



LAUREA
AMMATTIKORKEAKOULU

Uuden edellä

Ammattipätevyyden jatkokoulutuksen yhteiskunnallinen tiedotus

Case: Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi

Vilén Anna

2014 Kerava

Laurea-ammattikorkeakoulu
Kerava

Ammattipätevyyden jatkokoulutuksen yhteiskunnallinen
tiedotus
Case: Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi

Anna Vilén
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Kesäkuu, 2014

Vilén, Anna

**Ammattipätevyiden jatkokoulutuksen yhteiskunnallinen tiedotus
Case: Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi**

Vuosi 2014 Sivumäärä 52

Vuonna 2007 voimaan tullut laki kuorma- ja linja-autonkuljettajien pakollisesta ammattipätevyydestä on uudistanut kuljetusalalla toimivien henkilöiden koulutustarpeita ja tuonut lakisääteiset koulutukset myös jo ammatissa toimiville henkilöille. Lain taustalla on tavoitteet niin kuljettajien ammattitaidon lisäämisestä, tieliikenteen turvallisuuden parantamisesta kuin EU:n yhtenäisen ammattitaidon tason saavuttamisestakin.

Henkilöliikenteessä toimivien ammattipätevyiden hakuaika umpeutui 10.9.2013 ja tavaraliikenteessä vastaava aikaraja tulee vastaan 10.9.2014. Näihin aikarajoihin mennessä on kuljettajalla oltava viisi koulutuspäivää suoritettuna ja ammattipätevyys haettuna, jotta he voivat jatkaa työskentelyään alalla.

Opinnäytetyön aihe tuli Liikenteen turvallisuusvirasto Trafilta, jonka toiveena oli selvittää tehdyn tiedotustyön toimivuutta. Lisäksi haluttiin tutkittua tietoa eri tiedotuskanavien onnistumisesta viestin levittäjänä sekä selvittää, mitkä kanavat ovat tulevaisuuden tiedotustoiminnassa tärkeimpiä varsinkin käsiteltäessä laajoja yhteiskunnallisesti tiedotettavia asioita. Opinnäytetyön toimeksiantaja Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi toimii alalla valvovana viranomaisena ja on hoitanut ammattipätevyydestä tiedottamista, valvontaa sekä lain tulkintaa yhteistyössä eri sidosryhmien kanssa.

Kyselytutkimukseen kerättiin vastauksia kursseille osallistuneilta henkilöiltä eri koulutuslaitoksissa. Tutkimus toteutettiin sähköisesti verkossa, sekä koulutuspäivillä paperiversiona eri puolilla Suomea valtakunnallisen kattavuuden aikaansaamiseksi.

Opinnäytetyössä selvitettiin lisäksi mahdollisimman selkeästi, mitä ammattipätevyiden jatkokoulutukseen sisältyy. Toive tähän liittyen nousi kyselyyn vastanneiden keskuudesta.

Kyselyn tulosten pohjalta on vedettävissä linjoja siitä, mitkä viestintäkanavat olisivat tehokkaimpia tulevassa tiedotustoiminnassa, varsinkin mikäli kyseessä on yhteiskunnallisesti tiedotettavat asiat, joiden kohderyhmä on suuri.

Asiasanat: Ammattipätevyiden jatkokoulutus, Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi, tiedottaminen, tiedotuskanavat

Vilén Anna

**The Driver Certificate of Professional Competence National Briefing
Case: Finnish Transport Safety Agency Trafi**

Year	2014	Pages	52
------	------	-------	----

Regulation concerning Drivers' professional competence (Driver CPC) and periodic training was implemented in the year 2007. Under a new European Union Directive, professional bus, coach and lorry drivers need to hold a Driver CPC in addition to a vocational driving license. This directive has renewed driver's needs for qualification and brought the need for periodic training for drivers who are already driving professionally. Driver's CPC is based on the goals of increasing professional competence, road safety as well as having a cohesive state of education between EU member states. Drivers of passenger carrying vehicles needed to complete 35 hours of training and have their Driver Qualification Card issued by 10 September 2013. Drivers of larger goods vehicles need to have their Driver Qualification Card issued by 10 September 2014.

The topic for this Bachelor's thesis came from Finnish Transport and Safety Agency Trafi, whose desire was to find out if informing about drivers CPC has been sufficient and what channels would be most effective concerning future briefing in national matters. Trafi works as a supervisor and has lead the briefing concerning professional competence and periodic training.

The survey in this thesis was carried out during courses as a questionnaire as well as by email to gain national coverage.

This thesis also includes a lot of information about what is professional competence and periodic training. This wish also came from the people who answered the survey. The survey results give guidelines for which channels would be most effective in briefing in the future, especially when dealing with nationwide issues with large focus groups.

Keywords: Professional competence, Driver CPC, periodic training, Finnish Transport Safety Agency Trafi, briefing channels

Sisällys

1	Johdanto.....	6
2	Ammattipätevyyden jatkokoulutus	7
2.1	Poikkeukset.....	8
2.2	Suorittaminen.....	8
2.3	Ammattipätevyyden jatkokoulutuksen suorittaminen muissa jäsenvaltioissa...	9
2.4	Koulutusohjelmat	9
2.5	Kurssi-ilmoitukset	10
2.6	Koulutuskeskuksen valvonta.....	10
2.7	Ammattipätevyyden hakeminen ja voimaantuloajat	11
2.8	Sanktiot	12
3	Yhteiskunnallinen viestintä.....	12
3.1	Viestinnän tehtävät	14
3.2	Viestintästrategia	15
3.3	Kohderyhmät.....	16
3.4	Kanavien valinta.....	16
3.5	Ydinviestit	17
4	Liikenteen Turvallisuusvirasto Trafi	18
4.1	Tiedottaminen	19
4.1.1	Sosiaalinen media	21
4.1.2	Messut ja tapahtumat	21
4.1.3	Suoraposti.....	22
4.1.4	TV ja Radio	23
4.1.5	Internet	24
4.2	Tiedottamisen haasteita	25
5	Tutkimus.....	27
5.1	Tavoitteet	28
5.2	Toteutus	28
5.3	Tutkimuksen arviointi	29
5.4	Tulokset.....	30
5.5	Avointen vastausten tulokset	40
6	Yhteenveto ja johtopäätökset	42
7	Oman oppimisen arviointi	43
	Lähteet	44
	Kaaviot.....	47
	Kuviot.. ..	48
	Taulukot	49
	Liitteet.....	50

1 Johdanto

Vuonna 2007 EU:n jäsenvaltioissa voimaan tullut säännös ammattipätevyden jatkokoulutuksesta koskee lähes kaikkia kuljetusalalla toimivia kuorma- ja linja-autonkuljettajia. Lain piiriin kuuluvat niin ammattikuljettajat kuin työssään satunnaisesti kuljettavat henkilöt. Pakollisen koulutuksen taustalla on halu yhtenäistää EU:n jäsenvaltioiden kuljettajien koulutustasoa, parantaa turvallisuutta tieliikenteessä sekä vaikuttaa kuljetusalan taloudellisuuteen. Poikkeuksia säädöksen piiriin kuulumattomissa on hyvin marginaalisesti.

Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi, joka on tämän opinnäytetyön toimeksiantajana, on muun muassa kuljetusalalla toimiva valvova viranomainen ja hoitanut yhteiskunnallista ammattipätevyydestä tiedottamista. Opinnäytetyön keskeisenä tutkimusongelmana on selvittää, kuinka tiedottaminen on onnistunut ja mitkä olisivat ne tiedotuskanavat, joita tulevassa viestinnässä tulisi hyödyntää. Opinnäytetyö on rajattu koskemaan yhteiskunnallista viestintää, jonka vuoksi tuotteiden tai palvelujen markkinoinnissa käytettävät viestinnän teoriat on rajattu pois. Tutkimuksen tärkeys nousee esiin pohdittaessa tulevia viestinnällisiä valintoja, kuten tiedotuskanavien painotuksia Liikenteen turvallisuusvirasto Trafin tiedottamisessa.

Kaikessa viestinnässä tärkeintä on suunnittelu ja kohderyhmien selvittäminen. Varsinkin pitkäkestoisessa viestinnässä olennaista on, että viestintäsuunnitelma tukee yrityksen tai yhteisön strategiaa. Kohderyhmien selvittäminen vaatii panostusta, jotta vältytään turhalta työpäivästä ja viestintä olisi mahdollisimman kustannustehokasta. Kohderyhmäanalyysin laadinta vaikuttaa myös eri tiedotuskanavien valintaan.

Opinnäytetyön alussa käydään läpi ammattipätevyden jatkokoulutukseen liittyvät taustat ja toimintatavat, jonka jälkeen perehdytään teoriaan yhteiskunnallisesta tiedottamisesta sekä tiedotuskanavien valinnasta. Tämä teoria nivotaan yhteen Liikenteen turvallisuusvirasto Trafin tiedottamisessa tehtyihin valintoihin pohjautuen Liikenteen turvallisuusvirasto Trafin tiedotuspäälliköltä saatuun haastatteluun. Lopuksi käydään läpi kyselyn tulokset sekä niiden johtopäätökset.

Opinnäytetyön tekijä on toiminut kahdessa eri koulutuslaitoksessa ammattipätevyden jatkokoulutusten parissa säännöksen voimaantulosta saakka, sekä ollut mukana Ammattipätevyyskouluttajat Ry:n toiminnassa vuosina 2013-2014. Viimeisen seitsemän vuoden pohjalta hankittu ammattitaito liittyen ammattipätevyden jatkokoulutuksiin näkyy myös opinnäytetyön tekijän omiin kokemuksiin pohjautuvana tietona opinnäytetyössä.

2 Ammattipätevyyden jatkokoulutus

Kuljettajien ammattipätevyydestä 16.3.2007 säädetty laki (273/2007), sekä sen pohjalta 31.5.2007 annettu valtioneuvoston asetus (640/2007) astuivat voimaan 1.8.2007. Nämä säännökset toimeenpanivat Suomessa Euroopan parlamentin sekä neuvoston direktiivin (2003/59/EY) koskien tavana- ja henkilöliikenteeseen tarkoitettujen erikseen määriteltyjen ajoneuvojen kuljettajien ammatillisen perustason sekä jatkokoulutuksen vaatimat käytännöt. Direktiiviä valmisteltaessa on otettu huomioon EU:n vapaa liikkuvuus sekä lisääntyvä kilpailu. Lisäksi lain taustalla vaikuttaa halu yhdenmukaistaa työehtoja, joiden puolesta koko EU:ssa on oltava käytössä yleinen ja yhtenäinen koulutusvelvoite. Ennen lain voimaantuloa on ammatilliseen kuljettamiseen riittänyt ajokortti.

Ammattipätevyyden jatkokoulutukset aloitettiin 10.9.2007 kuorma- ja linja-autonkuljettajille. Säädös ammattipätevyyden jatkokoulutuksesta perustuu Ammatikulkijadirektiiviin 2003/59/EU. Ammattipätevyyden jatkokoulutus tarkoittaa kaikille henkilö- ja tavaraliikenteessä kuljetustyötä tekeville tarkoitettua pakollista koulutusta kaikissa EU:n jäsenvaltioissa. Ajokorttiluokiltaan tämä käsittää henkilöt, joilla on C1, C1E, C, CE, D1, D1E, D tai DE luokan ajo-oikeus ja kuljetukset ovat kaupallista ajoa. Ennen työskentelyä ammatikulkijajana ja ammattipätevyyden jatkokoulutuksen suorittamista on henkilöllä oltava voimassa perustason ammattipätevyys. Tämä koulutus vaaditaan henkilöiltä, jotka ovat suorittaneet ajokorttinsa henkilöliikenteessä 10.9.2008 tai tavaraliikenteessä 10.9.2009 jälkeen. Näitä päivämääriä ennen ajokorttinsa suorittaneilla katsotaan olevan perustason ammattipätevyys suoritettuna ajokokemuksen pohjalta. (Ajovarma Oy 2013.)

Jotta perustason pätevyyden omaava henkilö voisi tehdä kuljetustyötä osana työtään, on hänen suoritettava ammattipätevyyden jatkokoulutus, jonka erityistavoitteena on lisätä liikenteen kuljetuksien turvallisuutta. Lisäksi jatkokoulutuksen tarkoituksena on tukea kuljettajan ammattia, lisätä hänen ammatillisia valmiuksiaan, terveyttä ja jaksamista työssään. Ammattipätevyyden jatkokoulutuksen takana on lisäksi tavoite varmistaa kuljettajien yhteneväinen koulutustaso Euroopan tieliikenteen turvallisuuden parantamiseksi. Koulutuksen piiriin kuuluvien kuljettajien määrä koko Euroopassa on arvioilta noin kuusi miljoonaa henkilöä. (Ajovarma Oy 2013.)

Työnantajan ja työntekijän kannalta koulutuksella aikaansaattavia etuja on monenlaisia. Koulutuksen käyneet kuljettajat ovat paremmin ajan tasalla kuljetusalan sen hetkisestä lainsäädännöstä ja huomioitavista asioista, täten parantaen omalta osaltaan turvallisuutta teillä. Onnettomuuksien määrän pieneneminen vaikuttaa ihmishenkien lisäksi myös vakuutusmaksujen pienenemiseen sekä pienentää kuljetusten keskeytysten määrää. Kaluston osalta koulutusten tavoitteena on vähentää kaluston kulumista ja rikkoutumista ja ajaa yrityksiä kohti

tehokkaampaa polttoaineen kulutusta. Myös henkilöstön vaihtuvuuden vähentymiseen toivotaan koulutuksesta olevan apua. (Wood 2013.)

2.1 Poikkeukset

Ammattipätevyysdirektiivissä (2003/59/EY) on joitakin poikkeuksia asetuksen soveltamisessa, eikä ammattipätevyys koske kuljettajia, jotka kuljettavat ajoneuvoja

- joiden suurin sallittu nopeus on 45 kilometriä tunnissa
- jotka ovat asevoimien, pelastuspalvelun, palontorjuntaviranomaisen ja yleisestä järjestyksestä vastaavien viranomaisten käytössä tai hallinnassa
- joilla tehdään tietestejä tai teknisiä parannuksia, korjausta tai huoltoa varten ja jotka ovat uusia tai muunnettuja ajoneuvoja, joita ei ole vielä otettu liikenteeseen
- joita käytetään hätätilanteissa tai jotka on määrätty pelastustilanteisiin
- jota käytetään ajo-oikeuden saamiseksi tarkoitetussa ajo-opetuksessa
- joita käytetään muihin kuin kaupallisiin henkilö- tai tavarakuljetuksiin yksityiskäytössä. Henkilöautokuljetuksissa samassa taloudessa asuvien kuljettamiseen ja linja-auto on jonkun heistä omistuksessa
- jolla kuljetetaan laitteita ja materiaalia, joita ammatinharjoittaja käyttää, mutta ajoneuvon kuljettaminen ei ole hänen päätoimensa. Ajoneuvolla kuljetetaan omia tuotteita, jotka kuljettaja itse myy tietyssä paikassa. (L 273/2007)

Muiden poikkeustapausten osuus on erittäin marginaalinen. Tämä johtaa siihen, että vaatimuksen piiriin kuuluu myös paljon henkilöitä, jotka eivät miellä toimivansa varsinaisesti kuljetusalalla. Tästä joukosta löytyy esimerkiksi LVI-asentajia, maanviljelijöitä, kondiittoreita sekä muita erilaisista ammateista olevia henkilöitä, joilla on yrityksen käytössä kuorma-autoksi rekisteröity ajoneuvo. Näiden henkilöiden tavoittaminen on ollut yksi ammattipätevyyteen liittyvän tiedottamisen suurimmista haasteista.

2.2 Suorittaminen

Ammattipätevyyden jatkokoulutuksen toteutuksessa on joitakin eroja maiden välillä, joskin koulutuksen määrä ei missään maassa voi poiketa lakisääteisestä 35 tunnin määrästä. Suomen toteutustavaksi on valikoitunut koulutuspäivän pituus, joka on minimissään seitsemän x 45 min oppituntia ja tämä on toteutettava yhden päivän aikana, eikä sitä voi jakaa esimerkiksi kahdelle päivälle. Näitä koulutuspäiviä tulee olla yhteensä viisi päivää ja aiheeltaan ainoa pakollinen on ennakoivan ajon koulutus. Muut neljä päivää suorittaja voi valita omien mieltymystensä ja tarpeidensa mukaan.

Suomessa ammattipätevyyden jatkokoulutuksen tuntimäärään ei saa sisältyä koetta. Mikäli kyseessä on kokeen vaatima kurssi (esimerkiksi työturvallisuuskorttikoulutus), suoritetaan koe päivän päätteeksi, kun lain vaatima seitsemän x 45 min on tullut täyteen. Suomessa viiden koulutuspäivän käymiselle ei myöskään ole aikarajoitetta, muuten kuin se, milloin koulutukset on oltava käytynä, eli linja-autonkuljettajilla 10.9.2013 ja kuorma-autonkuljettajilla 10.9.2014. Näiden päiväysten jälkeen alkaa uusi viiden vuoden koulutusperiodi.

2.3 Ammattipätevyyden jatkokoulutuksen suorittaminen muissa jäsenvaltioissa

Muissa jäsenvaltioissa on erilaisia toteutuksia ammattipätevyyden jatkokoulutukselle. Enemmistö valtioista toimii kuten Suomi, eli koulutus toteutetaan yksittäisinä päivinä. Latvia, Norja, Ranska ja Tanska ovat ottaneet käyttöön aikarajan (3/6/12 kk), jonka sisällä kaikki viisi päivää on suoritettava ensimmäiselle koulutuspäivälle osallistumisen jälkeen. (Vasarainen 2013.)

Osassa valtioista on käytössä myös osina suorittaminen. Esimerkiksi Luxemburg, Ranska, Romania ja Tanska käyttävät menetelmää, jossa kaikki viisi koulutuspäivää käydään kolme päivää + kaksi päivää -osioissa. Pakollinen koe koulutuksen päätteeksi on käytössä Kyproksella, Unkarissa ja Virossa. Belgiassa ja Hollannissa taas on mahdollista jakaa pakollinen seitsemän oppitunnin koulutuspäivä kahdelle eri päivälle. Tällaisissa maissa osallistujilla on mahdollisuus näin ollen suorittaa yksi koulutuspäivä esimerkiksi kahden päivän (3-4 h) iltakoulutuksena työpäivän päätteeksi. (Vasarainen 2013.)

Suomessa ennalta määrättyjä pakollisia koulutusaiheita on yksi (ennakoiva ajo), kun taas esimerkiksi Puolassa ja Tanskassa ennalta päätettyjä päiviä on kolme päivää ja Hollannissa Suomen tapaan yksi päivä. Ruotsissa on ollut käytössä Suomen malli ennakoivan ajon pakollisuudesta, kunnes siitä luovuttiin keväällä 2012. Ennakoivan ajon koulutus voidaan useimmissa valtioissa suorittaa kokonaan teoriaopetuksena, poikkeuksena Hollanti ja Tanska, joissa koulutuspäivään on sisällytettävä todellista ajamista liikenteessä tai simulaattorissa. Verkko-opetus taas on mahdollista Hollannissa, Tanskassa, Englannissa ja Puolassa, kun taas Suomessa käytössä on perinteinen luokkaopetus tai esimerkiksi rataharjoittelu. (Vasarainen 2013.)

2.4 Koulutusohjelmat

Koulutusohjelmien laatiminen on jätetty koulutusta antavien tahojen tehtäväksi, eli koulutusohjelman laatii kouluttava taho Liikenteen Turvallisuusvirasto Trafim laatimien ohjelmien pohjalta. Koulutusohjelma suunnitellaan aina kirjallisesti ja sen on sisällettävä ohjelman nimi, tavoitteet koulutukselle, toteutustapa sekä sisältö pääpiirteittäin. Ohjelman laatija lähettää tämän ohjelman Liikenteen Turvallisuusvirastolle tarkastettavaksi. Liikenteen turvalli-

suusvirasto voi pyytää ohjelmaan täydennystä tai muutoksia joiltain osin. Virasto valvoo täten, että koulutusohjelmista on koulutukseen osallistujille todennettavissa todellinen hyöty ja, että koulutusohjelma vastaa ammattipätevyyden jatkokoulutukselle asetettuja reunaehtoja. Kun ohjelma on hyväksytty, se saa oman diaarinumeron ja siirtyy Liikenteen Turvallisuusvirasto Trafín omille internetsivuille kaikkien käytettäväksi. Kukaan koulutusohjelma on voimassa viisi vuotta sen hyväksymispäivämäärästä.

Koulutusohjelmien asiakaslähtöisyyttä ja ajantasaisuutta voidaan lisätä suunnittelemalla ohjelma yhdessä asiakkaan, esimerkiksi kuljetusyrityksen kanssa. Tällöin yritys voi varmistaa, että kuljettajat saavat juuri omassa työssään tarvittavaa koulutusta, joka on erityisesti räätälöity heidän työnantajayrityksensä toimintojen mukaiseksi. Koulutuspäivän ohjelmaan voidaan sisällyttää myös erilaisia harjoitteita, joita tehdään esimerkiksi yrityksen käytössä olevilla koneilla tai erilaisia opetusmuotoja, kuten ryhmätöitä tai rataharjoittelua.

2.5 Kurssi-ilmoitukset

Ajovarma Oy toimii tällä hetkellä Liikenteen turvallisuusvirasto Trafín palveluntuottajana ja hoitaa kurssi-ilmoituksiin liittyvät rekisteröinnit. Koulutuksen järjestäjä ilmoittaa kyseisestä alueesta vastaavaan Ajovarma Oy:n toimistoon tiedot koulutuksesta viimeistään kymmenen päivää ennen koulutuksen alkua tähän tarkoitukseen laaditulla lomakkeella. Kurssi-ilmoituksessa ilmoitetaan koulutuslaitoksen tietojen lisäksi koulutusohjelman nimi ja diaarinumero, koulutuspaikka, päivämäärä ja kellonaika. Koulutuspäivälle voi osallistua korkeintaan 40 henkilöä.

Koulutuksen jälkeen koulutustaho ilmoittaa jatkokoulutusmerkinnän haluavat henkilöt henkilötunnuksineen 14 päivän sisällä koulutuspäivästä. Ilmoitus tehdään samaan Ajovarmaan kuin kurssi-ilmoituskin. Ajovarmalla on tämän jälkeen myös 14 päivää aikaa kirjata henkilöiden merkinnät sähköiseen järjestelmään, josta jokainen kansalainen voi omilla pankkitunnuksillaan tarkistaa rekisteriin merkityt jatkokoulutuspäivät.

2.6 Koulutuskeskuksen valvonta

Koska kyseessä on EU:n tasolla laadittu määräys koulutusten suorittamisesta, on valvonnan oltava sen mukaista. Tällä pyritään varmistamaan koulutusten toteutuminen annetun ohjeistuksen mukaan.

”14§

Koulutuskeskus vastaa siitä, että opetus annetaan koulutuskeskuksen hyväksymistä koskevassa hakemuksessa ja sen lisäksi annettujen tietojen sekä hyväksymisen ehtojen

mukaisesti. Jos hakemuksessa annetuissa tai muissa hakijan antamissa tiedoissa tapahtuu muutoksia, on koulutuskeskuksen välittömästi ilmoitettava niistä hakemuksen hyväksyneelle viranomaiselle.

Jos koulutuskeskus ei enää täytä hyväksymisen edellytyksiä, koulutusta koskevia sää-döksiä ei noudateta, taikka koulutusta ei hoideta hyväksymisen ehtojen mukaisesti tai muuten asianmukaisesti, voidaan koulutuskeskukselle antaa huomautus tai kirjallinen varoitus. Jollei epäkohtia poisteta koulutuksen hyväksyneen viranomaisen asettamassa määräajassa, hyväksyminen on peruutettava.” (L 16.3.2007/273.)

Ammattipätevyyskoulutusta voivat antaa oppilaitokset, puolustusvoimat sekä luvan saaneet autokoulut, yritykset ja järjestöt. Kouluttavan tahon hyväksyvä viranomainen (Opetushallitus ja/tai Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi) valvoo koulutusten asianmukaisuutta, sekä koulutusohjelmien noudattamista suorittamalla tarkastuskäyntejä koulutuspaikoille. Tällöin tarkastetaan, että kouluttajalla on mukanaan Liikenteen turvallisuusvirastossa hyväksytetty koulutusohjelma, sekä lupa ammattipätevyuden jatkokoulutuksen järjestämiseen. Tarkastaja tarkastaa myös, että koulutus alkaa ennalta ilmoitetun kellonajan mukaan ja ammattipätevyysmerkintää hakevat ovat tällöin paikalla. Kouluttajan tehtävä on tarkistaa osallistujan henkilöllisyystodistus ja kerätä osallistujien täyttämät henkilötietolomakkeet. Tällä lomakkeella osallistuja myös allekirjoituksellaan vahvistaa, haluaako hän koulutuksesta ammattipätevyysmerkinnän vai ei.

2.7 Ammattipätevyuden hakeminen ja voimaantuloajat

Aikarajat ammattipätevyuden hakemiselle ovat henkilöliikenteessä 10.3-10.9.2013 ja tavara-liikenteessä 10.3-10.9.2014. Mikäli osallistuja on suorittanut kaikki viisi koulutuspäivää ennen omaa aikarajaansa ja hakee ammattipätevyyttä, eli käytännössä ennen kummankaan vuoden maaliskuuta, alkaa hänen seuraava viisivuotiskautensa jo viimeisen koulutuspäivän päivämäärästä. Hakiessaan ammattipätevyyttä maaliskuun kymmenennen päivän jälkeen, alkaa ammattipätevyuden seuraava viisivuotiskausi 10.9. kyseistä vuotta. Noudattamalla aikarajoja, saa kuljettaja ammattipätevyydelleen pisimmän mahdollisen voimassaolon.

Kuljettajat, joilla on sekä linja-auton että kuorma-auton ajo-oikeus voivat hakea ammattipätevyyttä omien tarpeidensa mukaan. Mikäli tällainen henkilö ei esimerkiksi aja työkseen linja-autoa ja tietää, ettei tule ajamaan aikavälillä 10.9.2013-10.9.2014, voi hän hakea ammattipätevyyttä kuorma-autonkuljettajien aikarajan yhteydessä 10.9.2014 mennessä.

Ammattipätevyuden hyväksyttämiseksi on käytössä kaksi vaihtoehtoa. Hakija voi hakea merkinnän ammattipätevyydestä ajokorttiinsa, jolloin hakemus tehdään poliisille ja ajokortti uusitaan. Hakiessa merkintää tulee mukana olla kaksi passivalokuvan vaatimukset täyttävää ja

digitoitavissa olevaa kuvaa. Valokuvana voidaan käyttää myös ennestään ajoneuvorekisteristä löytyvää valokuvaa, josta hakija on helposti tunnistettavissa. Uuteen ajokorttiin tulee ammattipätevyydestä merkintä ”erityisehto 95”. Tämä ajokortin uusiminen ja erityisehdon lisääminen eivät vaikuta itse ajokortin voimassaoloaikaan. Erityisehdon lisääminen ajokorttiin maksaa hakijalle 45 €. (Helsingin Seudun Linja-autohenkilökunta Ry 2014.)

Toinen vaihtoehto on hakea erillistä ammattipätevyyskorttia. Tätä haetaan hakemuksella Ajo-varma Oy:n toimipisteestä. Kuvavaatimus on vastaava kuin poliisilta haettavassa uudessa ajokortissa ja myös tässä tapauksessa Ajo-varma Oy:n rekisteristä voi löytyä ennestään käytettävissä oleva kuva, mikäli henkilöllä on esimerkiksi kuljettajakortti digipiirturia varten tai uusi kuvallinen ADR ajolupa. Lisäksi haettaessa ammattipätevyyskorttia Ajo-varma Oy:stä on mukana oltava kopio ajokortista, mikäli ajokortti on myönnetty muualla kuin Suomessa. Erillisen ammattipätevyyskortin hakeminen Ajo-varmasta maksaa 50 €. (Helsingin Seudun Linja-autohenkilökunta Ry 2014.)

2.8 Sanktiot

Laki kuorma- ja linja-auton kuljettajien ammattipätevyydestä sanelee rangaistussäännökset ammattipätevyyden noudattamisesta sekä ammattipätevyyden osoittavan asiakirjan mukana pitämisestä tai esittämisestä. Lisäksi rangaistussäännökset koskevat ajoneuvon luovuttamista henkilölle, jolla ei ole voimassaolevaa ammattipätevyyttä. Säännösten noudattamatta jättäjä on tuomittava kuljettajan ammattipätevyysäännösten rikkomisesta sakkoon. (L 273/2007.)

Vanhempi konstaapeli Jarkko Ryttilähti Lapin poliisilaitokselta kommentoi poliisin valvovan ammattipätevyyden noudattamista muun muassa tien päällä tehtävin pistokokein. Ammattipätevyyden puuttuminen kuljettajalta voi johtaa rangaistusvaatimukseen ja keskeyttää kuljetuksen. Nämä päätökset poliisi tekee Ryttilähteen mukaan kokonaisuutensa perusteella. Ammattipätevyysäännösten rikkomista ei voi käsitellä rikesakolla. (Ryttilähti, sähköpostiviesti 29.3.2014.)

3 Yhteiskunnallinen viestintä

Lähes kaiken viestinnän voidaan katsoa olevan yhteiskunnallista, kun sen kohteena ovat ihmiset yhteiskunnan kansalaisina. Tämän ajattelumallin taustalla on ajatus siitä, että sanoma ja viestin ydin on yhteiskunnallinen ja viestin tavoitteena on vaikuttaa, lisätä tietoa tai saada muutoksia toimintatapoihin. Pelkkä viestin lähettäminen ei riitä, vaan viestin vastaanottajat on saatava toimimaan siten, kuten viestin lähettäjä on toivonut. (Högström 2002, 9.)

Selkeästi yhteiskunnallista viestintää on esimerkiksi viranomaisten tiedottaminen palveluista, päätöksistä ja laeista. Erilaiset hyväntekeväisyyskeräykset sekä niin sanottu elintapaviestintä, jolla motivoidaan kansalaisia omaehtoiseen toimintaan, luetaan yhteiskuntaviestinnän piiriin. Mukaan luetaan lisäksi yhteistyökampanjat, joissa itse viesti on yhteiskunnallinen, mutta toteutuksessa on mukana yksityinen sektori. (Mainostajien liitto, 2014.)

Yhteiskunnallisen viestinnän haasteina jatkuvasti globalisoituvassa maailmassa on selviytyä yksittäisen ihmisen elämään vaikuttavista ristiriidoista. Suuremmat päätökset käsitellään maailmanlaajuisella tasolla, kun taas yksilö toimii paikallisesti. Viestin toimivuuden kannalta olisi tärkeää saada yksilö huomaamaan, millä tavalla globaalit asiat vaikuttavat hänen elämäänsä. Mikäli asiakokonaisuudet ovat liian suuria tai epäselvästi ilmaistuja, on yksittäisen ihmisen vaikea hahmottaa viestinnän syy ja seuraus ja näiden vaikutus omaan toimintaan. Tällaisesta yhtälöstä syntyy passiivinen kansalainen, jota ei juuri kiinnosta viranomaisen toiminta, varsinkin jos viranomaisen välittämä viesti ei yksilölle aukea. (Högström 2002, 9-10.)

Viestintäteknologian kehittyessä globalisaation myötä, voidaan todeta, että tieto ei enää ole valtaa, kuten aikaisemmin. Tieto on nykypäivänä jokaisen saatavilla, sekä helppoa ja edullista. Ainoa eriarvoisuutta kasvattava tekijä voi olla se, onko henkilöllä käytössään välineet tietojen käsittelyyn ja saamiseen vai ei. Myös viestintäkanavat ovat pirstoutuneet, eikä kaikkia kohderyhmiä ole mahdollista tavoittaa saman kanavan kautta. Yhden kanavan valinta ei usein riitä maailmassa, jossa yksilöt potevat jo ennestään infoähkyä kaikesta eteen tulevasta tiedosta. Viestin vaikutusaika on lyhentynyt huomattavasti johtuen viestien jatkuvasta tulvasta. Viestin lähettäjällä on enää muutama sekunti aikaa kiinnittää yksilön huomio ja saada tämä huomaamaan että viesti koskee juuri häntä. Tämä pätee myös viranomaisviestintään, vaikka edelleen on osittain vallalla se harhaluulo, että kansalaiset pitävät kaikkea viranomaisten välittämää tietoa tärkeänä. (Högström 2002, 11.)

Yhteiskunnallisen tai julkisyhteisön viestinnän suunnittelussa pätevät tavalliset yhteisöviestinnän periaatteet käytännössä sellaisenaan, joskin yhteiskunnallinen arvotausta tuo mukanaan erityispiirteitä, jotka määrittävät viestinnän suunnittelun painotuksia ja sävyjä. Yhteiskunnallisen viestinnän tehtävinä ovatkin pääasiassa tiedon lisääminen, asenteisiin vaikuttaminen sekä toimintatapojen muuttaminen. (Högström 2002, 29.)

Yhteiskunnallisista asioista tiedottaminen saa yleensä helpommin mediatilaa ja eri medioiden aktivoiminen on helppoa. Media on kätevä viestintäkanava yhteiskunnallisessa tiedottamisessa, sillä sitä kautta kansalaiset ovat tottuneet hakemaan tietoa yhteiskunnallisista asioista, joskin asenteisiin ja toimintatapoihin vaikuttaminen on monimuotoisempi ja suunnitelmallisuutta vaativa prosessi. Toiminnan muutokseen tähtäävä viestintä vaatii tavoitteiden selkeää määrittelyä sekä kohderyhmän tuntemista sen suhteen millainen kyky, halu ja mahdollisuus

kohderyhmällä on viestin vastaanottamiseen. Mittarina yhteiskunnallisessa viestinnässä eivät ole saavutetut taloudelliset tulokset vaan kansalaisten ja yhteiskunnan hyvinvoinnin edistäminen. (Högström 2002, 30.)

3.1 Viestinnän tehtävät

Åberg on jakanut viestinnän tehtävät viiteen eri osa-alueeseen, joka on tullut tunnetuksi niin sanottuna pizzamallina (kuvio 1). Tässä mallissa työyhteisön viestinnän tärkeimmäksi tehtäväksi nousee perustoimintojen tukeminen. Tähän sisältyy yrityksen sisäinen ja ulkoinen viestintä. Toinen viestinnän tehtävistä käsittelee profilointia, jonka avulla määritellään organisaatiosta ulospäin näkyvät mielikuvat. Tässä osa-alueessa kyse ei ole pelkästään viestinnästä vaan lisäksi yrityksen ilmeestä ja teoista. Profiloinnissa tärkeäksi nousee erityisesti se, että henkilöstö omaksuu yrityskuvan ja se näkyy heidän jokapäiväisessä toiminnassaan. (Åberg 2006, 100-102.)

Informoinnin osalta Åberg on tehnyt jaon kahteen eri osa-alueeseen eli sisäiseen ja ulkoiseen informointiin. Sisäisen tiedottamisen tarkoituksena on tiedottaa henkilöstölle kaikesta mitä yrityksessä tapahtuu. Tiedottamisessa tärkeiksi nousevat oikean tiedon kulkeutuminen oikeille henkilöille sekä oikeiden kanavien valinta tähän tarkoitukseen. Ulkoisen informoinnin tavoitteena taas on lisätä tietoa organisaatiossa tapahtuvista asioista siihen varsinaisesti kuulumattomille tahoille. Åbergin mallissa mainitaan kiinnittäminen. Tämä voi olla esimerkiksi perehdyttämistä työhön tai työyhteisöön, mutta myös vanhojen työntekijöiden perehdyttämistä uusiin toimintatapoihin. Onnistuneella kiinnittämisellä lisätään henkilöstön sitoutumista yritykseen ja siksi perehdyttämisessä panostetaan usein esimerkiksi tukimateriaaliin. (Åberg 2006, 102-103.)

Kaikki nämä neljä eri viestinnän tehtävää muodostavat tulosviestinnän, sillä nämä ovat niitä viestinnän osa-alueita, jotka vaikuttavat suoraan yrityksen tuloksellisuuteen. Näihin kaikkiin eri osa-alueisiin henkilöstö pystyy jonkin verran vaikuttamaan. Viidentenä alueena Åbergin mallissa mainitaan sosiaalinen kanssakäyminen. Tämä alue toimii aina täysin riippumatta siitä onko henkilö organisaation sisällä vai ulkona. Tämä on tärkeä yhteisöviestinnän osa-alue, sillä niin sanotun puskaradion kautta voi tapahtua laajaakin viestien välittymistä. (Åberg 2002, 105-107.)



Kuvio 1: Viestinnän eri tehtävät

3.2 Viestintästrategia

Onnistuneen viestinnän lähtökohtana voidaan pitää hyvin laadittua viestintästrategiaa, jonka tulisi olla yhteydessä organisaation strategiaan. Tällöin organisaation johto käsittelee viestintää ja sen toimintoja läheisenä organisaation strategian osana ja viestinnän linjaukset sekä tavoitteet tulevat määriteltyä muun strategian määrittelyn yhteydessä. Viestintästrategia tulisi myös jalkauttaa yritykseen siten, että jokaisen työntekijän tiedossa olisivat ainakin viestinnän periaatteet sekä vastuut. (Korhonen & Rajala 2011, 26.)

Toimiva viestintästrategia koostuu sidosryhmäanalyysistä, ydinviesteistä sekä kanavarakenteen ja viestinnän tavoitteista ja mittareista. Näistä kaksi ensimmäiseksi mainittua ovat viestintästrategian kulmakivet. Sidosryhmäanalyysin tulisi olla perinpohjainen ja siihen tulisi sisältyä sekä ulkoiset että sisäiset sidosryhmät, niiden tärkeyden analysointi sekä vaikutukset muihin sidosryhmiin. Tärkeimpien sidosryhmien pohjalta tehdään kanavavalinnat sekä vuosisuunnitelman linjaukset, jotka ovat kaikkien viestintätoimenpiteiden taustalla. (Korhonen & Rajala 2011, 26.)

Sidosryhmiä ovat muun muassa asiakkaat, henkilöstö, omistajat, rahoittajat ja sijoittajat. Näiden lisäksi sidosryhmiksi on kuitenkin aina huomioitava myös viranomaiset, media ja poliittiset päättäjät. Nämä jälkimmäisenä mainitut muodostavat yhdessä verkostoja, joiden kautta on potentiaalisesti mahdollista päästä vaikuttamaan asioihin. Tämänkaltaisessa vaikuttamisessa on kyse lobbauksesta, jonka tarkoituksena on päästä vaikuttamaan yhteiskunnallisiin asioi-

hin. Lobbaajat ovat tärkeitä varsinkin päättäjille, sillä kukaan ei voi olla kaikkien alojen ja asioiden asiantuntija. Tällöin lobbaajien tehtävä on tuoda päättäjien tietoon asioita, jotka tulee ottaa huomioon päätöksiä tehdessä. Toisinaan nämä voivat olla ehdotuksia tai muutoksia jo suunniteltuihin linjauksiin. (Juholin 2009, 200-201.)

3.3 Kohderyhmät

Viestinnässä kuten markkinoinnissakin on aina aluksi selvitettävä kohderyhmät, joille viesti on erityisen tärkeä ja jopa välttämätön. Kohderyhmiä on sekä sisäisiä, kuten yrityksen työntekijät, että ulkoisia kuten yhteisöt, asiakkaat ja instituutiot. Tarkentamalla kohderyhmään kuuluvat minimoidaan niin sanottua ohiamunntaa eli viestitystä tahoille, joille se on turhaa tietoa. Kohderyhmää kartoitettaessa on syytä selvittää ainakin kelle tieto on välttämätön, ketkä sitä tarvitsevat, kenelle siitä on hyötyä ja ketkä olisivat ensisijaisia tiedon saajia. Kohderyhmien selvittäminen vaikuttaa viestinnän resursseihin. Mitä vähemmän resursseja on käytettävissä, sitä tärkeämpää on osua oikeisiin kohderyhmiin. (Ikävalko 1999, 24-25.)

Sidosryhmät voidaan nähdä yhteisön henkireikänä ulkomaailmaan. Näiden kautta yhteisö saa oman viestinsä eteenpäin sekä arvokasta tietoa toiminnan kehittämiseen vastineeksi. Sidosryhmät toimivat viestinnässä viestinvälittäjinä eteenpäin omille sidosryhmilleen ja asiakkailleen. Tästä syystä viestintä sidosryhmien kautta voi olla hyvin kattavaa ja sidosryhmät kuulevat asioista lähes aina ensimmäisinä. Henkilökohtaisen viestimisen resurssit ovat usein rajalliset, joten varsinaiselle ”henkilökohtaiselle listalle” valittavien valinta tulisi olla tarkoin harkittua. Yleensä hyvänä käytäntönä on selvittää viestinnässä lista niistä yrityksistä, henkilöistä ja tahoista, jotka tarvitsevat säännöllistä tai ajoittaista yhteydenpitoa ja vuorovaikutusta. (Ikävalko 1999, 195-196.)

Liikenteen turvallisuusviraston Trafín tiedottamisessa koskien ammattipätevyden jatkokoulutusta on kyseessä kohderyhmä, joka käsittää kaikki kuorma- ja/tai linja-autokortilliset henkilöt, jotka kuljettavat kyseisiä ajoneuvoja työssään. Tähän kohderyhmään kuuluvista vapautus on annettu joidenkin toimien kohdalla. Näitä käsiteltiin aiemmin luvussa 2.1 poikkeukset. Kohderyhmänä koulutuksen piiriin kuuluvien henkilöiden määrä on erittäin suuri. Tästä syystä viestinnässä tarvitaan lähtökohdiltaan suunnittelua siitä, miten saataisiin paras kattavuus ja ketkä olisivat ensisijaisia tiedon saajia, joiden kautta tieto saataisiin leviämään tehokkaasti.

3.4 Kanavien valinta

Yhteisöillä ja yrityksillä sidosryhmineen on tarvetta monenlaiseen vuoropuheluun, joten sidosryhmäviestinnässä ensimmäisiä mietittäviä asioita ovat, mitä kanavia lähdetään käyttämään viestinnässä. Usein nämä ovat jo vakiintuneet pitkään yhteistyötä tehneillä yrityksillä ja yh-

teisöillä. Yhteydenpitoa voi tapahtua niin verkossa, julkaisujen kautta kuin fyysisesti kasvotustenkin tärkeimpien avainhenkilöiden kanssa. Sidosryhmäviestinnässä keinoina voivat olla pienryhmätilaisuudet, paneelit ja suuremmat tilaisuudet tai tapahtumat. Nämä ovat niin sanottuja suoria keinoja viestiä sidosryhmille. Välillisiä keinoja taas ovat muun muassa internet, sähköposti, tiedotteet, julkaisut, raportit, mainonta ja mediajulkisuus. (Juholin 2009, 206.)

Kanava- ja foorumirakenne tulisi suunnitella jo viestintästrategiaa luotaessa, sillä se pohjautuu sidosryhmien määrittelyyn. Kanavarakenteen selvittäminen lähtee liikkeelle siitä, mitä kautta tärkeimmät sidosryhmät uskotaan tavoitettavan. Hyvin määritelty kanavarakenne helpottaa viestinnän toteutusta ja suunnittelua operatiivisella tasolla ja ohjaa sitä, mitä kanavia käytetään eri tilanteissa. Tämä puolestaan vähentää työtä siltä osin, että jokaisen eri tapauksen kohdalla jouduttaisiin selvittämään mitä kautta viestintää lähdetään toteuttamaan. (Korhonen & Rajala 2011, 27.)

Tiedottamisessa suoraan yksilöille ja tiedottamisessa suurille ryhmille on eroja. Vanhat näemykset tiedottamisen yksisuuntaisuudesta, jossa viestin lähettäjä on aktiivinen ja viestin vastaanottaja passiivinen, ovat vanhentuneita. Viestinnän onnistumisesta tulisi aina olla mahdollista saada palautetta, eli kanava takaisin viestin lähettäjälle tulisi olla jotain kautta auki. Sama ajattelumalli pätee ryhmille viestittäessä. Organisaation rooli ei voi olla vain lähettää eteenpäin puhdasta tietoa tai toimia suostuttelijan roolissa vaan viestinnässä tulisi olla mahdollisuus vuoropuheluun. Tämän pohjalta on luotu kaksivaiheinen kommunikaatiomalli, jossa viestinsaaajina ovat niin sanotut portinvartijat tai mielipidejohtajat, jotka sitten tulkitsevat ja välittävät viestin eteenpäin massoille. Juuri tämä malli toimii sidosryhmäviestinnän taustalla. (Gregory 2010, 82.)

3.5 Ydinviestit

Koska organisaation strategia ja viestintästrategia nivoutuvat toisiinsa, on kirjatusta strategiasta eroteltava niin sanottuja ydinviestejä ja painopistealueita, jotka helpottavat kokonaiskuvan muodostamista. Tämä strategian kiteyttäminen ydinviesteiksi tulisi näkyä viestintästrategiassa, joka huomioi kaikessa toiminnassaan nämä ydinviestit. Avainteemoja ei ole suotavaa olla liian montaa, sillä ne tulisi olla helppoja ymmärtää ja muistaa. (Hämäläinen & Maula 2004, 85.)

Ydinviestien määrittäminen tehdään jo viestintästrategian alkuvaiheessa ja niiden tulisi pysyä muuttumattomina ja mukailla itse organisaation strategiaa. Ydinviestien pysyvyys on tärkeää, koska kohderyhmät oppivat hitaasti ja yrityksen perusasioissa ei usein tule suuria muutoksia. Perusviestien ympärille voidaan tarpeen vaatiessa tehdä esimerkiksi vuosittain vaihtuvia erilaisia teemoja, jotka kuitenkin tukevat ydinviestejä. (Korhonen & Rajala 2011, 27.)

4 Liikenteen Turvallisuusvirasto Trafi

Ajoneuvohallintokeskus AKE, ilmailuhallinto, merenkululaitoksen meriturvallisuustoiminto sekä rautatievirasto muodostivat vuonna 2010 Liikenteen turvallisuusvirasto Trafín. Tällöin muodostui myös viraston markkinointinimi Trafi, joka sopii myös kansainvälisissä yhteyksissä käytettäväksi. (Automerkit.fi 2009.)

Liikenteen turvallisuusvirasto Trafín tavoitteena on lisätä liikennejärjestelmän turvallisuutta ja edistää liikenteen ympäristöystävällisyyttä. Lisäksi Trafi vastaa liikennejärjestelmään kuuluvista viranomaistehtävistä. Trafín toimintaan kuuluu näin ollen tarvittavien lupien myöntäminen, sekä hyväksyntöjen, päätösten ja oikeussääntöjen antaminen. Trafi vastaa myös tutkintojen järjestämisestä, toimialojen rekisteröinti- ja verotustehtävistä ja tarjoaa luotettavia tietopalveluita. Trafín organisaatio on havainnollistettu kaaviossa 1. (Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi 2014a.)

Trafi on mukana kansainvälisessä yhteistyössä ja huolehtii liikennejärjestelmän toimivuudesta myös poikkeusoloissa. Suurin osa liikennettä koskevasta sääntelystä tulee kansainvälisten sopimusten tai EU:n säädösten perusteella. Trafín tehtävänä onkin ajaa Suomen etuja mm. kansainvälisissä merenkulku- ja siviili-ilmailujärjestöissä IMO:ssa ja ICAO:ssa, Euroopan talouskomissiossa ECE:ssä, Euroopan meriturvallisuus-, lentoturvallisuus- ja rautatievirastoissa, HELCOMissa sekä useissa EU:n komiteoissa ja työryhmissä. Vuonna 2013 Trafi hoiti Euroopan lennonvarmistusjärjestön EUROCONTROLlin presidenttiyttä. Kaikkiaan trafilaiset osallistuivat vuonna 2013 lähes 600 kansainväliseen kokoukseen. (Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi 2014b.)



Kaavio 1: Liikenteen turvallisuusvirasto Trafin organisaatio

4.1 Tiedottaminen

Viestinnällä tulisi aina olla suunnitelma, jossa on listattuna ne peruslinjat, joiden avulla viestintä toimii strategian toteutumista tukevana toimintona. Jos kyseessä on pitkän aikavälin suunnitelma (vähintään 2-4 vuotta), olisi sen yhteyteen laadittava vastaavasti suunnitelma tuon aikavälin viestinnästä, jolla tuetaan yrityksen yhteisökuvan rakentumista. Talousarvio on osa viestintäsuunnitelmaa, jotta tiedetään käytössä olevien resurssien kohdentaminen. Talousarvion laatiminen usein helpottaa taloudellisten resurssien saamista viestinnän käyttöön. (Siukosaari 2002, 21.)

Åberg käy läpi yhteisöviestinnän suunnittelumallin kirjassaan Viestinnän strategiat. Yhteisöviestinnän suunnittelu lähtee tässä mallissa liikkeelle strategiselta tasolta, jossa määritellään perusviestit, ydinarvot sekä profilointi. Strategisen tason lisäksi on suunniteltava taktinen taso, johon kuuluvat muun muassa yhteistyö- ja kohderyhmien erittely ja viestinnän resurssien kartoitus. Tämä suunnittelun taso pitää sisällään konkreettiset toimintaohjeet. Näiden lisäksi operatiivisella, eli toteutuksen, tasolla olisi hyvä käydä läpi talousarvio, vuosisuunnitelma, hankkeet ja kampanjat sekä arkisemman jokapäiväisen viestinnän suunnittelu. (Åberg 1997, 24.)

Liikenteen turvallisuusvirasto Trafilla ei ollut varsinaista viestintäsuunnitelmaa kun ammattipätevyyden jatkokoulutukset alkoivat vuonna 2007. Kanavien valintaa tehtiin tiedotuspäällikö Elina Uotilan antaman haastattelun mukaan jonkin verran, eli päätettiin viestin välittämi-

sestä järjestöjen kautta, eri tilaisuuksissa sekä alan messutapahtumissa. Näiden lisäksi asiasta on tehty tiedotteita. (Uotila 2014.)

Aluksi tiedottaminen on kuitenkin aloitettu sidosryhmien kautta. Näitä Liikenteen turvallisuusvirastolla ovat tiedotuspäällikkö Elina Uotilan mukaan pääasiassa kuljetusalan järjestöt ja puolustusvoimat. Muiden keskeisten sidosryhmien kirjo on niin laaja, ettei se hänen mukaansa ole niin suuressa roolissa käsiteltäessä ammattipätevyiden jatkokoulutusta. Uotila listaa sidosryhmäviestinnässä käytetyistä keinoista kasvotusten tehtävän tiedottamisen, sähköpostin, Internetin, esitteet, tapahtumat ja muun yhteistyön sidosryhmien välillä. (Uotila 2014.)

Kaikkein parhaimmaksi tiedotuskanavaksi Uotila ilmoittaa vaikuttamisen järjestöjen kautta. Alalla toimivia järjestöjä ovat muun muassa Suomen Kuljetus ja Logistiikka SKAL Ry, Auto- ja Kuljetusalan Työntekijäliitto AKT Ry, Rahtarit Ry ja Autoliikenteen Työnantajaliitto ALT ry. Näiden lisäksi kuljetusalalla toimivia järjestöjä löytyy vielä useita. Myös maarakennus- ja maatalouspuolella on omat järjestönsä, jotka on otettava huomioon sidosryhmäviestinnässä. (Uotila 2014.)

Uotilan haastattelussa antama käsitys tiedotuksen ongelmakohdista on sama, johon monet koulutuslaitokset ja muut alalla toimivat ovat törmänneet. Yhtenä suurimpana haasteena tiedottamisessa on ollut se, ettei tieto saavuta kaikkia. Tämä koskee erityisesti henkilöitä, jotka eivät ole päätoimisia kuljettajia. Näille henkilöille tiedottaminen on ollut kaikkein haasteellisinta tavoitettavuuden suhteen. (Uotila 2014.)

Sama ongelmakohta nousi esiin Isossa-Britanniassa vuonna 2012 Driving Standards Agencyn tekemässä tutkimuksessa, jossa tutkittiin mielipiteitä koulutusten vaikutuksesta kuljetusalaa sekä itse koulutustoimintaan. Tutkimuksessa ilmeni, että tietoisuus ammattipätevyysvaatimuksesta ei ole ollut riittävää varsinkaan pienyritysten osalta. Tämä johtuu tutkimuksen mukaan siitä, että niitä on vaikeampi tavoittaa kuin kuljetusalalla päätoimisesti toimivia yrityksiä. Tutkimukseen vastanneiden mielestä järjestöjen ja yhdistysten kautta tiedottaminen ei ole riittävää. Suurin syy, miksi ammattipätevyyksistä ei Isossa-Britanniassa tehty varsinaista mainoskampanjaa, oli taloudellinen. (Driving Standards Agency 2013, 11.)

Suomessa kohderyhmän tarkka kokonaismäärä ei missään vaiheessa ole ollut tiedossa, mutta tiedotuspäällikkö Elina Uotilan mukaan kyseessä on useampi satatuhatta henkilöä, jotka kuuluvat ammattipätevyysvaatimuksen piiriin.

4.1.1 Sosiaalinen media

Yhteisöllisessä eli sosiaalisessa mediassa ei ole olemassa yhtä toimintamallia, vaan jokaisen organisaation on löydettävä omiin tarpeisiin soveltuva ja omista tarpeista lähtöisin oleva toimintamalli. Lisäksi on laadittava omien tavoitteiden mukainen suunnitelma yhteisöllisessä mediassa toimimisen rakentamiseen, ylläpitoon ja kehittämiseen. Kaikessa tässä on otettava huomioon nopeus ja jatkuvasti muuttuvat tilanteet. Yhteisöllisen median haasteena on myös se, että sosiaalinen media vaatii jatkuvaa läsnäoloa, mikäli siitä halutaan kaikki hyöty irti. Yleensä tämä tarkoittaa sivujen jatkuvaa päivittämistä ja vuorovaikutuksellista suhdetoimintaa eli asiakkaiden ja sidosryhmien esittämiin kysymyksiin vastaamista. Tämän pohjalta onkin tärkeitä muistaa, että yhteisöllinen media keskustelee aina, vaikka organisaatio olisi poissa. (Forsgård & Frey 2010, 45-46.)

Tiedottamisessa käytettävä Twitter on helposti muokattavissa organisaation personoiduksi tiedotuskanavaksi. Sen kautta on helppo tuoda esiin uutisia halutuista aiheista ja lähteistä hyvin monipuolisesti. Twitterin kautta monet uutiset luetaan kaikkein nopeimmin. (Forsgård & Frey 2010, 52-55.)

Sosiaalisesta mediasta itsessään on jo tullut eräänlainen hakukone, sillä lähes jokaisessa palvelussa on lisänä hakutoiminto. Tämän lisäksi käyttäjien itsensä tekemien hakujen lisäksi myös yhteisöllinen media toimii jatkuvasti taustalla tarjoten ja suodattaen käyttäjälle häntä kiinnostuvaa tietoa. Tämä ei vaadi käyttäjältä edes aktiivista hakemista, vaan uutisia ja tiedotteita tulee suoraan käyttäjälle samantyyppisistä asioista kiinnostuneiden verkostojen kautta. Yhä harvempi Internetin käyttäjistä menee suoraan palveluntarjoajan omille sivuille, mutta yhä useampi klikkaa Facebookissa tai Twitterin uutisvirrassa näkyvää kiinnostavaa linkkiä. (Forsgård & Frey 2010, 83.)

Sosiaalista mediaa on Liikenteen turvallisuusvirasto Traficin viestintäpäällikkö Uotilan mukaan hyödynnetty Facebookin ja Twitterin avulla. Facebookissa ammattipätevyydestä on tiedotettu muiden tiedotteiden ohella Liikenteen turvallisuusviraston omilla sivuilla, joskin sivut avattiin vasta tammikuussa 2013. Tämän lisäksi sidosryhmiin kuuluvat järjestöt ovat tuoneet asiaa esiin omien internetsivujen lisäksi Facebook-sivuillaan joko julkaisemalla itse omia tiedotteita tai jakamalla Liikenteen turvallisuusviraston päivityksiä. Liikenteen turvallisuusviraston tiedotteita on myös jaettu Twitterissä, jonka käyttö on aloitettu lokakuussa 2012. (Uotila 2014.)

4.1.2 Messut ja tapahtumat

Messut toimivat yhtenä markkinointiviestinnän ja tiedottamisen keinona hyvin, sillä messuille osallistujat ovat yleensä jo valmiiksi kiinnostuneita messujen käsittelemistä asioista sekä uu-

tuuksista. Messuilla on mahdollista vahvistaa organisaation imagoa sekä tulla tutuksi laajemmillekin henkilöryhmille. Messuille osallistumisen pohjalla on aina valinta siitä, mille messuille osallistutaan ja mikä on messujen ajankohta. Messuvalinta pohjautuu aina organisaation kohderyhmän määrittelyyn. (Rahkala 2009.)

Liikenteen turvallisuusviraston asiantuntijat ovat olleet mukana useissa tapahtumissa ja seminaareissa, jonka lisäksi Liikenteen turvallisuusvirastolla on ollut oma pisteensä monilla messuilla ympäri vuoden. Messuosallistumisen tarkoituksena on jakaa tietoa sekä Liikenteen turvallisuusviraston julkaisuja. Messuilla tavataan sidosryhmiin kuuluvia henkilöitä sekä verkostoidutaan. Näiden lisäksi messuilla voidaan käydä keskustelua yksilöiden kanssa ja kysymyksiin vastaamalla oikaista esimerkiksi vääriä olettamuksia tai lisätä tietoa jostakin tietystä asiasta. Messuille osallistuminen on tiedotuspäällikkö Uotilan mukaan ollut vuosittaista. (Uotila 2014.)

4.1.3 Suoraposti

Perinteinen kirjeposti on toimivimmillaan kun se on selkeästi henkilökohtaista. Esimerkiksi käsin kirjoitettu kuori. Kirjeen hyvänä puolena voidaan pitää sitä, että siihen kirjoitettu viesti on aina tarkkaan harkittu ja toistoa ei tarvita, sillä sen voi lukea uudelleen. Ongelmaksi jää kuitenkin, ettei lähettäjä voi olla varma kirjeen perillemenosta tai siitä onko kirjeen sanoma ymmärretty. Näitä suurempana ongelmana on kuitenkin kirjeen kustannustehokkuus tiedottamisen kanavana. Harvalla organisaatiolla on resursseja näin henkilökohtaiseen lähestymistapaan. (Siukosaari 2002, 142-143.)

Suora lähestyminen sähköpostitse on nopeaa ja halpaa, mutta samalla juuri näistä syistä vastaanotettujen viestien määrä on niin valtava, että vaarana on oman viestin hukkuminen viestitulvaan. Sähköposti toimiikin parhaiten muutaman ihmisen tai tietyn ryhmän viestintäkanavana. Käytettäessä valmiiksi saatuja jakelulistoja, on mukana yleensä aina myös henkilöitä, joita asia ei koske. (Siukosaari 2002, 212.)

Varhaisimmat tiedotteet ammattipätevyysvaatimuksesta ovat Ajoneuvohallintokeskus AKE:n aikaisia lehdistötiedotteita sekä julkaisuja vuosilta 2008 ja 2009. Liikenteen turvallisuusviraston tiedottamisessa suoran tiedottamisen käyttö on ollut hyvin vähäistä. Uotilan mukaan taksinkuljettajille on lähetetty yhteensä kaksi tiedotetta ammattipätevyysasioista. Lisäksi ajoneuvoverolipun mukana on menneet asiasta tiedote kaikille auton haltijoille. Viestintäkanavana suoran postituksen ongelma muodostuu juuri se, ettei voida tietää onko viesti tavoittanut vastaanottajan. Ajoneuvoverolipun mukana tulleet muut paperit voidaan käsittää mainoksiksi ja näin ne useimmiten päättyvät suoraan roskakoriin. Uotilan mukaan suoraa postitusta olisi voinut periaatteessa hyödyntää enemmänkin, mutta sen kustannukset olisivat nousseet mel-

koisiksi, jonka takia suora postitus tiedotuskanavana ei olisi tarpeeksi kustannustehokas tässä asiassa ottaen huomioon kohderyhmän laajuuden. (Uotila 2014.)

4.1.4 TV ja Radio

Joukkoviestimien toimittajat voidaan erotella kullekin yhteisölle viestinnän kannalta tärkeimpiin. Näitä ovat toimittajat, jotka tekevät juttuja juuri kyseiseltä alalta, alueelta tai aiheesta yleensä. Nämä voivat olla uutisjuttuja tai otsikkojuttuja, ne voivat olla yleisviestimiin suunnattuja tai erikoisviestimiin. Jutut voivat tulla eri sivuille, palstoille ja ohjelmiin. Tämän oman toimittajajoukon tunteminen on hyvin tärkeää ja tavoitteena on hyvä työtuttavuus ja yhteistyö. Näillä toimittajilla tulee olla perustiedot yhteisöstä ja heille tulisi muistaa aina lähettää uutta aineistoa niin pysyvistä asioista, kuin uutisista ja ajankohtaisistakin asioista. Utustiedotteen laatiminen on hyvä keino lähestyä joukkoviestimiä, joskin toimittajat arvioivat jokaisen uutistiedotteen ja päättävät onko se tarpeeksi hyvä ja kiinnostava levitettäväksi uutisoinnissaan. (Siukosaari 2002, 167.)

Joukkoviestintiedotetta laatiessa on harkittava, onko yhteisöllä sellainen viesti, joka kiinnostaa joukkoviestimien käyttäjiä ja on tiedottamisen arvoista. Joukkoviestintätiedotteen tulee sisältää vain tarkistettuja ja luotettavia tietoja ja niiden tulee olla vastaanottajien kiinnostuksen herättäviä. Tällaisia asioita ovat muun muassa uutiset, ajankohtaiset asiat sekä läheiset ihmiset ja asiat. Vastaanottaja olisi hyvä saada ymmärtämään, koskeeko viesti juuri häntä tai hänen lähipiiriään. (Siukosaari 2002, 166-167.)

Mediajulkisuus on edelleen vaikuttavammassa asemassa yhteiskunnassa ja kuuluu olennaisena osana ihmisten arkeen ja vaikuttaa muun muassa puheenaiheisiin. Media toimii jopa portinvartijana, joka nostaa esiin puheenaiheita. Media näkyy myös ihmisten arjessa vallankäytön näkökulmasta katsottuna manipulatiivisesti, sillä sen luonteeseen kuuluu sekä suora että epäsuora vaikuttaminen joka tarkoittaa sitä, että mediaviestit tiedottavat, suostuttelevat sekä valistavat. (Parkko 2012.)

Utiskynnyksen ylittäminen merkitsee yksinkertaisimmillaan uutta asiaa. Varsinaisina kriteereinä uutiskynnyksen ylittämiseksi voidaan pitää esimerkiksi asian suuruutta, merkittävyyttä, ajankohtaisuutta, poikkeuksellisuutta ja yleistä kiinnostavuutta. Myös uutisen merkittävyys kansantaloudellisesti on kriteeri, jolla uutinen lähes poikkeuksetta ylittää uutiskynnyksen. Utiskriteereitä ei varsinaisesti voi hallita, mutta hyvän ulkoisen viestinnän toiminnalla voidaan ohjata ja kohdentaa sanomaa toivotunlaisesti. Tästä syystä median kanssa toimiminen on aina yhteistyötä ja hyvä valmistautuminen auttaa onnistumaan mediajulkisuudessa. (Kantor 2007, 96-97.)

Radio on edelleen yksi varteenotettavimmista tiedotuskanavista sillä se on lähes parhaiten muokattavissa vastaamaan ihmisten aikatauluja ja kohdennettavissa tietylle maantieteelliselle alueelle. Radiokanavat voivat olla paikallisia sekä valtakunnallisia ja kaikilla kanavilla on oma kuulijaprofiilinsa. Näiden pohjalta tiedottaja tai mainostaja voi valita itselleen sopivimman kanavan sekä ajankohdan. (Castells 2013, 61.)

Tiedotuspäällikkö Uotilan antamien tietojen mukaan ammattipätevyiden jatkokoulutukset eivät ole varsinaisesti olleet esillä televisiossa tai radiossa Liikenteen turvallisuusviraston puolesta, sillä TV ja Radio eivät ole kuuluneet Trafín erityistavoitteisiin tiedottamisen suhteen. (Uotila 2014). Näiden kanavien hyödyntämistä tulisi jatkossa harkita, sillä niiden avulla viestin kattavuus on laaja ja kanavia voidaan valita kohderyhmän mukaan. Näiden kanavien kautta olisi mahdollisesti saatu parempi kattavuus niiden henkilöiden piirissä, jotka eivät koe toimivansa varsinaisesti kuljetusalalla.

Kuljetusalalla toimiville taas varsinkin radio olisi oleellinen tiedotuskanava, sillä sekä linja-että kuorma-autopuolella radio on lähes poikkeuksetta aina päällä itse autojen lisäksi myös taukopaikoilla, kuten huoltamoilla ja lounasravintoloissa. Kuljetusalalla toimivat myös keskustelvat paljon keskenään, joten näiden kanavien kautta välitetty tieto mahdollisimman monelle lisäisi moninkertaisesti suusta suuhun kulkevan tiedon määrää. Henkilöt, jotka eivät koe toimivansa päätoimisina kuljettajina taas saattaisivat suuntautua hakemaan asiasta lisää tietoa, mikäli viestissä tulisi selkeästi ilmi heidän kuuluvan ammattipätevyysvaatimuksen piiriin.

Televisiota ja radiota käsitellään lisää tutkimustuloksissa, sillä ne nousivat siellä esille niin vastaanotetun tiedon kanavina, kuin myös kanavina, joiden kautta tietoa toivottaisiin jatkossa saatavan.

4.1.5 Internet

Verkkopalvelu löydetään yleensä verkko-osoitteen ja brändin tunnettuuden pohjalta tai hakukoneiden kautta. Internetissä tiedon tuottamisen tulisi jolla jatkuvaa, joka taas voi vaatia hyvinkin suuria etenkin ajallisia panostuksia. Uusien tiedotteiden laatiminen ja verkkosivujen päivittäminen voi olla työlästä. Tällä kuitenkin saadaan sitoutettua verkkosivulla kävijät seuraamaan sivustoa mikäli he kokevat saavansa paljon uutta ja tarpeellista tietoa. Verkkopalvelussa on aina pyrittävä ensin houkuttelemaan ja sitten sitouttamaan. (Pohjanoksa, Kuokkanen & Raaska 2007, 25-26.)

Verkkosivuilla hyvin hoidettu uutisointi on yleensä hyvä keino sitouttaa verkkosivun seuraajat. Tällöin on huomioitava kohderyhmän tarpeet kaikessa uutisoinnissa. Tämä tarkoittaa sitä, että uutisointi on oltava selkeästi kirjoitettu kohderyhmälle eikä organisaatiolle itselleen.

Uutisoinnissa käytetyn kielen tulisi olla kaikille ymmärrettävää. Hyvästä uutisviestistä on myös aina löydettävissä yhteystiedot, mikäli joku kaipaa lisätietoja asiasta. Uutisviesti ei selittele, vaan kertoo asiat siten kuin ne ovat. On tärkeää huomioida, että verkkouutisoinnin arvo on aina aikaan sidottua, uusin tieto on arvokkainta. (Pohjanoksa ym, 2007, 26-27.)

Liikenteen turvallisuusvirasto Trafín nettisivuilla kohdan ”ammattiliikenne” alla on asiasta tiedotettu jatkuvasti. Suuri osa tiedotteistakin on julkaistu Trafín omilla nettisivuilla. 19.5.2011 julkaistussa tiedotteessa ”On aika suunnitella ammattipätevyiden jatkokoulutuksen ajankohta”, mainitaan, että vuoden 2011 huhtikuun loppuun mennessä käytyjä jatkokoulutuspäiviä oli noin 140 000, joka on vain 25-30 % koko koulutettavien määrästä. (Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi 2011.)

Julkaisuissa on pyritty korostamaan sitä, että ammattipätevyys ei koske vain ammattiliikennettä, vaan muun muassa maatalan ajossa voi tarvita ammattipätevyiden. Ajot, jotka ajetaan kuorma-autolla tai liikennetraktorilla, kuuluvat ammattipätevyysvaatimuksen piiriin mikäli kuljetus käsittää esimerkiksi tuotteiden kuljetuksen jälleenmyyjälle. (Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi 2012.)

Sidosryhmätiedotus on keskittynyt Trafín nettisivuille, joiden kautta löytyy mm. koulutuksen järjestäjille lähetetyt tiedotteet, jotka koskevat ammattipätevyyskoulutuksen toteutusta.

4.2 Tiedottamisen haasteita

Tiedottamisen lähtökohtana on aina lisätä ihmisten tietoa jostakin asiasta, jotta asioista olisi olemassa oikea tieto eikä niin sanottua mutu-tuntumaa. Lisäksi tavoitteena on vaikuttaa asenteisiin ja mielipiteisiin, eli siihen miltä jokin asia tuntuu henkilöiden ajatuksissa. Tiedottamisella pyritään muuttamaan ihmisten käyttäytymistä halutunlaiseksi. Näihin kaikkiin vaikuttaminen, tiedon lisäämiseen, asenteisiin, mielipiteisiin sekä toimintaan, on hyvin moniaskelinen prosessi ja silti vain satunnaisesti pystytään vaikuttamaan henkilöihin, siinä määrin että he muuttuisivat ilman mielipidettä olevista asian kannattajaksi ja muuttaisivat samalla omaa toimintaansa. (Gregory 2010, 77.)

Maailma on jo pitkään ollut muutoksessa turvallisesta ja sääntöjen ohjaamasta uuteen dynaamisempaan maailmaan. Tuttuun ja turvalliseen jäämisestä voi tällaisessa maailmassa tulla jopa menestymisen vihollinen. Muutosvistarinnan yhtenä syynä on oppimisen perinne. Aikaisemmin on riittänyt nuorena opiskeltu ammatti. Nykymaailmassa yksilöltä vaaditaan jatkuvaa oppimista, sillä yhteiskunnan vaatimukset muuttuvat jatkuvasti. Tämä voi lisätä stressiä varsinkin vanhemmissa ikäryhmissä osaamisvaatimusten kasvaessa. (Koskela, Koskinen & Lankinen 2007, 31-32.)

Yhtenä tiedottamisen haasteena on ollut koulutuksen piiriin kuuluvissa havaittu muutosvastarinta. Osa koulutuksen piiriin kuuluvista pitää lähes loukkauksena omaa ammattitaitoa kohtaan, että heidän on osallistuttava koulutuspäiville, vaikka he olisivat jo vuosia toimineet ammattikuljettajina. Näiden henkilöiden osalta varsinkin sidosryhmien välittämällä viestillä ja vuorovaikutuksella on hyvin suuri vaikutus. Tiedottamisessa olisi näin ollen hyvä painottaa ammatin arvostuksen kasvua sekä alan vaatimaa ammattitaitovaatimusta. Kuljetusalalla ei enää riitä, että suorittaa pelkän ajokortin ja hyppää rattiin. Nykyään on lähes mahdotonta löytää alaa, jolla ei vaadittaisi jonkinlaista pätevyyttä tai todistusta ammattitaidosta.

Tiedon kulkua lähettäjältä vastaanottajalle vaikeuttavat häiriöt, kuten esimerkiksi huhut. Huhulla tarkoitetaan yleensä suusta suuhun kulkeutuvaa asiaa, jonka todenmukaisuudesta ei kuitenkaan ole varmuutta. Huhuilla on yleensä kolme elementtiä: Kohde, syytös tai väite ja lähde. Näistä kaikki voivat olla täysin keksittyjä tai oikeaan tietoon pohjautuneita, mutta matkalla täysin vääristyneitä. Huhujen alalajeina ilmenee myös niin sanottuja salaliittohuhuja, jotka koskevat yleensä laajempia alueita yrityksen tai päättävän elimen toiminnassa. (Åberg 2000, 259.)

Huhut leviävät, kun yksilö tuntee pakottavaa tarvetta jakaa oma näkemyksensä jostakin asiasta tai tapahtumien tilasta. Yleensä huhun syntymiseen vaikuttaa kaksi tekijää, joita ovat oikeiden faktojen puuttuminen tai peittyminen, sekä se, että aihe itsessään on yksilölle tärkeä. Uutistyhjiö aiheuttaa faktojen puuttumista tai vähäisyyttä, joka on omiaan lisäämään huhujen liikkumista. Toinen huhujen edellytys on se, että niiden levittäjä ei ole halukas hyväksymään jotakin uutista. (Åberg 2000, 260.)

Myös ammattipätevyysasioista tiedottamisessa on ilmennyt huhuja esteenä tiedon kululle. Yksi useimmiten kouluttajien kuulema huhu liittyy siihen, kuinka koko koulutus on pelkkää rahastusta, jolla ei ole mitään todellista syytä tai taustaa. Kouluttavan tahon on kuitenkin pitänyt saada Liikenteen Turvallisuusvirasto Trafín hyväksyntä koulutuksen järjestämiselle, ja tämän on täytettävä Trafín asettamat ehdot. Tästä syystä kuka tahansa ei voi alkaa koulutus-toimintaa pyörittämään. Lisäksi koulutuksia pidetään turhana, vaikka on olemassa tutkittua tietoa siitä, kuinka koulutuksilla on ollut vaikutusta esimerkiksi kuljetusyrityksen talouteen tai onnettomuuksien ja kaluston rikkoutumisen vähenemiseen. Koulutuksen jälkeen saatu positiivinen palaute on aina onnistumisen tunteen huipentuma, varsinkin jos se tulee ryhmän vastarannankiiskeltä.

Epäselvyyttä on ilmennyt lisäksi sen suhteen, koskeeko ammattipätevyysvaatimus jotain tiettyä ammattiryhmää tai työsuoritetta. Näiden tietojen oikaisemiseksi Liikenteen Turvallisuusvirasto Trafiin voi ottaa yhteyttä ja saada asiaan selvyuden.

5 Tutkimus

Tutkimus lähti liikkeelle Liikenteen turvallisuusvirasto Trafilta tulleesta toiveesta tutkia ammattipätevyyden jatkokoulutuksen tiedottamisen tuloksia, jotta saataisiin selville mihin tiedotuskanaviin panostaminen on tuottanut halutunlaista tulosta ja mihin tiedotuskanaviin tulisi jatkossa panostaa viestien mahdollisimman tehokkaan levittämisen kannalta. Toisena tavoitteena oli selvittää, mitkä kanavat vastaajat kokevat parhaimmiksi saada tietoa alaa ja omaa työtä koskevista muutoksista. Tutkimustuloksia voitaisiin näin ollen hyödyntää Liikenteen Turvallisuusvirasto Trafin tulevassa tiedottamisessa.

Kvantitatiivinen eli määrällinen tutkimus, toiselta nimeltään tilastollinen tutkimus, selvittää erityisesti lukumääriin ja prosenttiosuuksiin liittyviä kysymyksistä. Kvantitatiivinen tutkimus edellyttää aina riittävän suurta ja edustavaa otosta ja varsinaisessa tutkimuksessa käytetään standardoituja tutkimuslomakkeita valmiine vastausvaihtoehtoineen. Kvantitatiivisella tutkimuksella voidaan selvittää myös asioiden riippuvuussuhteita. (Heikkilä 2008, 16.)

Kvantitatiiviset tutkimustulokset soveltuvat erityisesti tutkimuksiin, joissa halutaan saada laaja otos ja paljon käsiteltävää aineistoa, joista pystytään mittaamaan esimerkiksi prosenttiosuuksia. Kvantitatiivinen tutkimus soveltuu erityisesti satunnaisesti valittuun otokseen, jolloin otoksessa on elämäntilanteeltaan, iältään ja sukupuoleltaan hyvin erilaisia vastaajia. (Heikkilä 2008, 16.)

Kvalitatiivinen eli laadullinen tutkimus tutkii laatua tai vastaa esimerkiksi kysymykseen millainen. Kvalitatiivisen tutkimuksen tulokset voidaan ilmaista joko numeerisesti tai tekstimuotoisena analyysinä. Muun muassa haastatteluina toteutettavat tutkimukset ovat kvalitatiivisia tutkimuksia, sillä haastateltavan vastauksia ei voida esittää numeerisessa muodossa vaan niistä on muodostettava analyysi. Usein tällaisessa tapauksessa analysoinnin kohteena ovat myös haastateltavan elekieli, avoimuus ja asenteet. (Karjalainen 2010, 19.)

Kyselylomake (Liite 1) on puolistrukturoitu, sisältäen pääasiassa kvantitatiivisia kysymyksiä. Kyselyn lopussa oli yksi avoin vastausvaihtoehto, jolla pyrittiin saamaan myös kvalitatiivista eli laadullista aineistoa, jossa näkyy vastaajien oma mielipide parhaasta tiedotuskanavasta liittyen ammattipätevyyden jatkokoulutuksista olleeseen tiedottamiseen.

Tutkimus toteutettiin empiirisenä tutkimuksena käyttäen strukturoitua menetelmää eli lomakekyselyä. Lomake haluttiin pitää lyhyenä, jotta mahdollisimman moni jaksaisi täyttää sen koulutuspäivän päätteeksi. Lomakkeen lopulliseen muotoon sisältyivät kaikki halutut kysymykset, joten pituuden takia ei jätetty oleellisia kysymyksiä pois. Lomakekyselyyn päädyttiin kohderyhmän suuruuden, sen valtakunnallisuuden ja käytettävissä olevien resurssien perus-

teella. Lomakekysely oli helposti jaettavissa kohderyhmään kuuluville niin sähköisesti kuin paperiversiokkin. Perusjoukon määrä teki kyselystä satunnaistutkimuksen, sillä kaikkia ammattipätevyyden piiriin kuuluvia henkilöitä ei ole millään mahdollista tavoittaa.

5.1 Tavoitteet

Kyselytutkimuksen tavoitteena oli selvittää ammattipätevyyden jatkokoulutuksiin liittyvän tiedottamisen onnistumista, eri tiedotuskanavien hyödyllisyyttä sekä kohderyhmän toiveita tulevan tiedottamisen suhteen. Tutkimuksessa haluttiin myös selvittää, milloin tieto ammattipätevyyden jatkokoulutusvaatimuksesta on vastaajien piirissä saatu, jotta saataisiin tutkittua tietoa siitä, onko asia edelleen kovin tuntematon tai tuore, kuten on ennustettavissa merkintöjen viimeisen vuoden aikana tapahtuneen kasvun määrän pohjalta. Näiden lisäksi Liikenteen Turvallisuusvirasto Trafín toiveena oli saada vastauksia kysymykseen, mikä vastaajien mielestä olisi toimivin kanava ammattipätevyyttä ja alan muita muutoksia koskevassa tiedottamisessa. Näitä vastauksia voisi hyödyntää muun muassa Liikenteen turvallisuusvirasto Trafín tulevassa viestinnässä. Tutkimuksen tulokset auttavat mahdollisesti jatkossa eri tiedotuskanaville kohdennettavien resurssien painotusten hahmottamisessa.

Yhteisöviestintä on aina tavoitteellista toimintaa ja tavoitteiden tulisi olla selkeitä ja ymmärrettäviä. Ongelmana yhteisöviestinnän tavoitteiden toteutumisen määrittelyssä on se, että tarkkoja yhteismitallisia tuloksia harvoin voidaan saavuttaa sillä käytössä ei ole yleisiä mittayksiköitä kuten euroja tai kappalemääriä joilla laskea saavutettiin tavoitteet. Viestinnän tavoitteiden toteutumisessa ei myöskään voida hyödyntää muiden yksiköiden tuloksia vertailukohtana viestintäosaston tuloksiin. (Siukosaari 2002, 32.)

5.2 Toteutus

Tutkimuslomake suunniteltiin ja muokattiin lokakuussa 2013 yhteistyössä Liikenteen Turvallisuusviraston viestintäosaston kanssa, jotta siihen tulisi kaikki sellaiset kysymykset joihin he hakevat vastausta. Lisäksi otettiin yhteyttä muutamiin koulutusalan yrityksiin ja tiedusteltiin halukkuutta osallistua tutkimukseen jakamalla lomaketta omilla kurssipäivillään. Tämä toiminta tuki tutkimuksen tekijän ja toimeksiantajan toivetta saada vastauksia valtakunnallisesti eri puolilta Suomea. Yhteistyöyrityksinä tutkimukseen osallistuivat JAKK Koulutus Oy, LIS Group Oy, Suomen Ammattiliikenne Akatemia Oy sekä ADR-TNA-Palvelut Oy.

Tutkimus toteutettiin marraskuun 2013 ja tammikuun 2014 välillä sekä paperilomakekyselynä (Liite 1) että myös sähköpostitse lähetettynä nettikyselylomakkeena SurveyMonkey-palvelun avulla. Paperilomakkeita kerättiin koulutuspäivien yhteydessä aikaisemmin mainituissa yrityksissä. Vastauksia saatiin yhteensä 367 kpl. Nettilomakekysely toteutettiin sähköpostitse Suo-

men Ammattiliikenne Akatemia Oy:n koulutuksiin viimeisen 6 kuukauden aikana osallistuneille lähetettävänä kyselylomakkeena. Sähköposteja lähetettiin yhteensä 1334 kpl, joista vastauksia saatiin tammikuun aikana 434 kpl, joten vastausprosentiksi sähköiseen kyselyyn saatiin 33 %. Kaikkiaan kyselyyn vastanneiden määräksi saatiin näiden kahden toteutuksen avulla 801 henkilöä.

Tulosten analysointi suoritettiin SurveyMonkey -palvelulla, jonka avulla vastauksista työstettiin kuvioita ristiintaulukoimalla haluttuja vastausvaihtoehtoja. Näin saatiin toteutettua vertailua esimerkiksi ikä- ja ajokorttiluokan perusteella ja eroteltua muita tarpeellisia tietoja. Tutkimuskysymysten laadinta alkuvaiheessa yhdessä Liikenteen turvallisuusviraston kanssa osoittautui eriarvoisen tärkeäksi, jotta tutkimus voisi palvella jatkossa tiedotuskanavien valinnassa ja niihin tehtävien panostusten määrittelyssä.

Tutkimuksen heikkoutena kokonaisjoukkoon nähden oli se, että lomaketta jaettiin koulutuspäivillä, sekä koulutusyrityksen asiakasrekisterin pohjalta. Kyselyyn vastanneet henkilöt olivat jo löytäneet tiensä koulutuspäiviin. Koulutuspäiviä oli hyvin erilaisia, koska yrityksiä saatiin mukaan useampi. Kaikki koulutuspäivät, joilla palautetta kerättiin, eivät olleet ammattipätevyyden jatkokoulutuspäiviä. Tästä johtuen saatiin myös tiedotettua asiaa ja tavoitettua henkilöitä, jotka eivät ehkä kokeneet kuuluvansa ammattipätevyyden jatkokoulutuksen piiriin. Kyselyn ulkopuolelle jäi silti tiedottamisenkin kannalta haasteellisin ryhmä, eli henkilöt jotka eivät koe toimivansa pääasiallisesti kuljettajina, mutta kuuluvat silti säädöksen piiriin ja ovat velvoitettuna koulutuspäivien suorittamiseen.

5.3 Tutkimuksen arviointi

Tutkimustulosten analysoinnissa on käytetty luokittelu- eli nominaaliasteikkoa, jossa tutkittavat asiat jaetaan eri luokkiin. Tällä luokittelulla pyritään selvittämään, ovatko yksiköt samantaisia vai erilaisia jonkin mitattavan ominaisuuden suhteen. Luokitteluasteikossa voidaan käyttää menetelmänä muun muassa ristiintaulukointia, jolla selvitetään muuttujien välisiä yhteyksiä eli yhteisvaihtelua. (VirtuaaliAMK.)

Tehdyn mittaustutkimuksen on oltava luotettava, joten edellytys on, että tutkimus on tehty tieteelliselle tutkimukselle annettujen kriteerien mukaan. Tätä hyvyttä tai luotettavuutta käsitellään kahdella käsitteellä, jotka ovat reliabiliteetti ja valideetti. Nämä käsitteet yhdessä muodostavat käytetyn mittarin kokonaisluotettavuuden. (Karjalainen 2010, 185.)

Valideetilla kuvataan sitä kuinka hyvin on onnistuttu mittaamaan juuri sitä asiaa, mitä oli tarkoituskin mitata eli asianmukaisuutta. Kyselytutkimuksissa tällä tarkoitetaan laadittujen kysymysten muotoa eli antavatko niihin saadut tulokset vastauksen varsinaiseen tutkimusky-

symykseen. Validiteetti on vahvasti sidoksissa sovellusalueen teoriaan ja käsitteisiin. (Karjalainen 2010, 186.)

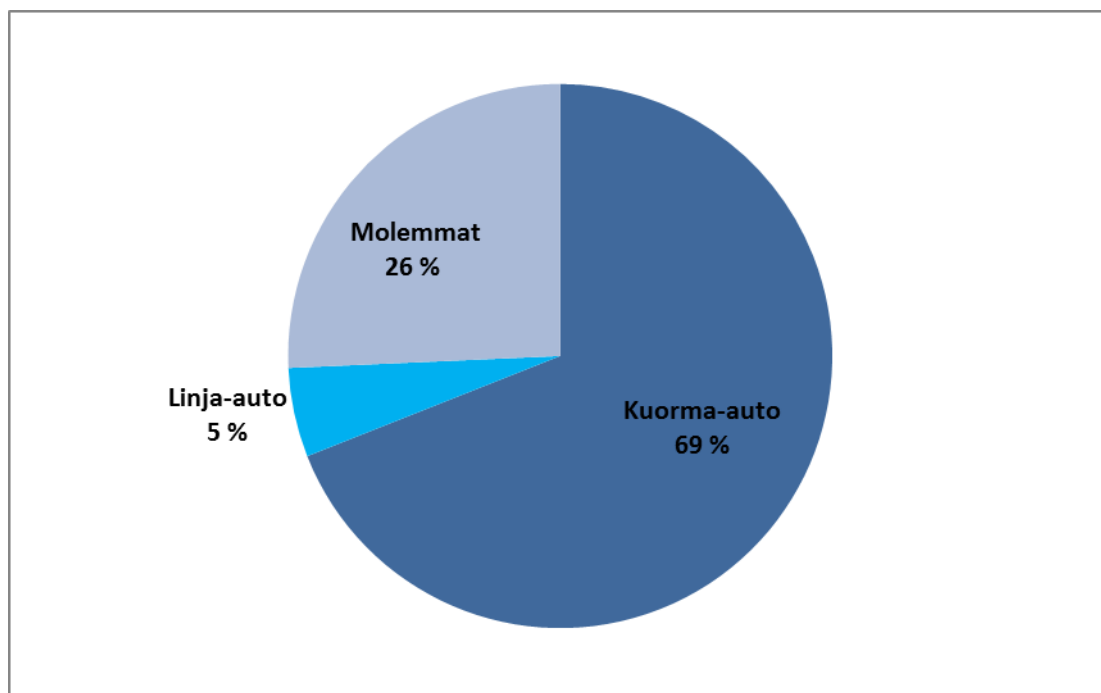
Reliabiliteetti taas on kyky tuottaa ei-sattumanvaraisia tuloksia. Tämä voidaan usein todeta suorittamalla sama mittaus useampaan kertaan, jolloin tulosten tulisi aina olla samat jotta tutkimus olisi reliaabeli. Tällaista tutkimuksen toistamista samassa tutkimuksessa sanotaan sisäiseksi reliaabeliksi. Ulkoisella reliaabelilla taas tarkoitetaan sitä, että tutkimus on toistettavissa muissakin tutkimuksissa ja tilanteissa. (Karjalainen 2010, 187.)

Tutkimuksen validiteetti toteutui hyvin, sillä kyselylomakkeen suunnittelu tehtiin huolella yhdessä toimeksiantajan kanssa. Kyselytutkimuksen vastauksista saatiin tietoja määriteltyyn tutkimusongelmaan sekä muihin haluttuihin tietoihin. Myös kyselystä saadut tulokset antavat hyvän käsityksen viestinnän onnistumisesta, sillä saatujen vastausten määrä oli hyvä.

5.4 Tulokset

Kyselytutkimuksen tulokset käsitellään siinä järjestyksessä, jossa ne olivat kyselylomakkeella. Vastauksia on analysoitu muun muassa ristiintaulukoimalla sekä vertaamalla Liikenteen turvallisuusvirastolta saatuja tiedottamiseen liittyviä tietoja kyselytutkimuksen vastauksiin. Näistä on pyritty johtamaan kaikkein olennaisin tieto.

Kuviossa 2 on esitetty jakautuminen vastaajien ajo-oikeuden perusteella. Tavaraliikenteen ajo-oikeus oli 69 % vastaajista ja henkilöliikenteen ajo-oikeus 5 % vastaajista. Vastaajia, joilla oli ajo-oikeus sekä tavara- että henkilöliikenteeseen oli 26 %. Viimeksi mainitut henkilöt voivat itse tarpeensa mukaan valita, milloin hakevat ammattipätevyyden. Mikäli heillä ei esimerkiksi ole tarvetta ajaa henkilöliikenteessä 10.9.2013-10.9.2014, voivat he hakea ammattipätevyytensä voimaan tavaraliikenteen mukana 10.9.2014, jolloin he saavat pisimmän mahdollisen voimassaoloajan.

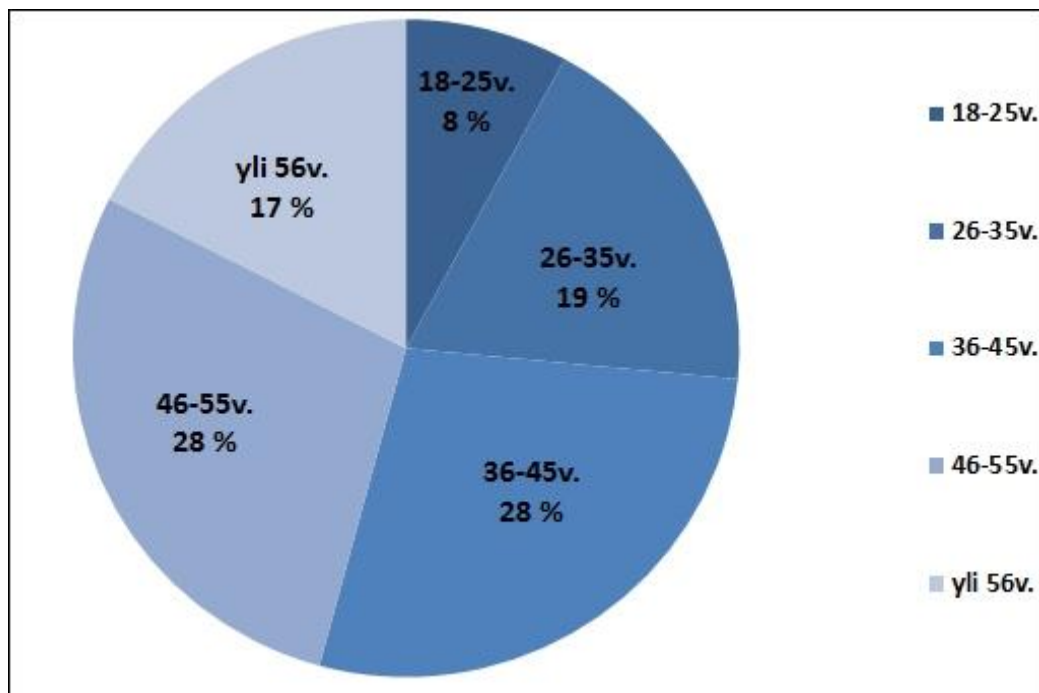


Kuvio 2: Ajo-oikeus

Kuviossa 3 on hahmotettu vastaajien ikäjakauma, joka jakautui hyvin tasaisesti, joskin ikäryhmän 18-25 vuotiaiden vastaajien joukko jäi kaikkein pienimmäksi. Tämä on herättänyt jo aiemmin huolenaihetta kuljetusalalla siitä, riittääkö jatkossa alalle tulevien määrä kattamaan alalta eläkkeelle poistuvien määrän. Myös nuorten kesätyöntekijöiden ja tuuraajien saaminen voi muuttua vaikeammaksi, kun heilläkin tulee olla suoritettuna vaadittu koulutus. Nuorisokoulutuksen keskuudessa olisi hyvä pyrkiä nostamaan kuljetusalan houkuttelevuutta arvostettuna työnantajana. Vastaavasti kuljetusalan yrityksissä olisi hyvä nähdä kuljettajien koulutus panoksena tulevaisuuteen sekä yrityksen kilpailukykyyn, eikä pelkkänä taloudellisena kuluna.

Kuljetusalalla tehdyn arvion mukaan uusien kuljettajien tarve on noin 4000 henkilöä vuosittain, näistä 3000 tarvitaan tavaraliikennepuolelle. Lisäksi kuorma-autokortillisia henkilöitä tarvitaan hyvin paljon muillekin aloille, joilla kuljettaminen ei ole päätoimista mutta kuuluu olennaisena osana työhön. Tärkeimmäksi alalietulokanavaksi on tällä hetkellä muodostunut Puolustusvoimien antama kuljettajakoulutus. (SKAL Ry 2013.)

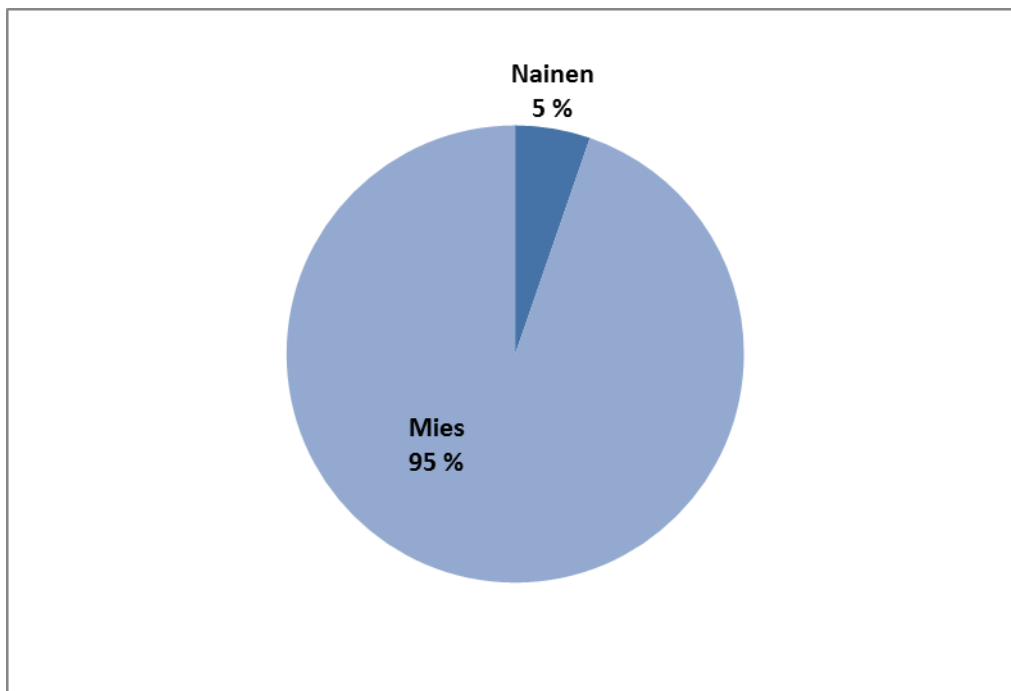
Puolustusvoimat on tammikuusta 2009 saakka kouluttanut varusmiehille ammattipätevyden, joten palvelusaikana suoritettu kuljettajakoulutus pätevöittää toimimaan ammattikuljettajana myös palveluksen suorittamisen jälkeen. (Puolustusvoimat 2011.)



Kuvio 3: Vastaajien ikäjakauma

Vastaajien sukupuolijakauma (kuvio 4) oli hyvin odotetunlainen, sillä ala on edelleen hyvin miesvoittainen, joskin tekniikan kehittyminen ja alan työtehtävien monipuolistuminen ovat edesauttaneet monien naisten intoa tulla alalle. Suomessa naiskuljettajia raskaan kaluston puolella vuonna 2012 oli noin 500 ja linja-autokuljettajana noin 1000 kuljettajaa. (Kuljetus & Logistiikka 2012.)

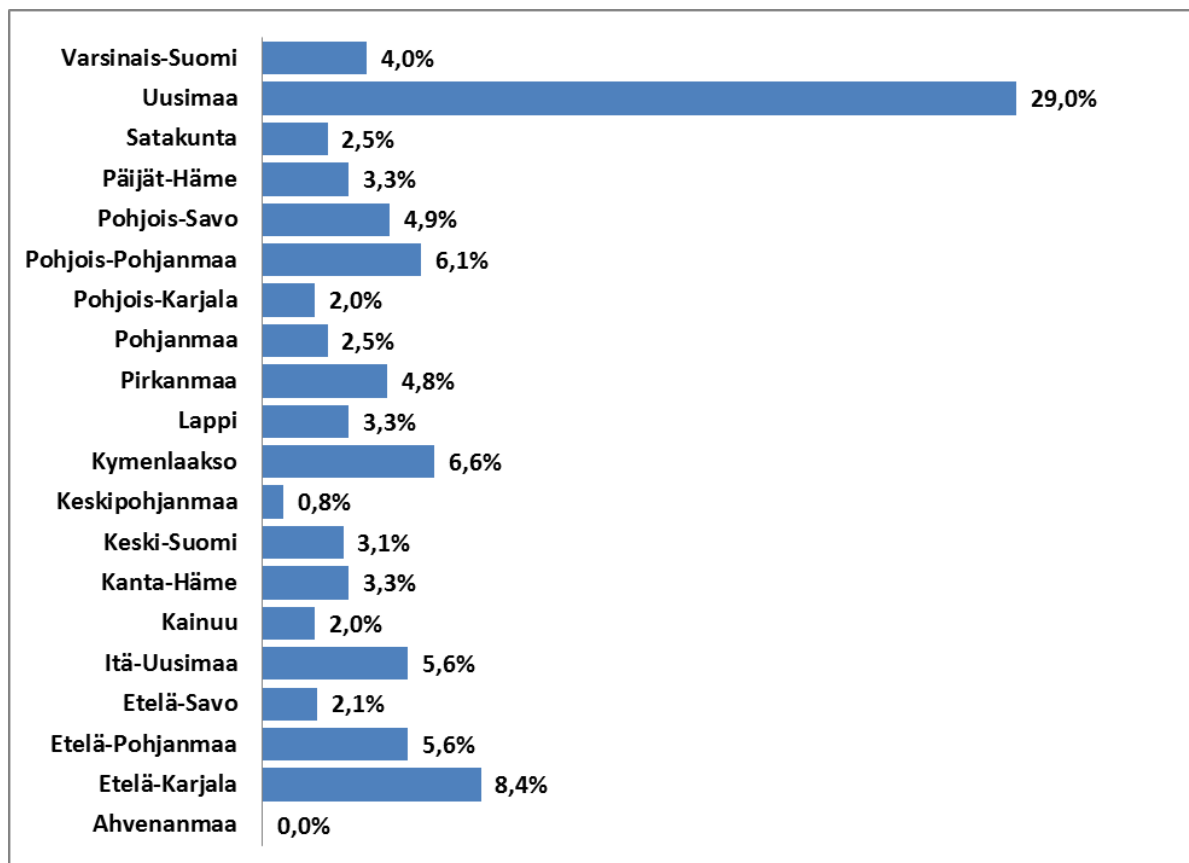
Myös erilaiset projektit ja yhdistykset, kuten NaisPark Ry, ajavat kuljetusalasta kiinnostuneiden ja siinä jo toimivien naisten asiaa ja lisäävät verkostoitumista sekä helpottavat alalle tuloa muun muassa tiedotustoiminnan avulla. Erilaisista hankkeista mm. JAKKin kolmivuotinen EQUAL-projekti NaisWay voitti Brysselissä vuonna 2007 EU:n palkinnon parhaiten tasa-arvoisia työmarkkinoita edistävänä hankkeena.



Kuvio 4: Vastaajien sukupuolijakauma

Kuviossa 5 on esitetty vastaajien jakauma paikkakunnittain. Kyselytutkimuksen vastauksissa suurimman osuuden sai Uusimaa (29 %), joka selittyy sillä, että Suomen Ammattiliikenne Akatemia Oy:n koulutettavista yrityksen valtakunnallisuudesta huolimatta suuri osa on Uudeltamaalta, jonka takia alueelta myös saatiin eniten vastauksia. Muut paikkakunnat jakaantuivat hyvin tasaisesti, joskin Ahvenanmaan osuudeksi jäi nolla prosenttia.

Näiden tulosten perusteella tavoite tutkimuksen valtakunnallisesta kattavuudesta onnistui jokseenkin hyvin, sillä vastaajien aluejako oli suhteellisen tasapuolinen. Tiedottamisen kannalta kyselytutkimuksen tuloksissa ei ilmennyt eroja, johtuen siitä että Liikenteen turvallisuusviraston tiedottaminen on valtakunnallista. Esimerkiksi messuille osallistuminen ei keskity vain pääkaupunkiseudulle, vaan ympäri Suomen.

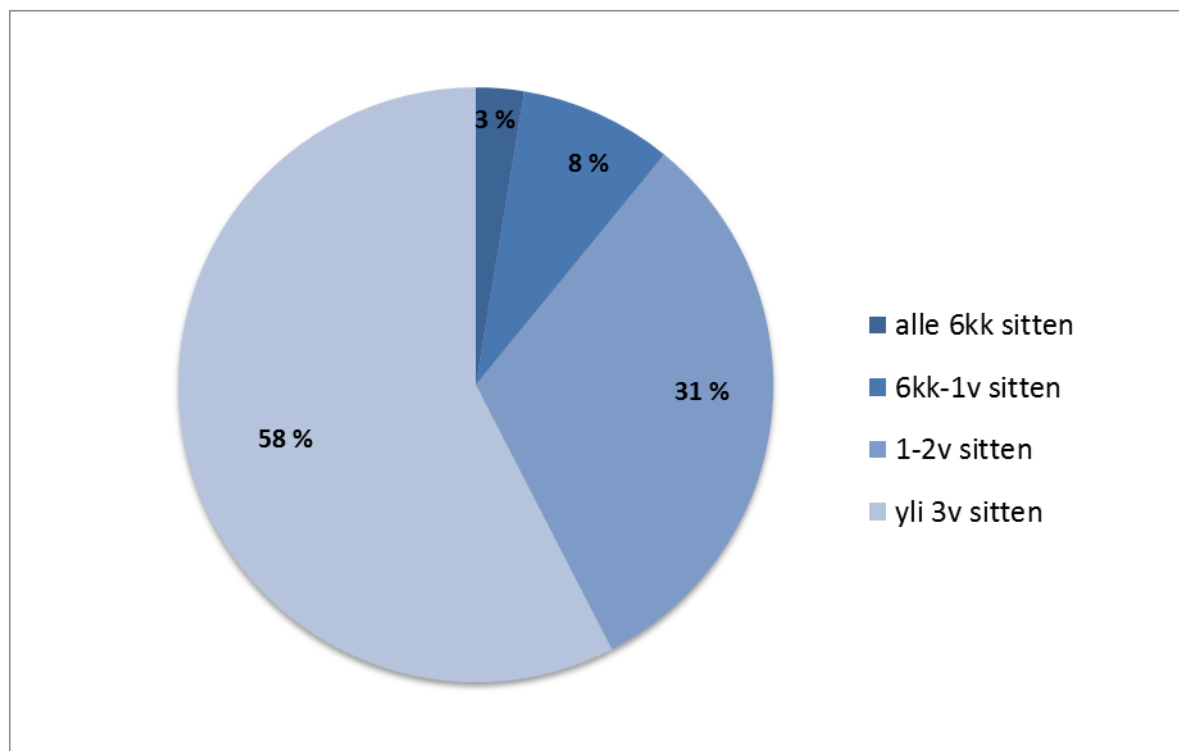


Kuvio 5: Vastaajien asuinpaikkakunta

Kuvio 6 havainnollistaa, milloin vastaajat olivat saaneet tiedon ammattipätevyysvaatimuksesta. Tämän kysymyksen tarkoituksena oli selvittää, kuinka suurelta osin tiedon saaminen jäi aivan viime hetkiin. Lisäksi haluttiin selvittää, millainen osuus vastaajista oli saanut tiedon ammattipätevyysvaatimuksesta jo yli kolme vuotta sitten, joka mahdollistaisi koulutusten väljemmän aikataulutuksen myös yrityksille. Näiden vastaajien osuus oli 58 %, eli hieman yli puolet vastaajista.

Huolestuttavin ryhmä olivat alle 6kk ja 6kk-1v sitten ammattipätevyysvaatimuksesta kuulleet, joiden yhteenlaskettu osuus oli 11 %. Heidän osaltaan kurssien suorittamiselle voi tulla kiire, ja henkilöliikennepuolella toimiville tieto on näiden vastaajien joukossa tullut jopa liian myöhään. Ristiintaulukoimalla vastaajien ajo-oikeus sekä se, milloin he ovat kuulleet ammattipätevyysvaatimuksesta, selvisi, että 15,4 % henkilöliikenteen ajo-oikeuden omaavista kuului ryhmään, joka on kuullut asiasta vasta alle vuosi sitten. Nämä henkilöt ovat vaarassa saada sanktion ilman ammattipätevyyttä ajamisesta, mikäli poliisi pysäyttää heidät tiellä 10.9.2013 jälkeen. Lisäksi heidän osaltaan poliisin tapauskohtaisen harkinnan mukaan kuljetus voi jäädä siihen tai seuraavaan mahdolliseen pysähtymispaikkaan, kunnes paikalle tulee henkilö jolla on voimassaoleva ammattipätevyys. Näiden henkilöiden osalta tiedotus on saattanut epäonnistua, tai sitten koulutusten käyminen on jäänyt henkilön itsensä tai työnantajan toimista joh-

tuen liian myöhäiseksi. Alalla on liikkunut huhu, jonka mukaan ammattipätevyydelle olisi tulossa siirtymäaikaa ennen henkilöliikenteen aikarajaa 10.9.2013. Tähän uskovia on saattanut myös löytyä siitä joukosta, joka ei ole ammattipätevyyskoulutuksia ajallaan suorittanut, joskin heidän osuutensa on todennäköisesti äärimmäisen pieni.



Kuvio 6: Milloin kuultu ammattipätevyysvaatimuksesta?

Tutkimuksessa haluttiin myös selvittää, mikä kanava on ollut tehokkain ammattipätevyydestä tiedottamisessa ja vastauksista (kuvio 7) saatiin hyvin esille parhaimpina tiedotuskanavana erottuvat välineet.

Sisäisen viestinnän tutkimukset ovat osoittaneet, että työkaverit viestintäkanavana on hyvä, sillä vaikka siltä ei paljoa odoteta, on sen toimivuus odotuksiin nähden hyvä. Tiedotuskanavana se on helposti käytettävissä ja hyvin vuorovaikutteinen, joskin sen miinuspuolina voidaan nähdä myös huhujen ja väärin tietojen leviäminen. (Siukosaari 2002, 100.)

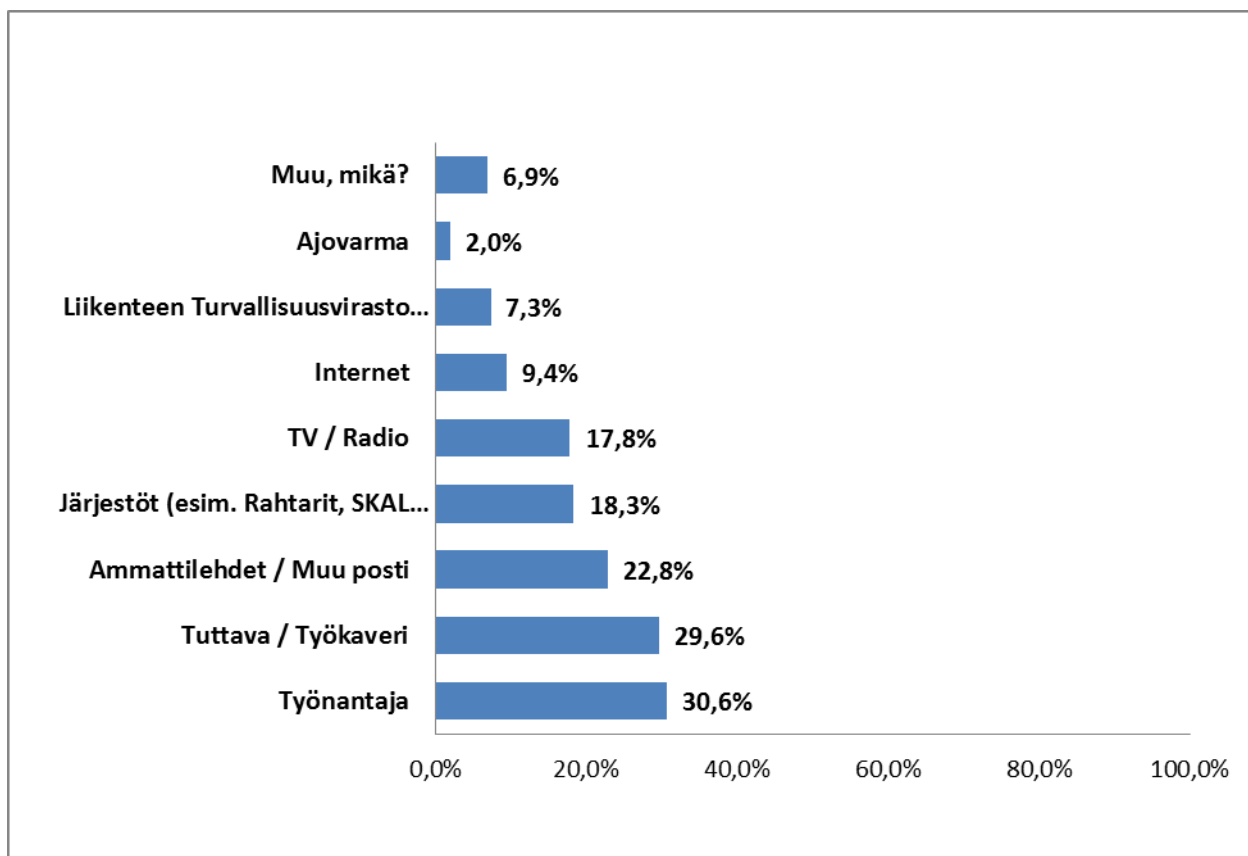
Puskaradio toimii myös aina, jos tietoja joudutaan odottamaan eikä niitä saada ollenkaan tai riittävästi. Viestinnässä tulisi muistaa, että yksilöiden tietotyhjiö täyttyy aina, ja joku täyttää sen kyllä, mikäli tiedottamisesta ei talon oma viestintä tai muu asiasta tietävä taho huolehdi. Puskaradion toiminta on kaikkein vahvinta taloissa, joissa sisäinen tiedotus on vähäistä tai sulkeutunutta. (Siukosaari 2002, 100.)

Tutkimustulosten perusteella suurin vaikutus tiedon leviämässä on ollut työnantajalla ja niin sanotulla puskaradiolla eli tuttavilla ja työkavereilla. Tätä ei kuitenkaan voida pitää varsinaisena alkuperäisenä tiedotuskanavana, sillä myös työnantajat ja vastaajien tuttavat ovat saaneet tiedon jostain kautta, ennen sen levittämistä eteenpäin. Tämän tiedotuskanavan vastausten määrä kuitenkin puoltaa sitä, kuinka paljon tieto leviää suusta suuhun periaatteella samalla alalla toimivien kesken.

TV ja Radio (17,8 %), Järjestöt (18,3 %) sekä ammattilehdet / muu posti (22,8 %) nousivat vastauksista kanaviksi, joiden kautta ammattipätevyysvaatimus on kantautunut vaatimuksen piiriin kuuluville parhaiten. Vastauksissa on jonkin verran limittäisyyttä, sillä esimerkiksi ammattilehdet voivat olla järjestöjen omia lehtiä, jolloin vastaus jakautuisi molempien tiedotuskanavien kesken. Liikenteen turvallisuusvirastolta saadun haastattelun perusteella taas TV ja Radio eivät ole olleet Liikenteen turvallisuusvirastolla tiedotuskanavavalintoina, joten niiden kautta tulleen tiedon näinkin isot prosenttimäärät tulivat hieman yllätyksenä. Asiasta on luultavasti käyty keskustelua muiden tahojen osalta esimerkiksi juuri radiossa ja tämä on auttanut tiedon leviämässä.

Liikenteen turvallisuusvirasto Trafín osuus (7,3 %) taas jäi kyselyssä kolmanneksi pienimmäksi, mutta Trafín osuutta tiedottajana voi olla mukana Ammattilehdet/muu postin (Trafín tiedotteet ja julkaisut) sekä Internetin (Trafín omat verkkosivut) vastauksissa. Vastausten pohjalta voisi olla hyvä panostaa Liikenteen turvallisuusviraston imagoon kuljetusalan uutisista ja muutoista tiedottajana, jotta henkilöille muodostuisi selkeämpi kuva siitä, että Liikenteen turvallisuusvirasto on ensisijainen tiedottaja koskien ammattipätevyyttä ja sieltä löytyy paras tieto myös poikkeustapausten tulkitsemiseen. Lisäksi voisi olla kannattavaa panostaa Liikenteen turvallisuusviraston tunnettuuden lisäämiseen, jotta kuva etäisestä virastosta muuttuisi helpommin lähestyttäväksi.

Vastausvalinta muu, mikä? tuotti vastauksissa muun muassa koulutuslaitokset, autokoulut sekä puolustusvoimat, joista koulutuslaitosten ja autokoulujen osuus oli suurin. Alalla toimivat koulutuslaitokset varsinkin panostavat mainonnassaan ammattipätevyydestä tiedottamiseen, ja ovat omalta osaltaan myös pyrkineet ratkaisemaan haasteita, jotka liittyvät kuljetusalalla toimimattomien yritysten tiedottamiseen. Suomen Ammattiliikenne Akatemia Oy on muun muassa tehnyt yhteistyötä Suomen Yrittäjät Ry:n kanssa levittääkseen tietoa ammattipätevyysvaatimuksesta yhdistyksen jäsenille.



Kuvio 7: Mitä kautta kuulit ammattipätevyysvaatimuksesta?

Ristiintaulukoinnissa vastaajien ikäryhmän kanssa saatiin taulukossa 1 ilmeneviä eroja sen suhteen, mikä ikäryhmä on saanut tiedon mitäkin kautta parhaiten. Esimerkiksi ikäryhmään 18-25 vuotiaat kuuluvilla Internetin osuus tiedonsaantikanavana oli 20,6 % kun vastaavasti ikäryhmään 36-45 vuotta kuuluvilla se oli pudonnut jo puoleen eli 10,9 % ja 45-55 vuotiaiden ryhmään kuuluvilla internetin osuus oli vain 6,2 %. Tämän kaltaiset tulokset antavat suuntaviivoja siitä, mihin alueisiin tulevaisuuden tiedottamisessa kannattaa panostaa, kun väestön ikärakenne on muuttumassa. Internetissä tiedotuskanavana voitaisiin myös hyödyntää muitakin kuin Liikenteen turvallisuusviraston omia nettisivuja, esimerkiksi Facebookia tai kuljettajille suunnattua foorumia, jolloin virasto ei tuntuisi niin kaukaiselta yksittäisten kansalaisten ajattelussa, ja mahdollisia kysymyksiä olisi helpompi esittää.

Vastaavasti ammattilehtien ja muun postin osuus kasvoi sitä suuremmaksi, mitä vanhemmasta kohderyhmästä oli kysymys. 18-25 vuotiaiden kohdalla tämä tiedotuskanava jäi osuudeltaan 9,5 % suuruiseksi kun yli 46 vuotiaiden joukossa sen osuus oli peräti 27,6 %.

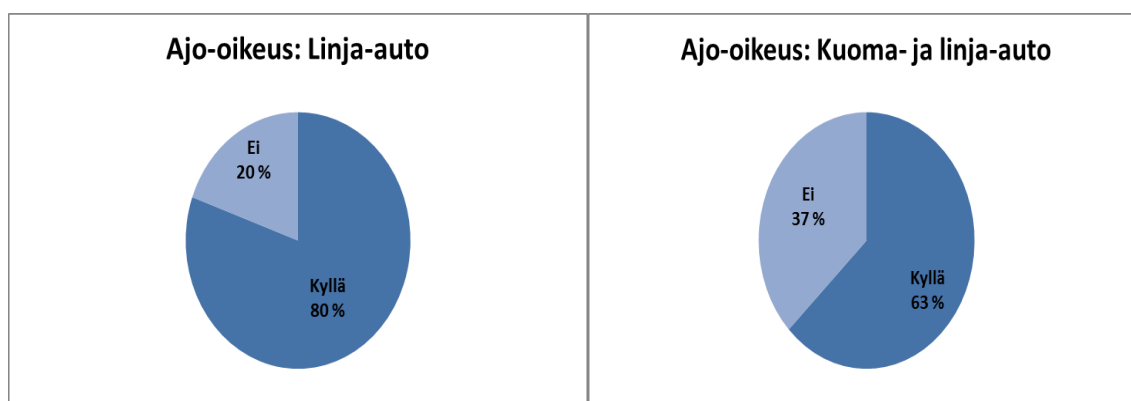
Television ja radion osuus parhaimpana tiedotuskanavana oli suurin 36-45 vuotiaiden keskuudessa, 20,5 %. Tämä ikäryhmä oli myös kyselyyn vastanneista suurin, joten voidaan ajatella suurimman osan alalla olevista kuuluvan tähän ikäryhmään.

	Liikenteen Turvallisuusvirasto Trafi	Järjestöt	Työnantaja	Ajovarma Oy	Internet	TV / Radio	Ammattilehdet / muu posti	Tuttava / työkaveri
18-25v.	7,9%	6,4%	33,3%	1,6%	20,6%	11,1%	9,5%	33,3%
26-35v.	4,7%	21,6%	37,8%	2,0%	12,2%	19,6%	20,3%	30,4%
36-45v.	5,5%	19,6%	29,6%	2,3%	10,9%	20,5%	20,5%	29,1%
46-55v.	11,1%	19,6%	23,6%	1,8%	6,2%	18,7%	27,6%	30,2%
yli 56v.	6,4%	15,7%	34,3%	2,1%	4,3%	13,6%	27,9%	27,1%

Taulukko 1: Tiedotuskanavien jakauma ikäryhmittäin

Tutkimuksessa kysyttiin linja-autonkuljettajille suunnatulla kysymyksellä sitä, ehtivätkö he suorittamaan kaikki viisi koulutuspäivää 10.9.2013 mennessä (kuvio 8). Tätä vastausta käsitellessä linja-autonkuljettajat erotettiin kaikista muista vastauksista ristiintaulukoimalla kysymys ajo-oikeus-kohdan kanssa, jakauma ilmenee kuviossa kahdeksan. Vastaajista, joilla oli vain linja-auton ajo-oikeus, 20 % ei ehtinyt suorittaa ammattipätevyysjatkokoulutusta ennen aikarajan umpeutumista. Käytännössä tämä tarkoittaa sitä, että ryhmään kuuluvat henkilöt voivat saada sanktiot 10.9.2013 jälkeen ajaessaan ajoneuvoa ilman vaadittavaa pätevyyttä ja tästä syystä ovat estyneitä toimimasta henkilöliikenteen kuljetustehtävissä kunnes ammattipätevyyskoulutukset on suoritettu.

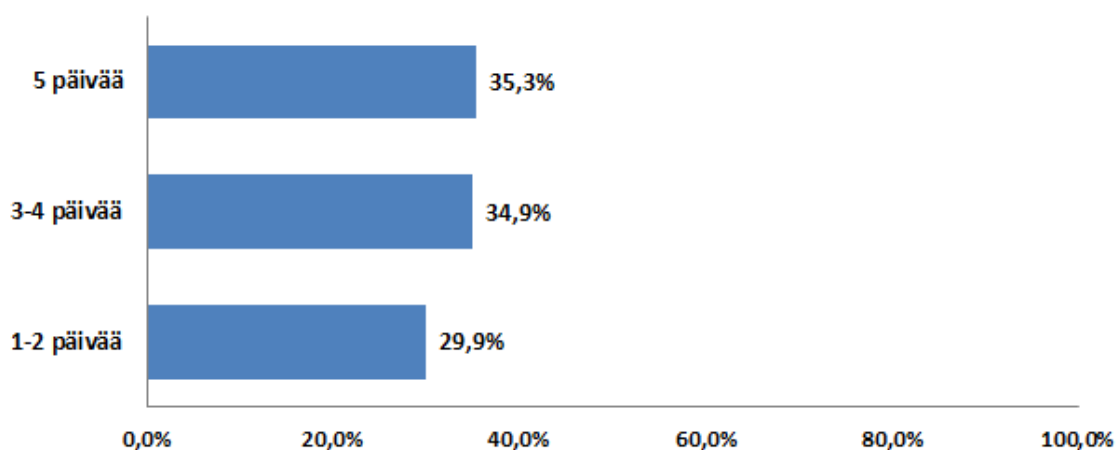
Lisäksi vastauksissa huomioitiin henkilöt, joilla on ajo-oikeus sekä kuorma- että linja-autopuolelle. Näiden henkilöiden ei välttämättä edes tarvinnut suorittaa päiviä 10.9.2013 mennessä. Tällaisia tapauksia ovat esimerkiksi henkilöt, jotka tietävät, etteivät vuoden aikana tule tarvitsemaan henkilöliikennepuolen ajolupaa, jonka vuoksi he voivat hakea ammattipätevyyttä vasta 10.9.2014 samaan aikaan kuorma-autonkuljettajien kanssa.



Kuvio 8: Linja-autonkuljettaja: Ehditkö suorittaa kaikki 5 päivää 10.9.2013 mennessä?

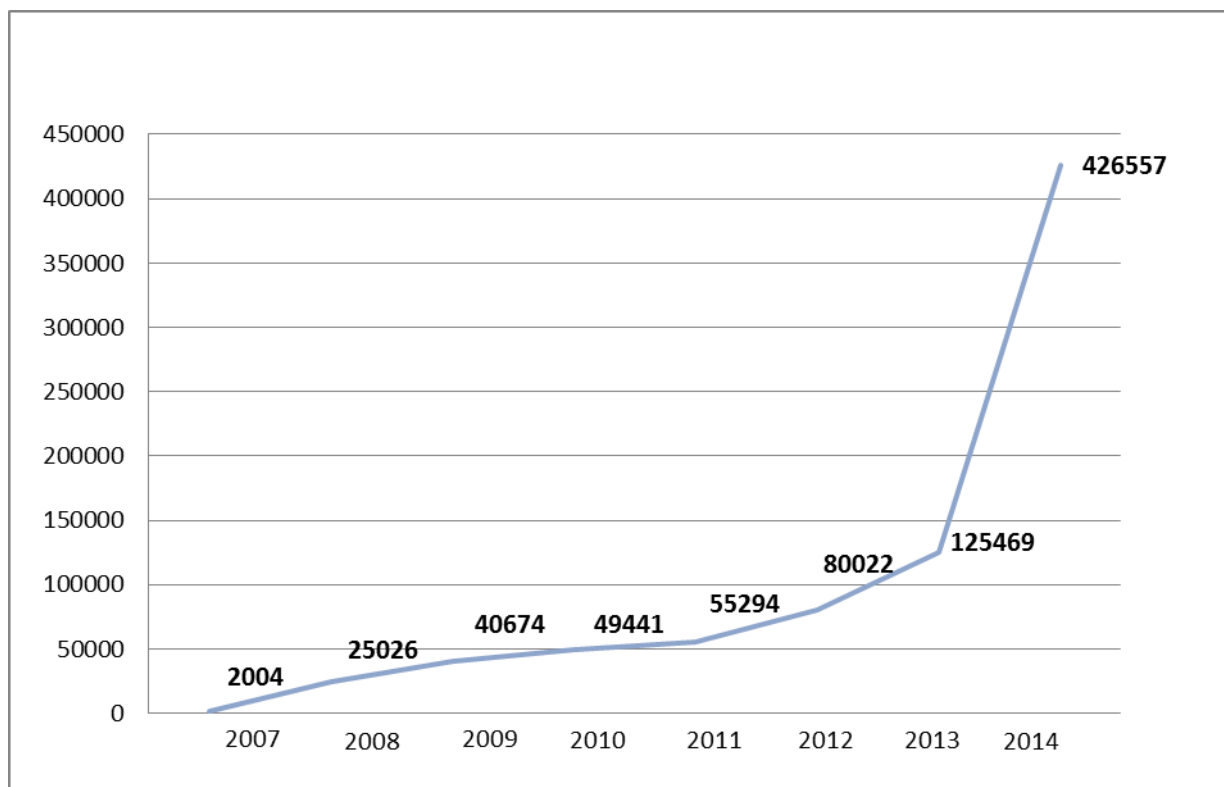
Kuviossa 9 esitellyissä tuloksissa käsitellään erityisesti kuorma-autonkuljettajia, joilta kysyttiin tutkimuksessa, montako päivää heillä on kyselyn hetkellä käytynä. vastaajista eroteltiin henkilöt, jotka ilmoittivat ajo-oikeutekseen kuorma-auton. Tämän ryhmän aikaraja ammattipätevyyden suorittamiselle on 10.9.2014, mikäli ajaa työkseen tai osana työtään. Ammattipätevyyskurssien suorittamisen tulevasta kiireestä ja mahdollisesta myöhäisestä tiedonsaannista indikoi se, että vasta noin 35 % vastaajista oli kaikki viisi päivää suoritettuna.

Jatkokoulutuksen merkintöjen määrän tilanne luonnollisesti elää joka päivä, mutta tilanne tammikuussa, kun aikaa on jäljellä enää maksimissaan kahdeksan kuukautta, kertoo siitä, että monelle kuljettajalle ja työnantajalle tulee todennäköisesti kiire päivien suorittamisessa. Tämä painottaa myös koulutuksista aiheutuvia kustannuksia tuolle puolen vuoden ajanjaksolle, kun tarkoituksena ja yritysten kannalta parasta olisi kustannusten jakautuminen mahdollisimman hyvin koko viiden vuoden periodin ajalle.



Kuvio 9: Kuorma-autonkuljettaja: Montako päivää sinulla on käytynä?

Liikenteen turvallisuusvirasto Trafilta 31.3.2014 saadun tiedon mukaan merkintöjä oli suoritettuna 426 557 kpl kyseisenä päivänä (kuvio 10). Merkintöjen määrän kasvusta laaditussa kuviossa erottuu selkeästi kahden viimeisen vuoden ajalta henkilöliikenteen aikarajan umpeutumisen ja tavaraliikenteen aikarajan lähestymisen 10.9.2014. Merkintöjen kokonaistarpeeksi on arvioitu yli 600 000, mutta tämä on vain yksi arvio monista.



Kuvio 10: Merkintöjen määrä 31.3.2014

5.5 Avointen vastausten tulokset

Kyselyn lopussa vastaajia pyydettiin kertomaan oma mielipiteensä siitä, mikä olisi paras kanava tiedottaa kuljettajia ammattipätevyyteen liittyvissä asioissa. Vastausten jaottelu on esitetty kuviossa 11. Tämä vastauskohta oli sähköisessä kyselyssä tehty pakolliseksi, joskin osa vastasi tällöin esimerkiksi kirjoittamalla pelkän viivan. Suurin osa vastaajista niin paperilomakkeella kuin sähköisessäkin kyselyssä vastasi kuitenkin omalla mielipiteellään toimivasta kanavasta. Useat vastaajista mainitsivat useamman kuin yhden tiedotuskanavan, jonka johdosta vastauksia saatiin 890 kpl, vaikka kyselyyn vastaajia tutkimuksessa oli 801 henkilöä. Vastaukset koottiin Excel-tiedostoon ja jaettiin eniten esiintyneiden mukaan ryhmiin.

Lehdet nousivat tiedotuskanavatoiveissa esiin vahvasti (15,3 %) ja näiden joukossa erityis-maininnan saivat muun muassa järjestöjen ja yhdistysten omat lehdet, joskin myös sanomalehtien kannatus nousi esiin. Erikseen mainittujen kuljetusalan lehtien lisäksi vastauksissa esiintyi Ilta-Sanomien sekä Iltalehti ja Helsingin Sanomat. Kattavuuden kannalta tiedotteet sanomalehdissä voisivat tavoittaa hyvin muut kuin päätoimisesti kuljetusalalla toimivat ja uutisointi lehdissä voisi lisätä ihmisten keskustelua aiheesta, jolloin tieto leviäisi henkilöiltä toisille.

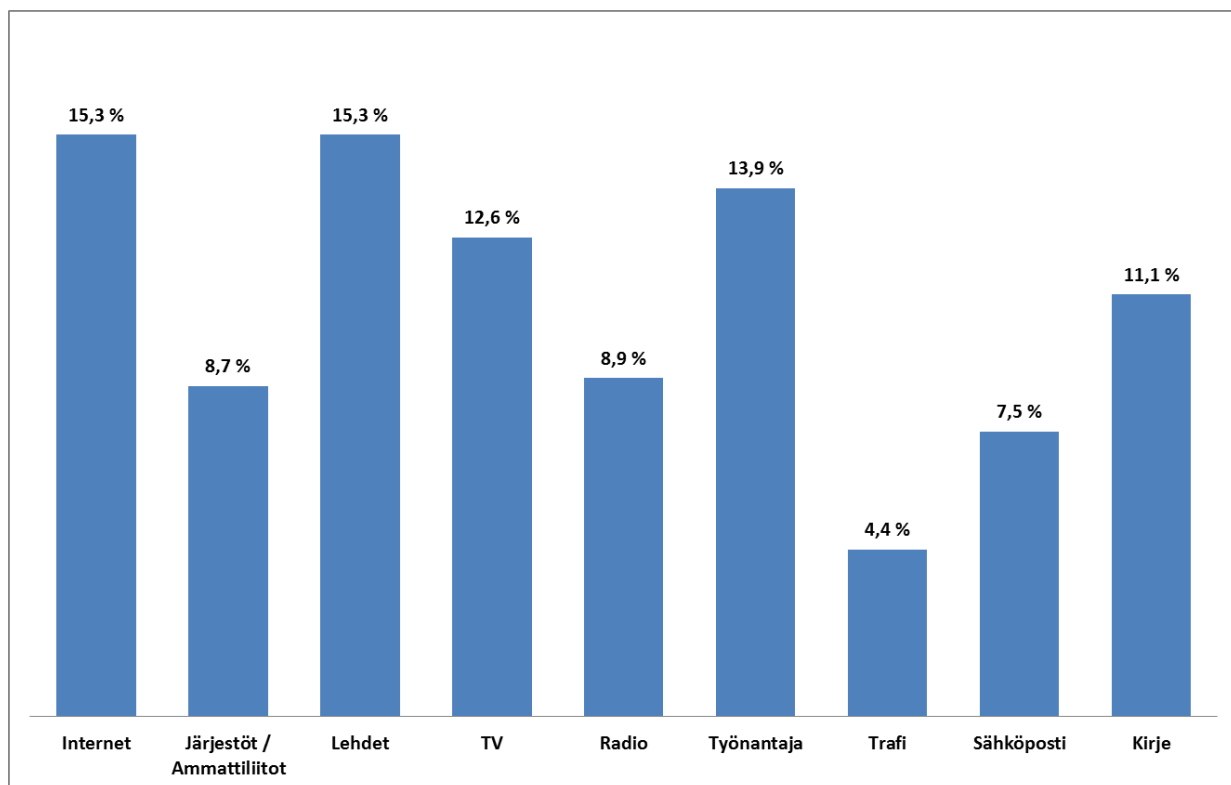
Parhaimpina viestintäkanavana televisiota pitäneet (12,6 %) mainitsivat, että tämänkaltaista pakollisista, suuria ryhmiä koskevista ja valtakunnallisista asioista olisi hyvä kertoa varsinkin uutisissa. Erityisesti klo 19.00 ja klo 22.00 tulevat uutiset oli mainittu useasti. Monet olivat myös esittäneet kysymyksen ”miten tämä ei muka ylitä uutiskynnystä?”

Radio (8,9 %) mainittiin useasti television kanssa samassa yhteydessä. Kuljetusalalla työskentelevät ovat pääsääntöisesti tien päällä, jolloin radiosta tulevalla tiedotuksella olisi suurempi todennäköisyys osua oikeaan kohderyhmään, kuin televisiolla. Sekä radiolla että televisiolla olisi paremmat mahdollisuudet tavoittaa henkilöt, jotka eivät toimi päätoimisina kuljettajina, eivätkä näin ollen kuulu alan järjestöihinkään. Television ja radion yhdistäminen toisi kenties nopeimmin suurimman kattavuuden ja toimisivat ainakin tehokkaasti kiinnostuksen herättäjinä.

Vastaajat, jotka vastasivat parhaaksi kanavaksi Internetin (15,3 %) tarkensivat usein vastaustaan koskemaan muun muassa sosiaalisen median. Näistä taas useimmiten mainittiin Facebook.

Suoralla yhteydenotolla oli kannattajansa vastaajien joukossa, sillä sähköpostitse saatava tiedote oli paras kanava 7,5 % mielestä ja kotiin tuleva kirjeposti 11,1 % mielestä. Yksityishenkilöiden osoitetiedot olisivat saatavissa Liikenteen turvallisuusviraston rekistereistä, mutta tiedotusvälineenä suorapostitus on työläämpi kuin monet muut kanavat. Liikenteen turvallisuusvirasto on lähettänyt tiedotteen ammattipätevyysveloitteesta ajoneuvoverolipun mukana kesällä 2013, mutta tiedotuskanavana tämä ei suuritöisyytensä vuoksi ole kovin kustannustehokas. Lisäksi on mahdollista, että verolipun mukana tulevat esitteet koetaan mainoksiksi, jotka laitetaan suoraan roskiin.

Avointen vastausten pohjalta vastaajien eniten toivomiksi tiedotuskanaviksi nousivat suurimpina Internet, lehdet, TV sekä työnantaja. Näistä kolme ensimmäistä voidaan käsitellä niin sanottuina valtamedioina, joiden kattavuus on valtakunnallista ja siksi parhaiten yhteiskunnalliseen tiedottamiseen soveltuvaa. Työnantajat taas saavat usein tiedon alansa järjestöjen ja sidosryhmien kautta, joten heidän osaltaan panostukset sidosryhmäviestintään ovat eriarvoisen tärkeitä. Tulevaisuuden tiedottamisessa tässä laajuudessa tulisi harkita panostusta valtamedioihin muun tiedotustoiminnan ohella.



Kuvio 11: Mikä olisi mielestäsi paras kanava tiedottaa ammattipätevyyssasioista?

6 Yhteenveto ja johtopäätökset

Ammattipätevyysvaatimuksen piiriin kuuluvien määrä on niin suuri ja koulutusten suorittamisen aikaperiodi niin pitkä, että tiedotusta olisi tehostanut alkuvaiheessa laadittava tarkempi viestintäsuunnitelma. Kohderyhmien määrittely ja jakaminen selkeyttäviin ryhmiin olisivat suurena apuna viestintää suunniteltaessa. Näiden toimenpiteiden pohjalta olisi kenties voinut tehdä tehokkaampaa viestintäkanavien valintaa kohderyhmäkohtaisesti sekä määrittellä kuinka paljon viestinnän resursseista käytetään kunkin viestintäkanavan hallitsemiseen. Analysoimalla kohderyhmiin mukaan myös henkilöt, jotka eivät toimi päätoimisesti kuljettajina, olisi kenties voitu vastata näiden mukanaan tuomaan haasteeseen ja panostettua tehokkaammin viestinnän resursseja tämän kohderyhmän tavoittamiseen. Näistä henkilöistä muodostuu kuitenkin hyvin suuri osa päätoimisesti kuljetustyötä tekevien lisäksi.

Tutkimuksen tuloksista nousi esiin joitakin vastaajien ikään pohjautuvia suuntaviivoja siitä, mikä tiedotuskanava tavoittaa kunkin ikäryhmän parhaiten. Nämä nousivat esiin vastaajien omassa toiveissa siitä, mikä olisi heidän mielestään paras kanava tiedottaa ammattipätevyyteen, ja miksei muuhunkin vastaajien työhön liittyvissä asioissa. Ikäjakauman muuttuessa eläköitymisen myötä, yhä suurempi osa kuljettajistakin kuuluu ryhmään, joka saa tietonsa verkosta tai eri valtamedioista. Suureksi tekijäksi tutkimustuloksissa nousi tiedonsaanti työnanta-

jien sekä tuttavien ja työkavereiden kautta, joten sidosryhmäviestintää esimerkiksi järjestöille on kannattavaa jatkaa tulevaisuudessakin.

Kun kyse on näin suuresta yhteiskunnallisesta asiasta, joka vaikuttaa näinkin suureen määrään ihmisiä, tulisi tulevaisuudessa rohkeammin panostaa valtamedioiden tarjoamiin mahdollisuuksiin tiedottamisessa. Televisiolla ja radiolla on kiistatta vahva asema yhteiskunnallisessa tiedottamisessa ja sitä kautta mahdollisuus levittää tietoa suurille massoille tehokkaasti. Ammattipätevyysvaatimus todennäköisesti laajuudellaan ylittäisi myös uutiskynnyksen, jolloin asiaa tulisi pitää esillä esimerkiksi televisiouutisoinnilla sekä radiokanavilla tasaiseen tahtiin vuosittain.

7 Oman oppimisen arviointi

Opinnäytetyön tekeminen tuntui äärimmäisen innostavalta, sillä olen hoitanut työkseni ammattipätevyyskoulutuksiin liittyviä asioita lain voimaantulosta saakka. Tästä johtuen olen kerännyt siitä laajan kokemuksen niin työn, koulutusten, yhdistystoiminnan kuin ”kentältä kuulujen” kokemustenkin pohjalta.

Viestintä ja yhteiskunnallinen tiedottaminen oli minulle teorioiltaan hieman vieraampaa aluetta, jonka takia koin perehtymisen näiden teorioihin erittäin mielenkiintoisena. Itselleni tutujen ja vieraampien asioiden yhdistäminen kattavaksi kokonaisuudeksi toi työhön haastetta ja kasvatti omaa osaamistani. Varsinkin tiedottamisen kanavavalintojen ja kohderyhmien jaottelun tärkeyden osalta koin oppineeni paljon viestinnän haasteista ja viestintäsuunnitelman sekä muun pohjatyön tärkeydestä.

Toimeksiantajani Liikenteen turvallisuusvirasto Trafín osalta sain hyvin koottua materiaalia ja julkaisuja ammattipätevyydestä tiedottamisesta. Oli ilo tehdä opinnäytetyötä organisaatiolle, joka oli aktiivisesti mukana kyselylomakkeen muokkaamisessa sekä muussa tiedonannissa. Olen myös kiitollinen siitä, että sain tutkimukseen mukaan eri koulutuslaitoksia, jotka jakoi kyselylomaketta omilla koulutuspäivillään. Kyselyyn vastanneiden henkilöiden osalta yllätyin suuresti siitä, kuinka moni kyselyyn vastanneista pyysi minua ilmoittamaan, kun työ olisi luettavissa verkosta. On aina positiivista huomata ihmisten kiinnostus kaikkeen omaan alaansa liittyvään.

Lähteet

Castells, M. 2013. Communication Power. 2nd edition. United States of America: Oxford University Press.

Forsgård, C & Frey, J. 2010. Suhde. Sosiaalinen media muuttaa johtamista, markkinointia ja viestintää. Vantaa: Hansaprint.

Gregory, A. 2010. Planning and managing public relations campaigns. A Strategic Approach. 3rd edition. United Kingdom: Kogan Page Limited.

Heikkilä, T. 2008. Tilastollinen tutkimus. Helsinki: Edita Prima.

Hämäläinen, V. & Maula, H. 2004. Strategiaviestintä. Keuruu: Otavan Kirjapaino.

Högström, A. 2002. Yhteiskunnallinen viestintä. Tampere: Tammer-Paino.

Ikävalko, E. 1999. Käytännön tiedottaminen. Yhteisöviestinnän käsikirja. 4. painos. Jyväskylä: Gummerus Kirjapaino.

Juholin, E. 2009. Communicare! Viestintä strategiasta käytäntöön. 5. uudistettu painos. Porvoo: WS Bookwell.

Kantor, I. 2007. Median ja yrityksen vuoropuhelu. Helsinki: Gummerus Kirjapaino.

Karjalainen, L. 2010. Tilastotieteen perusteet. Keuruu: Otavan Kirjapaino.

Korhonen, N. & Rajala, R. 2011. Viestinnän prosessointi. Hämeenlinna: Kariston Kirjapaino.

Koskela, L., Koskinen, J. & Lankinen, P. 2007. Viestintä Verkostoissa ja innovaatioissa. Juva: WS Bookwell.

Pohjanoksa, I., Kuokkanen, E. & Raaska, K. 2007. Viesti verkossa. Digitaalisen viestinnän käsikirja. Juva: WS Bookwell.

Siukosaari, A. 2002. Yhteisöviestinnän opas. 2. tarkistettu painos. Helsinki: Hakapaino.

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

Åberg, L. 2002. Viestinnän strategiat. 3. painos. Helsinki: Inforviestintä.

Åberg, L. 2006. Johtamisviestintää! Esimiehen ja asiantuntijan viestintäkirja. Helsinki: Inforviestintä.

Sähköiset lähteet

Ajovarma Oy. Kuorma- ja linja-autonkuljettajan ammattipätevyys. Viitattu 13.11.2013.
<http://www.ajovarma.fi/ammattiliikenne/Sivut/kuorma-ja-linja-autonkuljettajan-ammattipatevyys.aspx>

Automerkit.fi. 2009. AKE:n tilalle uusi virasto TraFi. Viitattu 20.1.2014.
<http://www.automerkit.fi/uutiset/muut-uutiset/artikkelit/aken-tilalle-uusi-virasto-trafi.html>

Driving Standards Agency. 2013. Driver certificate of professional competence interim evaluation. Viitattu 11.4.2014.
<https://www.gov.uk/government/publications/driver-certificate-of-professional-competence-interim-evaluation>

Helsingin Seudun Linja-autohenkilökunta Ry. 2014. Kuljettajan ammattipätevyyskortin hakeminen jatkokoulutuspäivien suorittamisen jälkeen. Viitattu 14.1.2014.
<http://www.akt009.fi/ajankohtaista/kuljettajan-ammattipatevyyskortti/>

Kuljetus & Logistiikka. 2012. Lisää naisia raskaan kaluston ratin takana. Viitattu 8.1.2014.
<http://www.kuljetusjalogistiikka.com/2012/11/22/lisaa-naisia-raskaan-kaluston-ratin-takana/>

L 16.3.2007/273. Laki kuorma- ja linja-autonkuljettajien ammattipätevyydestä. Valtion säädöstietopankki Finlex, ajantasainen lainsäädäntö. Viitattu 5.1.2014.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/ajantasa/2007/20070273>

L 273/2007. Laki kuorma- ja linja-autonkuljettajien ammattipätevyydestä. Valtion säädöstietopankki Finlex, ajantasainen lainsäädäntö. Viitattu 8.1.2014.
<http://www.finlex.fi/fi/laki/alkup/2007/20070273>

Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi. 2011. On aika suunnitella ammattipätevyyden jatkokoulutuksen ajankohta. Viitattu 3.1.2014.
http://www.trafi.fi/tietoa_trafista/ajankohtaista/1366/on_aika_suunnitella_ammattipatevyyden_jatkokoulutuksen_ajankohta

Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi. 2012. Ammatillisen liikenteen ammattipätevyyden jatkokoulutus hyvä hankkia ajoissa. Viitattu 3.1.2014.
http://www.trafi.fi/tietoa_trafista/ajankohtaista/1782/amatillisen_liikenteen_ammattipatevyyden_jatkokoulutus_hyva_hankkia_ajossa

Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi. 2014a. Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi. Viitattu 4.1.2014.
http://www.trafi.fi/tietoa_trafista

Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi. 2014b. Trafín toimintaa vuonna 2013. Viitattu 4.1.2014.
http://www.trafi.fi/tietoa_trafista/vuosikatsaus

Mainostajien liitto. 2014. Mainostajan hakemisto. Viitattu 13.4.2014.
<http://www.mainostajanhakemisto.fi/?nayta=2674&haku=y&termi=>

Puolustusvoimat. 2011. Kuljettajakoulutus antaa ammatin. Viitattu 9.4.2014.
<http://www.puolustusvoimat.fi/wcm/SU+Puolustusvoimat.fi/Puolustusvoimat.fi/Puolustusvoimat/Varusmiehille/Erikoisjoukot+ja+erityistehtavat/kuljettajakoulutus/kuljettajakoulutus>

Rahkala, M. 2009. Messut markkinointiviestinnän keinona. Viitattu 9.4.2014.
<http://hyve.turkuamk.fi/?sivu=30101>

SKAL Ry. 2013. SKAL ja ALT: Kuljetusalaa uhkaa työvoimapula - nuorille lisää koulutuspaikkoja. Viitattu 11.4.2014.
http://www.skal.fi/koulutus/skal_n_koulutus uutiset/skal_ja_alt_kuljetusalaa_uhkaa_tyovoimapula_nuorille_lisaa_koulutuspaikkoja.9886.news

VirtuaaliAMK. Mitta-asteikko. Viitattu 30.1.2014.
<http://www2.amk.fi/mater/tutkimusmenetelmat/kvantitat/kuvailu/mitta.htm>

Wood, R. 2013. What is Driver CPC and do you comply?. Viitattu 28.10.2013.
<http://rospaworkplacesafety.com/2013/01/29/what-is-driver-cpc/>

Julkaisemattomat lähteet

Rytilahti, J. 2014. Opinnäytetyö ammattipätevyys, poliisin valvonta. anna.vilen@liikenneakatemia.fi. 29.3.2014.

Uotila, E. Viestintäpäällikkö. Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi. sähköpostihaastattelu 18.3.2014.

Vasarainen, M. 2013. ALT, Autoliikenteen työnantajaliitto Ry. Ajankohtaista EU:ssa. Powerpoint-diat. Saatu Ammattipätevyyskouluttajat Ry:ltä 6.11.2013.

Kaaviot

Kaavio 1: Liikenteen turvallisuusvirasto Trafin organisaatio.....	19
---	----

Kuviot

Kuvio 1: Viestinnän eri tehtävät.....	15
Kuvio 2: Ajo-oikeus	31
Kuvio 3: Vastaajien ikäjakauma	32
Kuvio 4: Vastaajien sukupuolijakauma	33
Kuvio 5: Vastaajien asuinpaikkakunta	34
Kuvio 6: Milloin kuulit ammattipätevyysvaatimuksesta?	35
Kuvio 7: Mitä kautta kuulit ammattipätevyysvaatimuksesta?	37
Kuvio 8: Linja-autonkuljettaja: Ehditkö suorittaa kaikki 5 päivää 10.9.2013 mennessä?... ..	38
Kuvio 9: Kuorma-autonkuljettaja: Montako päivää sinulla on käytynä?.....	39
Kuvio 10: Merkintöjen määrä 31.3.2014	40
Kuvio 11: Mikä olisi mielestäsi paras kanava tiedottaa ammattipätevyysasioista?.....	42

Taulukot

Taulukko 1: Tiedotuskanavien jakauma ikäryhmittäin	38
--	----

Liitteet

Liite 1. Kyselylomake: Ammattipätevyyden jatkokoulutus.....	51
Liite 2. Haastattelukysymykset.....	52

Liite 1. Kyselylomake: Ammattipätevyyden jatkokoulutus

**KYSELY:
AMMATTIPÄTEVYYDEN JATKOKOULUTUS**

Ajo-oikeus:	Ikä:	Sukupuoli	Asuinpaikkakunta
<input type="checkbox"/> Kuorma-auto	<input type="checkbox"/> 18-25	<input type="checkbox"/> Nainen	_____
<input type="checkbox"/> Linja-auto	<input type="checkbox"/> 26-35	<input type="checkbox"/> Mies	_____
<input type="checkbox"/> Molemmat	<input type="checkbox"/> 36-45		
	<input type="checkbox"/> 46-55		
	<input type="checkbox"/> yli 56		

Milloin kuulit kuorma- ja linja-autonkuljettajien ammattipätevyysvaatimuksesta?

<input type="checkbox"/>	alle 6kk sitten
<input type="checkbox"/>	6kk-1v sitten
<input type="checkbox"/>	1-2v sitten
<input type="checkbox"/>	yli 3v sitten

Mitä kautta kuulit kuorma- ja linja-autonkuljettajien ammattipätevyysvaatimuksesta?

(Lue kaikki vaihtoehdot läpi ennen vastaamista, valitse enintään 2 kohtaa)

<input type="checkbox"/>	Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi
<input type="checkbox"/>	Järjestöt (esim. Rahtarit, SKAL tms.)
<input type="checkbox"/>	Työnantaja
<input type="checkbox"/>	Ajovarma
<input type="checkbox"/>	Internet
<input type="checkbox"/>	TV / Radio
<input type="checkbox"/>	Ammattilehdet /muu posti
<input type="checkbox"/>	Tuttava /työkaveri
<input type="checkbox"/>	Muu, mikä _____

Linja-autonkuljettaja:

Ehditkö suorittaa kaikki 5 jatkokoulutuspäivää 10.9.2013 mennessä?

Kyllä En

Jos et, miksi?

Kuorma-autonkuljettaja:

Montako päivää sinulla on käytynä?

1-2 3-4 5

Mikä olisi mielestäsi paras kanava tiedottaa kuljettajia ammattipätevyyteen liittyvissä asioissa?

Kiitos!

Tutkimus tehdään TraFin viestintäosastolle opinnäytetyönä.

Kaikki vastaukset käsitellään luottamuksellisesti ja vastaajan taustatiedot kysytään vain vastausten tilastollista käsittelyä varten.
Lisätietoja kyselystä: Anna Vilén p. 050 569 7726/ anna.vilen@student.laurea.fi

Liite 2. Haastattelukysymykset

Haastattelukysymykset
Liikenteen turvallisuusvirasto Trafi
Viestintäpäällikkö Elina Uotila
Sähköpostihaastattelu, lähetetty 18.3.2014

1. Millainen oli kohderyhmän arvioitu koko ja koostumus alkuvaiheessa?
2. Tehtiinkö alussa viestintäkanavien valintaa?
3. Kenelle tietoa lähdettiin ensimmäisten joukossa jakamaan?
4. Mitkä ovat Liikenteen Turvallisuusviraston keskeisimmät sidosryhmät?
5. Mitä keinoja Liikenteen Turvallisuusvirasto käyttää sidosryhmien viestinnässä (sähköposti, kasvatusten, julkaisut, yhteistyö tms.?)
6. Käytettiinkö suoraa viestintää ammattipätevyyden piiriin kuuluville yksityisille henkilöille, ja jos niin millaista? Olisiko tätä kanavaa voinut hyödyntää enemmän perustuen ajokorttirekisteristä saataviin tietoihin?
7. Mitkä viestintäkeinot ovat osoittautuneet kustannustehokkaimmiksi/parhaimmiksi?
8. Mitä ongelmakohtia tai haasteita on noussut tiedottamisessa?
9. Onko mietitty erityisesti mitä kautta tieto menisi henkilöille, jotka eivät varsinaisesti ole kuljetusalalla, mutta kuuluvat silti ammattipätevyyden piiriin (LVI-asentajat, maalarit, puusepät jne.) Onko heistä arvioitua määrää?
10. Onko sosiaalista mediaa hyödynnetty tiedottamisessa tai internetiä muuten kuin Trafim omien nettisivujen muodossa?
11. Onko asiasta ollut televisiouutisissa tai radiossa, onko pyritty pääsemään näihin?
12. Ovatko messut olleet suuressa roolissa ja onko niiden hyödyllisyys tiedottamisessa ollut hyvä?
13. Voivatko yksilöt kontaktoida ammattipätevyyden jatkokoulutukseen liittyvissä henkilöissä suoraan Liikenteen turvallisuusvirastoa, esim. poikkeustapausten selvittely?
14. Onko kurssien suorittamistahti kiihtynyt 10.9.2014 läheystyessä? Millainen on arvio kokonaistilanteesta tällä hetkellä?