinen siitä, mitä ollaan tekemässä ja miltä tulevaisuus näyttää. Jos tulevista työmaista kerrottaisiin henkilöstölle etukäteen, voisi työntekijät olla turvallisin mielin siitä, että töitä on tiedossa. Vanha tiedotusmalli lähtee oletuksesta, että johto tietää, mitä henkilöstön tarvitsee tietää ja milloin. Samoin johto myös kokee tietävänsä, missä muodossa ja millaisin sanamuodoin asioita tulee julkistaa. Joistakin asioista yksinkertaisesti vaietaan (Juholin 2009, 145.) Mielestäni tämä malli on edelleen osittain käytössä OMV:llä.

4.3 Kehittämissuunnitelma Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy:lle

Keväällä käyttöön otetut WhatsApp-ryhmät ovat osoittautuneet erittäin toimiviksi viestintäkanaviksi. Päätimme luoda jälleen kattavampia ryhmiä verkostoihimme ja linkitimme uusia henkilöstöryhmiä keskenään. Kyselyssä nousi esille työtehtävien yhteydessä tapahtuvia ongelmakohtia. Näihin puuttuaksemme otimme yhteyttä Kihoon. Kiho on järjestelmä, joka on päivittäisessä käytössä kaikissa OMV:n autoissa ja koneissa. Järjestelmän kautta välitämme työtehtävät autoille ja koneille eri kohteisiin. Kiho-järjestelmä toimii tabletissa. Sovimme Kihon työryhmän kanssa palaverin, jossa kävimme läpi toimintaamme ja miten haluaisimme sitä kehittää. Annoimme Kiholle toimeksiannon tarpeidemme mukaan ja odotamme heiltä kehitysehdotusta keväällä 2021.

4.3.1 Viestinnän kohderyhmät

Seuraaville kohderyhmille suunniteltiin uusia viestintätapoja.

RYHMÄ 1

Kaivinkoneenkuljettajat – Työmaamestarit

Yhden mestarin alaisuudessa voi toimia useampia kaivinkoneita ja työmaat saattavat olla maantieteellisesti hyvinkin kaukana toisistaan. Näin ollen mestari ei välttämättä pysty koko päivää olemaan

yhden koneen luona ja tilannemuutoksista täytyy pystyä raportoimaan puolin ja toisin. Aloitimme lisäämällä ULA-puhelimia sekä mestareiden autoihin että kaikkiin OMV:n vakituisiin kaivinkoneisiin. Näillä puhelimilla yhteydenpito on nopeaa. ULA-puhelin kuitenkin edellyttää, että kone ei ole liian kaukana kantoalueelta ja että mestarin on oltava autossaan, jotta hän kuulee, jos häntä yritetään tavoittaa. WhatsApp-ryhmä oli toinen mitä lähdettiin tekemään. Kaukolämpö porukalle rakennettiin oma ryhmänsä, johon listattiin kaikki mestarit, maarakennusmiehet, kaivinkoneenkuljettajat sekä ajojärjestely. Tämä ryhmä alkoi toimia välittömästi ja WhatsApp omaksuttiin heti yhdeksi tärkeimmistä viestintäkanavista. Työmailla käytetään kesän aikana huomattava määrä esimerkiksi vuokrakoneita ja -varusteita ja näiden tuotteiden liikuttelu työmaiden välillä helpottui huomattavasti ja samalla vähennettiin huomattavasti turhia vuokrauksia.

RYHMÄ 2

OMV Autot

Tähän ryhmään luettiin mukaan kaikki OMV:n tilitysautot. Tilitysautoilla tarkoitetaan autoja, jotka ovat vakituisesti OMV:n ajojärjestelyn piirissä. He eivät tee keikkaa muille alan yrityksille vaan ajavat pelkästään OMV:n kautta tehtyjä tilauksia. Näissä autoissa tuo ULA-puhelin on ollut jo alusta alkaen käytössä ja sen avulla yhteydenpito autojen ja ajojärjestelyn välillä on erittäin toimivaa ja on edelleen se käytetyin viestintäkanava päivittäin.

Autoille haluttiin myös ottaa käyttöön oma WhatsApp-ryhmä. Joitain ohjeistuksia ja tiedostoja on parempi lähettää tekstimuodossa autoille, jotta ne ovat sieltä myös uudestaan luettavissa. Lisäksi kaikki eivät välttämättä aina ole ULA-puhelin kuuluvuusalueella, joten WhatsAppilla saadaan tiedotteet varmemmin kaikkien tietoon. Autoissa on myös käytössään Kiho-järjestelmä, joka toimii tabletissa ja puhelimessa. Kihon kautta toimistolta lähetetään tehtävät autoihin. Tämä kanava toimii kuitenkin toistaiseksi vain yhteen suuntaan, eli toimistolta pystytään lähettämään tehtäviä ja viestejä autoon, mutta autosta ei toimistolle. Tähän on pyydetty Kihon suunnalta muutosta ja lisäksi olisi tärkeää saada "massa"-viesti toiminto, jolla pystyisi lähettämään saman viestin samanaikaisesti kaikkiin autoihin, joissa Kiho on käytössä.

RYHMÄ 3

OMV Henkilöstö

Henkilöstöön lukeutuvat kaikki OMV:n työntekijät, mukaan lukien toimihenkilöt, maarakennusmiehet, kaivinkoneenkuljettajat ja autonkuljettajat. Tiedottaminen näiden kaikkien henkilöstöryhmien välillä on ollut erittäin hankalaa, koska heitä ei ole aiemmin yhdistetty millään foorumilla. Osalla heistä on eri työnantaja, joten kaikki OMV:n käytössä olevat foorumit eivät välttämättä ole kaikkien kuljettajien käytössä. On erittäin tärkeää, että esimerkiksi työturvallisuuteen liittyvät tiedotteet saavuttavat kaikki sidosryhmät työnantajasta riippumatta.

OMV:n vastuulla on, että kaikilla työmailla noudatetaan määrättyjä ohjeistuksia ja tämä koskee kaikkia, jotka OMV:n työmailla työskentelevät. WhatsApp-aplikaatio nousee tässäkin tilanteessa arvoonsa. Henkilöstö ryhmään on helppo lisätä uusia työntekijöitä ja poistaa vanhoja. Applikaation avulla saavutetaan valtaosa henkilöstöstä nopealla aikataululla. WhatsApin kautta on yritetty ottaa käyttöön ns. kuukausitiedotetta, jossa kerrottaisiin kuukauden tärkeimpiä tapahtumia sekä tulevaisuuden näkymiä. Tämä hakee vielä tekijäänsä, mutta otetaan käyttöön heti, kun vastuhenkilö löytyy.

4.3.2 Viestinnän organisointi

OMV:llä ei ole erikseen viestintäpäällikköä eikä viestinnän tehtäviä ole kirjallisesti jaettu kenellekään. Työmaiden sisäisestä viestinnästä vastaa aina työmaapäällikkö. Työmaapäällikkö huolehtii siitä, että työmaalla työntekijät tietävät omat tehtävänsä ja vastuunsa ja myös ilmoittaa mahdollisista muutoksista. Kaikkia työntekijöitä on rohkaistu kertomaan työmaan tapahtumista, esim. ongelmista ja vaaratilanteista, koko työmaan henkilöstölle, jotta kaikki olisivat tietoisia mitä työmaalla tapahtuu.

Päivittäisen viestinnän osalta autojen ja koneiden suuntaan viestinnän vastuu on pääasiassa kuljetuspäälliköllä sekä kuljetusesimiehellä. Esimerkiksi millä ottopaikalla on hiekan lastaus tai mille työmaalle minkäkin koneen tulee seuraavana aamuna suunnistaa.

Yrityksen johto vastaa yrityksen hallinnollisesta tiedottamisesta ja myös kertoo suuremmista kuviosta koko henkilöstölle. Johto voisi kehittää ns. kausikirjeen esimerkiksi puolivuositain. Kirjeessä voisi kertoa ennen sesongin alkua, että minkälaisia projekteja on kesän aikana tarkoitus toteuttaa ja minkälaisia resursseja on tarkoitus työllistää. Sesongin jälkeen kirjeeseen voisi tehdä koonnin siitä, miten projektit onnistuivat ja nostaa merkittävimpiä kohteita esille. Samalla voisi kertoa myös talven työtilanteesta.

4.3.3 Turvallisuuden kehittäminen

Työskenneltäessä isojen koneiden ja autojen kanssa, ei turvallisuuteen pysty koskaan panostamaan liikaa. Turvallisuus on OMV:llä jokaisen työmaan lähtökohta. Kesällä 2020 jouduimme käsittelemään useita läheltä piti-tilanteita ja näihin halusimme muutosta. Uskomme, että sisäisellä viestinnällä on näissäkin tilanteissa usein merkitystä.

Syksyllä 2020 otimme käyttöön perehdytyslomakkeet. Autoilijoiden on käytävä lomakkeeseen listatut kohdat läpi kuljettajiensa kanssa ja näin varmistettava, että autoissa on riittävät turvallisuuslaitteet ja, että kuljettajilta löytyy vaadittavat todistukset ammattipätevyydestä ja työturvakursseista sekä työvaatteet. Lisäksi suunnitelmissa on koulutuspäivä kaikille OMV:n työmaalla työskenteleville autonkuljettajille. Koulutuksen aiheena on toimintatavat, joita tulee noudattaa kaikilla OMV:n työmailla. Koulutuksen ajankohta määräytyy syksyn aikana, kun nähdään koronatilanteen kehittyminen Oulun seudulla. Syksyllä 2020 otimme viikkopalaverihin oman dian työtaturmille. Nämä tiedot välitetään työsuojeluvaltuutetulle jokaisen viikkopalaverin jälkeen. Joulukuussa 17.12.2020 tilanne oli se, että takana oli 15 kpl työtaturmattomia viikkoja OMV:n työmailla.

4.3.4 Poikkeustilanteiden viestintä

Talvella 2020 koko maailmaa järkytti COVID-19 eli koronaviruspandemia. Tämän seurauksena kaikissa yrityksissä jouduttiin miettimään uusia työskentely- ja viestintämuotoja. OMV:llä koronapandemiaan reagoitiin myös nopeasti ja aiheesta järjestettiin useita palavereita.

Toimihenkilöiden kohdalla alettiin miettimään etätöiden mahdollisuuksia, kenellä siihen olisi mahdollisuus ja kenelle se olisi välttämättömyys. Työmaan johtaminen kotoa käsin on lähes mahdotonta, mutta esimerkiksi toimistolla käyntiä se ei vaadi, joten monet työpäälliköt tekevät töitä ainoastaan työkohteissa eivätkä työskentele toimistolla lainkaan. Toimistotyöntekijät jakautuvat eri vuoroihin, jotta he eivät olisi toimipaikalla yhtä aikaa. Covid-pandemian myötä OMV:llä on tutustuttu myös Teams-työkaluun, joka oli jo olemassa oleva ohjelmisto, mutta sitä ei vaan ollut osattu hyödyntää työkaluna aikaisemmin.

Viikkopalavereihin pystyy nyt osallistumaan mistä vain ja myös kaikki työmaihin liittyvät palaverit pystytään järjestämään etänä. Tilanne avasikin aivan uuden toimintatavan OMV:llä. Tavan tehdä töitä toisin kuin mihin on vuosikymmenien aikana totuttu. Sähköisten työkalujen käyttö sai aivan uuden merkityksen ja vanhimmatkin työntekijät huomasivat käytännössä, kuinka paljon teknologia voi nopeuttaa ja helpottaa työntekoa.

Henkilöstöä tiedotettiin eri kanavissa. Työntekijöille annettiin tarkat ohjeet, kuinka työmaalla tulee toimia, mikäli työntekijä sairastuu. Henkilöstöä kehoitettiin välttämään lounasruokaloita ja varautumaan omilla eväillä työpäivään. Autonkuljettajien käyttämiä päätteitä ei enää luovutettu asiakkaan haltuun toimitusvahvistuksen allekirjoitusta varten vaan kuljettajat kuittasivat tehtävät itse, josta asiakkaalle muodostui sähköpostilla vahvistusviesti. Henkilöstö on suhtautunut muuttuneisiin olosuhteisiin rauhallisesti sekä ymmärtäväisesti. Kaikilla on alusta alkaen ollut omistautunut tahtotila yhteisten toimintamallien käyttöönottoon. Varhaisella reagoinnilla ja selkeillä ohjeistuksilla oli varmasti suuri merkitys henkilöstölle, ja tämä on helpottanut toteuttamista suuresti.

Koronatilannetta seurataan OMV:llä edelleen tarkasti ja muutoksia toimintaan tehdään välittömästi, mikäli valtion johto näin määrää.

5 POHDINTA

Opinnäytetyön tavoitteena oli kehittää Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy:n työyhteisöviestintää. Tavoitteena oli saada uusia yhteydenpitokanavia eri henkilöstöryhmien välille. OMV:llä eri henkilöstöryhmät työskentelevät päivittäin toistensa kanssa ja viestintä pitäisi olla nopeaa ja muutoksiin pitäisi pystyä reagoimaan nopeasti.

Lisäsimme ULA-puhelimia mm. kaivinkoneisiin ja työmaapäälliköiden autoihin. Näillä lisähankinnoilla saimme luotua yhteyden autojen ja koneiden välille sekä työmaapäälliköiden ja koneiden välille, lisäksi tähän ketjuun pystyy osallistumaan myös ajojärjestely, joten voimme tehostaa kiviainestoimituksia työmaalle.

WhatsApp-ryhmiä luotiin useampia mm. kaukolämpöporukalle, koko henkilöstölle ja kiviainesmyynnille. Näillä ryhmillä saadaan tavoitettua nopeasti isompia henkilöstöryhmiä ja viestimään muutoksista kerralla useammalle henkilölle. Esimerkiksi talvella 2020 pystyimme pakkasaamuina käymään keskustelua laajemmin, miten toimitaan työmaiden kanssa, aloitetaanko työt vai seurataanko lämpötilan kehitystä myöhemmälle aamuun.

Mielestäni näillä muutoksilla on saatu tehostettua viestintää monella osa-alueella. Oma taustani yrityksessä toimi suurena tukena uusille muutoksille. Pystyin helposti miettimään viestintää, monesta eri näkökulmasta, koska olen työskennellyt itse eri alueilla yrityksessä. Haastavaa oli saada muita henkilöitä osallistumaan viestinnän kehittämiseen, koska kaikilla on omat vastualueensa hoidettavana, ja yllättävä kiire toimialalla, on vienyt kaikki mahdolliset resurssit.

Tulevaisuudessa on tarkoitus järjestää koulutusta koko henkilöstölle liittyen yrityksen toimintatapoihin. Henkilöstössä tapahtuu joka vuosi jonkin verran muutoksia ja tällä hetkellä toimintatavat siirtyvät työntekijältä toiselle. Puskaradioviestinnässä helposti tieto muuttuu tai osa tiedosta jää kertomatta, joten olisi tärkeää käydä tiettyjä toimintatapoja koulutuksen muodossa läpi koko henkilöstölle, jotta kaikki saisivat ajankohtaiset ohjeet, miten OMV:llä töitä tehdään.

Viestintä on työyhteisön voimavara, resurssi. Sitä on suunniteltava, johdettava ja valvottava, kuten muitakin voimavaroja (Åberg 2000, 225). Tulevaisuudessa OMV:llä olisi tärkeä miettiä viestinnän organisointia ja vastuita tarkemmin. Viestinnän suunnitteluun tulisi varata resursseja, jotta johdonmukainen työyhteisöviestintä vuoden jokaisena aikana olisi mahdollisimman tehokasta. Tällä hetkellä viestintää tehdään juuri sillä hetkellä, kun sille tulee tarvetta, mutta mielestäni olisi tärkeää esimerkiksi kuukausitasolla summata menneitä tapahtumia ja kertoa tulevaisuuden näkymiä henkilöstön suuntaan, esimerkiksi kuukausikirjeellä. Kuten Åberg kirjoittaa työyhteisöviestintä on voimavara ja mielestäni tätä ei nyt hyödynnetä OMV:llä tarpeeksi.

Kokonaisuutena mielestäni opinnäytetyön toteutus sujui hyvin ja tulokset ovat nähtävillä jokapäiväisessä työskentelyssä OMV:llä. Näitä työyhteisöviestinnän kanavia käytetään ja niiden käyttö varmasti myös lisääntyy, kunhan jokainen henkilöstön jäsen saa nämä omaksuttua.

LÄHTEET

Ammattinetti. Hakupäivä14.9.2020.http://www.ammattinetti.fi/ammattialat/detail/11/17_ammattiala

Ikävalko, E.1999. Käytännön tiedottaminen: yhteisöviestinnän käsikirja

Juholin, E. 2009. Viestinnän vallankumous: löydä uusi työyhteisöviestintä

Juholin, E. 2009. Communicare! : viestintä strategiasta käytäntöön. Porvoo.WS Bookwell Oy.

Juholin, E. 2017. Communicare!:viestinnän tekijän käsikirja. Turenki. Hansaprint Oy

Oulun Maa- ja Vesirakennus Oy -verkkosivut. Hakupäivä 9.2.2021. <http://www.omv.fi/>.

Åberg, L. 2000. Viestinnän johtaminen. Helsinki. Inforviestintä Oy.

Åberg, L. 2000. Viestintä – tuloksen tekijä. Helsingin. Tammer-paino Oy.

Sisäinen viestintä

Sisäisellä viestinnällä tarkoitetaan kaikkea sitä tiedon kulkua, mikä tapahtuu OMV:n töissä.

Työtehtävien saaminen/antaminen, työmaiden tiedotteet, henkilöstöön liittyvät tiedotteet, yms.

1. Kuinka tärkeänä koet, että saat tarpeeksi tietoa yrityksen sisäisistä asioista?

- Erittäin tärkeä
- Tärkeä
- Melko tärkeä
- Ei merkitystä

2. Koetko että sinulle annetaan tarpeeksi tietoa työsuorituksen tekemiseen?

- Kyllä
- En

3. Mikäli vastasit EN edelliseen, kertoisitko missä tiedoissa yleensä on puutteita?

4. Mikäli työn suorittamisessa tulee ongelma, tiedätkö mistä saat apua?

Kyllä

En

5. Osaatko nimetä lähimmän esimiehesi OMV:llä?

Kyllä

En

6. Mitä tietoja mielestäsi tulisi kertoa enemmän/paremmin OMV:n henkilöstölle?

7. Oletko joutunut tilanteeseen, missä työtekeminen on viivästynyt, koska ohjeistus työnsuorittamiseen on ollut liian vähäistä?

Kyllä

En

8. Mikäli vastasit edelliseen Kyllä, mitä mielestäsi olisi voitu tehdä toisin?

9. Oletko huomannut, jotain puutteita OMV:n sisäisessä viestinnässä, mihin toivoisit muutosta?

Tämä ei ole Microsoftin luomaa tai suosittelemaa sisältöä. Lähettämäsi tiedot lähetetään lomakkeen omistajalle.

 Microsoft Forms