



Satakunnan ammattikorkeakoulu
Satakunta University of Applied Sciences

KATRI RUKANEN

Intranetin uudistaminen käyttäjälähtökohtaisesta näkökulmasta: Case Polarteknik Oy

KANSAINVÄLISEN KAUPAN TUTKINTO-OHJELMA
2022

Tekijä(t) Rukanen Katri	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä kesäkuu 2022
	Sivumäärä 48	Julkaisun kieli Suomi
Julkaisun nimi Intranetin uudistaminen käyttäjälähtökohtaisesta näkökulmasta: Case Polarteknik Oy		
Tutkinto-ohjelma Kansainvälinen kauppa		
Tiivistelmä <p>Case yritys Polarteknik Oy, jonka pääkonttori on Huittisissa, suunnittelee ja valmistaa raidekalustoon tarkoitettuja ovijärjestelmiä, jotka kustomoidaan asiakaskohtaisesti kansainvälisten vaatimusten mukaan. Tämä opinnäytetyö tehtiin case-yrityksen kanssa yhteistyössä. Tarkoituksena oli kartoittaa koko henkilöstön suhtautuminen yrityksen nykyiseen intranettiin ja löytää parannusehdotuksia siihen, kun intranet tullaan päivittämään. Opinnäytetyössä tutkittiin teorian pohjalta millaisia mahdollisuuksia ajantasainen ja toimiva intranet tuo yritykselle.</p> <p>Opinnäytetyötä varten teetettiin kysely työntekijöillä. Kyselyn tulosten arvioinnin jälkeen todettiin, että nykyisessä intranetissä on paljon hyvää, mutta myös kehitysehdotuksia löydettiin ja saatiin tietää mikä työntekijöiden mielestä intranetissä on tärkeää.</p> <p>Erääseen keskeiseen parannusehdotukseen päästiin, kun huomattiin, että melkein puolet kyselyyn vastanneista koki turvallisuusohjeet puutteellisiksi. Toinen huomioonotettava muutosehdotus lähti siitä, etteivät kaikki intranettiä käyttävä työntekijät löytäneet sieltä tarvitsemaansa tietoa työhönsä liittyen. Nämä edellä mainitut ehdotukset, sekä muut Polarteknikille annetut ehdotukset löytyvät opinnäytetyön lopusta.</p>		
Asiasanat Kysely, intranet, kehittäminen, SharePoint, sisäinen viestintä		

Author(s) Rukanen, Katri	Type of Publication Bachelor's thesis	Date June 2022
	Number of pages 48	Language of publication: Finnish
Title of publication Renewing the Intranet from a user perspective: Case Polarteknik Oy		
Degree program International trade		
<p>Abstract</p> <p>Case company Polarteknik Oy, headquartered in Huittinen, designs, and manufactures door systems for rolling stock, which are customized according to the customers international requirements of the customers. This thesis was done in collaboration with the case-company. The purpose was to map out the attitude of the entire staff to the company's current intranet and to find suggestions for improvement when the intranet will be updated later on. The thesis was based on theory and investigated the opportunities that up - to - date and functional intranets bring to the company.</p> <p>A survey was conducted for this thesis. After evaluating the results of the survey, it was apparent that there is a lot of good in the current intranet, but development suggestions were also given, and it became clear what employees think is important on the intranet.</p> <p>One key suggestion for improvement was reached when it was found out that almost half of the respondents felt that the safety instructions were deficient or not found in the intranet. The second amendment to be taken into account was based on the claim premise that not all employees using the intranet could find the information they needed about their work. These above-mentioned proposals, as well as other proposals submitted to Polarteknik, can be found at the end of the thesis.</p>		
<p><u>Key words</u> Questionnaire, intranet, development, SharePoint, internal communication</p>		

ALKUSANAT

Tämä opinnäytetyö tehtiin Polarteknik Oy:lle. Opinnäytetyö toteutettiin alkuvuonna 2022. Työ tarjosi sopivasti haasteita ja antoi paljon uutta tietoa niin itselleni kuin myös yritykselle. Haluan kiittää toimeksiantajaani Polarteknik Oy:ta ja sen koko henkilöstä. Erityinen kiitos Heli Laukkaselle opinnäytetyön ohjaamisesta case-yrityksessä. Kiitos myös Satakunnan Ammattikorkeakoulun lehtori Marina Wikmanille opinnäytetyöni ohjauksesta.

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	6
1.1 Kohdeyrityksen esittely	6
2 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TAVOITE	8
2.1 Tarkoitus	8
2.2 Tavoite	9
3 SISÄINEN VIESTINTÄ.....	9
4 INTRANET.....	11
4.1 Intranetin esittely ja hyödyt	11
4.2 Intranetin haasteet	12
4.3 Intranet, internet, extranet	13
4.4 Sharepoint	13
5 METODOLOGIA	14
6 KYSELYT JA NIIDEN TEKEMINEN	14
7 KYSELYN ESITTELY	15
7.1 Esittelyä	15
7.2 Kysymysten tavoite	16
8 KYSELYN TULOKSET	17
8.1 Peruskysymykset	17
8.2 Avoimet kysymykset	22
8.2.1 Osio 1.	23
8.2.2 Osio 2.	23
8.3 Strukturoidut kysymykset	24
8.4 Nykytilanne vs. tilanne päivityksen jälkeen	26
8.5 Vastaaajien mielipiteet intranetistä	32
8.5.1 Nykyisen intranetin hyvät puolet	32
8.5.2 Nykyisen intranetin huonot puolet	33
8.5.3 Vastaaajien ehdotuksia	33
9 JOHTOPÄÄTÖS JA POHDINTA.....	34
10 EHDOTUKSET INTRANETIN SUUNNITTELIJOILLE.....	35

LÄHTEET

LIITTEET

1 JOHDANTO

Toimiva ja tarkoituksenmukainen intranet on jokaiselle yritykselle hyödyllinen väline päivittäiseen tiedon jakamiseen. Tässä opinnäytetyössä kerrotaan case-yritys Polarteknikin intranetistä ja siitä, miten toimivaksi yrityksen työntekijät kokevat nykyisen intranetin. Polarteknik suunnittelee intranettinsa päivittämistä ja haluaa kuulla työntekijöiltänsä käyttäjälähtökohtaisen mielipiteen siitä, mitä toivovat uudelta intranetiltä. Olen Polarteknikillä töissä ja työssäni olen paljon tekemisissä yrityksen intranetin kanssa, joten tämä aihe on sopiva minulle kokemukseni, osaamiseni ja koulutukseni kannalta.

Yhdessä case-yrityksen johdon ja siellä olevan opinnäytetyön ohjaajani kanssa keskustelimme ja suunnittelimme minun teetättävän kyselyn Polarteknikin työntekijöille. Kyselytutkimuksella haluttiin kartoittaa laajasti jokaista intranetin osa-aluetta teemmättä kyselyä kuitenkin liian laajaksi, jotta siihen vastaaminen olisi mielekästä ja saataisiin mahdollisimman korkea vastausprosentti. Kysymykset pohjautuvat teoriatietoon intraneteistä ja yrityskohtaisiin käsitteisiin. Kyselyssä oli mahdollista kertoa omin sanoin mielipiteitään ja antaa kehitysehdotuksia.

Polarteknik teetättää ulkopuolisella firmalla intranetin päivityksen ja päivitystä suunnitellessa otetaan huomioon tämän opinnäytetyön tulokset. Tästä opinnäytetyöstä voivat hyötyä myös muut yritykset, jotka suunnittelevat oman intranettinsa päivittämistä ja haluavat kuulla työntekijöidensä mielipiteet. Kysely toteutettiin Google Forms-lomakkeella, joka jaetaan kaikille Polarteknikin ja sen sisaryhtiön Pimaticin työntekijöille sähköpostilla.

1.1 Kohdeyrityksen esittely

Case yritykseni tässä opinnäytetyössä on Polarteknik Oy, mutta koska Pimatic Oy ja Polarteknik Oy ovat sisaryhtiöitä ja toimivat pääosin samoissa tiloissa ja jakavat tällä

hetkellä osan henkilöstöstä kuten talousosaston ja henkilöstöhallinnon. Pimatic ja Polarteknik jakavat myös intranetin, minkä vuoksi otan molemmat huomioon opinnäytetyössä, sillä molemmat yhtiöt hyötyvät tästä opinnäytetyöstä.

Vuonna 2016 Polarteknik Oy aloitti toimintansa eriytymällä PMC Polarteknik Oy Ab:sta. Pimatic aloitti toimintansa jo 1970-luvulla, mutta monien omistajamuutosten ja nimenvaihdosten jälkeen Pimatic aloitti toimintansa taas omana yhtiönään osittaisjakautumalla Polarteknik Oy:sta vuonna 2019. (Pimatic, 2022.) Polarteknikin ja Pimaticin emoyhtiö on ruotsalainen Dacke Industri AB, jonka omistaa Nordstjernan AB. (Polarteknik, n.d.)

Polarteknik Oy suunnittelee ja valmistaa raidekalustoon tarkoitettuja ovijärjestelmiä. Ovijärjestelmät kustomoidaan aina asiakaskohtaisesti kansainvälisten vaatimusten mukaisesti. Yhtiö on Euroopan johtava rautatiekaluston ovijärjestelmien toimittaja. (Polarteknik, n.d.)

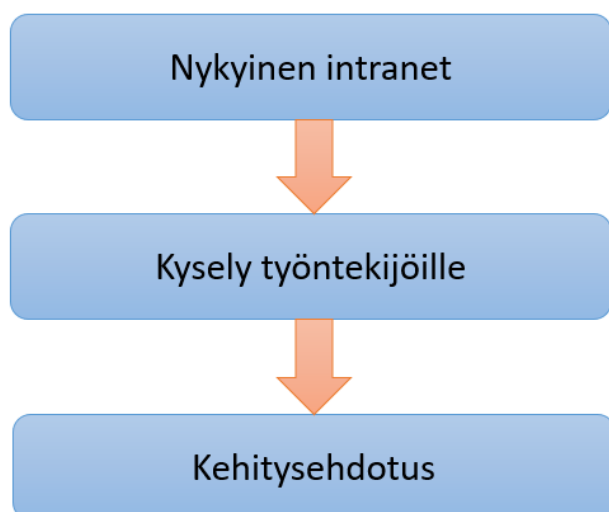
Polarteknikillä on toimipisteet Huittisissa, Sastamalassa ja Pirkkalassa. Näistä tuotantoa on Huittisissa ja Sastamalassa. Vuoden 2020 alussa Polarteknik osti tytäryhtiönsä Polarteknik UK Ltd kautta Train Door Solutions Ltd:n. (Polarteknik, n.d.)

Pimatic Oy kehittää, valmistaa, toimittaa ja huoltaa sovelletun pneumatiikan ja matalapainehydrauliikan komponentteja ja toimilaitteita, joita käytetään esimerkiksi teollisuuden, kuljetusalan ja prosessiteollisuuden toimintaan. Pimaticillä on toimipisteet Huittisissa, Pirkkalassa ja Vantaalla. Tuotannotilat sijaitsevat Huittisissa samoissa tiloissa, kun Polarteknikin tuotanto. (Pimatic, n.d.)

2 TUTKIMUKSEN TARKOITUS JA TAVOITE

2.1 Tarkoitus

Opinnäytetyön tarkoitus on löytää selvät epäkohdat nykyisessä intranetissä. Jotta tähän päästään on tarkoituksena teetättää yrityksen työntekijöillä kysely ja analysoitujen tulosten perusteella tehdä niistä kehitysehdotus uuden intranetin suunnittelijoille. Kyselyn avulla on myös mahdollista selvittää mikä nykyisessä intranetissä on jo hyvää ja mitä halutaan säilyttää, kun uutta intranettiä luodaan.



(Kaavio 1. Viitekehys. Havainnekuva prosessista)

Case yrityksellä on jo käytössään intranetti, joka sinänsä toimii, mutta jota haluttaisiin parantaa ja nykyaikaistaa. Kaaviosta 1. nähdään, että intranetin parantamiseksi teetetään kysely koko henkilöstölle. Kyselyyn tulleista vastauksista kootaan yhteenveto ja vastaukset analysoidaan, jotta voidaan raportoida intranettiä päivittävällä työryhmälle ja yrityksen johdolle, mistä asioista nykyisessä intranetissä pidetään, mitä halutaan viedä mukanaan uuteen intranettiin, mitä ei kaivata, mistä olisi työntekijöille hyötyä ja missä on puutteita. Kehitysehdotus löytyy tämän opinnäytetyön lopusta.

2.2 Tavoite

Opinnäytetyön tavoite on kartoittaa käyttäjälähtökohtaisesta näkökulmasta, mitä käyttäjät haluaisivat pitää vanhasta intranetistä, mitä uutta he kaipaavat uudistettuun intranettiin ja mitä eivät kaipaa enää tai mitkä asiat siellä eivät palvelleet heidän tarpeitaan. Tavoitteena on saada case-yritykselle sellainen intranet, jota kaikki työntekijät haluat ja pystyvät käyttämään. Seuraavaksi käydään läpi neljä keskeistä kysymystä kyselylomakkeesta.

Kyselyssä kysyttiin vastaajilta mitä tietoa he hakevat intranetistä. Tämä on hyvä peruskysymys, jolla päästään kuitenkin niin sanotusti pintaa syvemmälle ja saadaan kuulla mikä heidän mielestään on intranet-haun arvoista. Samaan tyyliin kysyttiin mitä tietoa haluaisit, että intranetistä löytyisi. Tämä koskee siis tietoa, jota siellä ei tällä hetkellä ole, mutta mistä olisi eri osaston työntekijöille hyötyä. Tästä saadaan mahdollisia kehitysehdotuksia päivitystä tekevälle tiimille.

Tavoitteena on saada käyttäjälähtöinen näkökulma nykyisestä intranetistä. Ainoastaan kartoittamalla mikä tilanne on nyt, voidaan alkaa miettiä miten tulevaisuudessa pitäisi parantaa. Kyselyssä kysyttiin intranetin hyviä ja huonoja puolia. Näihin sai vastata kvalitatiivisesti, eli kyselyt olivat muodoltaan avoimia kysymyksiä. Hyviä puolia Polarteknikin intranetistä pyritään säilyttämään seuraavaan intranettiin ja parantamaan entisestään siinä määrin, kun tarpeelliseksi koetaan. Vastaajien mainitsemia huonoja puolia pyritään arvioimaan ja tarvittaessa poistamaan, jotteivät ne vie tilaa tai aiheuta sitä, ettei intranettiä käytetä.

3 SISÄINEN VIESTINTÄ

Tämä opinnäytetyö koskee pitkälti sisäistä viestintää ja siinä samassa intranettiä. Intranetti on sisäisen viestinnän työkalu, jonka tärkeys korostuu erityisesti nykyään, kun työpaikoilla siirrytään hybridimalleihin ja niin sanotut käytäväkeskustelut ja paikan päällä järjestettävät kokoukset vähenevät. Hyvä sisäinen viestintä tehostaa

organisaation toimintaa. (Verkkoasema, 2022.) Voi jopa olla niin, että intranetti on joissain yrityksissä se kaikista tärkein sisäisen viestinnän kanava, joten sen toimivuudesta ja ajantasaisuudesta kannattaa huolehtia. (Kankkunen, 2016.)

Sisäistä viestintää ovat työn itsensä kannalta tärkeän tiedon ja tiedostojen jakaminen, ryhmätyöskentely, yhteisöllisyyden ja työilmapiirin parantaminen ja ylläpitäminen, sekä ei-niin-välttämättömän tiedon jakaminen. Viimeksi mainittu voi olla esimerkiksi tietoa hyväntekeväisyystapahtumasta johon yritys osallistuu tai jos esimerkiksi joku henkilöstöstä on saamassa tunnustusta harrastuksestaan. (Törrö, 2017.)

Joen (2021, s. 163.) mukaan sisäisen viestinnän yksi tarkoitus on luoda positiivinen kuva yrityksestä ja lisätä ylpeyttä siitä, että on osa työyhteisöä. Sisäisellä viestinnällä niin ikään markkinoidaan yritystä sen työntekijöille, jotta he tunsivat, että yritys on hyvä paikka olla töissä ja että siellä kannattaa pysyä. On helpompaa ja halvempaa pitää olemassa olevat työntekijät tyytyväisinä, kuin joutua rekrytoimaan ja kouluttamaan uusia työntekijöitä. Tehokkaalla sisäisellä viestinnällä eri osastot voivat kertoa toisilleen omasta osastostaan ja siitä mitä missäkin osastolla tapahtuu, miksi tapahtuu ja miten se muita osastoja hyödyttää. (Joki, 2021, s. 163.)

Suurissa yrityksissä on usein tietty henkilö kenen toimenkuvana on hoitaa sisäistä viestintää ja hän on viestinnän ammattilainen. Hän on usein myös henkilöstöasiantuntija tai ainakin työskentelee firman henkilöstöasiantuntijan kanssa, jotta työssä korostuu ihmisläheisyys ja viestinnän ammatillisuus. Vaikka yrityksessä työskentelee tällainen ammattilainen tai useita, on silti oleellista muistaa, että sisäinen viestintä on kaikkien työntekijöiden vastuulla. On kaikkien vastuulla, että tiedonkulku on sujuvaa, todemukaista ja ajankohtaista. Tämä koskee myös kaikkea niin sanottua epävirallista tiedottamista, kuten kahvipöytäkeskustelut ja tiimien omat kokoontumiset. (Joki, 2021, s. 163.)

Joen (2021, s. 163.) mukaan hyvin hoidettu viestintä on sellaista, jossa merkittävistä ja yrityksen kannalta keskeisistä tapahtumista ja asioista kerrotaan kaikille työntekijöille ennen kuin tai yhtä aikaa kuin yrityksen ulkopuolelle, esimerkiksi medialle. Ymmärrettävästi olisi hyvän tavan vastaista kertoa vaikkapa huonoista uutisista ensin paikalliselle lehdistölle, ennen kuin omalle henkilöstölle. On omia työntekijöitä

kunnioittavaa kertoa hyvät ja huonot uutiset ensin heille itselleen. Pörssiin listautuneilla firmoilla on täsmälliset ohjeet ja säännöt uutisista tiedottamisen suhteen. Pörssi-yhtiöissäkin on kuitenkin mahdollista kertoa muutoksista ja uutisista yhtä aikaa omalle henkilöstölle ja ulkoisille ryhmille. Näin kaikki tahot saavat tiedon samaan aikaan.

4 INTRANET

4.1 Intranetin esittely ja hyödyt

Yrityksen sisäistä verkkoa kutsutaan Intranetiksi. Sitä käytetään pääasiassa yrityksen omien tietojen ja sisäisten uutisten jakamiseen niiden henkilöiden kesken, joilla on pääsy intranettiin. Intranetissä on yrityksen sisäinen yksityinen verkko, jota käytetään yrityksen tietojen turvalliseen jakamiseen työntekijöiden kesken.

Kun yrityksellä on turvallinen ja helppokäyttöinen intranet, se rohkaisee työntekijöitä käyttämään sitä ja jakamaan tietoa niin isoista firman sisäisistä päätöksistä kuin päivittäisistä tapahtumista ja tulevaisuuden suunnitelmista. Koko työorganisaatiolle on hyödyksi, että sen työntekijät kaikilta osastoilla pääsevät katsomaan intranettiä ja löytävät sieltä tarvitsevansa tiedon.

Intranetin avulla työntekijät pääsevät helposti käsiksi tärkeisiin tietoihin, linkkeihin, sovelluksiin, lomakkeisiin ja yhteystietoihin. Intranettiä voi siis sen luonteesta riippuen käyttää esimerkiksi viestistään, projektihallintaan, sanahakemistoihin tai vaikka siihen, että siellä ilmoitetaan yrityksen uusista työntekijöistä ja suurista hankkeista. (Lutkevich, 2021.)

Yksi intranetin hyvistä ominaisuuksista on, että sen kautta yrityksen eri osastot voivat kommunikoida keskenään ja jakaa tietoa. Varsinkin kun monessa yrityksessä etätyöt yleistyivät globaalien pandemian vuoksi, on intranetti noussut korvaamattomaan

asemaan tiedonvälityksessä niin osastolta toiselle kuin yrityksessä ylipäänsä. (Lutkevich, 2021.)

4.2 Intranetin haasteet

Vaikka intranetit ovat hyödyllisiä niiden käyttöön voi myös liittyä haasteita. Mikäli intranetin käyttöön ei kannusteta tai se ei kuulu yrityksen kulttuuriin, intranetti voi jäädä vieraaksi monelle. Toinen ongelma saattaa olla se, että intranetti on ns. sotkuinen tai liian moniportainen, eikä sieltä löydä tarpeeksi helposti haluamaansa tietoa. Tällaisessa tilanteessa potentiaalinen käyttäjä luovuttaa ja etsii tiedon muualta tai pahimmassa tapauksessa jää kokonaan ilman haluamaansa tietoa. (Lutkevich, 2021.)

Tilanne, jossa työntekijälle on jäänyt negatiivinen käyttäjäkokemus ei houkuttele työntekijöitä palaamaan intranettiin ja sitä kautta moni tärkeä ilmoitus tai työntekijälle tärkeä ohje voi jäädä häneltä näkemättä. Tällä voi olla laaja vaikutus koko yrityksen toimintaan. Intranetistä riippuen sinne on voitu vain kopioida ja liittää asioita yrityksen menneistä intraneteistä, tarkistamatta tiedon oikeellisuutta tai relevanttisuutta nykypäivään. Tällainen tapa kerryttää kuin huomaamatta intranetin täyteen epäolennaista tietoa ja vanhentuneita linkkejä. Käyttäjät joutuvat sitten kahlaamaan läpi kaikkien näiden vanhentuneiden tietojen löytääkseen sen tiedon mitä tarvitsivat. Tämä ei kannusta intranetin käyttöön. (Firstup, 2021.)

Kolmas mahdollinen ongelma, joka nousee esiin intranettejä tutkiessa, on se, että joskus organisaatiolle jää epäselväksi se kuka on vastuussa intranetin sisällöntuottamisesta ja päivittämisestä. Saattaa käydä niin, ettei kukaan päivitä intranettiä koska kukaan ei tiedä kenen vastuulla se on. Tai sitten vastuuhenkilöitä ei ole opastettu kunnolla intranetin käytössä, eivätkä he koe sitä mieleisekseen. Laajentuneet etätömahdollisuudet ovat tuoneet esiin myös sen ongelman, että kaikissa yrityksissä ei ole riittävät tuet ja valmiudet ylläpitävät sujuvaa ja riittävää tukea mobiililaitteille ja etätuella ylipäänsä. Tämä saattaa asettaa rajoitteita etätöitä tekevien ihmisten mahdollisuuksiin käyttää intranettiä ja hakea sieltä työhönsä ja työyhteisöönsä liittyviä tietoja ja uutisia yrityksestä ja tapahtumista. (Lutkevich, 2021.)

4.3 Intranet, internet, extranet

Tässä opinnäytetyössä käsitellään paljon käsitettä intranet. Intranet tarkoittaa yrityksen tai oikeastaan minkä tahansa yhteisön digitaalista tilaa. Intranet pohjautuu lähiverkkoon ja internetyhteydellä käyttäjät pääset etänä intranettiin. Intranetin merkittävä hyvä puoli on siinä, että sinne pääsee vain ne, joille on erikseen annettu oikeus sisäänpääsyyn eli sinne ei voi kuka tahansa mennä etsimään asiakirjoja ja tietoja tai muuttamaan niitä. Intranetin toimintaan tarvitaan internettiä. Internettiin pääsee kuka tahansa; intranettiin vain rajattu joukko. Intranet koetaan turvallisemmaksi kuin internet juuri siitä syystä. (Informatique-mania, n.d.)

Kolmas termi, joka tulee selittää, on extranet. Siinä missä intranet on yrityksen sisäinen ja tarkoitettu ainoastaan sen omille työntekijöille, extranet on tarkoitettu työntekijöille sekä yrityksen ulkoisille sidosryhmille. Se on silti edelleen suojattu esimerkiksi salasanalla ja käyttöoikeuksiltaan se on rajattu. Sen taustalla on internet, jota hyödyntämällä kummatkin toimivat. Extranetistä hyötyvät sidosryhmät, kuten alihankkijat ja vaikkapa yritysruokalan yrittäjät. (Kirjastot, 2003.)

4.4 Sharepoint

Polarteknikin intranetti on rakennettu Microsoft SharePoint 365:een. Se on selainpohjainen alusta yhteistyö- ja asiakirjojen hallintaa varten ja uusien sivustojen luomiseen. SharePointissa ryhmät voivat perustaa tiloja, jotka saa jaettua, suojattua salasanalla ja niissä voi jakaa tiedostoja ja asiakirjoja. SharePointista on hyötyä kohdeyritykselle, sillä sen avulla saadaan tehostettua tietojen hallintaa ja rajattua ketkä pääsevät asiakirjoihin käsiksi ja kenellä on oikeus muokata niitä. SharePoint auttaa tehokkuuden parantamisessa monin tavoin. SharePoint on pilvipalvelu ja siksi koska se on Microsoftin omistama, se keskustelelee muiden Microsoftin sovellusten kanssa, kuten Word, Power BI, Excel ja PowerPoint. (Microsoft, n.d.)

5 METODOLOGIA

Tässä kyselytutkimuksessa on käytetty laadullista ja määrällistä tutkimusta. Laadullinen eli kvalitatiivinen tutkimus on tutkimustapa, jolla haetaan syvällisempää ymmärrystä tutkittavien henkilöiden kokemuksista ja mielipiteistä antamalla heille mahdollisuus vapaasti kertoa omin sanoin näkemyksiään. (Tilastokeskus, n.d.) Tässä kyselyssä kvalitatiivisia kysymyksiä ovat kaikki avoimet kysymykset, kuten kysymys numero 7. “Mitä tietoa haet intranetistä”, johon kyselyyn vastanneet saivat vastata vapaasti.

Kvalitatiivista tutkimusta tehdessä tutkimuksen tekijän tulee ymmärtää missä ja miksi tutkimukseen vastanneiden näkökulmat ja mielipiteet tulevat merkittäviksi. Kyselyn avoimiin kysymyksiin vastanneiden ymmärtäminen voi osoittautua haastavaksi, koska jokaisen vastanneen näkökulmat ja kokemukset ovat yksilöllisiä juuri heille. (Gadamer, 2004, s. 30.) Mutta konteksti ja vastausten tulkitseminen muiden kysymysten vastauksien rinnalla auttavat avaamaan vastaajien näkökulmaa siitä, miksi heidän vastauksensa on juuri heille merkityksellinen. (Vilka, 2021.)

Määrällinen tutkimus eli kvantitatiivinen tutkimus hakee ja tulkitsee vastauksia numeerisilla tutkimuskysymyksillä. Kyselyn kysymykset, jotka ovat strukturoituja, eli vastausvaihtoehdot ovat jo annettu, eikä vastaaja pääse vastaamaan omin sanoin, ovat kvantitatiivisia kysymyksiä. (Vilpas, 2018, s. 1.) Kvantitatiiviset kysymykset vastaavat kysymyksiin “kuinka paljon” ja “kuinka usein”. (Vilka, 2007, s. 13.) Tässä kyselyssä oli tarkoitus kartoittaa määrällisillä kysymyksillä esimerkiksi, kuinka usein kyselyyn vastanneet käyttäisivät intranetin eri osa-alueita ja kuinka tärkeinä he niitä alueita pitivät.

6 KYSELYT JA NIIDEN TEKEMINEN

Kysymysten selkeys on tärkeää ja koen, että on vastaajien ja kyselyn laatijan kannalta helpointa, kun kysymysten määrä on pidetty kohtuullisena. Kysymykset ovat ytimekkäitä ja tarkoituksenmukaisia ja vain muutamassa on mahdollisuus vastata omin

sanoin. (KvantiMOV, 2010.) Kysymykset on suunniteltu toimeksiantajayrityksen kanssa yhdessä sellaisiksi, että kysymyksiin vastaajien on mahdollisimman helppoa antaa valideja, tarkkoja ja luotettavia vastauksia. Sellaisista vastauksista on eniten hyötyä tutkimukselle ja siten myös yritykselle. (Vannette, 2014.)

Yleisesti ottaen kyselyn kysymysten tulisi olla yksinkertaisia, suoria, ymmärrettäviä kaikille osallistujille, niissä ei tulisi käyttää liian tarkkaa ammattikieltä ja niissä ei tulisi olla epäselviä sanoja. Negaatioita ja johdattelevia kysymyksiä tulisi välttää kuten myös emotionaalisesti latautuneita kysymyksiä. (Vannette, 2014.)

Kyselyn alkuun on tehty ns. saatekirje. Kirjeessä kerrotaan mikä on kyselyn tarkoitus, sen perustiedot, kuka sen on laatinut, kuinka kauan vastaaminen keskimäärin kestää, mihin tutkimuksen tuloksia tullaan käyttämään ja se, että vastaukset käsitellään luotamuksellisesti sekä se että jokaista vastausta arvostetaan. (KvantiMOV, 2010.)

Jotta vastaajat ymmärtävät kysymykset mahdollisimman samalla tavalla, kysymykset tulee muotoilla niin yleispäteviksi ja helppotajuisiksi kuin aiheen puitteissa on mahdollista. Kyselyssä on pyrittävä käyttämään täsmällistä kieltä, jotta kuka tahansa organisaatiossa ymmärtää kysymyksen. Onnistunut kysymys on sopivan mittainen. Liian pitkä kysymys on raskas lukea, mikä tekee vastaamisesta epämiellyttävää. Kysymyksen tulee olla napakka ja siitä tulee nopeasti selvitä mitä halutaan tietää. (Tietoarkisto, n.d.)

7 KYSELYN ESITTELY

7.1 Esittelyä

Opinnäytetyössä on käytetty standardisoitua kyselytutkimusta, eli kysymyksen ovat kaikille samoja. Standardoidun kyselylomakkeen hyvä puoli on, että sillä saadaan kysyttyä suureltakin joukolta ihmisiä täsmälleen sama kysymys. (Hotulainen, n.d.)

Kyselyssä on käytetty erilaisia vastaustyyppisiä, jotka tekevät vastaamisesta mielekkään ja vastausten tulkinnasta helpompaa.

Kaiken kaikkiaan kysymyksiä on 31 ja ne on jaettu neljään selventävään osioon. Vastaustyyppienä on käytetty avoimia vastauskenttiä, monivalintaa ja 1–5 asteikkoa. Jokainen kysymys on mietitty sen pohjalta, että vastauksesta saadaan irti tarvittavaa tietoa ja tarvittavassa muodossa, tekemättä kuitenkaan vastaamisesta vaikeaa tai aikaa vievää. Tulkinnanvaraisuus on tarkoituksella laitettu minimiin ja vain kolmessa kysymyksessä on avoin kenttä johon vastaaja voi monisanaisesti kirjoittaa vastauksensa.

Kysely lähetetään koko henkilöstölle ja siksi siinä olevat kysymykset ovat luonteeltaan sellaisia, että niihin osaa vastata kuka tahansa työntekijä riippumatta siitä, millä osastolla on tai kuinka kauan on ollut case-yrityksessä töissä. Kaikkien työntekijöiden mielipide halutaan kuulla, kun uutta intranettiä suunnitellaan, toteutetaan ja ylläpidetään säännöllisin päivityksin ja parannuksin.

Kyselyyn vastaaminen tapahtuu anonyymisti. Kyselyyn lähetetään sama linkki kaikille työntekijöille eikä henkilökohtaista vastauslinkkiä jokaiselle erikseen. Näin taataan anonyymi käsittely kyselyn vastauksille. Kyselyn saatekirjeessä kerrotaan kyselyyn osallistujille, että vastaukset käsitellään anonyymisti, koska se lisää vastaajien luottamusta. (Suuronen, 2022.)

Kahdessa osiossa olevilla kysymyksillä halutaan kuulla vastaajien mielipiteitä siitä, kuinka tärkeinä he pitävät eri sisältöjä, jotka ovat nykyisessä intranetissä ja kuinka usein he uskovat tarvitsevänsä näitä tietoja, jos niihin tehdään parannuksia, kun intranet päivitetään. Näin saadaan kartoitettua mitä sisältöä käyttäjät tarvitsevat eniten ja mikä ei ole heidän päivittäisen työnsä kannalta oleellista.

7.2 Kysymysten tavoite

Kyselyn päätavoitteena on saada selville mistä käyttäjät pitävät intranetissä ja mistä eivät. Kyselyn ensimmäiset kolme kysymystä selvittävät vastaajan perustiedot ja

antavat pohjan sille tiedolle, kuinka kauan hän on ollut yrityksessä töissä, kummassa yrityksessä hän työskentelee ja millä osastolla hän työskentelee.

Kysymykset neljästä kymmeneen antavat lisää kysyjälle lisää tietoa siihen, miten tämänhetkinen intranetti palvelee käyttäjiä ja kuinka onnistuneeksi he sen kokevat. Johdatusjärjestelmästä ja turvallisuusohjeista kysytään kyselyn puolesta välissä. Nämä tiedot kiinnostavat case yritystä siksi, koska he ovat käyttäneet paljon resursseja järjestelmään ja turvallisuusohjeiden tekemiseen. Lineaaraisella asteikolla vastaaja vastaa kysymyksiin 11 ja 12.

Viimeiset kolme kysymystä ovat avoimia kysymyksiä, joihin vastaajat voivat vapaasti kirjoittaa kehitysehdotuksia ja mielipiteitään siitä, mitä haluavat säilyttää vanhasta intranetistä ja mitä eivät koe tarpeellisiksi siirtää uuteen intranettiin.

8 KYSELYN TULOKSET

Kyselyn vastausaikaa oli yksi (1) viikko. Kysely lähetettiin 135 työntekijälle ja tavoite oli saada 50 % vastausprosentti. Vastauksia oli viikon jälkeen 61, eli vastausprosentti oli 45,61 %. Tämä nähtiin olevan tarpeeksi suuri vastausprosentti, eikä kyselylle laitettu jatkoaikaa.

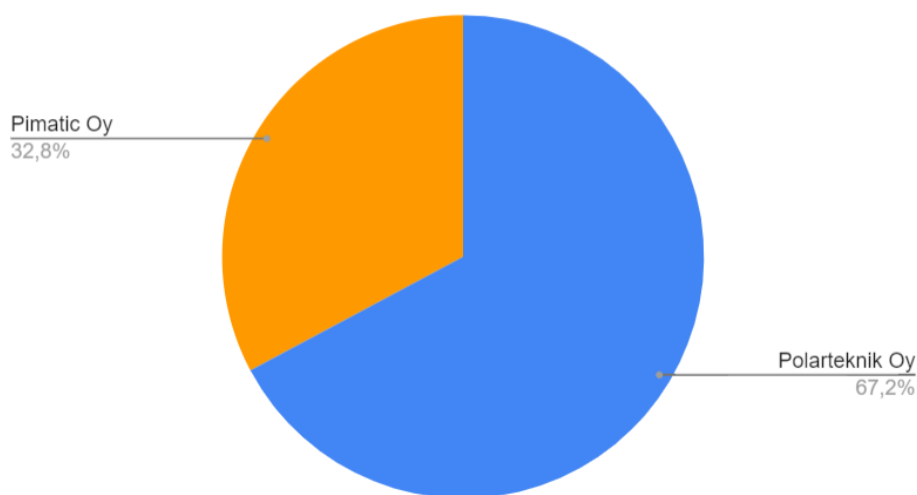
8.1 Peruskysymykset

Ensimmäiset kolme kysymystä ovat peruskysymyksiä, joilla selvitetään, kummassa yhtiössä vastaaja työskentelee, millä kustannuspaikalla hän on eli minne hänestä tulevat kulut ohjataan ja kuinka kauan hän on ollut työssään. Hotulaisen mukaan nämä ovat hyödyllisiä tietoja, jotta voidaan tehdä päätelmiä siitä miten eri ikäiset työntekijät kokevat kyselyn muut kysymykset ja miten eri yhtiöissä suhtaudutaan asioihin eri tavalla. Kysymällä miltä osastolta vastaaja on, saadaan selville ja miten eri osastot kokevat asiat. (Hotulainen, n.d.)

Jos esimerkiksi suuri osa saman osaston työntekijöistä vastaa, etteivät löydä jotain asiaa intranetistä tai että heidän osastollaan ilmenee monella sama haaste, osaston esimies voi alkaa ajamaan asian muutosta. (Suuronen, n.d.)

Helpon peruskysymykset rohkaisevat vastaajaa aloittamaan kyselyn ja niiden avulla saadaan vastaaja houkuteltua jatkamaan kyselyä eteenpäin. Liian vaativat kysymykset heti alussa saattaisivat saada aikaan sen, että vastaaja kokee, ettei hänellä ole aikaa tai halua vastata vaikeisiin kysymyksiin. (Hotulainen, n.d.)

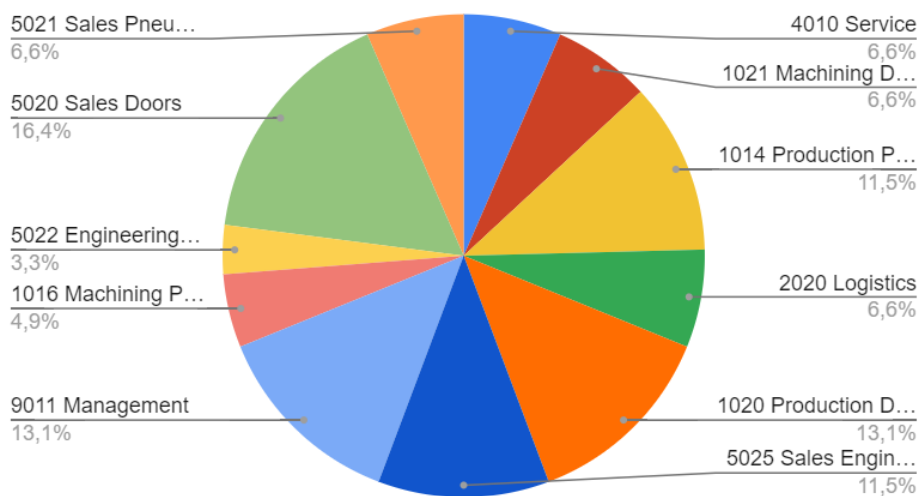
Yhtiö



(Kaavio 2. Yhtiö)

Kyselyyn vastanneista suurin osa (67,2 %) on töissä Polarteknik Oy:ssä. Polarteknikillä on lukumääräisesti enemmän työntekijöitä, joten se saattaa myös selittää vastausprosenttien jakautumista. Koska kysymys oli pakollinen, voidaan todeta, että kaikki kyselyyn vastanneista vastasivat tähän kysymykseen.

Kustannuspaikka

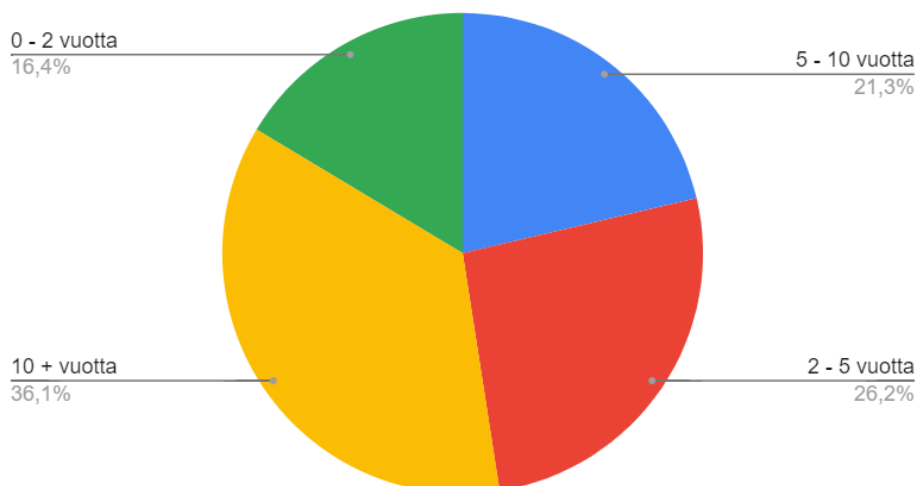


(Kaavio 3. Kustannuspaikka)

Sekä Polarteknikin että Pimaticin vastaajissa on osastoittain hyvää hajontaa. Se tarkoittaa, että kaikilta osastoilta on saatu vastauksia ja siten kaikki osastot ovat edustettuina kyselyssä ja kaikkien mielipide saadaan eteenpäin työryhmälle, joka valmistelee uutta intranettiä. Prosentuaalisesti eniten vastauksia on tullut Sales Doors osastolta (16,4 %) ja Management osastolta (13,1 %). Tämä tarkoittaa sitä, että niillä osastoilla ollaan kiinnostuneita intranetistä ja sen kehittämisestä. Voidaan myös päätellä, että he joko jo käyttävät intranettiä paljon tai ainakin haluaisivat käyttää sitä koska ovat kiinnostuneet aiheesta.

Pitää myös huomioida, että toisilla kustannuspaikoilla vastausprosentti näyttää pieneltä, mutta se voi johtua siitä, että kyseisellä kustannuspaikalla ei työskentele kuin muutama henkilö. Tästä esimerkkinä on kustannuspaikka 4010 Service, jonka vastausprosentti on vain 6,6 %, mutta kyseisellä kustannuspaikalla on vain neljä työntekijää.

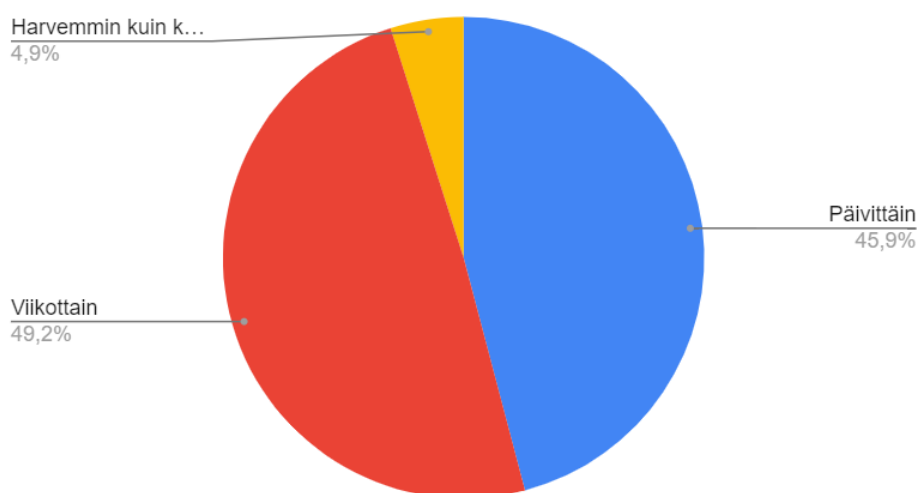
Kuinka kauan olet ollut työsuhteessa



(Kaavio 4. Työsuhteen kesto)

Kyselyn perusteella 36,1 % vastaajista on ollut töissä Polarteknikillä tai Pimaticilla kauemmin kuin kymmenen vuotta. Toiseksi suurin ryhmä (26,2 %) on ollut töissä kahdesta viiteen vuotta. Voidaan siis todeta, että Polarteknikillä ja Pimaticilla tehdään pitkiä työuria. Toinen päätelmä on se, että pitkään töissä olleet ovat halukkaita vastamaan kyselyihin ja haluavat olla siten mukana tekemässä työpaikastaan parempaa.

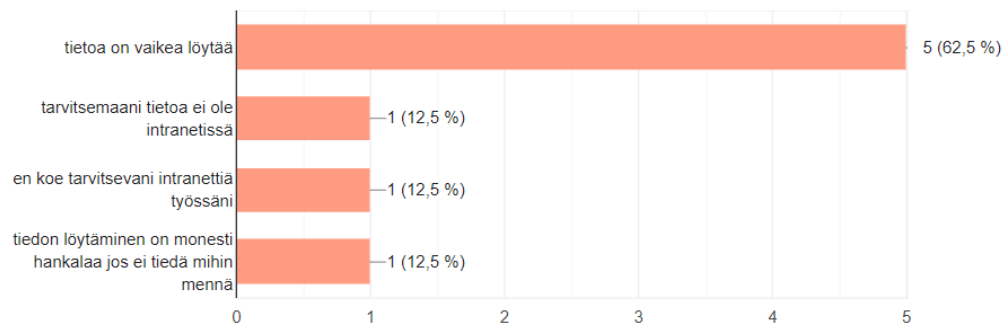
Kuinka usein käytät intranettiä?



(Kaavio 5. Intranetin käyttöaste)

Mikäli vastasit harvemmin kuin kuukausittain, miksi?

8 vastausta

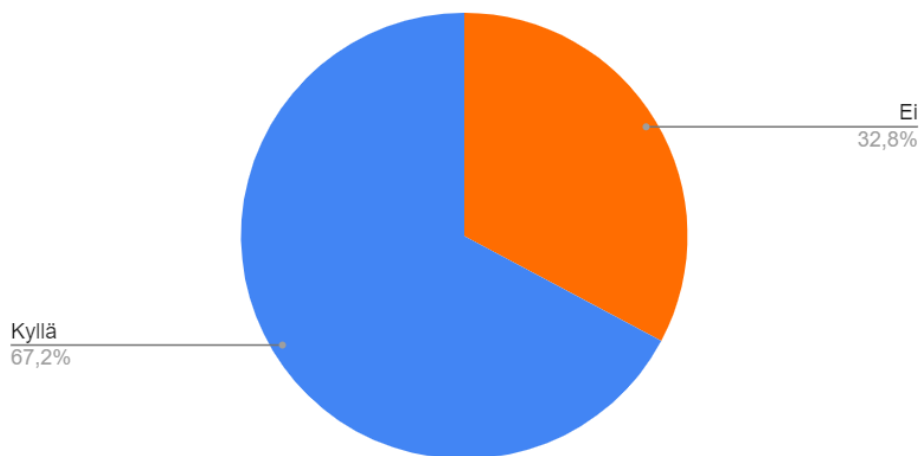


(Kaavio 6. Intranetin käyttöaste -jatkokysymys)

Kysyttäessä kuinka usein yrityksen työntekijät käyttävät intranettiä, lähes puolet vastasivat käyttävänsä sitä viikoittain ja melkein kaikki muut vastasivat käyttävänsä sitä päivittäin. Vain 4,9 prosenttia vastasi “harvemmin kuin joka kuukausi”. On hyvä kuulla, että työntekijät ovat ahkerasti käyttäneet intranettiä, se tarkoittaa, että se ei ole turha ja että melko moni on ainakin yrittänyt hyötyä intranetistä.

Ylempänä oleva pylväskaavio (kaavio 6.) näyttää, että suurin osa niistä, jotka käyttävät intranettiä harvemmin kuin kuukausittain, käyttävät sitä harvoin sen vuoksi, että sieltä on liian vaikea löytää tietoa. Muita syitä miksi osa vastasi “harvemmin kuin joka kuukausi” oli, että tarvittavaa tietoa ei ollut intranetissä, vastaaja ei kokenut tarvitsevansa intranettiä työssään tai sitten tiedon löytäminen oli liian hankalaa, koska ei tiennyt mistä sitä edes alkaa etsiä.

Saatko tarpeeksi tietoa yrityksen ajankohtaisista asioista intranetistä?



(Kaavio 8. Ajankohtainen tieto intranetissä)

Ne, jotka usein etsivät tietoa intranetistä, pääsääntöisesti löytävät sen. Tämä voi tarkoittaa sitä, että he ovat tottuneet intranettiin ja tietävät mistä löytää mitään, vaikka se olisi hieman vaikeammin löydettävissä. Uusimmat uutiset ovat aina etusivulla, mutta työntekijät toivovat, että yrityksen uusista asioista kerrotaisiin laajemmin ja useammin.

8.2 Avoimet kysymykset

Kysymyksissä numero kahdeksan ja yhdeksän ovat kysymystyyppinä avoimia kysymyksiä, joihin vastataan kirjallisesti. Hotulaisen mukaan avoimilla kysymyksillä saadaan enemmän tietoa ja joku vastaaja saattaa kertoa tietoa, jota ei olisi osattu edes odottaa tai laittaa vastausvaihtoehdoksi, jos vastausvaihtoehdot olivat suljettuja. Avointen vastausten heikkous on se, että niiden tulkitseminen vie kauemmin aikaa, mutta ne ovat hyödyllisiä siinä, että saadaan selville, miten vastaajat kokevat asian ja miten he näkevät tilanteen olevan. (Hotulainen, n.d.)

8.2.1 Osio 1.

Kyselyssä tiedusteltiin, mitä tietoja työntekijät hakevat intranetistä. Avoin kysymys oli pakollinen, joten siihen saatiin paljon vastauksia. Erityisesti intranetistä haetaan viikon ruokalista, työntekijöiden yhteystietoja, yhtiöiden ajankohtaisia uutisia, kuten uusista kaupoista, pöytäkirjoja ja erityisesti YT-pöytäkirjoja. Suosittuja hakuja ovat myös virkistystoimikunnan uutiset ja tulevat tapahtumat. Intranetistä löytyvät lomakkeet, esimerkiksi hankinta-aloitelomakkeet ovat olleet ahkerassa haussa. Työntekijä ovat myös hakeneet artikkeleita liittyen terveyteen ja etätyöhän. Avoimissa eli kvalitatiivisissa vastauksissa toistuivat yrityksen antamaan ajankohtaiset ohjeet flunssakausina ja Covid-19 aikana. Etätyö on aiheuttanut kysymyksiä ja ohjeita on haettu intranetistä. Kyselyn mukaan työntekijöitä kiinnostaa myös henkilöstöuutiset, kuten uudet työntekijät ja työntekijöiden rekrytoinnit. Haettu oli myös linkkejä työntekijöiden käytössä oleviin työkaluihin ja sekä niiden ohjeet. Erilaiset tehokkuuden mittarit, markkinauutiset ja laatusertifikaatit toistuivat myös vastauksissa.

8.2.2 Osio 2.

Työntekijät saivat vastata mitä haluaisivat löytää intranetistä, jota siellä ei vielä ole. Useissa vastauksissa mainittiin toive kartasta, jossa näkyisi työntekijöiden työpisteet. Tämä helpottaisi varsinkin uusia työntekijöitä, jotka vielä opettelevat missä kukin työskentelee.

Myös moni toivoi intranettiin tiedon, jos toimipisteelle on tulossa vierailijoita ja kuka vierailua isännöi. Tämä auttaisi työntekijöitä valmistautumaan vierailijoihin paremmin ja tieto vierailun isännöitsijästä auttaa muita työntekijöitä, koska usein on vaikeaa saada kiinni vierailijoiden isäntiä.

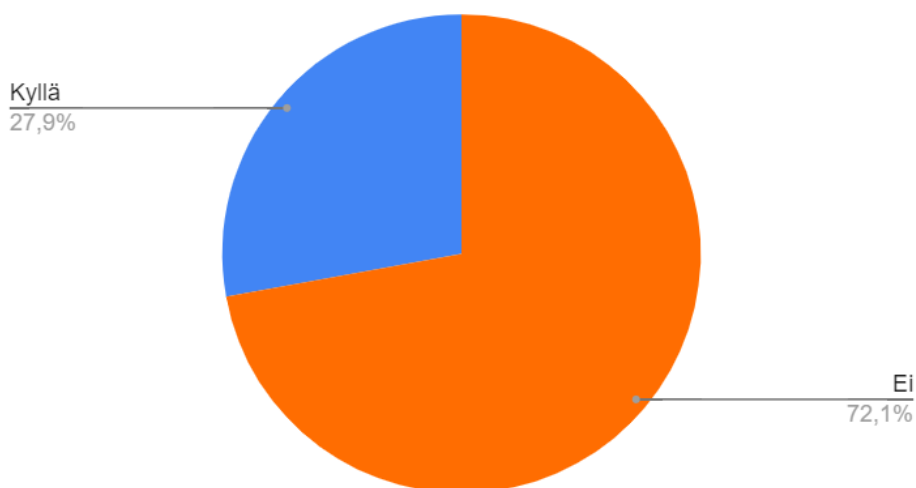
Toiveita tuli myös helpommin löydettävistä lomakkeista, työkalujen käyttöohjeista ja johtamisjärjestelmän dokumenteista. Uutisia uusista kaupoista ja myös tarjouksista, jotka eivät johtaneetkaan kauppaan toivottiin myös. IT tiedotteet toivottiin helpommin löydettäväksi, esimerkiksi työpaikan Wi-Fi salasanat haluttiin löytyvän helpommin.

Virkistystoimikunnalta toivottiin lisää uutispäivityksiä yhteisistä tapahtumista. Näin korona-aikana tämä voi osoittautua haasteelliseksi, mutta tämä on myös selkeä viesti virkistystoimikunnalle, että työntekijät toivoisivat jotain yhteistä virkistystoimintaa.

8.3 Strukturoidut kysymykset

Strukturoituja kysymyksiä on käytetty koska ne poissulkevat toisensa ja eri vastaajien vastauksia on helpompaa vertailla. Kysymystyyppi on mielekäs vastaajille koska vastaaminen on vaivatonta. Helppointa vastaajalle on vastausvaihtoehdot, jotka ovat ”kyllä” tai ”ei” vaihtoehtoja. Strukturoituja kysymyksiä suositaan, kun pitää käsitellä suuria määriä aineistoja. Tämä voi olla tilanne, jos vastaajia on lähemmäs sata. (Hotulainen, n.d.)

Käytätkö intranetissä olevaa johtamisjärjestelmää?



(Kaavio 9. Johtamisjärjestelmä)

Jotta yrityksessä pystytään kiinnittämään huomio toiminnan jatkuvuuden kannalta tärkeisiin valintoihin, tarvitaan hyvä johtamisjärjestelmä. Kaikkien tulisi tietää yhteisesti sovitut keinot siihen, että asetetut tavoitteet täyttyvät. Johtamisjärjestelmässä on päätetyt raamit yrityksen johdolle ja koko yrityksen kehittämiseksi.

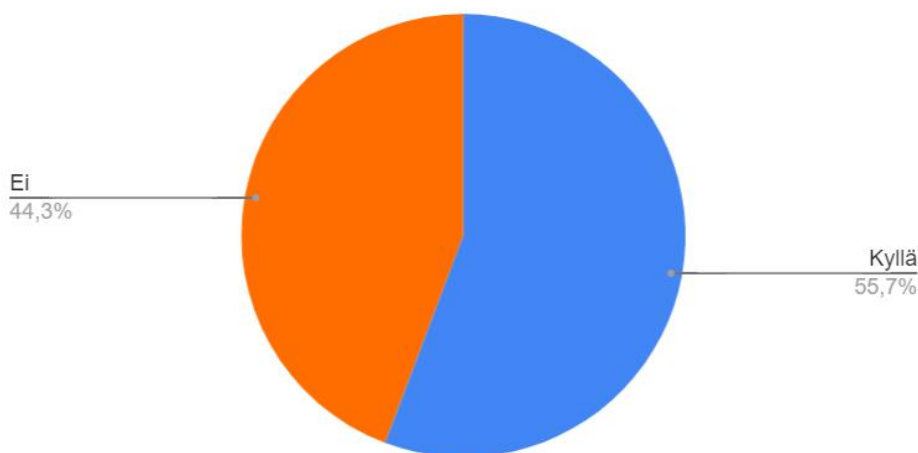
Hyvällä johtamisjärjestelmällä taataan se, että työskentelymenetelmät ovat tarkoituksenmukaisia ja pystytään myöhemmin tarkistamaan, päästiinkö asetettuihin tavoitteisiin

ja vaatimukseen. Tehokkuuden valvonta ja kontrollointi on tärkeä osa toimivaa johtamisjärjestelmää. (SFS, n.d.)

Selkeä enemmistö vastaajista (72,1 %) kertoi ettei käytä johtamisjärjestelmää, joka löytyy intranetistä. Sen käyttäminen ei kuulu kaikkien työnkuvaan eikä hyödytä kaikkia. Kyselyn lopussa työntekijät pääsivät antamaan kehitysehdotuksia uuteen intranettiin ja muutama ehdotus koski nykyistä johtamisjärjestelmää. Suora lainaus yhdestä kehitysehdotuksesta: “Johtamisjärjestelmää ei välttämättä tarvita siellä, jos IMS Arter toimii.”

IMS on yrityksille tarkoitettu työkalu laadunhallintaan-, johtamis- ja toimintajärjestelmiin, joka voisi tukea johtamisjärjestelmää paremmin kuin Microsoft SharePoint. (Arter, n.d.)

Saatko intranetistä turvallisuusohjeisiin ja -sääntöihin liittyvää tietoa riittävästi

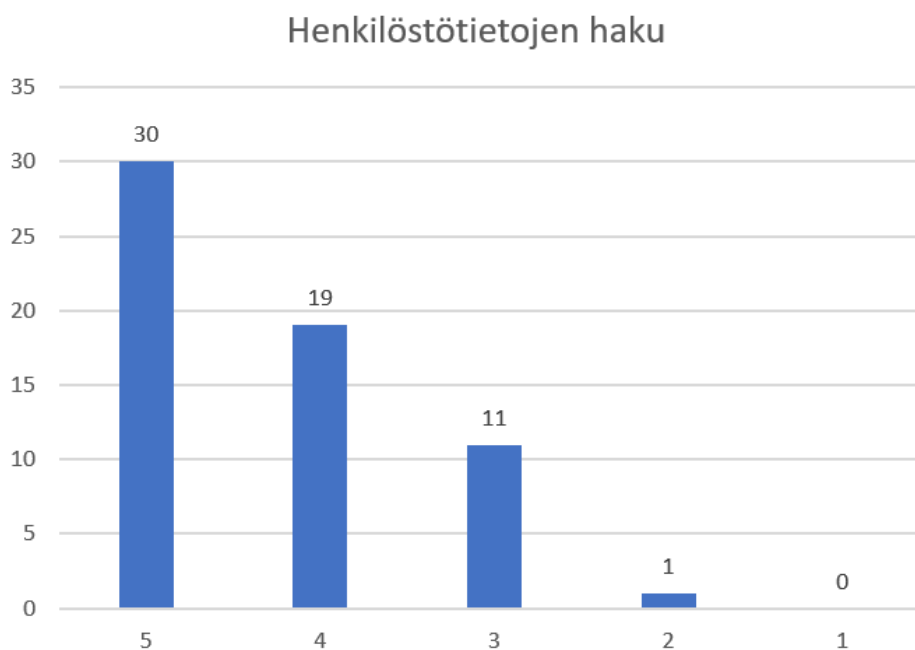


(Kaavio 10. Turvallisuusohjeet ja -säännöt)

Hieman alle puolet vastanneista kertoi, ettei saa mielestään riittävästi tietoa turvallisuusohjeista ja turvallisuussäännöistä intranetin kautta. Tämä on melko iso määrä työntekijöitä, joilta jää päivitettyt ohjeet näkemättä ja tässä olisi kehittämisen paikka uuteen intranettiin. Ajantasaiset turvallisuusohjeet ovat tärkeitä koko organisaatiolle. Kehitysehdotuksissa toivottiin työtapaturmiin ja vapaa-ajan tapaturmiin liittyvää ohjeistusta helpommin saatavaksi, esimerkiksi miten toimia vakuutusyhtiön kanssa.

8.4 Nykytilanne vs. tilanne päivityksen jälkeen

Kyselyn viimeiset kaksi osiota käsittelevät intranetit nykytilannetta ja sitä miten se muuttuisi käyttäjien mielestä, jos sitä muutettaisiin tai parannettaisiin tiettyyn suuntaan. Alla olevat siniset pylväskaaviot kuvastavat tässä kappaleessa kuinka tärkeäksi kyselyyn vastanneet kokevat seuraavat sisällöt asteikolla 1–5, viisi tarkoittaen “todella tärkeänä” ja yksi “ei yhtään tärkeänä”. Oranssit pylväskaaviot alla kuvaavat tässä kappaleessa, kuinka useasti työntekijät käyttäisivät seuraavia sisältöjä, jos intranet olisi ajantasainen ja sieltä löytyisi tarvittavaa tietoa asteikolla 1–5, viisi tarkoittaen päivittäin, neljä viikoittain, kolme kuukausittain, kaksi vuosittain ja yksi ei koskaan.



(Kaavio 11. Henkilöstötietojen haku)



(Kaavio 12. Henkilöstötietojen haku)

Kaavion 11 perusteella voimme päätellä, että suurin osa työntekijöistä pitää henkilöstötietojen hakua hyvin tärkeänä. Kukaan ei vastannut, ettei pitäisi henkilöstötietojen hakua yhtään tärkeänä. Kaavio 12 osoittaa, että jos intranetissä olisi ajantasaiset tiedot henkilöstöstä, niin enemmistö vastaajista vastasi “kuukausittain”.

Kyselystä kävi ilmi, että henkilöstöön liittyvät ohjeet ovat todella pidetty ja käytetty osa intranettiä. Jos ohjeet olisivat vielä ajantasaisemmat, käyttäjät lukisivat niitä kuukausittain ja jopa viikoittain. On siis erittäin oleellista, että ohjeet ovat siellä ja että ne löytyvät helposti.

Keskustelu- ja palautefoorumia ei koeta kovin tärkeäksi. Sen suhteen vastaajat olivat erittäin neutraaleja. Kyselyssä kysyttiin myös siitä, että jos foorumi olisi ajan tasalla niin käyttäisitkö sitä useammin. Tähänkin saatiin hyvin keskimääräisiä vastauksia. Aiheesta tehdään kehitysehdotus toimeksiantajalle.

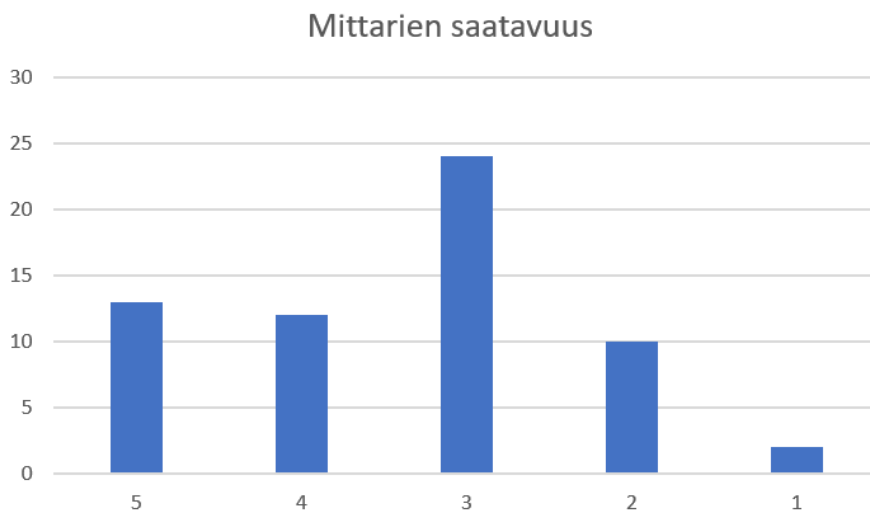


(Kaavio 13. Toimintajärjestelmän laatuohjeet ja prosessit ml. työohjeet)

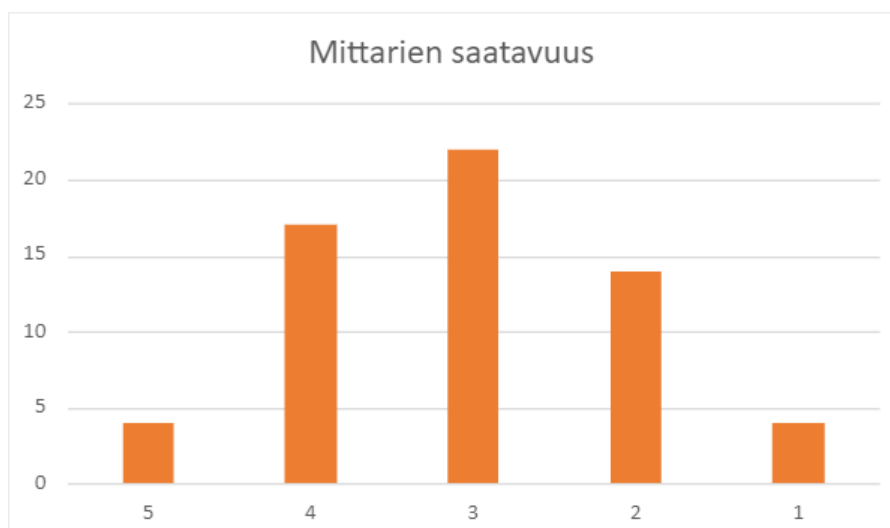


(Kaavio 14. Toimintajärjestelmän laatuohjeet ja prosessit ml. työohjeet)

Vastaajat kokivat todella tärkeäksi sen, että intranetistä löytyy toimintajärjestelmän laatuohjeet ja prosessit, sekä työohjeet erinäisille töille. Kuitenkaan näitä ohjeita ei tunneta tarvittavan muuta kuin noin kuukausittain. Ohjeiden on silti hyvä olla saatavilla.

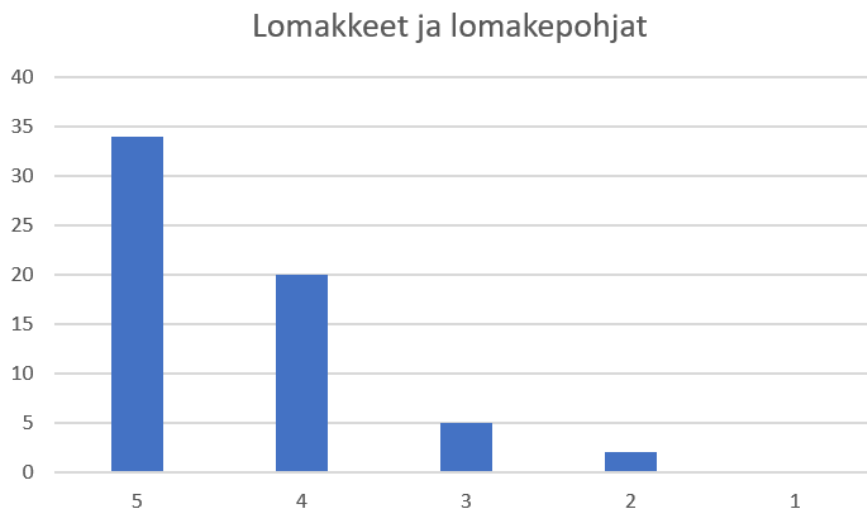


(Kaavio 15. Mittarien saatavuus)



(Kaavio 16. Mittarien saatavuus)

Intranetissä on saatavilla eri asioita mittaavia mittareita, kuten KPI-mittari. Näitä mittareita pääsee seuraamaan kaikki, jotka pääsevät intranettiin, mutta eniten niitä seuraa työnjohto ja tuotantosuunnittelu, saadakseen ajantasaista tietoa. Suuri hajonta vastauksissa voi johtua siitä, että mittareita seuraavat viikoittain vain henkilöt, joiden työn kannalta ne ovat tärkeitä, mutta moni on kuitenkin sitä mieltä, että nämä mittarit on hyvä olla intranetissä.



(Kaavio 17. Lomakkeet ja lomakepohjat)



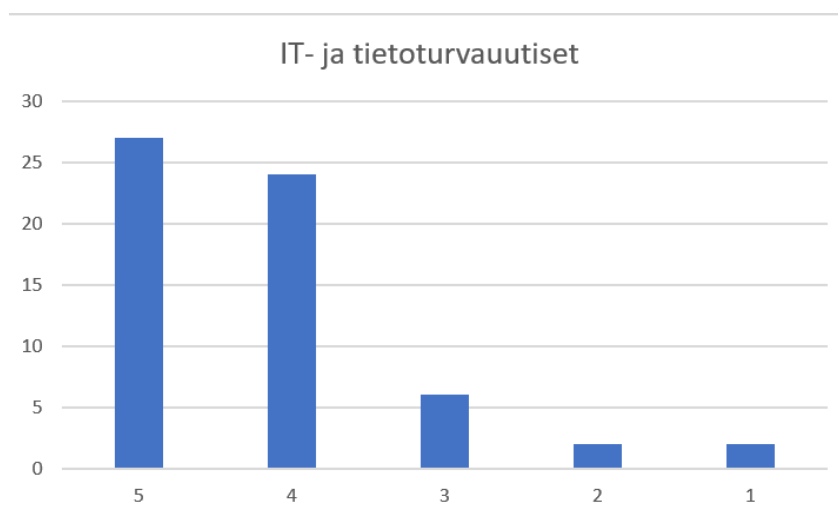
(Kaavio 18. Lomakkeet ja lomakepohjat)

Lomakkeilla tarkoitetaan tässä sellaisia dokumentteja kuten, työsopimus, perehdyttämiskaavake, varhaisen puuttumisen lomake ja kehityskeskustelulomake. Lomakkeet ja lomakepohjat ovat selvästi tärkeitä lähes kaikkien mielestä, mutta koska tällaisia lomakkeita käytetään melko harvoin, vastaajat vastasivat tarvitsevansa niitä harvoin. On kuitenkin erittäin tärkeää, että kun tarvitaan esimerkiksi varhaisen puuttumisenlomaketta, se löytyisi nopeasti ja se olisi ajan tasalla.

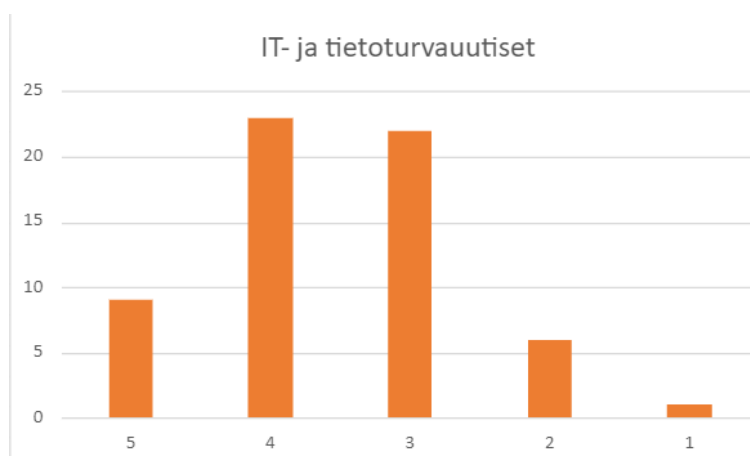
Todella paljon jakaa mielipiteitä se, onko materiaalipankki tärkeä vai ei. Materiaalipankki sisältää mm. tuote-esitteitä ja yritys-esitteitä sekä markkinointimateriaalia.

Täysin ymmärrettävää on, että vaikkapa tuotanto-osasto ei pidä materiaalipankkeja tärkeinä, koska heillä ei ole esimerkiksi messuilla jaettavalle materiaalille tai markkinointiin käytettävälle materiaalille mitään käyttöä, toisin kuin markkinointitiimi, jotka tarvitsevat materiaalipankkia markkinointitarkoitukseen.

Lähes kaikki kyselyyn vastanneet olivat sitä mieltä, että markkinauutiset ovat hyvin tärkeitä intranetissä. Näitä luettaisiin mielellään aina kun jotain uutta tulisi. Kun kysyttiin avoimissa kysymyksissä kehitysehdotuksia, kävi ilmi, että useat toivovat, markkinauutisten päivitystä tiheämpään tahtiin, on sitten kyse hyvistä tai huonoista uutisista.



(Kaavio 19. IT- ja tietoturva uutiset)



(Kaavio 20. IT- ja tietoturva uutiset)

IT- ja tietoturva-uutisia luetaan tiuhaan, mikä on ymmärrettävää tämän kokoisessa yhtiössä, jossa IT- ja tietoruvu-asiat ovat jatkuvasti esillä ja näitä uutisia luetaan sitä mukaan, kun niitä IT-päällikkö syöttää niitä intranettiin. Kevään 2022 aikana suomalaiset yritykset ovat saaneet kokea kyberhyökkäyksiä enenevässä määrin. Tätä opinnäyte-työtä kirjoittaessani huomasin kuinka hyvä olisi, että tässäkin yhtiössä pidetäisiin huolta siitä, että kaikki ovat tietoisia näistä mahdollisista vaaroista ja ovat ajan tasalla tietoturva-asioista.

8.5 Vastaajien mielipiteet intranetistä

Kyselyn viimeisessä osassa työntekijät saivat vastata avoimiin kysymyksiin, joissa he pääsevät kertomaan omin sanoin mitä mieltä ovat nykyisestä intranetistä ja mitä toivovat intranetilta päivityksen jälkeen. Vaikka tässä osiossa ei ollut pakollista vastata avoimiin kysymyksiin, niitä tuli kuitenkin ilahduttava määrä.

8.5.1 Nykyisen intranetin hyvät puolet

Nykyisen intranetin hyviksi puoliksi, jotka toivotaan säilytettävän intranettiä päivitetäessä, mainittiin erityisesti intranetin etusivu. Kyselyyn vastanneiden mukaan etusivulta löytyvät uutiset, ruokalista, linkit työkaluihin ja lista uusimmista intranettiin ladatuista tiedostoista saivat todella monta mainintaa tässä kohdassa kyselyä.

Intranetin hyviksi puoliksi nähtiin se, että siellä on paljon tietoa ja sisältöä koottuna yhteen paikkaan. Tästä samasta aiheesta tuli kyselyn muissa kohdissa kritiikkiä, sillä kun uusia tiedostoja ladataan intranettiin, niiden vanhoja versioita ei poisteta ja ne vaikeuttavat hakukoneen käyttöä, sillä se ehdottaa vanhoja tiedostoja uusien seassa.

Muutama vastaus kehui intranettiä yksinkertaiseksi ja helppokäyttöiseksi, mutta “Nykyisen intranetin huonot puolet” osiossa tulee ilmi, että todella moni kokee nykyisen intranetin liian monimutkaiseksi ja turhan vaikeaksi. Intranetin ulkoasua kehuttiin “raikkaaksi”.

8.5.2 Nykyisen intranetin huonot puolet

Vastauksista kävi ilmi, että monilla oli vaikeuksia löytää haluamaansa tietoa nykyisestä intranetistä. Monissa vastauksissa toistui sanat “sekava”, “epälooginen” ja “vanhentunut”. Otsikoihin toivottiin selkeyttä, kuten myös siihen, milloin uutisessa on kyse Polarteknikistä ja milloin Pimaticistä.

Polkuja on paljon ja vanhat tiedostot häiritsevät hakuja. Eräs vastaaja koki, ettei intranetti ole tarpeeksi nykyaikainen, eikä “vaikuta ison firman intralta”. Hitaudesta ja muista tietoteknisistä haasteita saatiin myös palautetta. Vanhat uutiset ja virkistystoimikunnan uutiset etusivulla koettiin huonoiksi. Suurin osa vastauksista koski vanhoja tiedostoja ja sitä, miten ne häiritsevät hakua ja kuinka ei ole selvää mitkä tiedostot ovat ajan tasalla ja mitkä eivät.

8.5.3 Vastaajien ehdotuksia

Kyselyyn vastanneet saivat vapaasti kirjoittaa kehitysehdotuksia, joita toivoisivat uuteen intranettiin. Selvä enemmistö toivoi vanhojen tiedostojen poistamista intranetistä, sillä ne vaikeuttavat hakutoiminnon käyttöä. Tähän liittyen toivottiin, että olisi selkeästi nimitetty kullekin intranetin sivulle vastaava henkilö, joka poistaisi aina vanhat tiedostot, kun uusia tulee tilalle.

Ulkoasusta toivottiin selkeämpää ja parempaa erittelyä kummankin yhtiön omille uutisille ja tiedostoille. “Tänään tapahtuu” osio, jossa ilmoitettaisiin esimerkiksi toimipisteellä tapahtuvista vierailuista, sai kannatusta työntekijöiltä. Ilmoitukset uusista työntekijöistä oli kyselyn vastauksissa toivottuja, mutta tähän tuli kahta eri kantaa ilmi. Toiset tahtoisivat uusista työntekijöistä kuvan uutiseen, mutta osa vastusti, sillä eivät halua itse tulla kuvatuksi. Tähän ratkaisu on helppo, sillä uudelta henkilöltä voitaisiin aina kysyä lupa kuvaan ensin.

Nimetöntä palaute/keskustelufoorumia toivottiin, jossa työntekijät voisivat antaa parannusehdotuksia. Osto- ja myyntipalstaa ehdotettiin myös, jossa työntekijät voisivat myydä, ostaa ja vaihtaa omia tavaroitaan kuten keväällä perennoita tai lapsille pieneksi jääneitä vaatteita. Muutama ehdotus tuli intranetin käytön koulutuksesta työntekijöille.

9 JOHTOPÄÄTÖS JA POHDINTA

Kysely selkeästi teetettiin tarpeeseen ja sen avulla saatiin paljon lisää tietoa siitä, mitä nykyiset työntekijät uudelta intranetiltä toivovat ja mihin he ovat jo tyytyväisiä. Osastoittain oli jonkin verran vaihtelua vastausinnostuksessa, mutta tämä oli odotettavissa. Seuraavaksi kerrotaan, minkälaisiin johtopäätöksiin tultiin, kun kyselyn tulokset oli arvioitu. Seuraavassa luvussa annetaan Polarteknikille ehdotuksia siitä mitä uuteen, päivitettyyn intranettiin olisi hyvä saada laitettua.

Mikäli henkilöstö ei saa tai löydä tarpeeksi tietoa turvallisuusohjeista ja -säännöistä, heiltä voi jäädä täysin pimentoon tärkeitä ohjeita liittyen esimerkiksi siihen, miten tulipalon syttyessä tulee toimia. Kaikki eivät välttämättä ymmärrä tai uskalla mennä kysymään ohjeistuksesta esimiehiltään tai luottamusmiehiltä.

Kyselyssä kysyttiin siitä, että jos keskustelu- ja palautefoorumi olisi ajan tasalla niin käyttäisikö sitä useammin. Tuloksista saatiin kuitenkin johtopäätös, että vaikka foorumi olisikin ajan tasalla, sitä ei luultavasti käytettäisi juuri ahkerammin. Kun foorumia kuitenkin ylläpidetään, olisi siitä hyvä saada hyötyäkin. Intranetissä on uutisia, joita päivitetään, mutta vaikka uusimmat uutiset ovat aina intranetin etusivulla, kyselyyn vastanneet työntekijät toivovat, että yrityksen uusista asioista kerrotaisiin laajemmin ja useammin.

Vaikka muutama vastaaja antoi kritiikkiä, silti suurin osa erityisesti piti intranetin etusivusta ja siitä, että sieltä löytyvät uutiset, ruokalista, linkit tärkeisiin työkaluihin, sekä lista kaikista uusimmista uutisista, jotka on ladattu intranettiin. Erityisesti viimeksi mainittu sai paljon hyväksyntää ja positiivista palautetta. Vaikka ehdottoman hyväksi puoleksi mainittiin se, että intranetistä löytyy kätevästi yhdestä paikasta paljon tietoa, sai sama asia kritiikkiäkin, sillä jotkut vastanneista kokivat intranetin sekavaksi tämän takia. Pääasiassa palaute oli positiivista, mutta juuri tuosta edellä mainitusta sekavuudesta oli myös kommentteja. Vastausten perusteella yrityksen intranetin ulkoasu on raikas, yksinkertainen ja helppolukuinen.

Niiden vastauksissa, joilla oli vaikeuksia löytää haluamaansa intranetistä, löytyi sanoja kuten “epälooginen” ja “vanhentunut”. Samoin toivottiin, että uutisissa ja intranetissä yleensäkin tehtäisiin selvemmäksi, milloin uutisessa tai dokumentissa on kyse Polarteknikistä ja milloin Pimaticista. Pitkät ja polveilevat polut ovat aiheuttaneet turhautumista, kun työntekijät ovat yrittäneet etsiä haluamaansa tietoa. Erityistä huomiota kiinnitti kommentti siitä, ettei Polarteknikin intranetti näytä siltä kuin sen takana olisi kovinkaan iso tai vaikuttava firma.

Kun tarkisteltiin vastauksia mittariston tärkeydestä, suuri hajonta vastauksissa voi johtua siitä, että isolle osalle työntekijöistä mittarit eivät tuo lisäarvoa. Toisaalta pienelle joukolle ne ovat erittäin tärkeitä ja he seuraavat mittareita lähes päivittäin. Palautetta tuli myös netin hitaudesta ja muuttamista muista tietoteknisistä haasteista.

Seuraava, joka tekee opinnäytetyön Polarteknikille voisi perehtyä siihen aiheeseen, miten kannattaisi siirtää laadunhallinta-, johtamis- ja toimintajärjestelmä tiedostot SharePoint Intranetistä Arterin IMS-ohjelmistoon mahdollisimman tehokkaasti ja käyttäjien mukavuus huomioiden.

10 EHDOTUKSET INTRANETIN SUUNNITTELIJOILLE

32,9 prosenttia kyselyyn vastanneista kertoi, ettei saa tarpeeksi tietoa intranetistä tai varsinkaan ajankohtaista tietoa. Ehdotan intranettiä päivittäväälle tiimille, että lisääisivät intranettiin enemmän ajankohtaista tietoa.

Alle puolet vastanneista kertoi, ettei saa riittävästi tietoa turvallisuusjärjestelyistä ja siksi mielestäni olisi järkevää kiinnittää tähän erityistä huomiota uutta intranettiä suunniteltaessa. Työturvallisuus on tärkeä osa-alue ja päivitetty tiedot siihen liittyen tulisi olla koko ajan ja mahdollisimman helposti kaikkien työntekijöiden saatavilla, jotta voitaisiin taata kaikille turvallinen työpaikka ilman työtaturmia tai läheltä piti-tilanteita.

Työntekijät toivoisivat, että intrassa olisi erillinen keskustelufoorumi, jossa olisi mahdollisuus keskustella vaihtaa ideoita ja kommentoida muiden kirjoituksia. Siellä tulisi olla vaihtoehtona myös kirjoittaa anonymisti ja jonkun tulisi tarpeen mukaan moderoida keskustelua, jotta voitaisiin varmistaa, että keskustelu pysyisi asiallisena. Työntekijöitä pitäisi opettaa käyttämään tätä keskustelu- ja palautefoorumiä ja rohkaista sen käyttöön.

Ehdotan, että se taho, joka päivittää intranettiin yrityksen uutisia, päivittäisi niitä useammin ja laajemmin koska sellainen toive tuli esiin kyselyssä ja samalla pidettäisiin myös huolta, että otsikot ovat selkeitä. Markkin uutiset ja tiedot uusista kaupoista ovat mieleisiä. Virkistystoimikunnalta toivottiin lisää uutispäivityksiä yhteisistä tapahtumista, joten ehdotan, että virkistystoimikunta ottaisi asian käsittelyyn seuraavassa kokouksessaan. Koska henkilöstöön liittyvät uutiset ovat monelle tärkeitä, niitä voisi päivittää tiuhempaan tahtiin intraan ottaen kuitenkin huomioon sen, että joidenkin vastaajien mielestä työntekijöiden kasvokuvia ei tulisi laittaa intranettiin. Myös mittariston päivittämiseen pitäisi kiinnittää huomiota ja kenties automatisoida sitä.

Työntekijöiltä tuli toiveita intranettiin päivitettävästä kartasta, jossa näkyisi missä kenenkin työntekijän työpiste sijaitsee. Tämä voitaisiin toteuttaa helposti tekemällä pohjakuvat kaikista toimipisteistä ja niihin voitaisiin kirjoittaa jokaisin työntekijän nimi niille paikoille, missä he työskentelevät.

Kyselyssä tuli ilmi tarve jonkinlaiselle tavalle ilmoittaa, jos esimerkiksi Huittisten toimipisteelle on tulossa vierailijoita. Tämä osittain siksi, että tiedetään syy, jos vierailijoiden isäntä ei vaikka vastaa puhelimeensa tai sähköposteihin, niin häntä ei turhaan yritetä saada sinä päivänä kiinni. Toivottiin myös, että henkilöstöä koulutettaisiin ja opastettaisiin Microsoft-Officen ja muiden yrityksen käytössä olevien ohjelmistojen käytössä.

Todella monessa avoimessa vastauksessa tuli ilmi, että vanhat tiedostot haittaavat intranetin käyttäjiä. Se vaikeuttaa haku toimintoa ja aiheuttaa epä tietoisuutta siitä, että mikä on ajan tasalla ja mikä ei. Tähän kehitysehdotus olisi joko vanhojen tiedostojen poistaminen intrasta kokonaan tai jos niiden säilyttäminen siellä on pakollista, ne

voitaisiin nimetä uudestaan niin, että tulee helposti selväksi, että mikä tiedosto on vanha ja mikä uusia.

LÄHTEET

Arter. (n.d.). IMS-ohjelmisto – Laatus toiminnan kehittämiseen. <https://www.arter.fi/ohjelmistot/ims-ohjelmisto/>

Firstup. (17.6.2021). What is an intranet and is it still relevant to your organization? <https://firstup.io/blog/what-is-an-intranet-and-is-it-still-relevant-to-your-organization/>

Gadamer, H-G. 2004. Hermeneutiikka. Ymmärtäminen tieteissä ja filosofiassa. Tampere: Vastapaino.)

Hotulainen, R. (n.d.). Aineistonkeruu kyselylomakkeella. Helsingin Yliopisto. Opettajankoulutuslaitos. <https://www.mv.helsinki.fi/home/hotulain/Tilasto/Kyselomake-ohjeet.htm>

Informatique-mania. (n.d.). Intranet: mitä se on, mihin se on tarkoitettu ja miten tämä verkkotekniikka toimii? <https://www.informatique-mania.com/fi/linternet/intranet/>

Joki, M. (2021). Henkilöstöasiantuntijan käsikirja. (7., Uudistettu painos). Kauppakamari. <https://kauppakamaritieto-fi.lillukka.samk.fi/>

Kankkunen, P. (28.1.2016). Intranet sisäisen viestinnän täsmäaseena. Sulava-verkkosivut. <https://sulava.com/moderni-tyo/intranet-sisaisen-viestinnan-tasmaaseena/>

Kirjastot. (1.10.2003). Mikä on extranet? <https://www.kirjastot.fi/kysy/mika-on-extranet>

KvantiMOV. (26.8.2010). Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Kyselylomakkeen laatiminen. <https://www.fsd.tuni.fi/menetelmaopetus/kyselylomake/laatiminen.html>

Lutkevich B. (n.d.). Intranet. Techtarjet. <https://www.techtarjet.com/whatis/definition/intranet>

Microsoft. (n.d.). Mikä on SharePoint? <https://support.microsoft.com/fi-fi/office/mik%C3%A4-on-sharepoint-97b915e6-651b-43b2-827d-fb25777f446f>

Pimatic. (n.d.). Yritys. <https://www.pimatic.fi/fi/yritys/>

Polarteknik. (n.d.). Yhtiö. <https://www.polarteknik.fi/fi/yhtio/>

SFS. (n.d.). Johtaminen. <https://sfs.fi/osallistu-ja-vaikuta/aihealueet/johtaminen/>

Suuronen, R. (n.d.). Miksi taustatietoa kannattaa hyödyntää kyselyissä.

<https://www.zef.fi/fi/blogi/miksi-taustatietoja-kannattaa-hy%C3%B6dynt%C3%A4%C3%A4-kyselyiss%C3%A4>

Tietoarkisto. (n.d.). Kyselylomakkeen laatiminen. <https://www.fsd.tuni.fi/fi/palvelut/menetelmaopetus/kvanti/kyselylomake/laatiminen>

Tilastokeskus. (n.d.) Kvalitatiivinen tutkimus. https://www.stat.fi/meta/kas/kvalit_tutkimus.html

Törrö, A. (16.2.2017). Asiantuntija avaa: Intranet sisäisen viestinnän välineenä. Opintokeskus SIVIS.

<https://www.ok-sivis.fi/sivisnyt/asiantuntija-avaa-intranet-sisaisen-viestinnan-valineena.html>

Vannette, D. (15.9.2014). Questionnaire Design: Theory and Best Practices. Stanford University Institute for Research in the Social Sciences Computational Social Science Workshop. https://iriss.stanford.edu/sites/g/files/sbiybj6196/f/questionnaire_design_1.pdf

Verkkoasema. (n.d.). Intranet organisaation sisäiseen viestintään.

<https://www.verkkoasema.fi/intranet/>

Vilkka, H. (2021). Näin onnistut opinnäytetyössä. Ratkaisut tutkimuksen umpikujiin.

PS-kustannus. <https://www.ellibslibrary.com>

Vilpas, P. (2018). Kvantitatiivinen tutkimus. Metropolia. Pdf-tiedosto. Saatavissa:
<https://users.Metropolia.fi/~pervil/kvantsu/Moniste>

Intranet kysely

Kyselyn tarkoitus on kartoittaa mitä intranetin käyttäjät haluaisivat pitää vanhasta intrasta, mitä uutta he kaipaavat ja eivät kaipaa enää uuteen intraan.

Vastaaminen kestää 5 min.

Vastaaminen tapahtuu anonyymisti ja jokaista vastausta arvostetaan.

*Pakollinen

1. Yhtiö *

Merkitse vain yksi soikio.

Polarteknik Oy

Pimatic Oy

2. Kustannuspaikka *

Merkitse vain yksi soikio.

1014 Production Pneumatics

1016 Machining Pneumatics

1020 Production Doors

1021 Machining Doors

2020 Logistics

4010 Service

5020 Sales Doors

5021 Sales Pneumatics

5022 Engineering Pneumatics

5025 Sales Engineering

9011 Management

3. Kuinka kauan olet ollut työsuhteessa *

Merkitse vain yksi soikio.

- 0 - 2 vuotta
 2 - 5 vuotta
 5 - 10 vuotta
 10 + vuotta

4. Kuinka usein käytät intranettiä? *

Merkitse vain yksi soikio.

- Päivittäin
 Viikottain
 Kuukausittain
 Harvemmin kuin kuukausittain
 En koskaan

5. Mikäli vastasit harvemmin kuin kuukausittain, miksi?

Valitse kaikki sopivat vaihtoehdot.

- tietoa on vaikea löytää
 tarvitsemaani tietoa ei ole intranetissä
 en koe tarvitsevani intranettiä työssäni
 Muu: _____

6. Saatko tarpeeksi tietoa yrityksen ajankohtaisista asioista intranetistä? *

Merkitse vain yksi soikio.

- Kyllä
 Ei

7. Mitä tietoa haet intranetistä? *

8. Mitä tietoa haluaisit löytää intraneteistä? *

9. Käytätkö intranetissä olevaa johtamisjärjestelmää? *

Merkitse vain yksi soikio.

Kyllä

Ei

10. Saatko intranetistä turvallisuusohjeisiin ja -sääntöihin liittyvää tietoa riittävästi *

Merkitse vain yksi soikio.

Kyllä

Ei

Kuinka tärkeäksi koet seuraavat sisällöt?

11. henkilötietojen haku *

Merkitse vain yksi soikio.

1 2 3 4 5

Ei yhtään tärkeä Todella tärkeä

16. lomakkeet ja lomakepohjat *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	
Ei yhtään tärkeää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Todella tärkeää

17. materiaalipankki (tuote-esitteet, yritysesitykset, markkinointimateriaali) *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	
Ei yhtään tärkeää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Todella tärkeää

18. markkinauutiset, uudet kaupat, uudet tiedotteet toimitusketjun tilanteesta, tms. *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	
Ei yhtään tärkeää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Todella tärkeää

19. IT- ja tietoturva uutiset *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	
Ei yhtään tärkeää	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Todella tärkeää

20. jokin muu, mikä

Jos intranet olisi ajantaisainen ja sieltä löytyisi tarvittava tieto, kuinka useasti käyttäisit seuraavaa sisältöä?

1 = en
koskaan
2 =
vuosittain
3 =
kuukausittain
4 = viikottain
5 = päivittäin

21. henkilötietojen haku *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	
en koskaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	päivittäin

22. henkilöstöön liittyvät ohjeet *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	
en koskaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	päivittäin

23. keskustelu- ja palautefoorumi *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	
en koskaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	päivittäin

28. markkinauutiset *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	
en koskaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	päivittäin

29. IT- ja tietoturvaluutiset *

Merkitse vain yksi soikio.

	1	2	3	4	5	
en koskaan	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	päivittäin

30. Nykyisen intranetin hyvät puolet

31. Nykyisen intranetin huonot puolet

32. Kehitysehdotuksia uuteen intranettiin
