

KARELIA-AMMATTIKORKEAKOULU
Metsätalouden koulutusohjelma

Petteri Heikkinen

SISÄINEN VIESTINTÄ STORA ENSO METSÄN JA TÄHTIYRITTÄ-
JIEN VÄLILLÄ POHJOIS-SUOMEN HANKINTA-ALUEELLA

Opinnäytetyö
Toukokuu 2014



OPINNÄYTETYÖ
Toukokuu 2014
Metsätalouden koulutusohjelma

Sirkkalantie 12 A
80100 Joensuu
p. 013 260 6900

Tekijä
Petteri Heikkinen

Nimeke
Sisäinen viestintä Stora Enso Metsän ja Tähtiyrittäjien välillä Pohjois-Suomen hankinta-alueella

Toimeksiantaja
Stora Enso Oyj

Tiivistelmä

Sisäistä viestintää kutsutaan myös yhteisöviestinnäksi, koska sisäinen viestintä vaikuttaa koko yhteisön toiminnassa kaikilla osa-alueilla. Se on tiedon ja informaation vaihtamista sekä yhteisyyden luomista ja jopa kokemusten jakamista. Sisäinen viestintä on välttämätöntä organisaation toiminnan sekä johtamisen ja esimiestyöskentelyn kannalta.

Työn tarkoituksena oli selvittää tämän hetkinen sisäisen viestinnän taso metsäalan yrityksen ja korjuuyritysten välillä, eli kuinka hyvin sisäinen viestintä toimii ja mitä kanavia käytetään. Työntekijöiltä saatiin myös avoimia kehittämisideoita ja palautetta sisäiseen viestintään. Toimeksiantajalla oli tarve selvittää sisäisen viestinnän toimivuus ja mahdolliset ongelmat.

Tutkimuksessa käytetty menetelmä oli kvantitatiivinen eli määrällinen. Aineisto kerättiin puhelinhaastatteluilla, joiden pohjana käytettiin tarkkaan suunniteltua kyselylomaketta, joka sisälsi vaihtoehtokysymyksiä ja avoimia kohtia. Vastaukset kirjattiin suoraan sähköiseen muotoon Excel-taulukkolaskentaohjelmaan. Vastaukset taulukoitiin diagrammeiksi, joista nähtiin, kuinka vastaukset olivat jakautuneet. Avoimet vastaukset kirjattiin Word-dokumenttiin.

Tutkimuksesta saatujen tietojen perusteella sisäisen viestinnän kanavaverkko on laaja. Tietoa liikkuu suullisten kanavien kautta erityisen paljon metsäkoneiden kuljettajille, jolloin tieto ei dokumentoidu. Ongelmana sisäisessä viestinnässä on yhtenäisten tarkkojen ohjeiden puuttuminen ja lisäksi tämän hetkinen tietojärjestelmä on joiltain osin puutteellinen. Pääosin viestintä kuitenkin toimii keskimäärin hyvällä tasolla, mutta esimerkiksi yhtenäiset ohjeet sisäiseen viestintään parantaisivat tilannetta.

Kieli
suomi

Sivuja 37
Liitteet 3
Liitesivumäärä 31

Asiasanat
Viestintä, sisäinen tiedotus, tiedonkulku



THESIS
May 2014
Degree Programme in Forestry
Sirkkalantie 12 A
FI 80100 JOENSUU
FINLAND
Tel. 358-13-260-6900

Author
Petteri Heikkinen

Title
Internal Communication Between Stora Enso Wood Supply and Contract Entrepreneurs (Tähtiyrittäjät) in Northern Finland Wood Supply Area

Commissioned by
Stora Enso Plc

Abstract

Internal communication is also called community communications because internal communication affects the functionality of the entire community in all sectors. It is an exchange of knowledge and information, as well as the creation of community and even the sharing of experiences. Internal communication is essential for the organization's functionality, as well as regarding management and leadership.

The aim of this study was to determine the current level of internal communication between a forestry company and harvesting firms, i.e. how well internal communication works and what channels are being used. Employees gave open ideas and feedback for the development of internal communication. The client needed to find out the internal communications functionality as well as potential problems.

The method used in the study was quantitative. The data was collected through telephone interviews that were based on a carefully designed questionnaire, which included optional questions and open answers. Answers were recorded in an electronic form directly in the Excel-spreadsheet program. Then the answers were tabulated in the diagrams, which showed how the answers were divided. Open answers were documented in a Word-document.

According to the findings of the study, the network of internal communications is extensive. Information travels by word of mouth, particularly for forest machine operators, in which case the information is not documented. The problem with the internal communication is lack of coherent, precise instructions. In addition, the current information system is in certain respects incomplete. For the most part, however, the communication works well on average, but for example solid guidelines on internal communications would improve the situation.

Language
Finnish

Pages 37
Appendices 3
Pages of Appendices 31

Keywords
Communication, internal communication, flow of information

Sisältö

Tiivistelmä

Abstract

1	Johdanto.....	6
2	Toimeksiantajan esittely	7
3	Tähtiyrittäjä.....	7
4	Sisäinen viestintä	8
4.1	Sisäisen viestinnän rakenne	9
4.2	Sisäisen viestinnän merkitys.....	10
4.3	Sisäisen viestinnän kanavat.....	11
4.3.1	Sähköposti.....	12
4.3.2	Puhelin.....	12
4.3.3	Kasvokkain viestintä	13
4.3.4	Palaverit.....	13
4.3.5	Intranet	14
4.3.6	Epävirallinen viestintä	15
4.4	Sisäinen viestintä Stora Enso Metsässä.....	15
5	Opinnäytetyön tarkoitus ja tutkimuskysymykset	17
6	Tutkimuksen toteutus	18
6.1	Tutkimusmenetelmä.....	18
6.2	Kohderyhmät	19
6.3	Aineiston hankinta ja analyysi.....	19
7	Tulokset ja niiden tarkastelu	20
7.1	Sisäisen viestinnän kanavat.....	20
7.1.1	Toimihenkilöt.....	21
7.1.2	Yrittäjät	23
7.1.3	Moton kuljettajat.....	25
7.1.4	Ajokoneen kuljettajat.....	27
7.2	Sisäisen viestinnän toimivuus.....	29
7.3	Kokemukset sisäisen viestinnän toimivuudesta	31
8	Pohdinta	33
8.1	Johtopäätökset	33
8.2	Toteutus ja menetelmä	34
8.3	Luotettavuus ja eettisyys.....	34
8.4	Jatkotutkimus- ja kehittämisideat	35
	Lähteet.....	37

Liitteet	
Liite 1	Kyselylomake
Liite 2	Diagrammit
Liite 3	Avoimet vastaukset

1 Johdanto

Olen työskennellyt Stora Ensossa kahtena kesänä: 2012 ja 2013. Ensimmäisen kerran vuonna 2012 työskentelin Kuhmon hankintatoimistolla ja suoritin samalla työharjoittelua Karelia-ammattikorkeakoulun opintoja varten. Toisen kerran 2013 olin kesätyöntekijänä Kajaanin hankintatoimistolla. Työssäoloaikani sain perehtyä yrityksen organisaatioon ja toimintatapoihin. Myös opinnäytetyöhöni liittyvä sisäinen viestintä ja sen välineet tulivat tutuiksi.

Opinnäytetyöni aihe on toimeksiantajan ja minun valitsema. Aihepiiri, sisäinen viestintä, on yritysmaailmassa nykypäivänä paljon esillä oleva asia. Yrityksien toimintoja pyritään tehostamaan ja viestintää parantamaan jokaisella sektorilla. Suurimpana muutoksena kaiken kaikkiaan viestinnän saralla on viestinnän tyylin muuttuminen. Muutama vuosikymmen taaksepäin viestintää ei nykyisellä mallilla tavattu vaan viestintä oli paremminkin yksisuuntaista tiedottamista tai ilmoittamista. Viestintä on muuttunut kaksisuuntaiseksi vuorovaikutukseksi ja sen yleinen tyyli on muuttunut kärkevästä ja töksähtelevästä joustavaksi ja vuorovaikutteiseksi.

Sisäinen viestintä eroaa yleistermistä viestintä siten, että sillä tarkoitetaan yrityksen sisällä tapahtuvaa viestintää. Asiaan on paneuduttu tarkemmin luvussa kolme (3). Sisäisessä viestinnässä, kuten missä tahansa viestinnässä, on paljon kompastuskiviä, jotka pitää olla yrityksellä tiedossa, jotta ne voidaan välttää. Opinnäytetyössäni lähdenkin selvittämään, mikä on tämänhetkinen sisäisen viestinnän taso Stora Enson ja Tähtiyrittäjien välillä Pohjois-Suomen hankintalueella ja lisäksi selvitän, onko sisäisessä viestinnässä tällä hetkellä jotain ongelmakohtia tai puutteita.

2 Toimeksiantajan esittely

Stora Enso Oyj on toiminut nykyisellä nimellään Stora Enso vasta vuodesta 1998, kun ruotsalainen metsäyhtiö Stora ja suomalainen metsäyhtiö Enso Oy fuusioituivat. Ruotsalaisen yhtiön historia kantaa aina vuoteen 1888 ja suomalaisen yhtiön vuoteen 1889. Fuusioitumisen jälkeen yhtiö on kasvattanut markkinaosuuttaan ja kapasiteettiaan mittavasti ja on nykyään yksi suurimmista toimijoista alallaan. (Stora Enso 2014.)

Stora Enso on maailmalla, yli 35 maassa, toimiva paperi-, biomateriaali-, puutuote- ja pakkausteollisuuden edelläkävijä. Konsernissa toimii noin 28 000 henkilöä. Suomessa työntekijöitä on noin 6 590. Osakkeet noteerataan niin Helsingin kuin Tukholman pörseissä. Stora Enson pääasiakaskuntaa ovat muun muassa kustantamot, painotalot ja rakennusteollisuus. (Stora Enso 2014.)

Stora Ensossa, kuten muissakin samankaltaisissa firmoissa, kaikki pohjautuu raaka-aineen hankintaan. Stora Ensolla Suomessa raaka-aineen hankintapuolta kutsutaan nimellä Stora Enso Metsä. Stora Enso Metsä on se porras, joka toimittaa suomalaisille sellu- ja paperitehtaille ja lisäksi sahoille raaka-ainetta eli puuta. Stora Enso Metsä korjaa lisäksi bioenergiaa sekä tarjoaa asiakkailleen myös metsänhoito-, ja muita metsänomistajan arkea helpottavia palveluita. (Stora Enso 2014.)

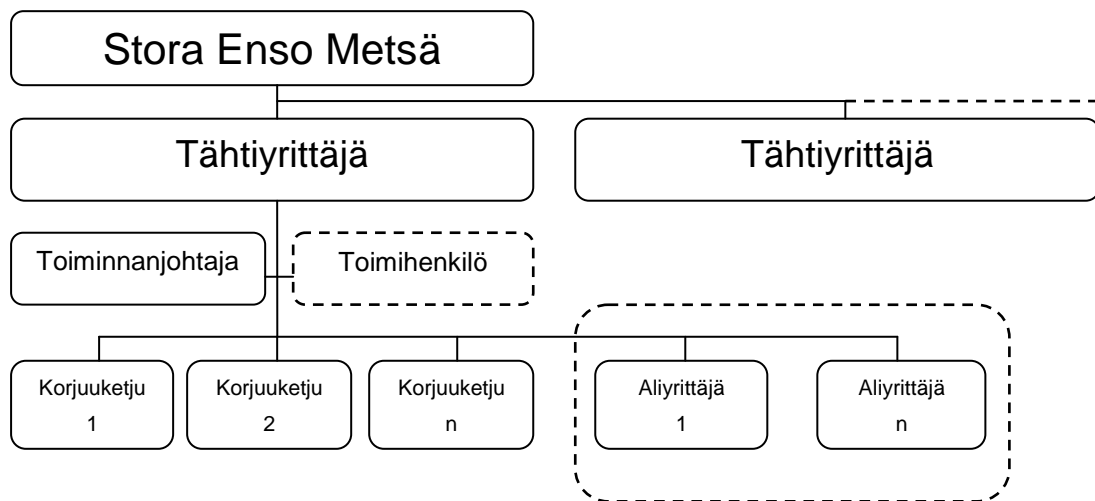
3 Tähtiyrittäjä

Tähtiyrittäjä on Stora Ensoon sopimussuhteessa oleva yritys, joka toimii tietyllä maantieteellisellä alueella. Tähtiyrittäjän vastuulla on korjata Stora Enso Metsän ostama metsävaranto, eli toisin sanoen ostettu puuraaka-aine, annettujen mitta- ja laatuvaatimusten mukaisesti. Tähtiyrittäjän sopimusta voidaan kuvailla urakointisopimukseksi, joka on voimassa pidemmän aikaa kerrallaan. (Keränen

2014b.) Stora Enso Metsällä on Pohjois-Suomen hankinta-alueella yhteensä kymmenen Tähtiyrittäjää.

Tähtiyrittäjäksi kutsutulla yrityksellä on aina vähintään yksi toiminnanjohtaja. Lisäksi toiminnanjohtajalla voi olla apulaisena toimihenkilö tai -henkilöitä hoitamassa työnjohdollisia asioita, kuten korjuuohjelman suunnittelua ja laadun valvontaa. Tähtiyrittäjällä on omia korjuuketjuja hoitamassa raaka-aineen korjuun, eli moton ja ajokoneen kuljettajat ovat suoraan tähtiyrittäjän alaisia. Tähtiyrittäjällä voi myös olla aliyrittäjiä, kuten monessa tapauksessa Pohjois-Suomen hankinta-alueellakin on. Aliyrittäjä on siis metsäkoneyrittäjä, joka tekee korjuurakointia yhden tai useamman työntekijän henkilöstöllä. (Keränen 2014b.)

Taulukko1. Organisaation kuvaava taulukko.



4 Sisäinen viestintä

Yksinkertaisesti viestintä on sanomien lähettämistä ja niiden vastaanottamista eli toisin sanoen tietojen vaihtamista. Viestintä on myös yleensä ilmaista, jos menetetylle ajalle ei lasketa arvoa. Viestiminen paremminkin antaa enemmän kuin ottaa. Sillä onkin tapana jalostua sekä karttua, mikä kannattaa ottaa huomioon sisäistä viestintää tarkastellessa. Yleisesti tiedetään, että tieto lisää val-

taa, mikä voi johtaa työyhteisössä oman aseman pönkittämiseen ja tiedon pih-
taamiseen. (Ikävalko 1999, 11.)

Viestintä on pohjimmiltaan paljon monimutkaisempi tapahtuma viestin lähettäjän
ja vastaanottajan välillä kuin aluksi voisi luulla. Viestintään liittyy nimittäin paljon
erilaisia muuttujia, joilla on joko edistäviä tai heikentäviä vaikutuksia. Ensinnäkin
jokaisella henkilöllä on erilainen persoona ja se vaikuttaa siihen, millainen ulos-
anti on ja kuinka henkilö kokee vastaanotetun viestin. Viestin vastaanottajan
tunteminen parantaa mahdollisuuksia siihen, että viesti ymmärretään vastaanot-
tajan päässä siten kuin lähettäjä haluaa. (Ikävalko 1999, 11.)

Sisäistä viestintää kutsutaan myös yhteisöviestinnäksi, koska sisäinen viestintä
vaikuttaa koko yhteisön toiminnassa kaikilla osa-alueilla. Se on tiedon ja informa-
ation vaihtamista sekä yhteisyyden luomista ja jopa kokemusten jakamista.
Sisäinen viestintä on välttämätöntä organisaation toiminnan sekä johtamisen ja
esimiestyöskentelyn kannalta. Tämän takia useissa johtamiseen ja esimies-
työskentelyyn opastavissa ja niitä käsittelevissä kirjoissa sisäinen viestintä on
keskiössä, vaikka siitä ei sillä nimellä suoranaisesti puhuttaisi. (Juholin 1999,
13, 238.)

4.1 Sisäisen viestinnän rakenne

Sisäisen viestinnän rakenteesta puhuttaessa tarkoitetaan sitä, kuinka yritys tai
organisaatio on suunnitellut sisäisen viestinnän kanavaverkoston eli mitkä tiedot
kulkevat mitäkin kanavia pitkin tai mistä kanavasta tietoa kannattaa etsiä. Tie-
don viestintään käytettäviä kanavia voi olla useampia, mutta on tärkeää määri-
tellä mikä tai mitkä kanavista ovat tärkeimpiä. Esimerkiksi omaan työhön liitty-
vissä asioissa tiedon lähteenä toimii oma esimies, ja organisaatiota koskevat
yleiset asiat löytyvät intranetistä ja vaikka lisäksi sähköpostista. (Juholin 1999,
159–160.)

Liiallinen kanavien määrä voi olla jopa negatiivisesti vaikuttava asia, koska kes-
kenään päällekkäin toimivat viestintäkanavat luovat tiedon ylikuormitusta, mistä

johtuen tiedon etsiminen vie kohtuuttoman paljon aikaa. Sisäisen viestinnän rakenteen selkeys antaa tiedon tuottajille, välittäjille ja vastaanottajille huomattavan helpotuksen, koska tiedetään etukäteen, mitä kautta tieto kulkee. Epäselvyyttä ja harmia voi aiheuttaa se, että sama tieto on löydettävissä monesta eri paikasta, mutta ei ole varmaa tietoa siitä, mistä tieto löytyy täydellisimmin. (Juholin 1999, 159.)

4.2 Sisäisen viestinnän merkitys

Sisäistä viestintää voidaan pitää työyhteisön voimavarana. Sitä tulee suunnitella, ohjata ja valvoa kuten mitä tahansa muutakin voimavaraa. Toimiva viestintäjärjestelmä organisaatiossa on yksi tärkeistä edellytyksistä tavoitteelliselle työlle. Yksikään työyhteisö ei pystyisi toimimaan ilman sisäistä viestintää, koska tavoitteita, työn jakoa ja työssä onnistumista ei tiedettäisi, jos näistä asioista ei viestitä. (Åberg 1993, 104–105.)

Sisäisellä viestinnällä on karkeasti katsottuna viisi keskeistä tehtävää. Ensimmäinen tehtävä on tiedottaminen, jonka tarkoituksena on viestiä työyhteisölle toiminnan tuloksista, suunnitelmista ja muista henkilöstöä koskevista kiinnostavista asioista. Toisena on henkilöstön perehdyttäminen uusiin työtehtäviin ja työyhteisöön, sekä työntekijän sitouttaminen organisaatioon. Kolmantena tehtävänä sisäisellä viestinnällä on informointi ja keskustelu niin yhteisistä asioista kuin työntekijän omasta työstä. Tätä kolmatta kohtaa voisi kuvailla myös kehityskeskusteluksi, koska se sisältää keskeisesti henkilön oman työn muutoksista, tulostavoitteista, koulutuksesta, uran etenemisestä, työssä kehittymisestä ja tulevaisuudenasioista viestimistä lähinnä keskustelun merkeissä. Neljäntenä tehtävänä on sisäinen markkinointi, jolla tarkoitetaan sitä, että henkilöstö hallitsee ulkoisen markkinoinnin sisällön. Sisäinen markkinointi on myös edellytys yhteisön kehittämisen kannalta, koska näin uudet suunnitelmat ja ideat saadaan sisäistettyä omalle väelle. Viides tehtävä sisäisellä viestinnällä on yleinen vuorovaikutus henkilöiden välillä niin virallisissa kuin epävirallisissa asioissa. (Ikävalko 1999, 46.)

Onnistuneen sisäisen viestinnän vaikutukset ovat työyhteisöön useimmiten epäsuoria. Sisäinen viestintä jakaa yhteistä tietoperustaa työyhteisölle, vaikuttaa työntekijöiden työtyytyväisyyteen, työpaikan ilmapiiriin ja näin ollen lisää motivaatiota työn tekemiseen. Kaikki nämä tekijät yhdessä vaikuttavat ja parhaillaan parantavat työn tuottavuutta. (Åberg 1993, 114–115)

4.3 Sisäisen viestinnän kanavat

Työyhteisöllä on käytössään yleensä laaja sisäisen viestinnän kanavavalikoima. Uusia kanavia syntyy aina tekniikan kehittyessä ja tärkeintä niiden käyttöön ottamisessa on henkilöiden positiivinen asenne niitä kohtaan. Vaikkakin kanavia kehitetään sisäiseen viestintään jatkuvaa tahtia, ei se poista tarvetta henkilökohtaiseen kasvokkain viestintään. (Ikävalko 1999, 59.)

Sisäisen viestinnän kanavat voidaan jakaa kolmeen eri lohkoon: henkilökohtaisista vuorovaikutusta vaativat kanavat, kirjalliset kanavat ja sähköiset kanavat (Åberg 1993, 139). Viestit kulkevat suullisia kanavia pitkin nopeammin kuin kirjallisia kanavia pitkin. Se vain edellyttää sitä, että kohdehenkilöt täytyy saada koolle ilman suurempia viiveitä. Tietyissä tilanteissa sähköisen viestinnän kanavat, kuten esimerkiksi sähköposti, ovat nopeampia, kun kohdehenkilöt tai -ryhmät ovat hajallaan. (Ikävalko 1999, 59.)

Viestittäessä sanoma liikkuu lähettäjän ja vastaanottajan välillä ja näin ollen on alttiina häiriöille. Häiriöt on jaoteltu neljään luokkaan: este, kohina, kato ja väärinymmärrys. Esteellä tarkoitetaan sanoman totaalista häviämistä tai viestittävä asia ei vain ole mennyt perille. Esimerkiksi kirjallisena lähetetty sanoma on mennyt väärään osoitteeseen. Este on täysin ulkoinen häiriö, joka esiintyy sen jälkeen kun lähettäjä on lähettänyt sanoman. Kohina on myös ulkoinen häiriö, jossa sanomaan sekoittuu useampi sanoma tai häiriö. Esimerkiksi radiosignaalin avulla lähetetty sanoma on heikko tai useampi sanoma menee keskenään päällekkäin. Kato on häiriö, jota esiintyy silloin, kun vastaanottajasta riippuva tekijä estää sanoman täydellisen läpimenon eli osa sanomasta katoaa. Syitä katoon voi olla esimerkiksi huono kuulo tai vaikkapa krapula. Kato on niin sanottu sisäinen

häiriö, koska se johtuu vastaanottajasta. Väärityksessä sanoma tulee vastaanottajalle, mutta hän tulkitsee tai ymmärtää sanoman väärin. Esimerkiksi arvot ja asenteet vaikuttavat sanoman tulkintaan. Väärityksessä johtuu myös vastaanottajasta ja on sisäinen häiriö. (Åberg 1993, 17–18.)

4.3.1 Sähköposti

Sähköposti on hyvä ja tehokas informaatio- ja keskustelukanava silloin, kun se on kaikkien saatavilla ja kaikki osaavat sitä käyttää. Sähköpostia käytettäessä kaikilla käyttäjillä olisi hyvä olla yhteiset pelisäännöt siitä, millaista viestintää sähköpostin kautta käydään ja miten sähköpostilla lähetetty sanoma muotoillaan. Selkeät säännöt sähköpostin käyttöön helpottavat työntekijöiden arkea. Viestit kannattaa otsikoida siten, että vastaanottaja huomaa heti avaamatta viestiä, mitä asia koskee. Varsinaisen asian pitää tulla esille itse tekstissä ja liitteessä annetaan vain lisätietoja. Lisäksi tekstissä kannattaa käyttää yleiskieltä, jos viesti on laajemmassa levityksessä, jotta vastaanottajat eivät koe viestiä oudon sävyisenä. (Juholin 1999, 155–157.)

Sähköpostin käytön eksponentiaalinen kasvu ylimääräisine viesteineen on horjuttanut tämän kanavan käyttökelpoisuutta. Kymmenien ja jopa satojen viestien saaminen päivässä hankaloittaa ihmisiä löytämään niiden joukosta ne olennaiset ja työlleen tärkeät viestit. Sähköpostille asetetaan joskus liian suuria tai jopa epärealistisia odotuksia, kun koetetaan keskustella isona ryhmänä tai jopa ratkoa ongelmia. (Juholin 2013, 222.)

4.3.2 Puhelin

Matkapuhelinten käyttötiheys on Suomessa suuri ja sitä on totuttu käyttämään perusviestimenä. Matkapuhelinteknologian kehittyminen luo koko ajan uusia mahdollisuuksia tämän viestintäkanavan käytölle. Ominaisuuksien kehittyminen antaa yhteisöille mahdollisuuksia kehittää sisäistä sekä ulkoista viestintää. (Juholin 1999, 158.)

Puhelimen käyttö viestintäkanavana on suullista, kirjallista tai kuvallista. Sitä voidaan hyödyntää esimerkiksi etäpalaverissa. Tällainen käytäntö vastaa lähestulkoon fyysisesti paikanpäällä tapahtuvaa viestintää, mutta erona on, että osallistujat eivät voi kätellä tai taputtaa olalle. (Juholin 2009, 113.)

4.3.3 Kasvokkain viestintä

Kasvokkain viestinnällä tarkoitetaan viestintää, joka käydään suorassa kontaktissa viestin lähettäjän ja vastaanottajan välillä ilman teknisiä välikäsiä. Kasvokkain viestintää käytetään niin yhteisön sisällä yhteisissä tilanteissa, yksikkötasolla ja henkilökohtaisissa keskusteluissa. Kuten sanottua, viestintätilanteeseen voi osallistua useampi henkilö kerrallaan esimerkiksi kokousten tai neuvottelujen merkeissä. (Juholin 1999, 141–144.) Yksilötason kasvokkain viestinnästä hyvä esimerkki ovat kehityskeskustelut, joissa esimies ja alainen viestivät keskenään (Åberg 1993, 80,139).

”Henkilökohtainen keskustelu on tehokkain ja arvostetuin viestintäkanava.” (Kortetjärvi-Nurmi, Kuronen & Ollikainen 2002, 109.) Ikävistä ja henkilökohtaisista asioista viestittäessä henkilökohtainen kasvokkain viestintä on suotavin vaihtoehto. Näin molemmat osapuolet näkevät ja kuulevat toisensa ja voivat reagoida välittömästi toisen sanomisiin. (Lohtaja & Kaihovirta-Repo 2007, 155.)

4.3.4 Palaverit

Palaveri, neuvottelu ja kokous ovat kaikki työelämän keskustelutilaisuuksia. Arkielämässä puhuttaessa kokous tarkoittaa samaa asiaa kuin palaveri tai neuvottelu. Palaverin ja neuvottelun erottavat virallisesta kokouksesta ainoastaan se asia, että ne ovat vapaamuotoisempia. Esillä olleiden asioiden ylöskirjaaminen tapahtuu palaverissa muistioon eikä siitä tarvitse kirjoittaa tarkkaa pöytäkirjaa kuten virallisissa kokouksissa. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 119.)

Palaverit eivät perustu mihinkään kirjoitettuun käytäntösääntöön vaan yritys määrittelee itse palaverikäytännöt. Usein tilanne on se, että käytännöistä on sovittu vain suullisesti tai ei ollenkaan. Tämä johtuu siitä, että palaverikäytännöstä on muotoutunut itsestäänselvyys, joten siitä ei ole tarvetta tarkemmin sopia. Yhteiset pelisäännöt ovat myös yleensä kaikkien tiedossa, joten niiden kirjaamista ei tarvita. Näitä sääntöjä ovat muun muassa palavereihin ajoissa osallistuminen ja päätösten ylöskirjaaminen. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 133.)

4.3.5 Intranet

Intranet on suhteellisen uusi viestintäkanava ja sen historia alkaa vasta 1990-luvulta. Alun pitäen intranetit toimivat tietovarastoina, linkkilistoina ja sähköisinä ilmoitustauluina. Pikku hiljaa niistä alkoi kehittyä uusi virtuaalinen työympäristö, joissa voidaan muun muassa opiskella, jakaa ja jalostaa tietoa sekä tehdä yhteistyötä. Yritysjohdon näkökulmasta intranet on oivallinen väline ja kanava olla yhteydessä eri henkilöstöryhmien kanssa. (Juholin 2013, 325.)

Intranet on korvannut useassa yrityksessä perinteiset kirjalliset tiedotteet ja tiedotelehdet osittain tai kokonaan. Etuna tässä toimii ajantasaisuus ja tiedon nopea päivitettävyyys. Intranetin käytössä tiedon jäsentely ja luokitus on tärkeintä. Päivittäin muuttuvat viestit ja muut uutiset on pidettävä erillään pysyvämmästä tausta-aineistosta ja työkaluista. Näitä aineistoja ovat esimerkiksi käsikirjat, ohjeet ja yritykseen liittyvät dokumentit. Tiedon välittämisen lisäksi vuorovaikutteisuus on intranetin yksi ominaisuuksista. Intranet on hyvä kanava esittää kysymyksiä työnjohdolle ja vastaukset voidaan mahdollisesti jakaa koko henkilöstön nähtäville. (Kortetjärvi-Nurmi ym. 2002, 113.)

4.3.6 Epävirallinen viestintä

Viestintäkanavia on virallisia ja epävirallisia. Virallisia kanavia kuten tiedotteita tai henkilöstölehtiä käytetään, kun viestitään suunniteltuja asioita. Kahvihuoneissa, tupakkapaikoilla tai vaikka sähköpostilla käydyt keskustelut taasen ovat epävirallisia kanavia. Näiden avulla työntekijät täydentävät ja selkeyttävät virallisia kanavia pitkin saadut viestit. Jos virallisesta kanavasta saatu viesti ja sen tiedonmäärä ovat tarvittavalla tasolla, epävirallisen viestinnän tehtäväksi jää vain täydentää sitä. Ongelmia alkaa syntyä silloin, kun virallinen viesti ei ole tarpeeksi informatiivinen ja syntyy niin sanottu uutistyhjiö. Tämä tyhjiö täyttyy yleensä huhupuheilla ja suullisilla perimätiedoilla, jotka ovat lähtökohtaisesti aina vääristyneitä, koska henkilöillä ei ole täydellistä tietoa asiasta ja sisältö paisuu ja vääristyy. (Lohtaja & Kaihovirta-Rapo 2007, 53.)

Epävirallisesta viestintäkanavasta puhutaan arkikielellä puskaradiosta tai viidakkorummusta. Näistä kanavista on puhuttu viestintäalalla yleensä negatiiviseen sävyyn, koska näillä kanavilla ei ole mitään kontrollia, mutta ajat ovat muuttuneet. Verkostoissa tapahtuvat keskustelut ja tiedonvaihdannat lisäävät vuorovaikutusta ja ovat itse asiassa positiivisia asioita organisaation toimivudelle ja jopa henkilöstön hyvinvoinnille. Hyvänä esimerkkinä ovat kahvihetket, jotka ovat sovittuja ajan ja paikan suhteen. Tämä kahvihetki on yhteinen hetki, jolloin on hyvä jakaa huolia, murheita, mutta myös tietoa ilman asialistaa. (Juholin 2009, 169,175.)

4.4 Sisäinen viestintä Stora Enso Metsässä

Stora Enso Metsässä sisäinen viestintä toimii laajalla kanavaverkolla. Kaikki edellä, luvuissa 4.3.1 - 4.3.6, mainitut kanavat ovat käytössä, sekä oma tietojärjestelmä, josta kerrotaan lyhyesti tämän luvun lopussa. Lisäksi Stora Enso Metsällä on käytössä eMetsä ja tähtiyrittäjäkansio, joita hyödynnetään sisäiseen viestintään Tähtiyrittäjien, sekä pieneltä osin myös kuljettajien kanssa. Kansiot ovat sähköisiä kansioita ja ne ovat näin käytettävissä paikasta ja ajasta riippumatta. Tähtiyrittäjäkansio ja eMetsä sisältävät tietoa, joka on suunnattu suu-

rimmalta osin yrittäjille. Kumpaankin kansioon pääsee sisälle henkilökohtaisilla tunnuksilla ja nähtävillä olevan sisällön laajuus riippuu siitä, onko yrittäjä vai kuljettaja. Tähtiyrittäjäkansioon kuitenkin pääsevät vain yrittäjät eli kuljettajilla ei ole sinne pääsyä siellä olevien tietojen luonteiden vuoksi. eMetsä on suunnattu yrittäjien ja kuljettajien lisäksi myös metsänomistajille. Metsänomistajat pääsevät eMetsän avulla seuraamaan muun muassa omiin metsiin tehtävien hakkuiden tilastotietoja. (Keränen 2014a.)

Intranetissä sijaitsevat eMetsän ja tähtiyrittäjäkansion lisäksi yrittäjäpalvelut ja keskustelupalsta. Näihin pääsee sisälle vain ne henkilöt, joilla on tunnukset kyseisiin kohteisiin. Yrittäjät ja kuljettajat pääsevät näkemään eMetsässä erinäisiä tietoja riippuen siitä, kirjautuuko järjestelmään yrittäjän vai kuljettajan tunnuksilla. Siellä on esimerkkeinä uutisia, metsään liittyviä linkkejä, korjuun viiteaineistoa, sekä mitta- ja laatuvaatimuksia. Lisäksi yhteystietohaku on olennainen osa eMetsää. Tähtiyrittäjäkansio sisältää ainoastaan kuukausipalaverien pöytäkirjoja, kontrollimittausten tuloksia ja muita käsin syötettäviä raportteja. Tähtiyrittäjäkansion sisällön päivittämisestä vastaavat korjuuesimies ja operaattorit. Yrittäjäpalvelut sisältävät kalustotiedot, joista selviävät käytössä olevan kaluston määrä, laatu ja kuljettajat. Sieltä löytyvät myös, ehkäpä tärkeimpänä, puukaupakohtaiset korjuuohjeet, infopalvelut sekä tilitystiedot eli toisin sanoen palkanmaksutiedot. Yrittäjäpalveluiden kansio on suunnattu lähinnä kuljettajille ja alirakoitsijoille. (Keränen 2014a.)

Stora Enso Metsässä hyödynnetään fyysisten palaverien lisäksi virtuaalista käytäntöä. Muun muassa tiimipalaverit pidetään virtuaalisesti Microsoft Lync -ohjelmiston välityksellä. Ohjelman avulla voidaan jakaa sekä ääntä että kuvaa. Esimerkiksi palaveripohjat ja havainnollistavat diagrammit voidaan jakaa osallistujien tietokoneiden näytöille.

Stora Enso Metsällä käytössä oleva tietojärjestelmä, joka sitoo kaikki osapuolet yhteen, on nimeltään MEX. Se on erittäin laaja järjestelmä ja seuraavaksi kerrotaan lyhyesti, mikä se on niiltä osin, kuin tämän tutkimuksen ymmärtäminen vaatii.

MEX on kaikilla käyttäjillä perusominaisuuksiltaan sama. Käyttöliittymä on kaikilla käyttäjillä samannäköinen, mutta se kuinka paljon sieltä näkee tietoa tai mitä sillä voi tehdä, riippuu käyttäjälle annetuista oikeuksista. Stora Enso Metsän henkilöstöllä on laajin näkymä ja käyttöoikeudet, yrittäjillä toiseksi eniten oikeuksia ja kuljettajilla vain tarpeelliset, kuten sähköposti. Yrittäjillä ja Stora Enso Metsän henkilöstöllä käytössä olevaa MEX-tietojärjestelmää kutsutaan MEX:ksi, mutta puhuttaessa metsäkoneisiin asennetuista tietojärjestelmistä käytetään termiä HERMEX. Huomioitava asia on se, että vain murto-osaan ajokoneista on asennettu HERMEX. Tietojärjestelmän avulla lähetetään kaikki tieto kuljettajien, yrittäjien ja Stora Enso Metsän henkilöstön välillä liittyen leimikoihin, kuten korjuuohjeet ja leimikkokartat. Tietojärjestelmään rakennettu sähköposti toimii siten, että postia voi lähettää tietojärjestelmän ulkopuolelle, mutta se ei voi vastaanottaa postia kuin järjestelmän sisältä. Liitetiedostojen lähettäminen ei ole mahdollista tietojärjestelmän sähköpostilla. (Keränen 2014b.)

5 Opinnäytetyön tarkoitus ja tutkimuskysymykset

Sisäisen viestinnän laiminlyönti yleisellä tasolla vaikuttaa työtehokkuuteen ja työilmapiiriin negatiivisesti. Sisäisen viestinnän toimivuus onkin yrityksen toimivuuden ja tehokkuuden edellytys. (Säteri & Hosiokoski 2008, 3.)

Tutkimuksen tarkoituksena on kartoittaa Stora Enso Metsän ja Tähtiyrittäjien välisen sisäisen viestinnän tämän hetkinen tilanne. Tutkimuksen tuloksista voidaan tehdä päätelmiä, mikä sisäisen viestinnän taso on tällä hetkellä ja mahdollisiin ongelmakohtiin voidaan sen perusteella puuttua ja parantaa tilannetta.

Tutkimuksen avulla myös kartoitetaan, mitä sisäisen viestinnän kanavia yrityksissä hyödynnetään ja koetaanko käytännössä, että käytössä olevat kanavat tukevat sisäistä viestintää ja tarpeellinen tieto saadaan niiden avulla. Tutkimuksen tuloksista tehtäviä päätelmiä voidaan hyödyntää koulutuksissa ja sisäisen viestinnän kehittämisessä.

Tutkimuskysymyksiksi olen asettanut seuraavat:

1. Mitä sisäisen viestinnän kanavia käytetään?
2. Miten sisäinen viestintä toimii tällä hetkellä?
3. Miten korjuuyrittäjät ja kuljettajat kokevat sisäisen viestinnän toimivuuden?

6 Tutkimuksen toteutus

6.1 Tutkimusmenetelmä

Tilastollinen tutkimus eli kvantitatiivinen tutkimus on hyvä keino selvittää lukumääriin ja prosenttiosuuksiin keskittyviä kysymyksiä. Lisäksi kvantitatiivisella tutkimuksella voidaan tarkastella eri asioiden välisiä riippuvuuksia sekä tutkittavissa ilmiöissä tapahtuneita muutoksia. Tutkimuksen onnistumisen edellytys on tarpeeksi suuren otoksen valinta, jotta se edustaa luotettavalla tasolla perusjoukkoa. Tulokset ilmoitetaan numeerisesti ja havaintoja voidaan ilmaista myös erilaisin taulukoin ja diagrammein. Kvantitatiivisella tutkimuksella harvemmin voidaan selvittää asioiden syitä, mutta olemassa oleva tilanne saadaan kartoitettua. (Heikkilä 2004, 16.)

Kvantitatiivisessa tutkimuksessa tarvittava tieto hankitaan erilaisista tilastoista, rekistereistä, tietokannoista tai tiedot voidaan kerätä itse. Itse kerättävissä aineistoissa tutkimusongelma määrittää, mikä on kohderyhmä ja millä tiedonkeruumenetelmällä aineisto on paras hankkia. Tiedonkeruumenetelminä voidaan käyttää postikyselyä, puhelin- tai käyntihaastattelua, www-kyselyä, havainnointia tai informoitua kyselyä. Informoitu kysely on henkilökohtaisen haastattelun ja kirjekyselyn yhdistelmä, jossa haastattelija vie ja noutaa kyselylomakkeet ja voi tarvittaessa tarkentaa kysymyksiä. (Heikkilä 2004, 18–19.)

Kyselytutkimus on hyvä keino kerätä tietoa erilaisista yhteiskunnan ilmiöistä, asenteista, arvoista ja muista näiden tyyppisistä helposti mitattavista kiinnostuksen kohteista. Kyselytutkimuksessa vastaajalle esitetään kysymyksiä mitattavista aiheista kyselylomakkeen avulla. Kyselylomake on monissa eri tilanteissa helposti käytettävä mittausväline, kuten mielipidetutkimuksissa ja katukyselyissä aina yhteiskuntatieteellisiin tutkimuksiin. (Vehkalahti 2008, 11.)

Valitsin opinnäytetyöni tutkimusmenetelmäksi kvantitatiivisen tutkimusmenetelmän. Kvantitatiivinen tutkimusmenetelmä on paras vaihtoehto tässä tutkimuksessa, koska tutkimustulokset pitää voida yleistää koko perusjoukolle, joka tässä tapauksessa on Pohjois-Suomen hankinta-alue. Tutkimus suoritetaan kyselytutkimuksena hyödyntäen tarkasti suunniteltua kyselylomaketta.

6.2 Kohderyhmät

Tutkimuksessa on neljä kohderyhmää: toimihenkilöt, yrittäjät, moton kuljettajat ja ajokoneen kuljettajat. Toimihenkilöitä Pohjois-Suomen hankinta-alueella on 3 henkilöä, yrittäjät-kategoriaan kuuluvia Tähtiyrittäjien pääyrittäjiä 10 henkilöä, sekä moton kuljettajia ja ajokoneen kuljettajia noin 230. Aliyrittäjien määrää ei voida tarkasti sanoa, koska se vaihtelee jatkuvasti, mutta heidän vastaukset on kirjattu yrittäjät-kategoriaan. Tutkimukseen ei ole otettu mukaan Stora Enso Metsän henkilöstöä, vaan vastauksia tutkimuskysymyksiin on lähdetty hakemaan Tähtiyrittäjien henkilöstön ja kuljettajien kautta.

6.3 Aineiston hankinta ja analyysi

Tutkimuksen aineiston hankin puhelinkyselyllä. Sain toimeksiantajalta Excel-pohjaisen puhelinluettelon, joka sisälsi kaikkien kuljettajien ja yrittäjien yhteystiedot. Valitsin numeroiden joukosta sattumanvaraisesti henkilöt, joille soitin. Kaikki puhelimeen vastanneet henkilöt vastasivat kyselyyn. Puhelut kestivät keskimääräisesti 16 minuuttia ja yhteensä kyselyjä oli 64 kappaletta.

Tein yhden kyselylomakkeen, joka sisälsi yhteensä 43 kysymystä. Kysymykset olivat pääosin vaihtoehtokysymyksiä, joissa käytin neliportaista likert -asteikkoa. Osa kysymyksistä sisälsi useamman vaihtoehdon, esimerkiksi mitä sisäisen viestinnän kanavia on käytössä, sekä vastaajan mielestä parhaat ja huonoimmat kanavat. Joukossa oli myös yksi avoin kysymys, sekä kaksi selventävää kysymystä vaihtoehtokysymyksiin. Kaikki kysymykset eivät koskettaneet kaikkia kyselyyn osallistuvia henkilöitä, vaan kysymyslomakkeessa oli merkitty mitkä kysymykset koskettivat kutakin vastaajaa, riippuen vastaajan statuksesta. Kirjasin vastaukset suoraan Excel-taulukkolaskentaohjelmaan, jossa jokaisella kohderyhmällä oli oma välilehti, jotta vastaukset eivät sekoittuneet. Avoimet vastaukset kokosin Word-tiedostoon siinä muodossa, kuin vastaukset minulle annettiin.

Aineiston analyysin suoritin tekemällä diagrammit jokaisesta vastauksesta Excel-taulukkolaskentaohjelmalla ja tiivistämällä avoimet vastaukset yhdeksi kokonaisuudeksi. Diagrammien avulla nähtiin suoraan, kuinka vastaukset ovat jakaantuneet eri vaihtoehtojen välillä. Tarkempia laskelmia, kuten merkitsevyystasoja tai keskihajontoja ei laskettu, koska niillä ei tämän tyyppisessä kyselyssä ja tutkimuksessa ollut lisäarvoa.

7 Tulokset ja niiden tarkastelu

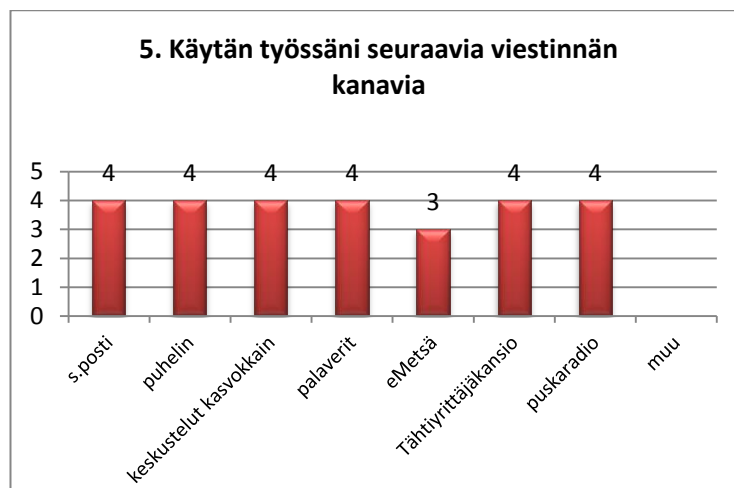
7.1 Sisäisen viestinnän kanavat

Tutkimuksessa selvitettiin jokaisesta vastaajakategoriasta käytössä olevat sisäisen viestinnän kanavat. Kanavavaihtoehtoja olivat sähköposti, puhelin, keskustelut kasvokkain, palaverit, eMetsä, tähtiyrittäjäkansio, puskaradio tai jokin muu kanava. Vastaaja valitsi annetuista vaihtoehdoista itsellään käytössä olevat kanavat. Tutkimuksessa vaihtoehtona ollut sähköposti tarkoittaa sekä MEX/HERMEX- että henkilökohtaista sähköpostia.

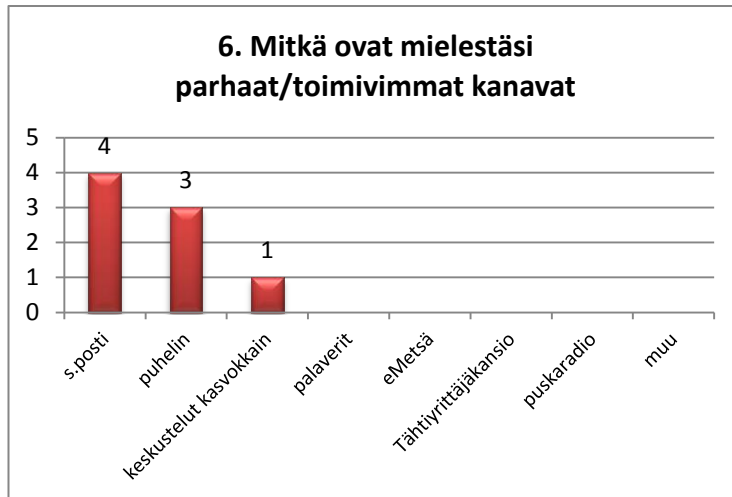
Sisäisen viestinnän kanaviin liittyen tutkimuksessa selvitettiin myös vastaajien mielestä parhaat tai toimivimmat kanavat, sekä huonoimmat tai heikosti toimivat kanavat. Vastaja sai valita annetuista vaihtoehdoista enintään kaksi vaihtoehtoa. Kaikki vastaajat eivät antaneet enimmäismäärää mielipiteitä vaan osa antoi vain yhden tai ei olleenkaan.

7.1.1 Toimihenkilöt

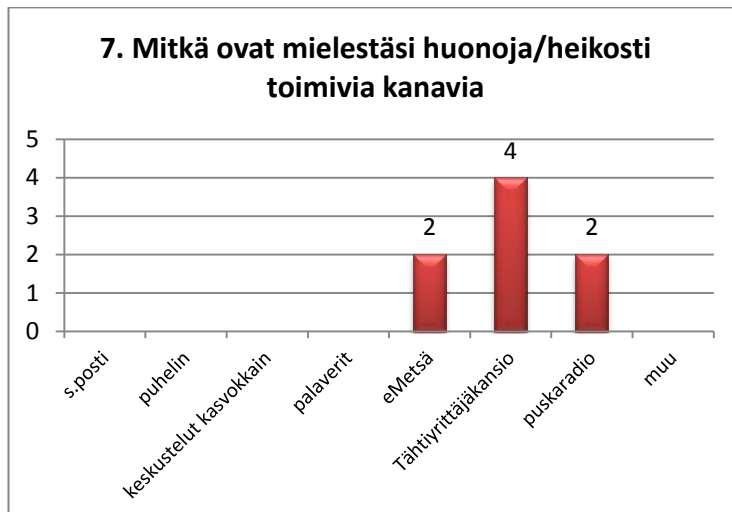
Toimihenkilöitä tutkimukseen osallistui Pohjois-Suomen hankinta-alueelta kaikki neljä henkilöä. Henkilöistä kolme hoitaa pääasiallisesti toimihenkilön tehtäviä, mutta yksi heistä ajaa myös motoa. Kyseiselle henkilölle on esitetty myös moton kuljettajia koskevat kysymykset (liite 1, kysymykset 26–43.) Kuljettajia koskevien kysymysten vastaukset on huomioitu luvun 7.3 tuloksissa.



Kuvio 1. Toimihenkilöillä käytössään olevat sisäisen viestinnän kanavat.



Kuvio 2. Toimihenkilöiden vastaukset parhaista tai toimivimmista sisäisen viestinnän kanavista.

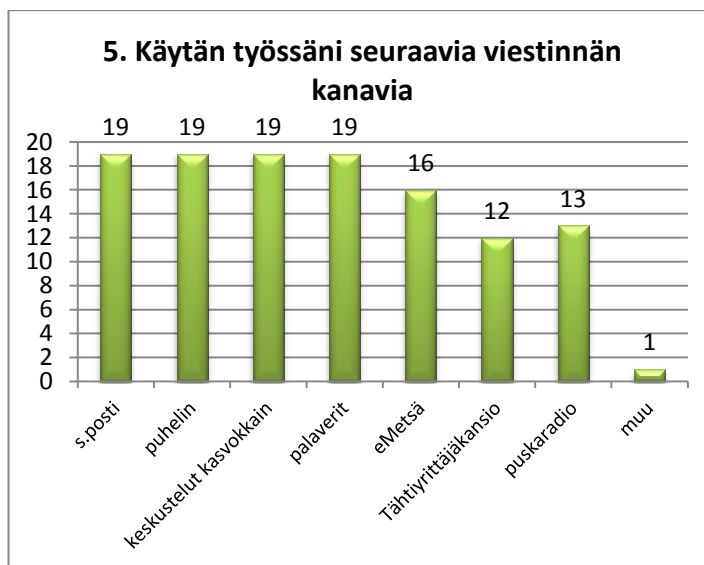


Kuvio 3. Toimihenkilöiden vastaukset huonoista tai heikosti toimivista sisäisen viestinnän kanavista.

Toimihenkilöillä on käytössä laaja viestintäkanavien verkko. Ainoastaan yksi vastanneista ei käytä eMetsä-kanavaa, kuten kuviosta 1 voidaan havaita. Parhaiksi tai toimivimmiksi kanaviksi nousi kyselyssä toimihenkilöiden osalta sähköposti ja puhelin, myös keskustelut kasvokkain sai yhden maininnan (kuvio 2). Huonoja tai heikosti toimivia kanavia tutkimuksen mukaan, kuviossa 3 esitettynä, ovat eMetsä, tähtiyrittäjäkansio, sekä puskaradio, joista tähtiyrittäjäkansio sai osaltaan kaikkien vastaajien äänen.

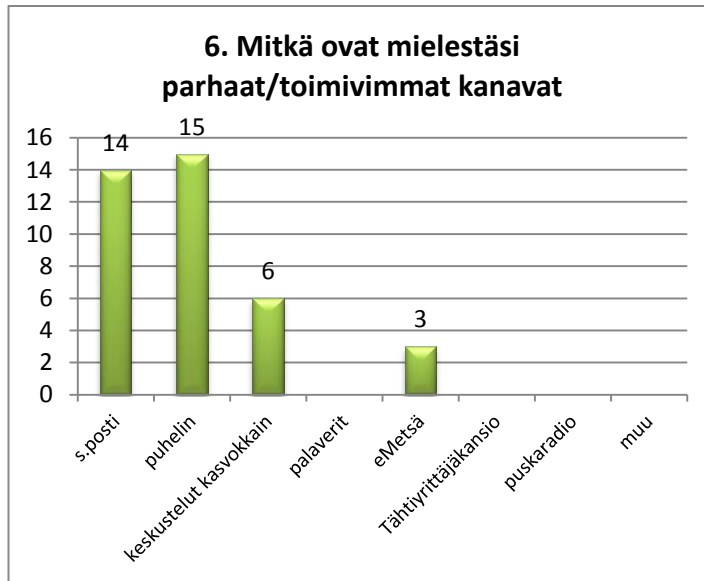
7.1.2 Yrittäjät

Yrittäjiä tutkimukseen osallistui Pohjois-Suomen hankinta-alueelta 19 henkilöä. Henkilöistä kahdeksan ajaa motoa ja yksi ajokonetta. Kyseisille henkilöille on esitetty myös moton ja ajokoneen kuljettajia koskevat kysymykset (liite 1, kysymykset 26–43.) Kuljettajia koskevien kysymysten vastaukset on huomioitu luvun 7.3 tuloksissa moton kuljettajien osalta ja ajokoneen kuljettajien osalta luvun 7.4 tuloksissa.



Kuvio 4. Yrittäjillä käytössään olevat sisäisen viestinnän kanavat.

Kuviosta 4 voidaan havaita, että yrittäjillä on käytössään kaikki sisäisen viestinnän kanavat. Kyselyyn vastanneista henkilöistä 100 % käyttää työssään sähköpostia, puhelinta, kasvokkain keskusteluja, sekä käy palavereissa. Hieman vähemmälle käytölle jää eMetsä, tähtiyrittäjäkansio ja puskaradio. Yksi kyselyyn vastanneista käyttää valmiiksi annettujen vaihtoehtojen lisäksi perinteistä paperi viestintää eli jättää viestejä kuljettajille koneiden hytteihin (liite 6, Yrittäjät: 5J).



Kuvio 5. Yrittäjien vastaukset parhaista tai toimivimmista sisäisen viestinnän kanavista.

Kuviossa 5 on esitettyä vastausten jakaantuminen yrittäjien mielestä parhaiten tai toimivimpien viestintäkanavien kesken. Parhaita tai toimivimpia kanavia yrittäjien mielestä ovat selvästi puhelin ja sähköposti. Kuusi vastaajaa oli sitä mieltä, että keskustelut kasvokkain on toimiva kanava, sekä kolmen vastaajan mielestä eMetsä on toimiva kanava.

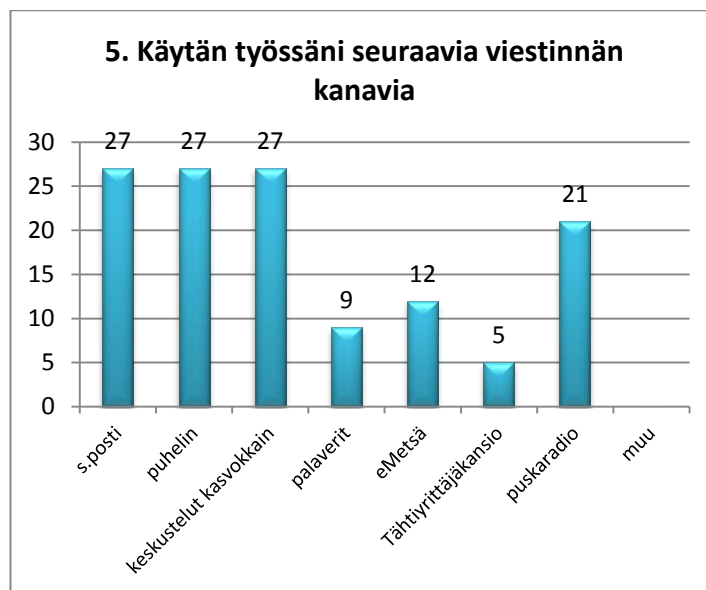


Kuvio 6. Yrittäjien vastaukset huonoista tai heikosti toimivista sisäisen viestinnän kanavista.

Kuviosta 6 voidaan havaita, että selvästi heikoin tai huonoiten toimiva kanava yrittäjien mielestä on puskaradio. Lähes puolet vastaajista on myös ollut sitä mieltä, että tähtiyrittäjäkansio on heikosti toimiva viestinnän kanava, sekä reilun kolmanneksen mielestä eMetsä ei ole toimiva kanava. Yksittäiset hajaäänet huonoista tai heikosti toimivista viestinnän kanavista saivat sähköposti, keskustelut kasvokkain ja palaverit.

7.1.3 Moton kuljettajat

Moton kuljettajia tutkimukseen osallistui Pohjois-Suomen hankinta-alueelta 27 henkilöä. Lisäksi tähän lukuun on otettu huomioon kahdeksan yrittäjän ja yhden toimihenkilön vastaukset moton kuljettajia koskeviin kysymyksiin (liite 1, kysymykset 26–43).



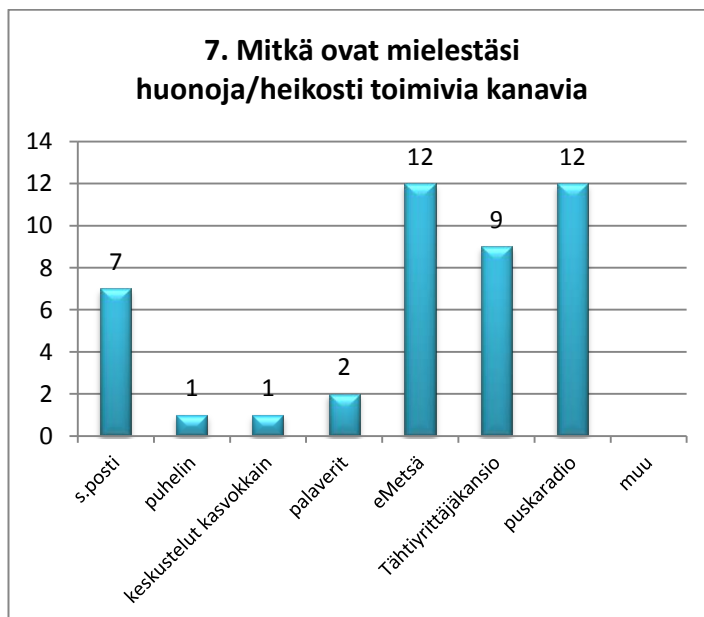
Kuvio 7. Moton kuljettajilla käytössään olevat sisäisen viestinnän kanavat.

Kuviosta 7 voidaan havaita, että kaikilla moton kuljettajilla on sisäisen viestinnän kanavista käytössään sähköposti, puhelin ja kasvokkain keskustelut. Huomion arvoinen käytössä oleva kanava on myös puskaradio, jota käyttää noin 78 % kyselyyn vastanneista henkilöistä. Hieman alle puolet vastaajista käyttää eMetsä-kanavaa, kolmannes käy palavereissa ja vain alle 20 % käyttää tähtiyrittäjäkansiota.



Kuvio 8. Moton kuljettajien vastaukset parhaista tai toimivimmista sisäisen viestinnän kanavista.

Kuten kuviosta 8 voidaan havaita, selvästi parhaaksi tai toimivimmaksi koettu sisäisen viestinnän kanava on puhelin, lähes 100 % vastaajien mielestä. Vain hieman alle 50 % oli sitä mieltä, että keskustelut kasvokkain on paras tai toimivin kanava. Noin 40 % vastaajista luokitteli sähköpostin parhaaksi tai toimivimmaksi kanavaksi. Puskaradio sai kyselyssä kaksi ääntä parhaan sisäisen viestintäkanavan puolesta.

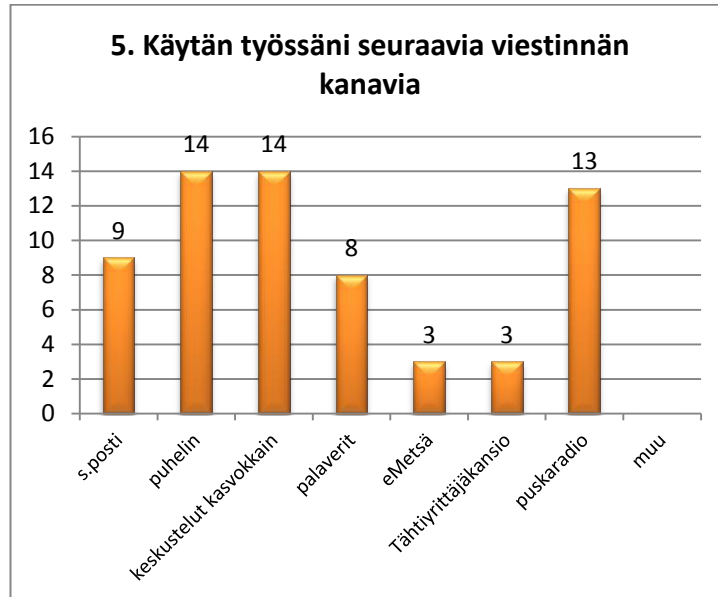


Kuvio 9. Moton kuljettajien vastaukset huonoista tai heikosti toimivista sisäisen viestinnän kanavista.

Vajaa 50 % kyselyyn vastanneista moton kuljettajista on sitä mieltä, että eMetsä ja puskaradio ovat huonoja tai heikosti toimivia sisäisen viestinnän kanavia. Tähtiyrittäjäkansio on kolmanneksen moton kuljettajien mielestä heikosti toimiva kanava, myös sähköposti sai noin neljänneksen mielipiteistä huonoimman kanavan puolesta. Puhelin, keskustelut kasvokkain ja palaverit saivat sisäisen viestinnän kanavista vain hajaääniä huonoimmasta kanavasta. (Kuvio 9.)

7.1.4 Ajokoneen kuljettajat

Ajokoneen kuljettajia tutkimukseen osallistui Pohjois-Suomen hankinta-alueelta 14 henkilöä. Lisäksi tähän lukuun on otettu huomioon yhden yrittäjän vastaukset ajokoneen kuljettajia koskeviin kysymyksiin (liite 1, kysymykset 26–43).



Kuvio 10. Ajokoneen kuljettajilla käytössään olevat sisäisen viestinnän kanavat.

Kuviosta 10 voidaan havaita, että vain puhelin ja kasvokkain keskustelut ovat sisäisen viestinnän kanavia, jotka ovat kaikilla kyselyyn osallistuneilla ajokoneen kuljettajilla käytössä. Lähes 100 % ajokoneen kuljettajista käyttää myös

puskaradiota, ja noin 60 % vastanneista käyttää sähköpostia ja palavereita sisäiseen viestintään. Tähtiyrittäjäkansiota ja eMetsää sisäisen viestinnän kanavana käyttää vain noin 20 % ajokoneen kuljettajista.



Kuvio 11. Ajokoneen kuljettajien vastaukset parhaista tai toimivimmista sisäisen viestinnän kanavista.

Parhaiksi tai toimivimmiksi sisäisen viestinnän kanaviksi ajokoneen kuljettajien mielestä tutkimuksessa nousivat puhelin ja kasvokkain keskustelut. Lähes kaikkien vastanneiden mielestä puhelin on paras kanava ja yli 50 %:n mielestä kasvokkain keskustelut on toimivin kanava. Kolme ajokoneen kuljettajaa on sitä mieltä, että puskaradio on toimivin kanava. Lisäksi sisäisen viestinnän kanavista sähköposti ja palaverit ovat kahden ajokoneen kuljettajan mielestä toimivimmat kanavat. (Kuvio 11.)



Kuvio 12. Ajokoneen kuljettajien vastaukset huonoista tai heikosti toimivista sisäisen viestinnän kanavista.

Ajokoneen kuljettajista noin 60 % oli sitä mieltä, että sähköposti on huonoin tai heikosti toimivin kanava. Toinen kanava, joka on selvästi muita kanavia heikompi ajokoneen kuljettajien mielestä, on puskaradio. Kasvokkain keskustelut, palaverit, eMetsä ja tähtiyrittäjäkansio saivat hajanaisia ääniä heikoimman kanavan puolesta. (Kuvio 12.)

7.2 Sisäisen viestinnän toimivuus

Sisäinen viestintä toimii tutkimuksen mukaan tällä hetkellä koko sisäisen viestinnän kanavaverkolla, kuten luvussa 7.1 voidaan havaita. Eroja kanavien käytöasteille luo se, mikä on henkilön asema työyhteisössä. Tuloksista voidaan huomata, että mitä kauemmas johtoportaan edetään, sitä enemmän ollaan suullisen tiedon varassa. Kirjoitettua ja dokumentoitua tietoa käytetään enemmän yrittäjien ja toimihenkilöiden kuin kuljettajien keskuudessa.

Henkilökohtaiseen sähköpostiin saadaan tutkimuksen mukaan toimihenkilöiden ja yrittäjien keskuudessa keskimääräisesti melko paljon työn kannalta tarpeellista tietoa. Kuljettajien keskuudessa työn kannalta tarpeellista tietoa sähköpostiin

tulee keskiarvolta melko vähän ja osalle henkilöistä sähköpostia ei tule ollenkaan. HERMEX:n sähköpostiin kuljettajat saavat työnsä kannalta tarpeellista tietoa suurimmilta osin melko paljon, mutta joukossa on myös henkilöitä, jotka eivät saa sähköpostia ollenkaan koneeseen. Sähköpostien hyödyllisyyttä ajatellen tutkimuksen mukaan kaikki kohderyhmät ovat sitä mieltä, että heidän saamansa sähköpostit ovat hyödyllisiä. (Liite 2.)

Toimihenkilöiden ja yrittäjien mielestä yrittäjäpalavereiden määrä on hyvin tai melko riittävä. Palavereiden sisältö ja tarpeellisuus, sekä niistä saatava tieto koetaan positiivisesti. Vain osa tutkimukseen osallistuneista yrittäjistä oli sitä mieltä, että palavereita on melko riittämättömästi tai niissä saatava tieto ei ole kovinkaan tarpeellista. Pääsääntöisesti palavereissa käyvät henkilöt tiedottavat aina niissä käydyt asiat kuljettajille, siltä osin kuin ne koskevat heitä. Tuloksista havaitaan kuitenkin, että osa toimihenkilöistä ja yrittäjistä tiedottaa palavereiden sisällöstä kuljettajille vain lähes aina tai osa yrittäjistä vain jopa silloin tällöin. Näin ollen kuljettajat eivät aina saa palavereissa käytyjen asioiden tietoja itselleen. Tutkimuksessa saatujen tulosten perusteella yrittäjäpalavereissa käyvien henkilöiden vastaukset ja kuljettajien mielipiteet tietojen lähettämisestä ja saamisesta ovat keskenään yhdenmukaisia. Molempien kuljettaja-kategorioiden tulokset antavat ilmi sen, että yrittäjäpalavereissa käydyt asiat tulevat heille lähes aina tai silloin tällöin. Palavereissa käydyt asiat tiedotetaan tutkimuksen mukaan lähes 100 % suullisesti, joko puhelimitse tai kasvokkain keskustellen. Vain osa yrittäjistä ja toimihenkilöistä käyttää palaveritiedon jakamiseen kirjallista sisäisen viestinnän kanavaa. Tutkimuksessa saatujen tulosten perusteella voidaan sanoa, että tietojen lähettäminen ja saaminen yleisesti työn tekemistä edistäen on vähintään hyvällä tasolla. Kuitenkin vain noin puolet kaikista vastaajista sai mielestään erittäin hyvin tietoja työhön liittyen. (Liite 2.)

Kuljettajille esitettyjen kysymysten vastaukset (liite 1, kysymykset 26–42) antavat kokonaiskuvan siitä, mitä ja millä tasolla kuljettajat viestivät. Kuljettajat ovat suorassa yhteydessä puhelimitse Stora Enso Metsään päin lähestulkoon jokaisella leimikolla. Ostohenkilöt ovat myös tulosten mukaan aktiivisessa yhteydessä puhelimella kuljettajiin päin. Kuljettajien keskinäinen viestintä työmaalla on kiitettävällä tasolla. He viestivät toisilleen lähes poikkeuksetta aina päivän ta-

pahtumat työmaalla seuraavalle kuskille. Lisäksi he pitävät huolen, että seuraavan vuoron kuski on tietoinen mahdollisista työnjohdon viestimistä asioista. (Liite 2.)

Kyselyssä selvitettiin syitä, miksi tai millä asioilla kuljettajat yleensä soittavat ostohenkilöille. Kuljettajat ovat lähes poikkeuksetta yhteydessä ostohenkilöön jokaisella leimikolla, koska leimikossa on jotain epäselvyyttä tai korjuuohjeet ovat olleet puutteelliset. Ostohenkilöt eivät siis ole kirjoittaneet korjuuohjeita tai leimikkoon liittyviä erikoisominaisuuksia tarpeeksi tarkasti ohjeisiin. Ostohenkilöt ovat puolestaan olleet yhteydessä kuljettajiin kysellen leimikon edistymisestä ja tarkentaen jotain yksityiskohtaista asiaa liittyen leimikkoon. (Liite 3.)

Moton kuljettajilta saatujen vastausten perusteella heille annettua viestintäohjetta ei noudateta aivan tarkalleen. Moton kuljettajien keskuudessa on pientä lipsuntaa viestinnän tarkkuudessa ja annettujen ohjeiden noudattamisessa lähinnä leimikkoon liittyvien asiakirjojen lähettämässä tai täyttämässä. Esimerkiksi joitakin dokumentteja, kuten suoritteita tai ennusteita, ei lähetetä joka päivä, vaikka näin on ohjeistettu. Lisäksi alapuutavaralajien yhdistäminen prd-tiedoston lisätietoihin ei aina ole kunnossa, vaan yhdistäminen jätetään joskus kertomatta. Moton kuljettajien tuloksia tarkastellessa sisäinen viestintä toimii pääsääntöisesti hyvällä tasolla, mutta pientä poikkeamaa negatiiviseen suuntaan on olemassa. (Liite 2.)

7.3 Kokemukset sisäisen viestinnän toimivuudesta

Yleisesti kokemukset sisäisen viestinnän toimivuudesta korjuuyrittäjien ja kuljettajien keskuudessa ovat positiivisia. Mukaan kuitenkin mahtuu monta kehittämisen tarpeessa olevaa asiaa.

Tuloksissa nousee esille useamman kerran negatiivista palautetta tai kehittämisideaa liittyen HERMEX:iin. Suurimmaksi puutteeksi on noussut HERMEX:n sähköpostin toimimattomuus siinä suhteessa, että sillä ei voi lähettää liitetiedostoja eikä lähettää postia järjestelmän ulkopuolelle. HERMEX:n sähköpostissa on

myös kokemusten perusteella sellainen ongelma, että kun yksi kuljettaja on lukenut postin, ei toinen kuljettaja välttämättä huomaa uutta postia, koska viesti on kuittautunut luetuksi. Yleisesti kaikki vastaajat olivat myös sitä mieltä, että sähköpostiin, niin henkilökohtaiseen, kuin HERMEX:n postiin, olisi hyvä laittaa niin sanottu lukukuittaus. Vastaajat sanoivat, että riippuen viestin sisällöstä, mutta lähes aina se olisi tarpeellinen. Näin ollen lähettäjä saa tietää, että vastaanottaja on viestin lukenut ja se on mennyt perille. (Liite 3.)

Palavereista on useampi vastaaja maininnut sen, että ne ovat heidän mielestään lähes parhaita sisäisen viestinnän kanavia siinä mielessä, että niissä asiat eivät jää epäselviksi, koska aina on vara tarkentaa heti paikan päällä asia. Lisäksi palavereissa koetaan saavan sellaista tietoa mitä ei normaalisti saada. Kuitenkin joskus palaverit on koettu turhiksi, koska ne ovat menneet vain turhiin asioiden jaaritteluiksi. Palaverit koetaan siis hyödyllisiksi ja niitä haluttaisiin enemmän siten, että sisältö ja rakenne ovat sellaiset, jotta niihin kannattaa osallistua. Yrittäjäpuolelta toivotaan, että sellaisia palavereita olisi enemmän johon osallistuvat kaikki asiaan liittyvät esimiehet myös Stora Enso Metsän puolelta, jotta yrittäjien viestit saataisiin keskitetyksi eteenpäin. (Liite 3.)

Kuljettajien keskuudessa palautteen saaminen on tutkimuksen mukaan vähäistä. Kuljettajat ovat sanoneet, että jos palautetta tulee, on se yleensä vain negatiivista. He kokevat, että ainainen negatiivinen palaute ei ole rakentavaa ja se ei innosta työntekoa. Kuljettajat haluaisivat enemmän kohdennettua palautetta ja sen sisältö pitäisi olla rakentavaa, olipa se sitten negatiivista tai positiivista. Tehneiden tai sahan raakkiprosenttia, katkontaa ja niiden selityksiä on toivottu lähetettäväksi koneisiin, jotta kuljettajat voivat niitä itsekkin tarkastella. (Liite 3.)

Tähtiyrittäjäkansio ja eMetsä eivät ole suuressa suosiossa vastaajien keskuudessa. Kuljettajat eivät kokeneet tulosten perusteella kumpaakaan kanavaa hyödylliseksi tai toimivaksi. Yrittäjät ja toimihenkilöt kokivat kyseiset kanavat vaikeaselkoisiksi ja työläiksi lukea. Osa vastanneista oli sitä mieltä, että varsinkin tähtiyrittäjäkansiota pitäisi muokata paremmaksi, jotta siitä olisi oikeasti hyötyä ja sitä tulisi käytettyä. (Liite 2.)

Eräs ajokoneen kuljettaja oli sitä mieltä, että HERMEX:iin olisi hyvä lähettää ”ruksi ruutuun” -periaatteella oleva kysely vaikka kuukausittain tai hakkuukausittain. Kyselyssä voitaisiin kysyä kaikkea hakkuisiin, leimikon suunnitteluihin ja kaukokuljetukseen liittyviä asioita, sekä lisäksi voisi olla pieni avoin kohta, johon voi kirjoittaa ilmenneistä ongelmista. Kyselyihin vastaaminen olisi sitten vapaaehtoista. Näin kuljettajat saisivat oman äänensä esille paremmin ja useammin. (liite 3.)

8 Pohdinta

8.1 Johtopäätökset

Sisäinen viestintä on tällä hetkellä tämän tutkimuksen mukaan Stora Enso Metsän ja Tähtiyrittäjien välillä hieman kangertavaa. Lähetettyä viestiä ei aina ymmärretä, kuten lähettäjä on halunnut sen ymmärrettävän. Suurimmat puutteet näyttäisivät tulosten mukaan olevan itse tietojärjestelmässä. Vastaajien mielestä tietojärjestelmällä ei voida tehdä kaikkea sitä, mitä saumattomaan viestintään vaaditaan. Vastaajat myös mainitsivat, että järjestelmä on joiltain osin sellainen, että sillä pitää tehdä niin sanottua turhaa tai kaksinkertaista viestintää, esimerkiksi leimikon päätyttyä lopetusviesti. Tietojärjestelmä on muuttumassa lähi vuosien aikana ja toivottavasti uudessa järjestelmässä on otettu entiset puutteet huomioon ja järjestelmän ominaisuuksia on parannettu.

Sähköpostilla toimiva viestintä on erittäin vaihtelevaa. Vastauksia tuli sekä puolesta että vastaan. Kuitenkin päällisin puolin sähköposti on toimiva sisäisen viestinnän kanava, jos sitä käytetään oikein. Sähköpostin lähettämiseen pitäisi ottaa jonkinlainen yhteinen käytäntö ja ohjeistus käyttöön, jotta sähköpostin tehokkuutta voitaisiin nostaa. Sähköpostin jakeluun pitää kiinnittää huomiota, että se menee oikeille henkilöille ja sisältö kirjoittaa lyhyeksi ja ytimekkääksi. Tutkimuksen tuloksista pääteltynä sähköposteihin tulee myös jonkin verran häiritsevää roskapostia, joka sotkee tärkeät postit.

Puhelimella käytävää turhaa viestintää kuljettajien ja ostohenkilöiden välillä voisi vähentää siten, että ostohenkilöt panostaisivat korjuuohjeiden kirjoittamiseen ja antaisivat siellä mahdollisimman tarkat ja yksiselitteiset ohjeet. On hyvä, että kuljettajat ja ostohenkilöt ovat yhteydessä puhelimitse, vaikka korjuuohje on kirjoitettu. Näin kaikki epäselvyydet ja mahdolliset korjuuseen liittyvät ongelmat saadaan selvitettyä ja virheellistä korjuuta ei tapahdu.

Sisäistä viestintää voisi kehittää myös saumattommaksi Stora Enso Metsän ja kuljettajien väillä siten, että kuljettajille kuuluvat tiedotteet ja viestit eivät kulki- si yrittäjän kautta vaan menisivät suoraan asianomaisille. Kuljettajat olisivat myös kiinnostuneita tietämään asioista enemmän etukäteen, kuten tulevista leimikoista. Jonkinlainen yhtenäinen ohjeistus yleisesti sisäiseen viestintään olisi hyvä tehdä. Tällä hetkellä ainoastaan kuljettajille on tehty ohje, mitä heidän pitää viestiä, mutta muille ei ole ohjetta sisäiseen viestintään.

8.2 Toteutus ja menetelmä

Tutkimuksen toteuttaminen kävi, kuten olin osannut odottaa. Puhelinhaastattelut sujuivat mallikkaasti ja sain vastaajilta asianmukaiset vastaukset. Aineiston kerääminen oli kuitenkin aikaa vievää, mutta tuloksellista. Aineiston käsittely sujui ilman ongelmia Excel-taulukkolaskentaohjelmalla.

Tutkimusmenetelmäksi valittu kvantitatiivinen lähtökohta oli oikea. Suuri vastausten määrä ja varsinkin niiden yhdenmukaisuus tukevat tutkimuksen tuloksia ja niiden luotettavuutta. Kaikkia nyt esille nousseita asioita ei välttämättä olisi saatu esille, jos tutkimus olisi tehty kvalitatiivisena.

8.3 Luotettavuus ja eettisyys

Luotettavuus voidaan jakaa karkeasti kahteen eri osioon. Nämä osiot ovat validiteetti ja reliabiliteetti. Validiteetilla tarkoitetaan tutkimuksen pätevyyttä ja re-

liabiliteetilla tarkoitetaan luotettavuutta tai toistettavuutta. Tarkemmin selvitettyinä validiteetti ilmaisee yksinkertaisesti sen, onko tutkimuksessa mitattu oikeita asioita, jotta tutkimuksessa saatavat vastaukset ylipäättään vastaavat haluttuihin tutkimuskysymyksiin. Reliabiliteetti mittaa tutkimuksen aineiston keruussa ja kirjaamisessa tapahtuvia virheitä. Reliabiliteetti on siis sitä parempi mitä vähemmän virheitä syntyy itse tiedonkeruun ja -kirjaamisen yhteydessä. Nämä tekijät ovat kvantitatiivisen tutkimuksen luotettavuuden kulmakivet. (Vehkalahti 2008, 40–42.)

Opinnäytetyöni tutkimuksen sain luotettavalle tasolle valitsemalla tarpeeksi kattavan otoksen. Tämä otos oli kooltaan noin 27 % perusjoukosta. Perusjoukko oli noin 240 henkilöä ja tuloksia keräsin yhteensä 64 henkilöltä. Pääyrittäjien ja toimihenkilöiden osalta haastattelin kaikki, sekä kuljettajien osalta 50 henkilöä. Tämä otos oli tarpeeksi kattava, koska huomasi, että aineisto kylläntyi loppua kohden mentäessä ja mitään uutta ei enää noussut esille. Reliabiliteettiin vaikuttava tekijä tutkimuksessa oli ainoastaan tulosten kirjaaja eli minä. Pyrin kirjaamaan tulokset ylös virheettömästi, mutta inhimillisten virheiden riski oli olemassa ja sitä ei voitu poistaa. Teoriaosuuden luotettavuuden varmistin siten, että käyttämäni lähdemateriaali oli luotettavista lähteistä ja alkuperäismateriaalia. Tutkimuksen eettisyyden varmistin muutamalla yksinkertaisella keinolla. Kyselylomake oli rakennettu siten, että kysymykset mittasivat ainoastaan olennaisia asioita, jotta tutkimuskysymyksiin vastaaminen oli mahdollista. Kyselyssä ei siis kysytty henkilökohtaisia asioita. Kyselylomakkeessa oli kohdat, jossa vastaajalta kysyttiin perustietoja, mutta niiden perusteella ei vastaaja voida tunnistaa.

8.4 Jatkotutkimus- ja kehittämisisideat

Opinnäytetyön tarkoituksena oli tuottaa tutkimustuloksia, joista voidaan havaita sisäisen viestinnän tämän hetkinen taso Stora Enso Metsän ja Tähtiyrittäjien välillä Pohjois-Suomen hankinta-alueella. Tulosten ja johtopäätösten perusteella sisäisen viestinnän ohjeistusta voidaan tarvittaessa päivittää tai sinne voidaan jopa lisätä uusia esille nousseita asioita. Parhaassa tapauksessa tutkimus vaikuttaa positiivisesti sisäisen viestinnän kehittämiseen.

Jatkokehitysmahdollisuuksina näen sen, että tutkimus on mahdollista toteuttaa koskemaan kaikkia Stora Enso Metsän hankinta-alueita. Samaa kyselylomakepohjaa ja analysointitekniikka käyttämällä saataisiin täysin vertailukelpoisia tuloksia. Lisäksi aiheesta on mahdollista tehdä jatkotutkimuksia kohdennetusti tiettyyn aihepiiriin tai ongelmaan sisäisessä viestinnässä.

Lähteet

- Heikkilä, T. 2004. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita.
- Ikävalko, E. 1999. Käytännön tiedottaminen YHTEISÖVIESTINNÄN KÄSIKIJA. Helsinki: Infoviestintä Oy.
- Juholin, E. 1999. Sisäinen viestintä. Helsinki: Infoviestintä Oy.
- Juholin, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. Porvoo: Infor Oy.
- Juholin, E. 2013. Communicare! Kasva viestinnän ammattilaiseksi. Kopijyvä: Management Institute of Finland MIF Oy.
- Keränen, J. 2014a. Metsätyönjohtaja. Moto Team Tauriainen Oy. Puhelinkeskustelu. 16.2.2014.
- Keränen, J. 2014b. Metsätyönjohtaja. Moto Team Tauriainen Oy. Haastattelu. 16.4.2014.
- Lohtaja, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2007. Tehoa työelämän viestintään. Helsinki: WSOYpro.
- Stora Enso Oyj kotisivut. Stora Enso Oyj. 2014: <http://www.storaenso.com/>. Viitattu 5.2.2014.
- Säteri, R. & Hosiokoski, T. 2008. Sisäisen viestinnän abc http://www.viestintatoimistodeski.fi/pdf/sisaisen_viestinnan_abc.pdf. Viitattu 31.1.2014.
- Vehkalahti, K. 2008. Kyselytutkimuksen mittarit ja menetelmät. Helsinki: Tammi.
- Åberg, L. 1993. Riemua johtamiseen! Esimiehen viestintäopas. Helsinki: Tietopaketti Oy.

Kyselylomake

Vastaajien taustatiedot

1. Ikä____
2. Toimipaikka/työpiste_____
3. Asema työyhteisössä: Toimihenkilö
Yrittäjä
Työntekijä: moton ajokoneen kuljettaja
4. Olen ollut kyseisessä työssä? ____v____kk

Sisäisen viestinnän kanavat

5. Käytän työssäni seuraavia kanavia.
 - a. sähköposti
 - b. puhelin
 - c. keskustelut kasvokkain
 - d. palaverit
 - e. eMetsä
 - f. Tähtiyrittäjäkansio
 - g. epävirallinen viestintä ts. puskaradio
 - h. muu, mikä?_____
6. Valitse kaksi mielestäsi toimivinta/tehokkainta viestintäkanavaa.
 - a. sähköposti
 - b. puhelin
 - c. keskustelut kasvokkain
 - d. palaverit
 - e. eMetsä
 - f. Tähtiyrittäjäkansio
 - g. epävirallinen viestintä ts. puskaradio
 - h. muu, mikä?_____
7. Valitse kaksi mielestäsi vähiten toimivaa/käytetyintä (vihatuinta) viestintäkanavaa.
 - a. sähköposti
 - b. puhelin
 - c. keskustelut kasvokkain
 - d. palaverit
 - e. eMetsä
 - f. Tähtiyrittäjäkansio
 - g. epävirallinen viestintä ts. puskaradio
 - h. muu, mikä?_____

8. Koetko saavasi omaan sähköpostiisi työsi kannalta tarpeellista tietoa
- a. erittäin paljon
 - b. melko paljon
 - c. melko vähän
 - d. erittäin vähän
9. Koetko saavasi Hermexin sähköpostiin työsi kannalta tarpeellista tietoa (VAIN KUSKEILLE)
- a. erittäin paljon
 - b. melko paljon
 - c. melko vähän
 - d. erittäin vähän
10. Koetko/Kokisitko sähköpostin kuittauksen tarpeelliseksi
- a. erittäin paljon
 - b. melko paljon
 - c. melko vähän
 - d. erittäin vähän

Sisäisen viestinnän merkitys

11. Kuinka hyödyllisenä koet saamasi viestit
- a. erittäin hyödyllisenä
 - b. melko hyödyllisenä
 - c. melko hyödyttömänä
 - d. täysin hyödyttömänä
12. Saatko sinulle kuulumattomia viestejä eli ns roskapostia
- a. En
 - b. Kyllä Mistä/Keneltä/Minkälaista _____

13. Miten merkittävää sisäisen viestinnän toimivuus on työsi kannalta
- a. hyvin merkittävää
 - b. melko merkittävää
 - c. melko merkityksetöntä
 - d. täysin merkityksetöntä
14. Onko sisäiseen viestintään annettu käytännönohjeita ts. viestintäohjetta
- a. On. Tarkat ohjeet.
 - b. On. Suuntaa antavat ohjeet.
 - c. Ei.
 - d. En osaa sanoa/En tiedä
 - e. Muu/oma mielipide_____

Palaverit (VAIN YRITTÄJILLE)

15. Yrittäjäpalavereita on mielestäni

- a. hyvin riittävästi
- b. melko riittävästi
- c. melko riittämättömästi
- d. erittäin riittämättömästi

16. Koen saavani palavereista tarpeellista tietoa

- a. erittäin paljon
- b. melko paljon
- c. melko vähän
- d. erittäin vähän

17. Viestin/Tiedotan yrittäjäpalavereissa esillä olleet asiat kuljettajille

- a. aina
- b. lähes aina
- c. silloin tällöin
- d. en koskaan

18. Mitä viestintäkanavaa/kanavia käytät? _____

19. Saan tietoa yrittäjältä yrittäjäpalaverissa käydyistä/esille nousseista asioista (KULJETTAJAT)

- a. aina
- b. lähes aina
- c. silloin tällöin
- d. en koskaan

20. Mitä kanavaa tieto tulee? _____

Sisäisen viestinnän toimivuus

21. Saan mielestäni tarvittavia tietoja yrittäjältä. (KULJETTAJAT)

- a. erittäin hyvin
- b. melko hyvin
- c. melko huonosti
- d. erittäin huonosti

22. Saan mielestäni tarvittavia tietoja ”suorittavalta portaalta”. (YRITTÄJÄT)

- a. erittäin hyvin
- b. melko hyvin
- c. melko huonosti
- d. erittäin huonosti

23. Lähettämäni viesti ymmärretään haluamallani tavalla.

- a. aina
- b. lähes aina
- c. silloin tällöin
- d. ei koskaan

24. Tiedän keneen olla suoraan yhteydessä ongelmatilanteissa

- a. Kyllä
- b. Ei Miksi? _____

25. Viestintää voisi mielestäni kehittää

Kuljettajille

Yleistä:

26. Olen aktiivisesti yhteydessä hankintaesimieheen

- a. erittäin paljon
- b. melko paljon
- c. melko vähän
- d. erittäin vähän

Millaisissa asioissa/tilanteissa

27. Hankintaesimies on aktiivisesti yhteydessä minuun

- a. erittäin paljon
- b. melko paljon
- c. melko vähän
- d. erittäin vähän

Millaisissa asioissa/tilanteissa

28. Kerron seuraavan vuoron kuskille päivän tapahtumat työmaalla

- a. aina
- b. lähes aina
- c. silloin tällöin
- d. ei koskaan

29. Kerron seuraavan vuoron kuskille mahdolliset työnjohdon viestimät asiat
- a. aina
 - b. lähes aina
 - c. silloin tällöin
 - d. ei koskaan

Kuljettajan viestintäohjeeseen perustuvaa:

30. Ilmoitan metsänomistajalle ja ostajalle leimikon aloituksesta
- a. aina
 - b. lähes aina
 - c. silloin tällöin
 - d. ei koskaan

31. Ilmoitan ostajalle jos leimikon aloitus siirtyy huomattavasti
- a. aina
 - b. lähes aina
 - c. silloin tällöin
 - d. ei koskaan

32. Metsänomistaja soittaa koneeseen ennen hakkuutyömaalle saapumista
- a. aina
 - b. lähes aina
 - c. silloin tällöin
 - d. ei koskaan

33. Lähetän suoritteet/ennusteet päivittäin
- a. aina
 - b. lähes aina
 - c. silloin tällöin
 - d. ei koskaan

34. Merkitsen mahdolliset alapuutavaralajien yhdistämiset prd -tiedoston lisätietoja kenttään
- a. aina
 - b. lähes aina
 - c. silloin tällöin
 - d. ei koskaan

35. Merkitsen pinot heti ensimmäisestä kuormasta lähtien annettujen ohjeiden mukaisesti (AJOKONEENKULJETTAJA)
- a. aina
 - b. lähes aina
 - c. silloin tällöin
 - d. ei koskaan

36. Ilmoitan kuljetukseen vaikuttavista tekijöistä kuten sijainnin muutoksesta tai kuljetuksen kii-
rehtimisestä operaattorille
- aina
 - lähes aina
 - silloin tällöin
 - ei koskaan
37. Ilmoitan vakavista korjuuvaurioista/vahingoista välittömästi ostajalle, operaattorille ja yrittä-
jälle
- aina
 - lähes aina
 - silloin tällöin
 - ei koskaan
38. Ilmoitan sähköpostilla ostajalle ja operaattorille metsäkuljetuksen päättymisestä ja arvioin
samassa postissa korjuun laadullisesta onnistumisesta
- aina
 - lähes aina
 - silloin tällöin
 - ei koskaan
39. Suoritan ”Puut pinossa” – lähetyksen metsäajon päätyttyä. (AJOKONEENKULJETTAJA)
- aina
 - lähes aina
 - silloin tällöin
 - ei koskaan
40. Ilmoitan leimikon puumäärillä painotetun keskimääräisen metsäkuljetusmatkan (AJO-
KONEENKULJETTAJA)
- aina
 - lähes aina
 - silloin tällöin
 - ei koskaan
41. Kerron prd -lisätietoja kentässä perustelut, jos metsäkuljetusmatka on merkittävästi lisää-
ntynyt syystä tai toisesta (AJOKONEENKULJETTAJA)
- aina
 - lähes aina
 - silloin tällöin
 - ei koskaan
42. Sovin korvausta vaativista lisätöistä operaattorin kanssa etukäteen
- aina
 - lähes aina
 - silloin tällöin
 - ei koskaan

BONUS KYSYMYS

43. Minimirungon mittakriteeri on korjuupuolella
- a. 5 m korkeudesta läpimitaltaan 7 cm
 - b. 5 m korkeudesta läpimitaltaan 8 cm
 - c. 3 m korkeudesta läpimitaltaan 7 cm
 - d. 3 m korkeudesta läpimitaltaan 8 cm

Diagrammit

Toimihenkilöt (4 henkilöä, joista yksi ajaa motoa)



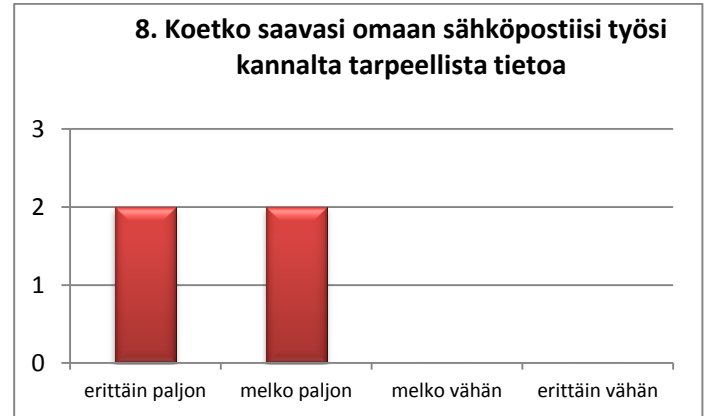
Kuvio 1



Kuvio 2



Kuvio 3



Kuvio 4



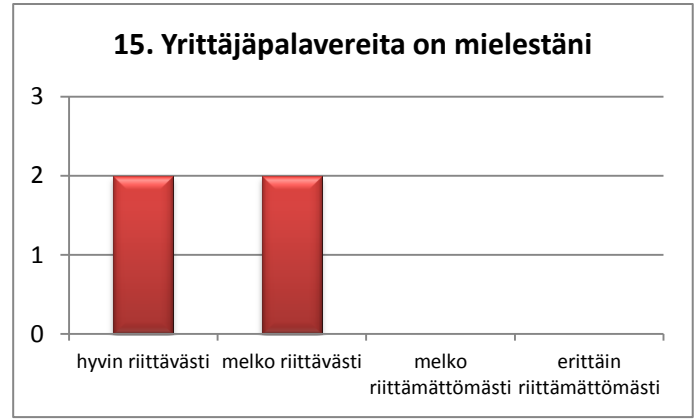
Kuvio 5



Kuvio 6



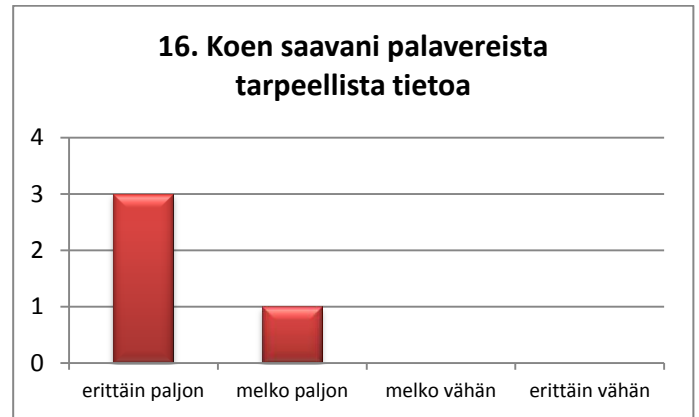
Kuvio 7



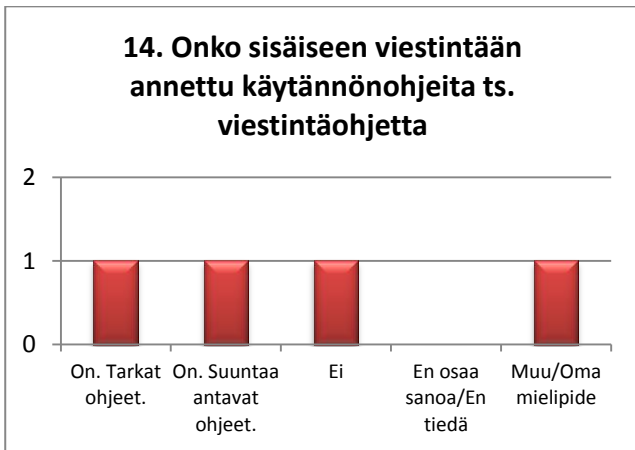
Kuvio 10



Kuvio 8



Kuvio 11



Kuvio 9



Kuvio 12



Kuvio 13



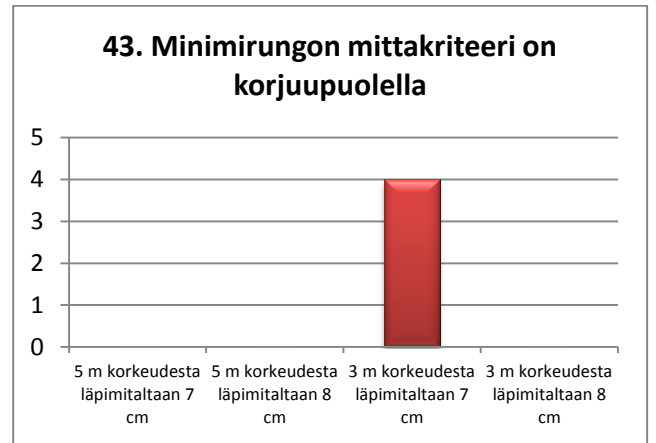
Kuvio 14



Kuvio 15



Kuvio 16



Kuvio 17

Yrittäjät (19 henkilöä, joista kahdeksan ajaa motoa ja yksi ajaa ajokonetta)



Kuvio 18



Kuvio 21



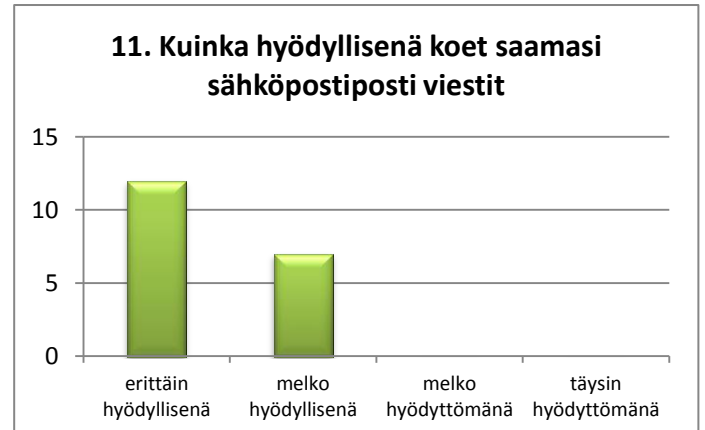
Kuvio 19



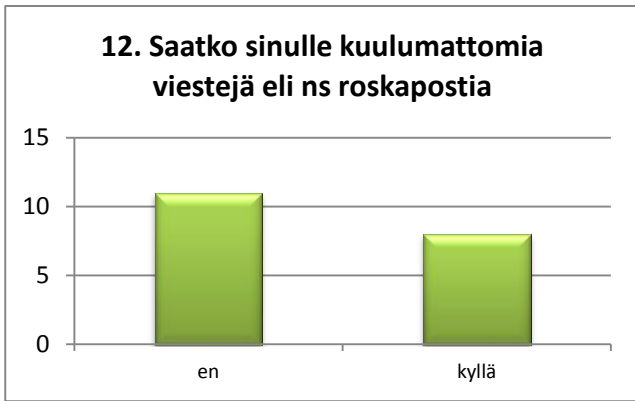
Kuvio 22



Kuvio 20



Kuvio 23



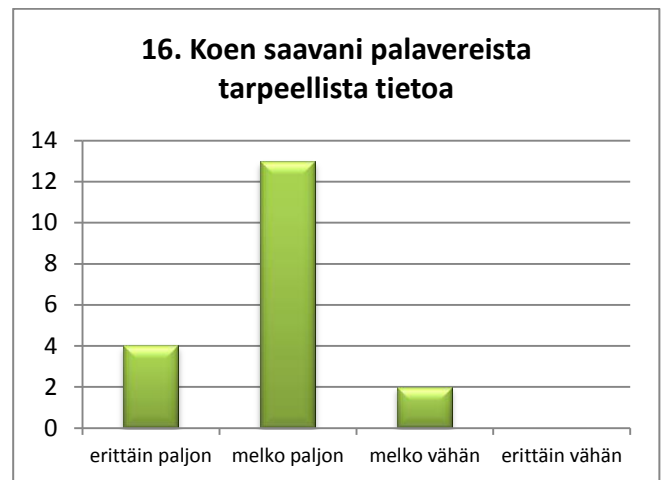
Kuvio 24



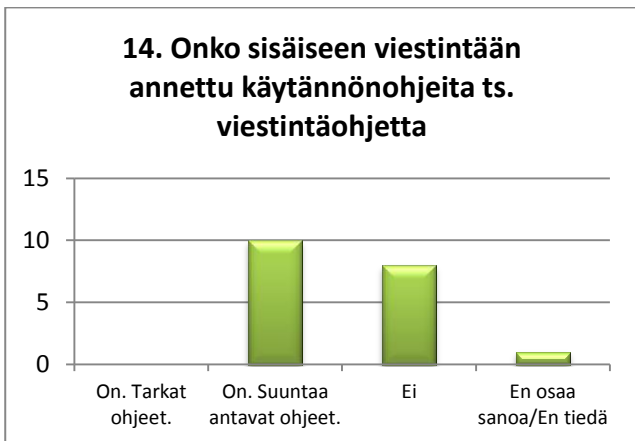
Kuvio 27



Kuvio 25



Kuvio 28



Kuvio 26



Kuvio 29



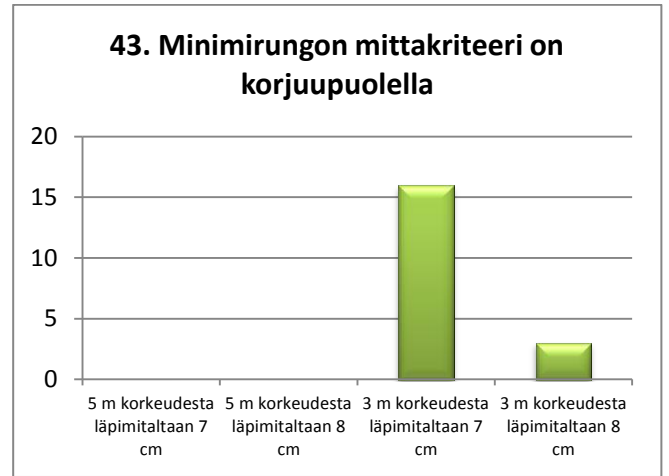
Kuvio 30



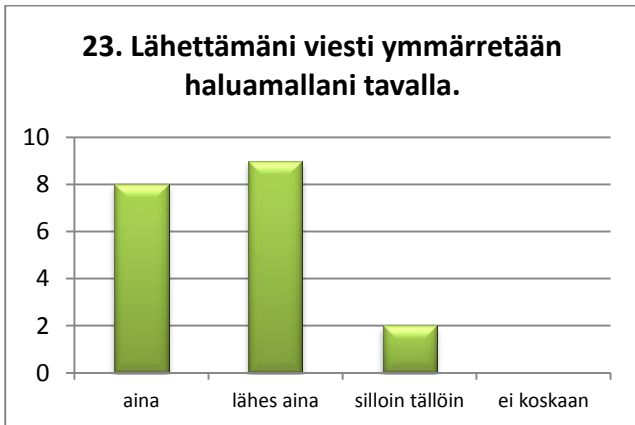
Kuvio 33



Kuvio 31



Kuvio 34



Kuvio 32

Moto kuljettajat (27 henkilöä, lisäksi kahdeksan yrittäjää ja yksi toimihenkilö)



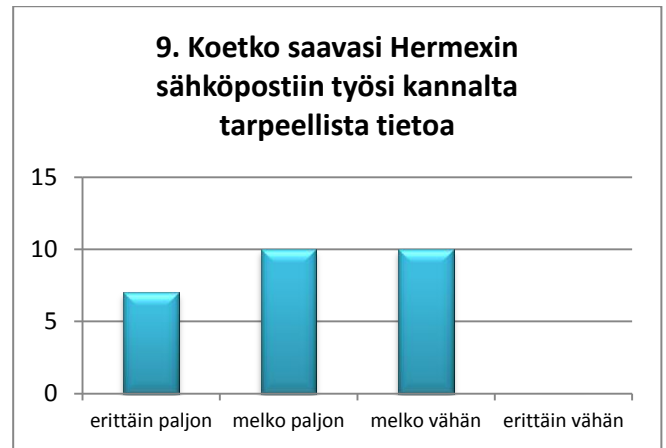
Kuvio 35



Kuvio 38



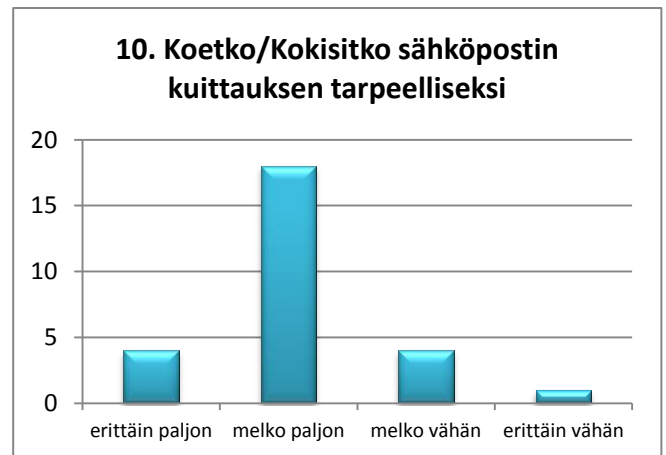
Kuvio 36



Kuvio 39



Kuvio 37



Kuvio 40



Kuvio 41



Kuvio 44



Kuvio 42



Kuvio 45



Kuvio 43



Kuvio 46



Kuvio 47



Kuvio 50



Kuvio 48



Kuvio 51



Kuvio 49



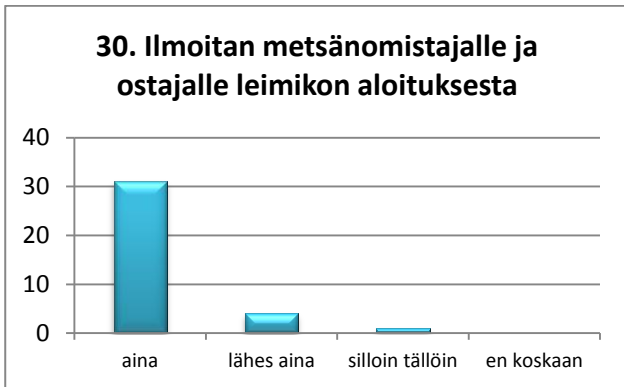
Kuvio 52



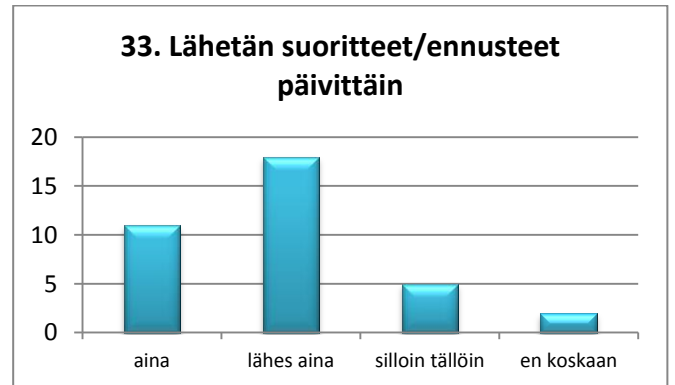
Kuvio 53



Kuvio 56



Kuvio 54



Kuvio 57



Kuvio 55



Kuvio 58



Kuvio 59



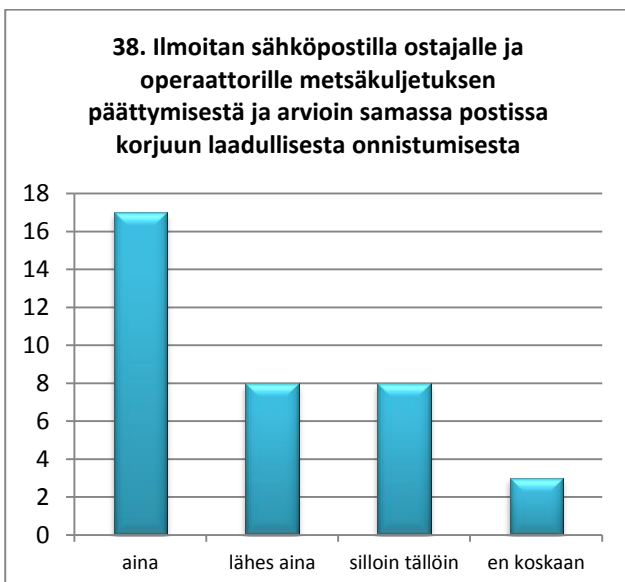
Kuvio 62



Kuvio 60



Kuvio 63



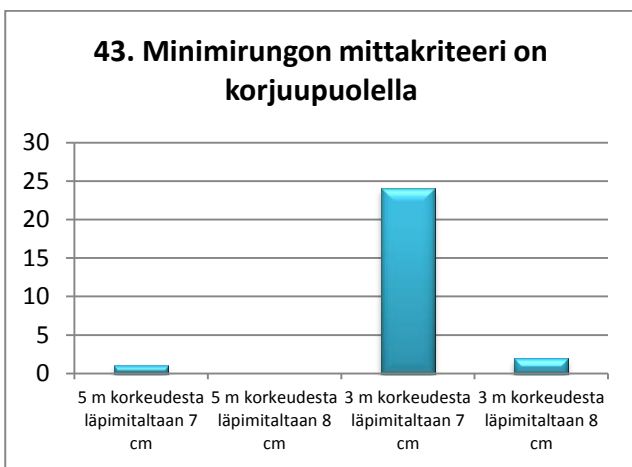
Kuvio 61



Kuvio 64

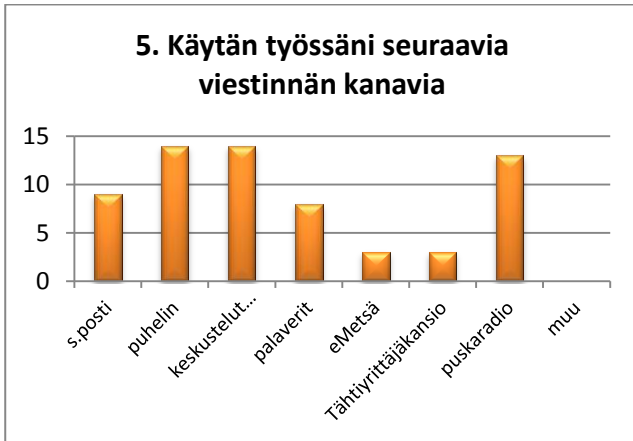


Kuvio 65

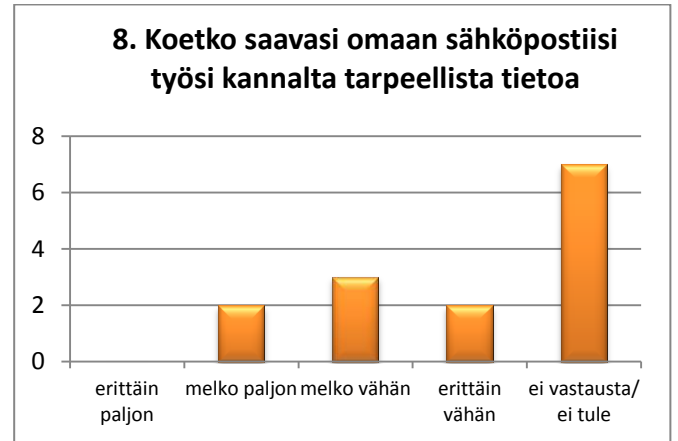


Kuvio 66

Ajokoneen kuljettajat (14 henkilöä, lisäksi yksi yrittäjä)



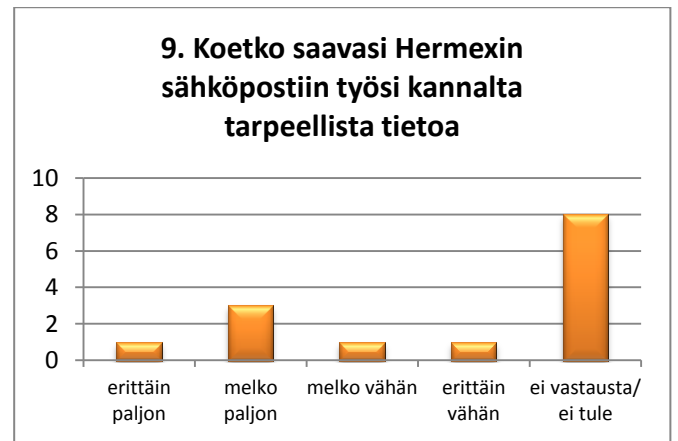
Kuvio 67



Kuvio 70



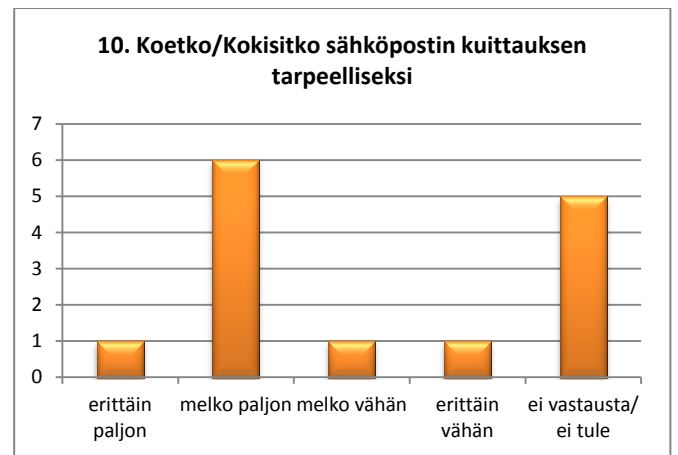
Kuvio 68



Kuvio 71



Kuvio 69



Kuvio 72



Kuvio 74



Kuvio 73



Kuvio 75



Kuvio 76



Kuvio 77



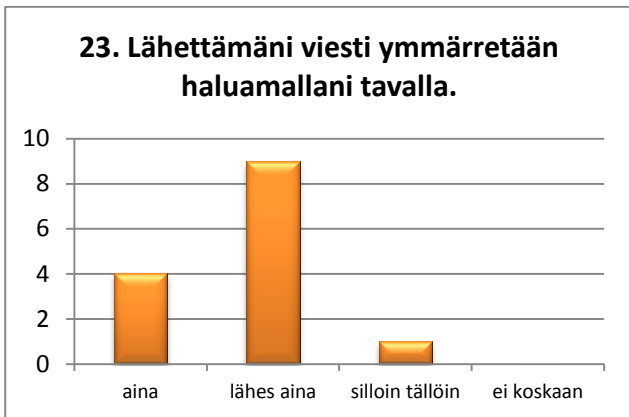
Kuvio 78



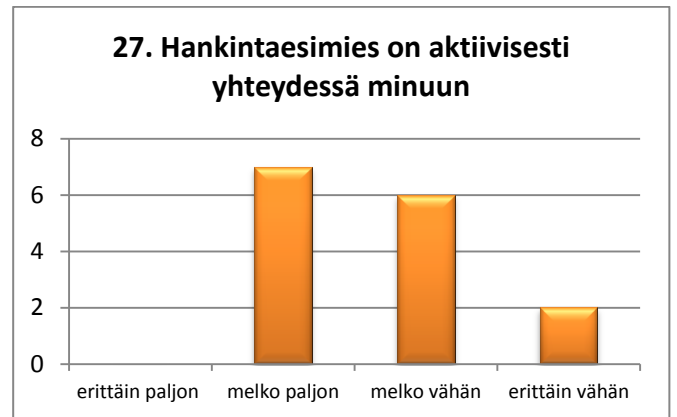
Kuvio 79



Kuvio 82



Kuvio 80



Kuvio 83



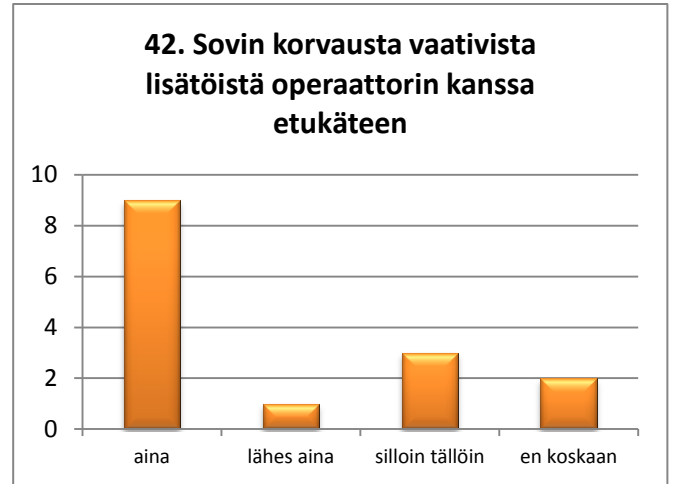
Kuvio 81



Kuvio 84



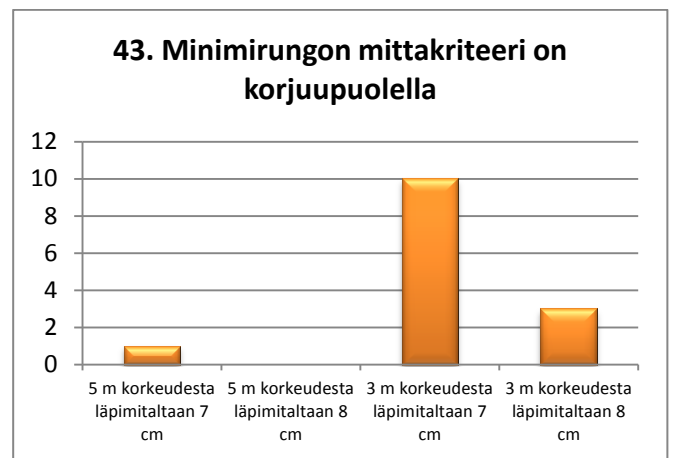
Kuvio 85



Kuvio 88



Kuvio 86



Kuvio 89



Kuvio 87

Avoimet vastaukset (Numero tarkoittaa kysymyksen numeroa ja kirjain vastaajaa.)**Toimihenkilöt:**

14 B: viestintä muihin toimihenkilöihin ei ohjetta. ei tarvitakaan. pelaa. konemiesten ja toimihenkilöiden välillä on itse tehdyt ohjeet 3v sitten. firman ohjeet tulleet 1,5 vuotta sitten.

18B: kirjeellä

25 A: Motoihin sähköposti millä voi lähettää liitetiedostoja esim. kuvia tai mittaustodistuksia. Mahdollisimman paljon tietoa korjuuohjeeseen, kaikki pienetkin jutut.

25B: motosta kaksinkertainen viestintä pois. leimikon aloitusilmoitus automaattisesti toimihenkilöille, niille ketä se koskee. loki koneeseen eli lähetetyt tiedot jäävät nähtäville. nyt ei voida todentaa lähetettyjä tietoja koneesta.

25C: viestinnän muotoa on riittävästi. vastaanottamiseen pitäisi pystyä jotenkin vaikuttamaan. asenteissa kehittämistä. muutokseen ryhtyminen ei ole mieluista.

25D: kuukausimäärien seuraaminen. lähinnä operaattorit saavat suoritteiden perusteella tarkan kk määrän. toimihenkilöt eivät saa samoja tietoja.

26D: lisäohjeita

27D: lisäohjeet

Yrittäjät:

5J: paperi viestintää, viestejä kuljettajille hyttiin

12 B: mainospostia

12D: mainospostia

12E: joskus jopa yhtiöstä päin eli ei koske itseä, mainosviestiä

12F: ei tule stora ensolta, myyntiverkostoilta

12I: tarjouksia, mainospostia

12L: mainoksia

12M: mainospostia, koulutus mainontaa, liikelahja mainontaa

12N: mainospostia

18G: paperilla

24 A: Toimenkuvat muuttuvat tiuhaan tahtiin. On asioita joista ei osaa tietää kenen toimenkuvaan se kuuluu.

25 A: Samalla salasanalla pitäisi päästä kaikkiin kansioihin/ tiedonlähteisiin
25 B: Stora Enson ja koneiden välille välittömämpää viestintää jollain muotoa. Sähköposti? Moton päähän pakko luku, eli mitään ei voi tehdä ennen kuin posti on luettu.

25D: motoissa vain stora enson sähköposti. pitäisi voida lähettää kaikille postia esimerkiksi määriä.

25E: kaikille ei passaa kaikki siksi hyvä olla useampi vaihtoehto. sähköpostilla helppo laittaa "passkaa" eteenpäin. palaverit hyviä ei jää epäselvyyttä koska kasvokkain. sähköpostit joskus liian pitkiä ja työlään oloista.

25F: aktiivisuutta lisäämällä

25H: mex: "lisää työmaatiedot" on kankea

25I: enemmän palautetta

25J: palaveri tyyppisiä tilaisuuksia osa pitäisi olla sellaisia että kaikki esimiehet ovat paikalla, jotta yrittäjäpuolelta viestit saataisiin keskitetysti eteenpäin

25L: sähköpostiviestintä on hyvä, siinä ei turhaa löpinää. palavereissa menee muita jutellessa. tähtiyrittäjäkansioon vain yhdet tunnukset vaikka kolme osakasta eli vain tällä tähtiyrittäjällä. tunnukset eivät ole kaikilla. palaverit pitäisi järjestää paremmin -> suoraan asiaan. käytännössä palaverihin menee koko päivä ja sisältö ei vastaa odotuksia.

25M: palaverit missä ei ole hankinta-alueen väkeä, niitä ei pitäisi pitää yhtään. siellä tulee ostomiehen henkilökohtaista jupinaa. viestintä yleensä. olisi hyvä kehittää kuukausi tilaukset ja muutokset sähköpostilla. selkeää viestiä sähköpostilla tähtiyrittäjille ja osakkaille tilauksista ja seisokeista ja muutoksista.

25Q: hermexiin tulleiden postien lukeminen usealla kuskilla hankalaa. yksi kuittaa niin toinen ei välttämättä huomaa uutta postia. pitäisi muistaa sanoa toiselle että tullut uutta postia.

25S: laajemmasta hakkuiden jatkojen suhteen paremmin tietoa. isoista linjauksista. mikä on enson linja mitä ostetaan ja miten paljon ostetaan. varannon tiedottaminen paremmin kuljettajille. suorempaa viestintää ensolta kuljettajille ja aliurakoitsijoille.

26B: leimikkoon liittyen, tarkentavia ohjeita

26I: puunhankinnassa, korjuuseen liittyvissä asioissa, kaikissa hakkuuseen liittyvissä asioissa, miten kiire on hakata puuta, ilmoitus hakkaamiseen menosta, määrät, miten työ on onnistunut

26K: leimikko järjestys, leimikkoon liittyvät asiat, epätietoisuus pois.

26L: lähinnä leimikon merkkaukset ja kuvio tiedoista

26O: erikoisissa asioissa, tarkentavaa, jotain mikä ei ilmene työohjeessa

26P: kaikenlaisilla, jopa huvikseen

26Q: ongelmatilanteissa ohjeita, missä mennään

26R: korjuuseen liittyvissä, mitä on sovittu isänään kanssa, ostomiehen kanssa keskusteltu korjuuolosuhteista, kantavuudesta.

26S: monenlaisissa tilanteissa, leimikoihin liittyvissä asioissa, puukauppa asioissa

27 B: leimikko asioissa, yrittäjille kuuluvissa asioissa

27I: hakkuisiin liittyvät asiat, aikataulujen kysely, missä koneet

27K: leimikko järjestys, leimikkoon liittyvät asiat, epätietoisuus pois.

27L: leimikon erityisiin ominaisuuksiin. metsänomistajan erityistoiveet.

27O: tuo lisää karttoja, kyselee millä mallilla ajot

27P: lähinnä leimikkoon liittyviä tarkentavia asioita

27Q: miten menee onko mitään erikoista, suunnitellaan leimikko hommia yhdessä.

27R: leimikkoon liittyviä, isäntien toiveita

27S: leimikoihin liittyvät asiat

30R: välillä ostaja ilmoittaa välillä itse

33Q: hermexi ei aina toimi, ei anna lähettää.

33S: hermexi ei lähetä aina suoritteita. ennusteita en ole kertaakaan lähettänyt. on tullut palautetta että pitäs. mielestäni ei hyötyä.

34S: kun muistaa

38R:puhelimella yleensä ilmoitus

38S: puhelimella

39R: yleensä etu käteen, koska ajo yleensä perässä niin ei voi tietää milloin kaikki puut pinossa

41R: operaattori soittaa perään

42Q: joskus mahdoton sopia, miten sitä keskellä yötä soittaa?

Moton kuljettajat:

12A: turhia mainoksia

12R: tulee postia mikä ei kosketa itseä. on tullut moitetta joltain työpisteeltä mutta on lähetetty koko pohjois-suomen hankinta-alueen koneille.

25A: positiivinen palaute (viestintä) pitäisi saada perille eli sitä ei tule. aina vaan negatiivista!

25E: enemmän palavereita, saa tietoa mitä ei normaalisti saa

25H: käytännön ohjelmia yksinkertaistaa eli tyyliin rastiruutuun periaatteella. esimerkiksi leimikon prd tiedoston lähetyksessä puutavaralajien yhdistäminen raksittamalla. kirjoitus hommat vähemmäksi.

25N: palavereja enemmän kuljettajille, sähköposti ei ole niin mieluinen

25O: aavistuksen kankea tuo hermex. ennusteiden lähettäminen motosta hieman hölmöä koska joutuu kokoajan kyselemään ajomieheltä tulevia suoritteita. toimivampi olisi lähettää suoraan ajokoneesta. korjuu ohjeet puutteelliset jää pois asioita joista joutuu soittamaan osto/esimiehille.

25P: motoihin sähköpostilla tehtaiden/sahan raakkiprosentti, katkonta ja niiden selitykset. korjuun aloitus ja lopetus sähköpostin lähetykseen selkeä linjaus pitääkö lähettää vai ei. kuskit eivät saa positiivista palautetta!!! palavereiden tieto ei tule perille (varsinkin silloin kun yrittäjä ei itse aja konetta). työohjeita useampi leimikko eteenpäin.

25R: enemmän kohdennettua palautetta. keuhut ja haukut tervetulleita aina kun on. koneketjujen ja puuauton välinen tiedonkulku mutkattomaksi. enemmän saisi saada yksityiskohtaista tietoa palaverissa käydyistä asioista, joutuu itse kyselemään.

25S: enson toimihenkilöiltä voisi tulla suoraan tärkeät asiat. ei tarteis kierrättää työnantajan kautta. isäntä ei aina muista kertoa, tieto ei tule perille. korjuu ohjeissa kehittämistä.

25T: hermexi toimivammaksi, kaikki laaturaportoinnit eivät tule säännöllisesti, tulevat silloin tällöin. selkeämmät työohjeet!

25V: hermexillä ei voi lähettää postia muihin sähköposteihin. aivan liikaa kaksinkertaista tietojen lähettämistä ja varmistelua mm. leimikon lopetuksessa. suurin ongelma on, että ostomiesten kyky hallita tietotekniikka on surkea (ohjelmilla voisi tehdä paljon sellaista mikä helpottaa toimintaa, mutta kun ei osata niin ei helpota). korjuu ohjeet ja leimikkoon liittyvät tiedot ovat vajaat! leimikkojen ketjutus ja suunnittelu eteenpäin melkein mahdotonta koska osto miehet ei ole suunnitelleet leimikkoja tarpeeksi kauas. paineet ajaa hulluuden partaalle.

25W: kaikki toimii. ei ongelmia. ”hermexin kartta on turkinsodan aikanen verrattuna upm:n järjestelmään” ennusteiden lähettäminen joskus mahdoton lähettää, ei toimi.

25Y: leimikon päättyessä kaksinkertainen päättymisilmoitus, ei järkeä. miksi sähköposti erikseen? voisi kirjoittaa hermexiin tarvittavat asiat kerralla.

25AA: työohjeet mitä tulee, olisi hienoa että johonki kartta sovellukseen saisi älypuhelimien jonku sovelluksen mistä näkisi missä päin työmaa on. palstan rajahommat koneisiin kartalle ensolta. nauhoitus ei vastaa monestikkaan karttaa mikä näkyy työpisteillä. hienoa kun kävellyn jäljen saisi suoraan kartalle. olisi hienoa että ajojäljen voisi lähettää ajokoneesta motolle. paljonko hakattu -> ajokoneeseen. vähentää puhelin liikennettä.

26A: leimikkoon liittyvissä asioissa ja harrastus asioissa

26B: kysytään lanssi paikoista jos outoja, tarkentavia kysymyksiä

26C:leimikkoon liittyvissä asioissa, käytännön asioissa

26D:tulevista leimikoista ja käynnissä olevasta leimikosta

26E: ongelmatilanteissa, epäselvyyttä työmaassa

26F: rajalinjat

26G: epäselvyyksissä

26H: lähinnä tarkentavia kysymyksiä, kelirikosta johtuvat ongelmatilanteet. ongelmatilanteet.

26I: kysymys leimikosta. ongelma tai tarkennus joka kaipaa vastausta

26J: leimikkoon liittyviä asioita

26K: kysymykset leimikosta, miten ne tehdään

26L: selvennyksiä hakkuuohjeisiin

26M: pehmeystä maasto-olosuhteista, jos jää jotain pois hakkuusta,

26N: ongelmia työmaassa,

26O: korjuuohjeet puutteellisia

26P: ostomies on kirjoittanut työohjeeseen jotain epäselvästi, tarkentaa asioita

26Q: lisätietoja leimikkoon liittyen

26R: leimikon onnistumisesta, aikataulusta, korjuusta, siirtymisistä, työohjeista

26S: leimikon aloituksessa, ongelmatilanteissa

26T: jos on epäselvyyttä leimikossa

26U: leimikkoon liittyviä kysymyksiä, ongelmia, pti sekasi tai puutteliset.

26V: tarvittavaa tietoa ei ole leimikko ohjeessa

26W: yleistä asiaa leimikosta ja korjuusta

26X:leimikkoon liittyvissä asioissa, korjuuseen vaikuttavista tekijöistä

26Y: varastopaikoista, tarkentavia kysymyksiä, erikoisuuksista, kulkupaikoista

26Z: ilmoitellaan leimikon aloituksesta ja leimikon vaihdon yhteydessä tulevasta savotasta

26AA: erinäsiin reitteihin liittyviä lanssilta kuviolle. lanssista. toimintaohjeita.

27A: leimikkoon liittyvissä asioissa ja harrastus asioissa

27B: käytännön asioissa

27C: työhön liittyviin leimikkoon liittyen

27D: kysellään miten edistyy että osaa suunnitella seuraavia. miten menee

27E: tietoja puuttuu työmaasta, antaa ohjeistusta.

27F: hakkuun päättymiskuittaus perään kysely

27G: antaa erikoisempia ohjeita

27H: yleensä äkillinen muutos normaalirutiiniin. kysyy missä vaiheessa leimikko. miten yleisesti on mennyt.

27I: tulevan leimikon ominaisuuksien kertominen/varmistus soitto

27J: mitä on sopinut isäntien kanssa jos on jotain erikseen sovittuja asioita

27K: asiaa leimikosta, ei turhia löpinöitä

27L: kyselee leimikon edistymisestä, koska loppuu

27M: kyselee paljonko tehty puita

27N: työmaahan liittyen tarkentavia lisätietoja

27O: kyselee koska leimikko valmistuu, puutavaran autokuljetukseen liittyvissä asioissa.

27P: haluaa selventää asioita, leimikkoon liittyvissä asioissa, tarkentavia juttuja

27Q: yleensä leimikon kulkua kyselee miten menee ja puu määriä

27R: aikatauluista pääasiassa, kertoo tarkemmin työmaan erityishuomioista, varmistaa

27S: poikkeamissa, luontokohteet, erityistoiveet

27T: kyselee miten leimikko edistyy, jos on hoksannu että pitää kertoa lisää infoa leimikosta.

27U: ei muista kun niin kauan aikaa

27V: utelu miten leimikko edistyy

27W: isännän toiveita, leimikon nauhoituksista

27X: mihin päin seuraavaksi hakkaamaan

27Y: kysyy miten on onnistunut onko uria mitä metänomistaja on tuumannu, missä päin ollaan menossa

27Z: soittaa minne seuraavaksi, yleistä asiaa leimikosta

27AA: puumääriä kyselee, miten maastot kestää.

33AA: ennusteiden laitto tarpeeton omasta mielestä. hieman kyseen alaista hommaa?

34V: ei kiinnosta

38AA:puhelimella soitto

42R:vain jos jotain spesiaalia kuten pihapuiden kaatoa. esimerkiksi kokoajauran pehmentymien risuttamisesta en sovi etukäteen.

Ajokoneen kuljettajat:

9N: ei ole tullut ikinä hermexiin postia

12A: ei kuulu itselle

12I: mainospostia

25B: palavereja silloin tällöin lisää

25D: sähköpostin kautta enemmän viestiä. hermexi ei toimi täydellisesti. karttajärjestelmä hermexin karttaan huomioitavat karttakohteiden varoitus paremmaksi. esim linjat, vesijohdot, kaivonkan-

25I: palavereita enemmän mihin voisi osallistua, sähköpostiin tietoa palavereissa käydyistä asioista

25J: ensolle kehittämisen arvoinen idea. ostomiehet alkaisi tarkastaa että hakkuuseen olennaisesti liittyvät asiat ovat heti ensimmäisessä työhjeessa! erityisesti maanomistajan kanssa sovitut asiat!! tarkkuutta työhjeisiin yleisesti. kaikki pienetkin asiat vaikkapa säästöpuista. puulajeja puuttuu listoilta.

25K: laatupalautteet tarkemmin ja säännöllisesti työpisteiden sähköposteihin, puutteita siinä. enempi palautetta kohdennetusti.

25L:Palavereita voisi olla pikkusen sakeammin. esimerkiksi puolenvuoden välein. hermexillä voisi lähettää kyselyjä raksi ruutuun periaatteella ja pieni vapaa alue mihin kertoa avoimesti ongelma-kohtiin liittyen, kysymyksiä kaukokuljetukseen liittyen, suunnitteluun liittyen. vaikkapa kuukausittain tai hakkuukausittain. täyttää kuka haluaa. korjuu ohjeita huomattavasti pidemmälle ajanjaksolle! varsinkin talven kynnyksellä, auttaa suunnittelemaan hankalia kohteita. Porukalla käymään sahal-la, kuskit ja ostomiehet, oman savotan tukkeja katselemaan, että miten herkästi ja mitkä menee raakiksi.

25M: pitäisi saada sähköposti, johon tulee tietoa. tekstiviesti kulkee.

25N: palavereita enemmän kuljettajille, kuljettajia ei tunnuta arvostettavan.

26A: mihin puut ajetaan, kenen puita, käytännön asioita

26B: muutoksista

26D: lähinnä liittyy varastopaikkoihin, reitteihin lähikuljetuksessa.

26E: varasto paikkojen sekavuus että mihin puut. leimikkoon liittyvät kysymykset mistä kuljetaan

26F: leimikkoon kokevia asioissa, miten maasto kestää

26G: leimikossa on epäselvyyttä, lansirit epäselviä

26H: epäselvyyttä varastopaikoista

26I: käytännön asioista leimikkoon liittyen

26J: työhjeiden puutteista

26K: työmaakohtaisista tiedoista tarkennuksia26L: varmistuksia

26M: leimikkoon liittyviä asioita, korjuu olosuhteista ja metsään jäävistä jäljistä

26N: paljonko puuta pinossa

27A: ajo-ohjeista, mihin puut

27B: minkälaiset senssit ja mitä tehdään, mihin ja mistä ajetaan

27D: tiedustelee maaston kantavuus ongelmat. onko ajo onnistunut. ajosuoritteita tiedustelee, koska motokuski ei ole huolehtinut.

27E: epäselvyyksien tarkentaminen lähinnä lanssi asioissa mihin puut saa laittaa

27F: leimikoihin liittyviä

27G: mitä pitää varoa, toiminta ohjeita

27H: kyselee miten onnistuu

27I: leimikkoon liittyviä asioita

27J: pääasiassa vain mikä on lanssilla tilanne

27K: työmaakohtaisiin asioihin liittyviä

27L: korjuu olosuhteista/aikatauluista

27M: kysyy miten paikat kestää, miten jäljessä ajo kulkee

27N: miten työ etenee