



LAHDEN AMMATTIKORKEAKOULU
Lahti University of Applied Sciences

INTRANETIN SISÄLLÖN TUOTTAMINEN

Case: PalveluSantra

LAHDEN
AMMATTIKORKEAKOULU
Liiketalouden ala
Liiketalouden koulutusohjelma
Opinnäytetyö
Kevät 2014
Allu Pyhälampi

Lahden ammattikorkeakoulu
Liiketalouden koulutusohjelma

PYHÄLAMMI, ALLU:

Intranetin sisällön tuottaminen
Case: PalveluSantra

Liiketalouden opinnäytetyö

57 sivua, 6 liitesivua

Kevät 2014

TIIVISTELMÄ

Tämä opinnäytetyö kuvaa intranetin rakentamista ja sisällön tuottamista. Intranetin rakentaminen toteutettiin osana Lahden ammattikorkeakoulun Dynamo 2014 -projektia. Intranet rakennettiin PalveluSantra -organisaatiolle, joka välittää palveluja iäkkäille ja muille niitä tarvitseville henkilöille. PalveluSantran toimintaa ylläpitää Päijät-Hämeen hyvinvointipalvelujen kehitys ry. Intranetin rakentamisen tarkoituksena oli tarjota uusi yhteydenpitokanava PalveluSantran ja tämän rekisterissä olevan 140 keskenään erityyppisen yrityksen välille. Työ tehtiin yhteistyönä kuusihenkisen projektiryhmän ja projektin tilaajaorganisaation voimin.

Työn teoriaosuuden tarkoitus on käsitellä erityyppisen viestinnän erilaisia sisältöjä ja tuoda taustaa sille, minkälainen tämän päivän toimivan intranetin tulisi olla. Teoriaosuudessa käsitellään intranetin suunnittelun ja sisällön tuottamisen vaiheita, ja tarkastellaan loppukäyttäjän mahdollisuuksia saada intranetista mahdollisimman suuri hyöty. Teoriaosuuden tavoite on myös kirkastaa intranetin vahvuuksia yritysten jokapäiväisessä työskentelyssä.

Työn empiriaosuudessa kuvataan intranetin luomista case-yritys PalveluSantralle. Tutkimuksen empiirisenä aineistona käytettiin 140 yrittäjälle tehtyä kyselyä, intranetin tilaajan, PalveluSantran toiminnanjohtajan, haastattelua, sekä itse projektissa työskentelyä. Tutkimusmenetelmänä tässä työssä käytettiin osallistuvaa havainnointia. Tutkimustulosten analyysi oli kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen menetelmän sekoitus, ensimmäiseen kuitenkin painottuen.

Asiasanat: yhteisöviestintä, verkkoviestintä, intranet, extranet, PalveluSantra, Dynamo

Lahti University of Applied Sciences
Degree Programme in Business Studies

PYHÄLAMMI, ALLU:

Intranet Content Creating
Case: PalveluSantra

Bachelor's Thesis in Business Studies 57 pages, 6 pages of appendices

Spring 2014

ABSTRACT

This thesis depicts the designing and implementing of an intranet. Creating the intranet was a part of the Dynamo 2014 -project in Lahti University of Applied Sciences. The intranet was built for PalveluSantra, a company which offers domestic services for elderly people and others who might need them. PalveluSantra is operated by Päijät-Hämeen hyvinvointipalvelujen kehitys ry. The object of creating the intranet was to achieve a new way for PalveluSantra and the 140 companies in its register, to keep contact. The task was performed as a collaboration by a six-member project group and PalveluSantra.

The theoretical part of this thesis showcases the varying contents of different types of communication, and to bring in the history of the intranet as a background to what an intranet these days should be. The theoretical part will handle the key phases of intranet design and implementation, and examine the end user's possibilities for getting the greatest possible benefit from the intranet. The goal of the theoretical part is also to enlighten the strengths of the intranet in the companies' day-to-day operations.

The empirical part of this thesis depicts the creation of an intranet to the case company PalveluSantra. A survey to the 140 companies in PalveluSantra's register and an interview of the operating director of PalveluSantra was used as the empirical material in this thesis, as well as working in the project itself. The research method used in this thesis was participational observing. The analysis of the results was a mix of qualitative and quantitative methods, with the former having the emphasis.

Keywords: organizational communication, network communication, intranet, extranet, PalveluSantra, Dynamo

SISÄLLYS

1 JOHDANTO	1
2 SISÄINEN VIESTINTÄ	3
2.1 Työyhteisöviestintä	3
2.2 Sähköinen viestintäympäristö	8
3 INTRANET VIESTINTÄVÄLINEENÄ	12
3.1 Intranetin merkitys	12
3.2 Intranetin käyttö	17
3.3 Intranetin sisältö	20
4 INTRANETIN TOTEUTTAMINEN – CASE: PALVELUSANTRA	24
4.1 Tutkimus	24
4.2 Kysely yrityksille	25
4.3 Projektin tilaajan haastattelu	30
4.4 Intranetin toteuttamisen vaiheet	32
4.5 Intranetin sisältö	36
4.5.1 Kirjautuminen	36
4.5.2 Etusivu	37
4.5.3 Lait ja säädökset sekä lomakkeet	40
4.5.4 Koulutukset	41
4.5.5 Profiilit	42
4.5.6 Asetukset	43
4.6 Työn tulokset	45
5 YHTEENVETO	47
5.1 Johtopäätökset ja työn onnistuminen	47
5.2 Kehitysehdotukset	48
5.3 Validiteetti ja reliabiliteetti	49
5.4 Tutkimuksen hyöty ja jatkotutkimusaiheet	50
LÄHTEET	52
LIITTEET	58

1 JOHDANTO

Tämä työ kuvaa intranetin sisällön tuottamisen prosessia. Intranetin sisällön tuottaminen toteutettiin osana Lahden ammattikorkeakoulun Dynamo 2014 -projektia. Dynamo 2014 on Lahden ammattikorkeakoulun järjestämä, monialaisia näkökulmia hyödyntävä hanke, jonka päämääränä on tehdä laadukasta ja innovoivaa tuotekehitystyötä asiakkaan tarpeisiin vastaamalla.

Sähköisen viestinnän merkitys on kasvanut huomattavaksi viime vuosikymmenen aikana. Sähköisyyden yleistyminen ei ole lisännyt vain viestintävälineiden määrää, vaan muuttanut viestintää kokonaisuudessaan. Siinä, missä perinteiset viestintätavat noudattelevat jyrkän ja hierarkkisen organisaation rakennetta sekä yksipuolista tiedonkulkua, sähköisyys mahdollistaa avoimemman ja modernin työyhteisön, jossa eri tasojen työntekijät voivat olla keskenään vuorovaikutuksessa. (Potomac 2014.) Intranet on tänä päivänä useassa organisaatiossa tärkein instrumentti tiedon hallinnoinnissa ja välityksessä. Intranetit ovat muovanneet yritysten viestinnän uudentyypin yhteisöllisyyden tasolle, ja muodostaneet merkittävän kontaktipisteen informaation ja johtamisen välille. (Thiry-Cherques 2010.)

Päijät-Hämeen hyvinvointipalvelujen kehitys ry:n ylläpitämä PalveluSantra halusi toteuttaa yrityksensä tiedonvälitystä varten intranet-järjestelmän. PalveluSantra on 14 Päijät-Hämeen kunnassa toimiva organisaatio, joka välittää palveluja iäkkäille ja muille niitä tarvitseville ihmisille. PalveluSantra tekee yhteistyötä noin 140 yrityksen tai yrittäjän kanssa, joihin kuuluu esimerkiksi siivous-, kaupassakäynti- ja remontointipalveluita. Päivittäisen työn ja toimintojen helpottamiseksi haluttiin luoda yritysten välille tietoverkko, joka ei ole puhtaasti intranet tai extranet, vaan niiden eräänlainen välimuoto. Tässä työssä kutsumme sitä intranetiksi.

Tässä projektissa intranetin tarkoitus oli nimenomaan parantaa yrityksistä koostuvan verkoston yhteydenpitoa, niin PalveluSantran kanssa kuin keskinäisestikin. Ennen intranetia tärkeimmät yhteydenpidon välineet ovat olleet puhelin ja sähköposti. Puhelimen osuus viestinnästä oli noin 60 % ja sähköpostin

osuus noin 40 %. Yrityksellä oli ollut aiemmin käytössään suppeampi intranet-järjestelmä, joka ei kuitenkaan ollut toiminut tyydyttävällä tavalla. (Nieminen 2013.)

Tässä työssä käsitellään aluksi viestintää ja sähköistä viestintää työn teoreettisena viitekehyksenä. Tämän jälkeen syvennyttään intranetin hyötyihin ja ominaisuuksiin viestinnän kanavana. Seuraavaksi tarkastellaan työn empiiristä osuutta, intranetin rakentamista case-yritys PalveluSantralle. Lopuksi tehdään yhteenveto työn tuloksista, arvioidaan tutkimuksen luotettavuutta, ja pohditaan aiheita mahdollisiin jatkotutkimuksiin.

Työn tutkimusongelma on uuden sähköisen viestintävälineen suunnittelu ja tuottaminen haastavalle käyttäjäjoukolle. Keskeisenä tutkimuskysymyksenä on miten suunnitella ja tuottaa intranettiin sisältöä, kun kohderyhmänä oleva käyttäjäjoukko ei ole yhden organisaation sisäinen, vaan useista yrityksistä ja yrittäjistä koostuva verkosto, jonka sisällä on yhteisiä päämääriä? Työn case-osuudessa käytettiin tutkimusmenetelminä survey-kyselyä, toimeksiantajan haastattelua, ja osallistuvaa havainnointia intranetia rakentavassa projektissa työskentelemällä. Tutkimusaineiston tuloksia analysointiin kvalitatiivisesti, mielipiteitä ja yleistä suuntausta painottaen. Tutkimustyön tuloksena syntyi yrityskäyttöön tarkoitettu valmis tuote.

Lähdemateriaaleina opinnäytetyön teoriapohjalle käytettiin erilaisia viestintään liittyviä teoksia, sähköistä materiaalia, sekä intranet-aiheisia opinnäytetöitä. Teoriapohjaan sopivia intranetista tehtyjä tutkimuksia oli saatavilla runsaasti. Tutkimuksista osassa painotettiin teknistä puolta, kuten Mikko Uronen opinnäytetyössään (2013), osassa taas keskityttiin viestinnälliseen näkökulmaan, josta esimerkkeinä Emmi Mansikan (2011) ja Olli Majamaan (2011) opinnäytetyöt. Hyödyllistä näkökulmaa toi myös muun muassa Tanja Reimarin opinnäytetyö (2011), joka käsitteli olemassaolevan intranetin haasteita ja kehitysideoita.

2 SISÄINEN VIESTINTÄ

2.1 Työyhteisöviestintä

Viestintä on perinteisesti nähty funktiona, jota käsittelee ammattilaisista koostuva oma yksikkönsä. Usein kuulee esimiesten ja johtajien puhuvan viestinnästä vähätellen ja heille itselleen vieraana asiana. Ajatellaan, että viestintä on ammattilaisten ja tiedottajien erikoisalaa, jota muiden ei tarvitse välttämättä hallitakaan. Viestinnän nykyinen määrittely rakentuu kuitenkin nimenomaan yhteisöllisyyden ja kaikkien osallistumisen ympärille.

Jokainen organisaatio on perimmiltään ihmisten muodostamien vuorovaikutussuhteiden verkosto, eikä näitä vuorovaikutussuhteita olisi ilman viestintää. Organisaatioita ei siis yksinkertaisesti olisi olemassa ilman viestintää. (Aula 2000, 9.) Tällä tavalla viestintä on osa kaikkea tekemistä, ja sen tarkempia tehtävien määrittelyjä ei välttämättä tarvita. Siirtyminen perinteisemmästä viestinnästä uudentyyppiseen viestintään kuvaa työyhteisöiden kehitystä kokonaisuutena. Uudentyyppinen, läheisempi viestintä sopii hyvin vahvemmalle ja energisoituneemmalle työyhteisölle. Hyvän työyhteisön synty edellyttää hyvää viestintää. (Juholin 2009, 79.)

Perinteistä viestintää voidaan kuvata uskomuksella siitä, että tieto on neutraalia ja absoluuttista, ja oleellista on vain sen siirtäminen lähettäjältä vastaanottajalle. Työyhteisöissä viestintä on tarkoittanut yleisesti tiedon siirtymistä esimiehiltä työntekijöille. Suoraviivainen tiedon siirtäminen toimi vielä kehittymättömämpien työyhteisöjen ja koulutustasojen aikana, ja joissain työyhteisöissä malli elää osittain vieläkin. (Juholin 2009, 58.)

TAULUKKO 1. Työyhteisön viestintä Stegerin mallin mukaisesti (mukailtu Juholin 2009, 59).

Työyhteisö	Viestintä	Loitontavaa	Lähentävää
Lamaannuttava		Hierarkkisuus Yksisuuntainen viestintä	Hierarkkisuus Osallistava viestintä
Energisoiva		Työyhteisöllisyys Yksisuuntainen viestintä	Työyhteisöllisyys Osallistava viestintä

Taulukossa 1 kuvattu Stegerin mallin mukainen jako eri viestintä- ja työyhteisötyyppien välillä kertoo, millaista viestintää erityyppisissä työyhteisöissä voidaan harjoittaa. Lamaannuttavan työyhteisön ominaispiirteitä ovat hierarkkisuus ja johtajakeskeisyys. Energisoiva työyhteisö puolestaan tuottaa yhteisöllistä ja yksilöllistä voimaantumisen tunnetta keskustelua ja osallistumista edistämällä. (Juholin 2009, 59.)

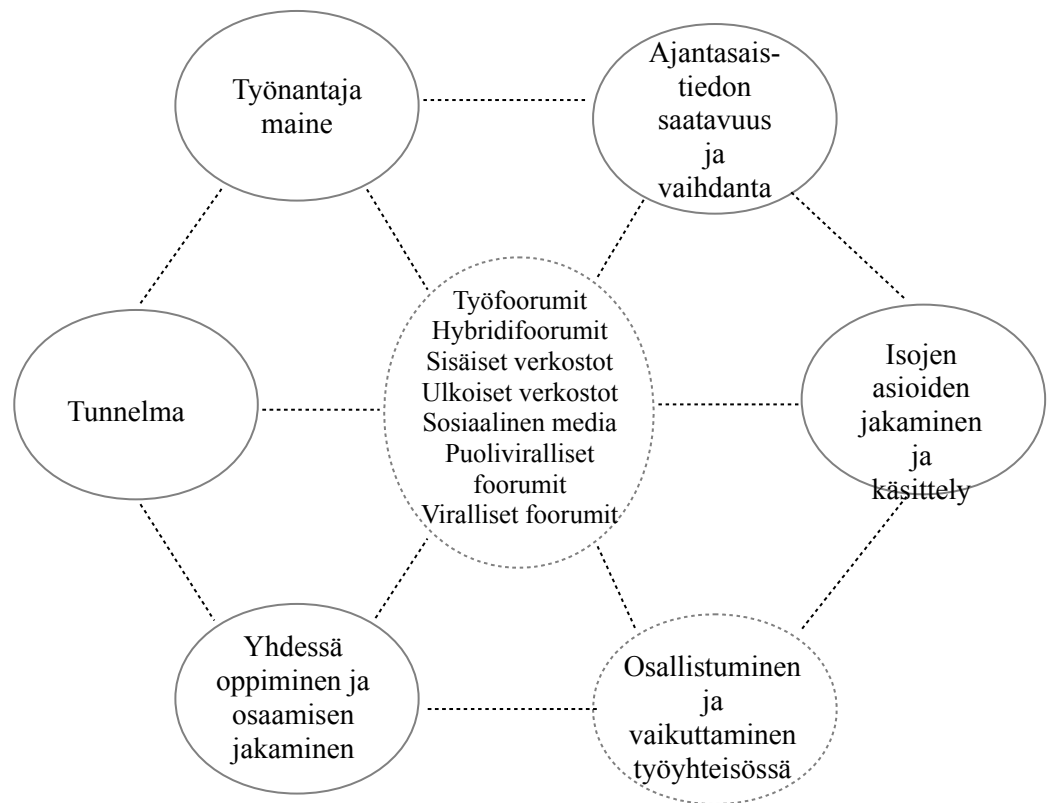
Loitontava viestintä tarkoittaa tässä yhteydessä etäistä ja monologista viestintää, jossa yksi puhuu ja muut kuuntelevat. Tämä viestintämuoto on usein yhdistetty lamaannuttavaan työyhteisöön. Loitontava viestintä voi kuitenkin olla tilanteesta riippuen myös paras vaihtoehto. Lähentävä viestintä taas perustuu moniäänisyyteen ja erilaisten näkemysten ja mielipiteiden sallimiseen. Voidaan ajatella että energisoiva työyhteisö ja lähentävä viestintä ovat vastinpareja. (Juholin 2009, 59.)

Työyhteisöviestinnän uuden mallin (KUVIO 1) mukaisesti viestintä tapahtuu nimenomaan siellä, missä ihmiset ovat ja työskentelevät, ja missä he itse vaihtavat tietoa ja kokemuksia. Tällöin työyhteisön jäsenet ovat keskenään tasavertaisia, ja tietoa ei siirretä ainoastaan organisaation hierarkian ja asemavallan mukaisesti. Entisistä tiedon vastaanottajista tulee aktiivisia toimijoita, subjekteja, jotka ovat tasavertaisen työyhteisön jäseniä. Tässä asetelmassa alaiset voivat kyseenalaistaa esimiehen päätöksiä - ja päinvastoin. (Juholin 2009, 62.)

Työyhteisöviestinnän uusi malli on syntynyt 6+1 tekijästä, jotka ovat työyhteisön sisäisen keskustelun ja yhteisöllisyyden perusasioita (Juholin 2009, 63):

1. Isojen ja tärkeiden asioiden käsittely. Vuorovaikutteisuus, keskustelu ja ymmärryksen varmistaminen.
2. Ajantasainen tieto. Aina sitä tarvitsevien ja hyödyntävien ihmisten saatavilla.
3. Tunnelma. Rento, vapaamuotoinen ja kysymiseen kannustava.
4. Osallistuminen ja vaikuttaminen. Koko lähipiirin ja organisaation sekä pienet että isot asiat.
5. Yhdessä oppimisen ja osaamisen jakaminen. Tukee yksilöä ja koko yhteisöä ja mahdollistaa mutkattoman viestinnän ja monisuuntaisen palautteen.
6. Työnantajamaine. Osa jokaisen työtä, jokainen heijastaa sitä ympäristöönsä. Myös organisaation maine heijastuneena takaisin yksilöihin.

Mallin +1 -tekijä yhdistää edelliset kuusi kohtaa: Viestintä ja toiminta tapahtuu foorumeilla, joissa voidaan avoimesti vaihtaa tietoa ja käydä vuoropuhelua. Foorumit tuo organisaation yhteen sen toimintaympäristön kanssa. (Mukailtu Juholin 2009, 63.)



KUVIO 1. Työyhteisöviestinnän uusi malli. (Juholin 2009, 64.)

Viestinnän tavoitteiksi Juholin listaa organisaation tavoitteiden tukemisen, konkreettisuuden, tietoihin, asenteisiin ja mielikuviin kohdistuvuuden, sekä mahdollisuuden mitata sen toteuttamista (2009). Viestinnän tavoitteeksi voidaan lukea myös selkeyden ja rakentavan palautteen lisääminen sekä ajankäytön parempi hallinta (Zidle 2012).

On olemassa sanonta ”ihminen ei jätä työtään, ihminen jättää esimiehensä”. Sanonnalla on huomattava merkityksensä, nimittäin useissa työntekijän lähtöä yrityksestä koskevissa tutkimussa huomattavin asia, josta työntekijä on maininnut, on esimiehen puutteelliset kommunikaatiotaidot. Viestintää tapahtuu joko liian paljon, liian vähän tai tavalla, joka ei ole tehokas tai tarkoitukseen sopiva. (Zidle 2012.)

Työyhteisöviestintään sopii hyvin myös Jaana Utin (2004) listaamat kolme vuorovaikutuksen tärkeää pelisääntöä. Ensimmäisenä kuuntelijan tulee olla ottamatta asioita henkilökohtaisesti, eikä ajatella, että kertojalla on jotain taka-ajatuksia tai salattavaa. Kertojaan tulisi suhtautua positiivisesti ja rakentavasti. Toisena sääntönä tulisi olla oma pyrkimys kertomaan asioista avoimella ja epäluuloja hälventävällä tavalla. Kolmantena pelisääntönä Utti toteaa olevan vastuullisuuden merkityksen: Juoruilu ja tarpeeton valittelu vähentää vastuullista vuorovaikutusta huomattavasti. (Utti 2004, 153.)

Suurimman osan työyhteisön vuorovaikutukseen liittyvistä ongelmista voidaan sanoa johtuvan kolmesta eri puutteesta, joiden kehittäminen on oleellista menestyksekkään vuorovaikutuksen parantamiseksi (Zidle 2012):

1. Toimimattomat suhteet ja heikko tiedonsiirto johdon ja työntekijöiden välillä.
2. Tehokkaaseen tiedon vaihtamiseen vaadittavien järjestelmien ja infrastruktuurin puute.
3. Katkokset tiedonsiirrosta johdon ja työntekijöiden välillä hankalien taloudellisten tilanteiden aikana.

Vahvaan tiimiyhteistyöhön ja projektiorganisaatioon perustuva, Suomen parhaaksi työpaikaksi useina vuosina valittu Accenture käyttää työyhteisöviestinnässään useita erilaisia keinoja ja kanavia. Näitä ovat esimerkiksi koko henkilöstön tapahtumat ja tilaisuudet, intranet, säännölliset uutiskirjeet ja tiedotteet, sähköinen ilmoitustaulu, verkkopohjaiset ryhmätyövälineet, kuten wikit ja blogit, erilaiset puhelinneuvottelut, konferenssipuhelut ja videoneuvottelut, aloitteet sekä työhyvinvointiohjelman omat nettisivut ja palautekanavat. Yrityksellä on lisäksi erikseen määritellyt, osastokohtaiset viestintävastaavat. Accenturen periaatteiden mukaan hyvä sisäinen viestintä ja työhyvinvointi liittyvät läheisesti toisiinsa. (Rissa 2009.)

2.2 Sähköinen viestintäympäristö

Työyhteisön sisäinen viestintä luo pohjan koko organisaation toiminnalle. Onnistuneella sisäisellä viestinnällä luodaan vastuullinen ja tärkeä suhde koko organisaation sisälle. Tutkimusten mukaan työntekijät, jotka ovat tyytyväisiä työyhteisönsä sisäiseen viestintään, ovat sitoutuneempia ja suhtautuvat työhönsä positiivisemmin. Työyhteisön sisäisen viestinnän tehtäviä voidaan jaotella seuraavalla tavalla (Piha 2014):

- Työtehtäviin liittyvän tiedon välittäminen
- Organisaation päämäärien, toiminta-ajatuksen ja arvojen jalkauttaminen
- Palautteen antaminen ja vastaanottaminen
- Organisaation muutoksista viestiminen
- Sisäisen kulttuurin rakentaminen ja vahvistaminen

Viestintäteknologian astuminen työyhteisöihin on muuttanut itse viestintää, mutta myös työntekoa kokonaisuudessaan. Organisaation jäsenten käyttämiä teknologioita ja viestinnän teknisiä muotoja ovat internet, sähköposti, intranet, pikaviestimet, blogit ja mobiilit viestintäkanavat. Lisäksi erilaiset verkkopohjaiset työalustat ja -ympäristöt ovat yleistyneet kiihtyvällä tahdilla. Tällaiset ympäristöt ovat olleet käytössä yliopisto- ja korkeakoulumaailmassa jo jonkin aikaa, ja nyt ne ovat yleistymässä työpaikoille. (Juholin 2009, 73.)

Viestinnän eräs tärkeimpiä huomioonotettavia seikkoja on se, millä tavalla viestillä on tarkoitus vaikuttaa vastaanottajaan. Tähän liittyen viestintävälineen ja viestintämuodon valitseminen ennalta on avainasemassa. Sähköisen viestintävälineen käyttäminen voi aiheuttaa käsityksen viestinnän yksipuolisuudesta. Kasvokkain ja henkilökohtaisesti viestiminen ei kuitenkaan aina ole se parempi vaihtoehto. Ei pidä myöskään ajatella, että silkka viestinnän

monipuolistaminen olisi joka tilanteessa kannattavaa. Käytännössä siihen ei aina ole aikaa tai mahdollisuuksia, eikä se välttämättä ole edes mielekäästä. (Puro 2004, 126.)

Ajan myötä suosituimmaksi muodostuvaa keskustelumuotoa on usein vaikea arvioida ennalta. Tärkeintä ihmisille on yleensä se, että keskustelumuoto tuntuu luontevalta. Keskustelija on harvoin taipuvainen käyttämään hänelle vierasta tai epäluonnollista keskustelukanavaa vaikka esimerkiksi välimatka sitä vaatisi. Näin työyhteisöissäkin nähdään erilaisten keskustelumuotojen pitävän pintansa, vaikka organisaatio suuntaisikin viestintää uudemmille urille. Usein vahingollisin asia, mitä yritys voi viestinnässään tehdä, on yrittää pakottaa työntekijät käyttämään tiettyä viestintävälinettä. Lisäksi se voi aiheuttaa epäilyksen siitä, että yritys haluaa seurata työntekijöiden käymiä keskusteluja ja ajaa siitä syystä niiden sähköistämistä. Tämän seurauksena voi käydä niin, että työntekijä ei enää edes halua korvaavaa viestintävälinettä, vaan seurauksena voi olla täysi hiljaisuus. Tämän vuoksi keskustelun tulisikin antaa löytää oma, sille sopivin kanavansa. (Puro 2004, 126.)

Merkittävien viestinnän kehittämisen haasteiden voidaan ajatella olevan nimenomaan teknologisia: Teknologia on ikään kuin tipahtanut ihmisten syliin ja ihmisten tulisi tietää kuin itsestään, mitä sillä tulisi tehdä. Uuden median ei tulisi kuitenkaan täysin korvata perinteisiä viestintäkeinoja, vaan tuoda uusia mahdollisuuksia sinne, missä vanhat keinot eivät ole osoittautuneet toimiviksi. (Puro 2004, 127.)

Sähköinen keskusteluympäristö on väistämättä erilainen kuin kasvokkainen, sillä niillä on erilaiset tavoitteet. Kasvotusten tapahtuva keskustelu sisältää tiettyjä lisäominaisuuksia, joita sähköisessä keskustelussa ei ole. Äänenpainot, kasvojen ilmeet ja kehonkieli ovat asioita, jotka vaikuttavat vähintään alitajuntaisella tasolla viestin välittämiseen. Usein näitä asioita ei tietoisesti edes ajattele ennen kuin fyysinen kontakti on poistunut. Keskustelussa kasvokkain on myös mahdollisuus varmistaa viestin ymmärtäminen ja haluttujen asioiden painotus. (Puro 2004, 128.)

Ihmisten keskustellessa sähköisesti ilman fyysistä läsnäoloa voi aiheuttaa väärinkäsityksiä. Kun kasvokkain tapahtuvassa keskustelussa oleelliset ominaisuudet puuttuvat, on vaikea tietää mitä toinen tarkoittaa. Jos keskustelija esimerkiksi sanoo jonkin asian huumorilla, on toisessa päässä vaikea tietää sen olevan sitä. Monet asiat voi käsittää eri tavoilla ja jos vastaanottaja tulkitsee huumoriksi tarkoitetun asian tietoisena vähättelynä, voi seurauksena olla turhia ongelmatilanteita ja välienselvittelyä. Kun viestitään sähköisesti näkemättä ja kuulematta vastapuolta, on ihminen taipuvainen tulkitsemaan asioita ennemmin kielteisesti kuin myönteisesti. (Puro 2004, 128.)

Siisti ja asiallinen keskustelu on usein hyvin yleistä sähköisessä ympäristössä. Keskustelijalla saattaa olla alitajuntaisesti ajatus siitä, että tämän antama sähköinen viesti voidaan tulkita väärin. Tästä syystä keskustelija päätyy usein varomaan keskustelujensa sisältöä, jottei tätä tulkittaisi väärin. Tällöin aidon, idearikkaan ja osallistuvan keskustelun määrä voi jäädä pieneksi, ja sen korvaa harkittu, asiallinen ja riskejä välttelevä viestintä. Ongelma on, että tällaisesta keskusteluympäristöstä, jossa ei ole sosiaalista ulottuvuutta, tulee helposti kuiva, tylsä ja raskas. Tuleekin pitää mielessä, että hyvinvoivan työyhteisön perusominaisuuksiin kuuluu myös elävä ja vapaamuotoinen keskustelu. (Puro 2004, 129.)

Yhteiskunnan muutoksessa luottamus erityisesti sähköistä mediaa kohtaan on aiheuttanut kysymyksiä siitä, onko viestintä muuttunut liian avoimeksi. (Quandt 2012.) Eräs suurta huomiota herättänyt asia viime vuosien aikana on pikaviestikulttuuri. Alunperin nuorison ja tietotekniikan parissa viihtyvien ihmisten ajanviete on kehittynyt huimasti ja levinnyt ihmisten jokapäiväiseen elämään, myös työelämään. Pikaviestit ja chat-toiminnot ovat useassa työympäristössä nykyisin arkipäivää, joskin kehitys tähän ei ole ollut itsestäänselvää. Alunperin pikaviestejä ei pidetty tarpeeksi vakavasti otettavina työympäristöihin, ja koettiin, että niistä saattaa olla työssä enemmän haittaa kuin hyötyä. Toisaalta ajatus chat-toimintojen tuomisesta työelämään saattoi vähentää sen tuomaa hyvän olon tunnetta vapaa-ajalla. (Puro 2004, 127.)

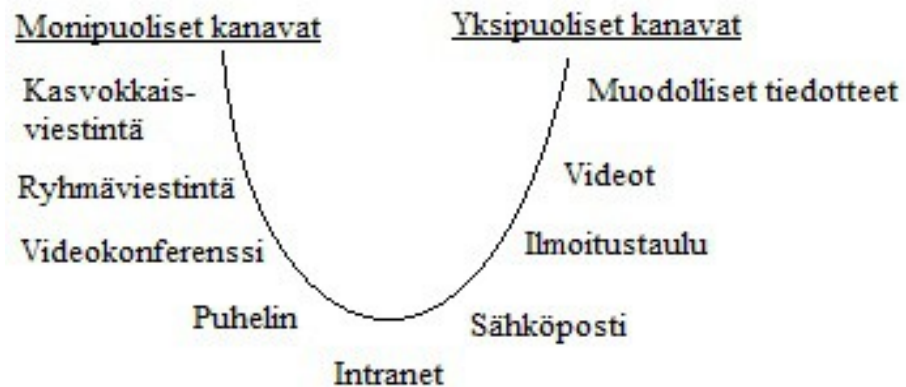
Toimiva sähköinen työyhteisöviestintä on muodostunut erittäin merkittäväksi tekijäksi yrityksen menestyksekkään toiminnan kannalta. Useina vuosina Suomen parhaammaksi työpaikaksi suurten yritysten sarjassa valittu Accenture kertoo sähköisten viestintävälineiden olevan avainasemassa työyhteisönsä sisäisessä viestinnässä. Accenturen mukaan tietokone on jokaisen yrityksen työntekijän perustyökalu, ja nykyaikaista tietotekniikkaa osataan käyttää hyvin hyödyksi. Yritys toteaaakin, että vaikka erilaisissa kokouksissa ja palavereissa tapahtuvalla kasvokkaisella viestinnällä on edelleen oma paikkansa, tapahtuu yrityksen kirjallinen sisäinen viestintä pääasiassa tietokoneen välityksellä. (Rissa 2009.)

3 INTRANET VIESTINTÄVÄLINEENÄ

3.1 Intranetin merkitys

Intranet on perinteisimmässä muodossaan yrityksen sisäinen verkko, joka on ulkopuolisilta suljettu. Intranet alkoi sanana yleistyä 1990-luvun loppupuolella, ja alussa se esiintyi lähinnä yritysten tietohallinto-osastojen kielenkäytössä. Yleisempään tietouteen intranetin käsite on tullut vasta 2000-luvulla. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 9.) Viime vuosina intranet on yleistynyt vauhdilla ja noussut yhdeksi tärkeimmistä sisäisen viestinnän kanavista. (Juholin 2009, 77.) Intranetin tulisi optimaalisessa käytössään olla koko organisaation laajuinen kanava, jota käytetään yritysstrategian viestimisessä organisaatioon (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 46).

Jukka-Pekka Puro luokitteli teoksessaan *Onnistu viestinnässä* (2004, 36) intranetin kuuluvan 1990-luvun alusta kehittyneen ns. uuden median aikaan. Tämä jaottelu on hiukan modernimpi kuin esimerkiksi Richard L. Daftin ja Robert H. Lengelin vuonna 1984 julkaiseman median ilmaisuvoimaisuuden teoriaan perustuva jako yksipuolisiin (lean) ja monipuolisiin (rich) viestintäkanaviin (1986). Tämän ryhmittelyn mukaan, mitä yksipuolisempi väline on kyseessä, sitä epämääräisemmin vastaanottaja viestin ymmärtää. Viestin monipuolisuus puolestaan vähentää sen epätarkkuutta ja -varmuutta. Daftin ja Lengelin jaottelun aikaan ei intranetista juurikaan vielä puhuttu. Puron näkemystä kuvaavassa kuviossa (KUVIO 2, 2004) on kuitenkin jo voitu ottaa intranet mukaan. Kuvio on jatkoa Daftin ja Lengelin ajatuksiin yksi- ja monipuolisista kanavista, ja siinä intranet on kuvattu U-kirjaimen muotoisesti kuopan keskikohtaan. Täten intranetista on voitu sanoa, että se on yksipuolisen ja monipuolisen viestinnän täydellinen välimuoto. (Puro 2004, 36.)



KUVIO 2. Jako yksi- ja monipuolisiin viestintäkanaviin (Puro 2004, 36).

Vaikka Daftin ja Lengelin jaottelun vuodelta 1986 voidaankin ajatella olevan tietyllä tavalla vanhahtava näkemys, on se antanut hyvän mallin siitä, miten tärkeää oikean viestintävälineen valitseminen on. Puron kuvio (2004) kuvaa hyvin intranetin monimuotoisuutta ja mahdollisuuksia toimia keskeisenä viestinnän alustana. Perinteisesti intranetin kehittäminen on usein tehty tilapäisesti ja teknologiaan nojaten, ja ajatuksena taustalla on ollut se, että voidaan vain sanoa intranetin olevan olemassa (Tang 2000). Työorganisaation intranetin kehittyessä tavoitteiltaan ja käyttötavoiltaan, sen keskittyminen laajenee myös tiedon luomiseen pelkän säilyttämisen ja tarkastelun sijaan (Baker 2000). Tämän potentiaalin hyödyntäminen edellyttää kuitenkin työtapojen rakenteellisia ja organisatorisia muutoksia (Acton, Campion, Flanagan, Hill & Scott 2008).

Tiedon luominen, käyttäminen ja jakaminen tulisi olla ensisijainen, pitkän tähtäimen tavoite menestyksen saavuttamiseen. Juuri tällaiseen tiedonvälitykseen ja -jakamiseen intranet on erityisen käytännöllinen väline. (Acton, Campion, Flanagan, Hill & Scott 2008.) Intranetin viestinnällinen laatu syntyy sisällön ymmärrettävyydestä ja selkeydestä, tiedon löytymisen helppoudesta sekä palautteen aktiivisesta kuuntelusta. Intranetin merkittävimmät hyödyt muihin

tiedotuskanaviin verrattuna ovatkin nimenomaan kattavuus, nopeus ja tosiaikainen kohdistettavuus (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 46).

Intranetin menestyksellinen käyttö edellyttää työntekijöiden uskomista sen käyttöön. Intranetin tulisi olla osa jokapäiväistä rutiinia sen sijaan että se olisi erityisen suuri urakka. (Tang 2000.) Työn tehokkuuden kannalta ratkaisevinta on intranetin käytettävyys (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 46). Tehokas intranetin käyttö riippuu sen laadusta, käytön tavoitteista sekä johdon ja työntekijöiden tarpeiden yhtenevyydestä. Käyttäjille tulee tarjota pääsy johdonmukaisiin ja selkeisiin tietolähteisiin, jotka ovat ajankohtaisia, päivitettyjä ja helppokäyttöisiä. Intranetin tulisi tarjota työntekijöille työhön ja organisaation liittyvää tietoa, joka sopii sekä työntekijöiden työmotivaatioon että yrityksen strategiaan tavoitteisiin. (Denton 2003.)

Intranetin käyttöä voi tehostaa ja valaa tiiviimmin yrityksen toimintaan käyttämällä sitä innovatiivisemmin, ja hyödyntämällä sitä muihinkin käyttötarkoituksiin kuin työhön liittyvän välttämättömän tiedon, kuten tuotetietojen ja markkinointisuunnitelmien, jakamiseen. Työsuojelutoimintaansa kehittänyt ja siihen panostava ABB kertoo intranetin olevan työsuojeluorganisaationsa tärkein viestintäkanava. Sivustolta, jonne kaikilla yrityksen työntekijöillä on pääsy, löytyy runsaasti tietoa työhyvinvointiin, työterveyteen ja työturvallisuuteen liittyen. Intranetista löytyy esimerkiksi toiminta- ja turvallisuusohjeita työhön liittyvistä riskeistä ja vaaratilanteista, sekä osastokohtaisia laatu- ja turvallisuuskäsikirjoja. ABB toteaaakin, että yrityksen työntekijöiden keskuudessa intranetin käyttö on erittäin yleistä. (Rissa 2009.)

Luodakseen merkittävää arvoa yritykselle, intranetin tulisi siis kuulua organisaation strategian keskiöön (Curry & Stancich 2000). Intranetin käyttö strategisena työkaluna edellyttää yrityksen johdolta sitoutumista sen suunnitteluun, ylläpitoon ja päivittämiseen. Jos yritys tavoittelee intranetilta kilpailuetua, tulee sen ymmärtää että teknologiset ratkaisut eivät yksin riitä, vaan edut saavutetaan teknologiajohtamisella ja resurssien tehokkaalla käytöllä. (Gupta & Dale 1998.) Intranetin rakennesuunnittelu on avain tiedon löytymiseen. Aika,

joka kuuluu tiedon etsimiseen, kertaantuu suureksi tehokkuushäviöksi koko organisaatiolle. (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 46.)

Muiden viestintävälineiden tavoin, intranet ei toki ole sopiva kaikkiin työyhteisöviestinnän käyttötarkoituksiin. Kuivalahden ja Luukkosen (2003,46) jaottelun mukaisesti intranetin haasteet voidaan karkeasti jakaa kuuteen osa-alueeseen:

- Tekniikka ja teknologia
- Digitaalisen viestinnän osaaminen
- Toimintaprosessien tuominen intranetin osaksi
- Tiedonjohtaminen
- Ilmaisun osaaminen
- Johtamiskulttuuri

Edellä olevista haasteista tiedonjohtaminen on eräs merkittävimpiä intranetin kehityskohteita. Intranetin ongelma erityisesti suurissa organisaatioissa on usein tiedon ylimitoitettu määrä, puutteellinen jaottelu ja huono löydettävyyys. Joensuussa järjestettiin 25. maaliskuuta 2014 Yliopistojen intrapäivä, jossa suomalaiset yliopistot esittelivät opiskelijoidensa ja henkilöstöjensä intraneteja sekä näiden yhdistelmiä. (Korhonen 2014.) Yliopiston intranet on hyvä esimerkki viestintävälineestä, jossa käyttäjät tulevat eri koulutusaloilta ja edustavat siten eri organisaatioita. Lisäksi on tiedossa, että jokainen yksittäinen käyttäjä tulee jättämään intranetin jossain vaiheessa. Tällaisen viestintävälineen erityisenä haasteena on käyttäjien saaminen sitoutuneeksi ja saada luotua yhteisöllisyyden tunne. (Kortesuo 2009, 63.)

Intrapäivässä todettiin useissa yliopistoissa opiskelijoilla ja henkilöstöllä olevan käytössä sama intranet. Joissain yliopistoissa opiskelijoilla ei ollut lainkaan omaa

intranetia, vaan heillä oli lukuoikeus henkilöstön intranetiin, ja opiskelijoille nimenomaan tarkoitettua sisältöä ei ollut olemassa. Eräs Intrapäivän keskeisempiä puheenaiheita oli, että lähes jokaisen yliopiston intranetissa oli alustasta riippumatta liian paljon sisältöä. Sivustolta saattoi löytyä esimerkiksi laaja määrä tutkimuksia, sisäisiä palveluita, yhteyshenkilöitä, ohjeita ja vinkkejä. Yksittäisen opiskelijan etsiessä kuitenkin täsmällistä tietoa esimerkiksi oman opinto-ohjelmansa kurssikorvaavuudesta, saattoi sen löytäminen olla hyvinkin vaikeaa. (Korhonen 2014.)

Sisällön kohdennettavuus tulisi siis olla intranetin kehittämisen tärkeimpiä fokuksia tulevaisuudessa. Ratkaisumalliksi tähän usea yliopisto onkin ottanut käyttöön jokaisen käyttäjän mahdollisuuden luoda uutta sisältöä intranetiin. Aalto-yliopiston taideyliopistossa ainoastaan etusivun uutisnostopaikkojen ja henkilöstöohjeiden päivitysoikeuksia oli rajattu. Tampereen teknillinen yliopisto oli niinkään mahdollistanut sisällön luomisen kaikille, mutta tiedon kohdistamisessa tarjotut kymmenet vaihtoehdot veivät vastaanottajaryhmän jo ehkä liiankin pieneksi. Kaiken kaikkiaan intranetin koettiin kuitenkin olevan tärkeä viestintäväline, joka haluttiin muodostaa koko yliopistoa kuvaavaksi kanavaksi. (Korhonen 2014.)

North Patrol -konsulttiyhtiön intranet-asiantuntija Hanna P. Korhosen mukaan, perinteisten sisäisten tiedotteiden ja ohjeistusten tietopankin sijaan, intranet-hankkeet tulevat laajenemaan kattaviksi ja monipuolisiksi organisaation sisäisen tiedonhallinnan ja tietotyön työskentelytapojen kehittämishankkeiksi. Intranetin käytön monimuotoisuus tulee lisääntymään erityisesti suurissa organisaatioissa, joilla on halu kehittyä, ja joissa intranetin kehittäjällä on hyvät verkostot yrityksen eri osiin. (Korhonen 2014.)

Intranetiin voidaan rakentaa monenlaisia mittareita ja tunnuslukuja, joiden avulla seurataan yrityksen toiminnan tilaa ja kehittymistä. Tehokkaan ja modernin intranetin tulisikin kertoa, missä organisaatio on menossa, ja toimia näin yrityksen strategisena välineenä. (Korhonen 2013.) Intranet on myös mitä parhain muutosjohtamisen kanava, jonka kautta voidaan viestiä muutosprosessi selkeästi (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 47). Tämä onnistuu parhaiten nimenomaan

silloin, kun intranet edustaa yhtenevästi organisaation toimintatapaa ja periaatteita (Korhonen 2013).

Intranetin konseptin suunnittelu tulisi aina lähteä siitä, että organisaatio tietää tarkasti, minkä lopputuloksen intranetilta haluaa. Intranet voidaan rajata eri tavoilla, ja eri henkilöillä on sen tarkoituksista erilaisia näkemyksiä. (Korhonen 2013.) Intranetin suunnittelutyö tulisi jakauttaa ainakin esiselvityksiin, strategiatyöhön, resursointiin, aikataulutukseen, työnjakoon muiden hankkeiden kanssa, organisointiin ja kustannuslaskentaan (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 46). Heti suunnittelun alkuvaiheessa on tärkeää sitouttaa yrityksen eri sidosryhmät intranetin rakentamiseen ottamalla heidät mukaan jo konseptointivaiheeseen. Tällöin pystytään parhaiten varmistamaan, että tärkeimmät sisällöt ja toiminallisuudet ovat saatavilla, ja erilaisten käyttäjäryhmien tarpeet tulevat huomioitua. (Korhonen 2013.)

3.2 Intranetin käyttö

Sähköpostin käytännöllisyys on vuosien varrella vähentynyt, kun sitä saapuu yhä useammasta lähteestä ja yhä suuremmille vastaanottajaryhmille. Roskapostin määrä on monella suuri, jolloin oikean postin erottaminen joukosta voi olla hankalaa ja aikaa vievää. Monissa työyhteisöissä intranet onkin korvannut sähköpostia ja vähentänyt sen käyttöä. Erityisesti useat varmistavat sähköpostit, kuten aikataulukyselyt ja perusasioiden tarkistaminen, ovat jääneet pois intranetin yleistyessä. Lisäksi erilaiset pikaviestimet ja puhelinten uudet ominaisuudet ovat vähentäneet sähköpostin käyttöä. (Juholin 2009, 77.)

Intranet ei kuitenkaan ole kaikille yhtä tärkeässä asemassa kuin esimerkiksi sähköposti. Jos yrityksen intranet-järjestelmä kaatuisi, merkitsisi se tuskin välitöntä työnteon loppumista kenellekään yhtä todennäköisesti kuin vaikkapa sähköpostin toimimattomuus. (Puro 2004, 56.) Suhtautuminen intranettiin vaihtelee: osalle käynti siellä on rutiinia ja ajantasaisen tiedon hakemista. Toisille

se voi olla jopa turhauttava kokemus, jos tiedon löytäminen koetaan vaikeaksi. (Juholin 2009, 77.) Intranetin sisältämien sovellusten käyttöarvo ratkaisee, kuinka tärkeä se kullekin henkilölle on. Joillekin intranetin menettäminen voi olla jopa täysin yhdentekevää. (Puro 2004, 57.)

Intranetin, kuten sähköpostinkin, käyttöä määrittelee pitkälti se, kuinka lähestyttäväksi viestintävälineeksi se koetaan. Joku saattaa kokea intranetin yksisuuntaisen tiedottamisen kanavaksi, ja toiselle käyttäjälle se taas on vuorovaikutteinen alue. (Juholin 2009, 78.) Intranetin käyttö työyhteisön keskustelupohjana voi olla joko ohjattua tai ohjaamatonta. Kummassakin vaihtoehdossa on erilaisia painotusmahdollisuuksia. Joskus intranet on tarkoin jaoteltu teemoihin, joskus osioiden jaottelu on taas hyvinkin vapaata. Intranetissa oleellisinta on, että sen käyttäjät saadaan osallistumaan keskusteluun. Intranetin alkuvaiheissa suurin ongelma onkin ollut siellä käytävien keskustelujen vähäinen määrä. Tällöin ei keskustelun laatuunkaan juuri voi puuttua, koska vaarana on silloin harvojenkin keskustelujen pysähtyminen paikoilleen. (Puro 2004, 58.)

Toimivan intranetin tulisi olla nimenomaan luonteva keskustelun väylä. Haasteena onkin se, miten saada tietokone tuntumaan luonnolliselta viestintävälineeltä. Mitä edellytyksiä tulee olla, jotta ihminen on kiinnostunut ja halukas käyttämään tietokonetta keskustelemiseen? Voisi ajatella, että ihminen joka arvostaa henkilökohtaista keskustelua, pitäisi keskustelua tietokoneen välityksellä persoonattomana ja epämiellyttävänä. Tällaiset tietokoneen käyttäjät usein tekevät tietokoneella vain sellaisia asioita, joista erityisesti pitävät tai joiden tekeminen on aivan pakollista. Näiden käyttäjien kiinnostuksen herättäminen intranetia kohtaan onkin sen suunnittelijan suurin haaste. (Puro 2004, 59.)

Mitä ihmisten siirtyminen intranetin käyttäjiksi voi sitten aiheuttaa? Sellainen ihminen, joka käyttää mielellään tietotekniikkaa viestintään ja on siihen jo tottunut, ottaa todennäköisesti intranetin parhaiten vastaan ja oppii sen käytön helpoiten. Tällainen ihminen usein nauttii modernista viestinnän suuntautumisesta, ja sitoutuu paremmin toiminnan kokonaisuuteen, jos kokee että viestintä mukailee hänen omia ajatuksiaan. Tähän ihmistyyppiin saattaa liittyä myös se, että he pitävät työskentelystä yksin ja etäältä, vailla henkilökohtaista

kontaktia toisiin ihmisiin. Nämä henkilöt saattavat myös nauttia siitä, että saavat työskennellä oman aikataulunsa mukaisesti haluamastaan paikasta käsin. Joissain tapauksissa intranetissa työskentely onnistuu myös kotikoneelta. Etätyöskentelystä pitävät voivat myös ajatella sen olevan kaiken kaikkiaan tehokkaampaa, kun voi keskittyä lähes täydellisesti itse käsiteltävään asiaan, eikä tarvitse ottaa huomioon toisten ihmisten fyysistä läsnäoloa, ryhädynamiikkaa tai esimerkiksi omaa ulkonäköä. Intranetin käyttöä voisi näihin asioihin vedoten harkitakin nimenomaan sellaisiin tilanteisiin, jossa välitettävä tieto ja tehty työ ovat kaikista oleellisinta, ja jossa muut arvot kuten työyhteisön viihtyvyys, ovat toissijaisia. (Puro 2004, 63.)

Vailla henkilökohtaista kontaktia työskentelevä ihminen voi pitää työskentelytavastaan ja olla siihen tottunut. Voidaan kuitenkin ajatella, että onko tällaisen tavan kannustaminen aina hyödyksi? Kuivalahden ja Luukkosen (2003, 47) määritelmän mukaan intranet voi parhaimmillaan toimia hengityskanavana, jossa keskustelualueiden ja muun vuorovaikutuksen kautta henkilöstö voi purkaa ajatuksiaan. Tämä näkökulma huomioon ottaen voitaisiin siis ajatella, että yksin tapahtuvan viestinnän lisääminen lisäisi ihmisen eristäytyneisyyttä ja vähentäisi tunnetta työyhteisön läheisyydestä. Yrityksen työyhteisön merkityksellä on suuri vaikutus siihen, kuinka tärkeänä asia koetaan. Jos yrityksen näkökulmasta tehdyt asiat ovat merkittävämpiä kuin työyhteisön henkinen läheisyys, arvostetaan itsenäisesti tekevää työntekijää todennäköisesti enemmän kuin sitä, joka on avoimin ja sosiaalisin. Lisäksi, vaikka työntekijä kokisikin olevansa lähtökohtaisesti itsenäinen toimija, voi hän silti kokea kuuluvansa täysipainoisesti tiettyyn ryhmään. (Puro 2004, 64.)

Jos intranetia käyttävä henkilö on sellainen, joka ei mielellään käytä tietokonetta viestintään, ei häntä välttämättä kiinnosta intranetin käyttö, ja siihen tottumaan auttaminen voi tuntua hänestä jopa pakottamiselta. Tässä piilee riski siitä, että käyttäjä kokee viestinnän kokonaisuuden vieraantuvan itsestään ja täten suhde koko toimintaketjuun saattaa etäännyä. Tällaisissa tilanteissa voi käydä niin, että yhä useampaan kysymykseen vastauksena on ”Katso intrasta” tai ”Tiedät kyllä mistä tieto löytyy”. Tämä puolestaan saattaa luoda käsityksen siitä, että jos

ihminen ei halua käyttää viestintävälinettä, josta ei pidä tai johon ei usko, hän onkin huonompi työntekijä. Tällainen tilanne on haitallinen ja saattaa vahingoittaa ihmisen työmotivaatiota ja alentaa tämän käsitystä omasta työntekokyvystään. (Puro 2004, 65.)

3.3 Intranetin sisältö

Intranetin tulisi palvella sisällön ja käytettävyyden osalta sekä satunnaista käyttäjää, että säännöllistä, jokapäiväistä tehokäyttäjää. Intranetin rakenteen tulee kuitenkin olla toimiva erityisesti vakituisen käyttäjän kohdalla. (Korhonen 2014.) Intranetin tulisi tarjota käyttäjälleen ainakin seuraavat keskeiset tiedot ja toiminnot (Kuivalahti & Luukkonen 2003, 46-47):

- Oman työnteon tavoitteet ja tulokset
- Yrityksessä käynnissä olevat muutosprosessit
- Oman työn tekemiseen liittyvät keskeiset tiedot ja työkalut
- HR-tiedot
- Vapaa-ajan toiminta
- Mahdollisuus keskusteluun ja ajatusten purkamiseen
- Business intelligence – esim. ulkoiset tietolähteet kuten markkina-analyysit
- Dokumentaation ja muun materiaalin hallinta
- Osaamisen kehittäminen

Intranetiin on kannattavaa tehdä omia osioitaan erilaisille käyttäjäryhmille, kuten uusille työntekijöille. Tällöin uusi työntekijä voi intraan ensimmäisiä kertoja tutustuessaan löytää heti tarvitsemiaan perehdyttämiseen liittyviä tietoja, saada apua intran navigoimiseen, ja sisältö pystytään kohdistamaan tavalla, josta on käyttäjälle eniten hyötyä. Samalla tavalla intranetista voi löytyä erilainen jaottelu esimerkiksi esimiehille tai johtoryhmän jäsenille. (Korhonen 2014.)

Intranetissa olevan tiedon löytäminen tulee olla käyttäjälle mahdollisimman vaivatonta. Jos käyttäjä kokee, että tiedon etsiminen intranetista on vaikeaa, aikaa vievää, tai tietoa ei löydy lainkaan, on todennäköistä, että mielenkiinto intranetin käyttöä kohtaan jää hyvin vähäiseksi. On tärkeää, että intranetista löytyy selkeä ja tuloksia tuottava hakutoiminto. Tavallisesti kyseessä on käytännössä laatikon muotoinen alue oikeassa yläkulmassa. Hakutoiminnon koetaan yleisesti toimivan huonosti, ja käyttäjä toivookin siltä usein Googleen verrattavaa hakutulosta. (Arstila 2012.)

Intranet-haun parametrit ovat haastavampia kuin internet-haussa, johtuen muun muassa käyttäjien erilaisista oikeuksista. Intranetin hakutuloksissa tulisi näkyä vain ne tiedot ja asiakirjat, joihin hakijalla on oikeus. Intranet-haussa tulisikin kehittää teknologiaa internet-hakujen suuntaan, mahdollistamalla esimerkiksi yleiset hakusanaehdotukset, käyttäjien klikkauksiin perustuvat ehdotukset ja tuloksien visuaaliset esikatselukuvat käyttöliittymässä. (Arstila 2012.)

Eräs tärkeimmistä syistä, miksi intranet-järjestelmät saattavat sisältää liikaa kohdennettua tietoa, on intranetin vajavainen päivittäminen. Jos intranetissa oleva tieto on edellisen kerran päivitetty useita vuosia sitten, ja käyttäjillä on esimerkiksi tiedossa, että kyseinen tieto ei pidä enää paikkaansa, saattaa se herättää epäluottamusta intranetia kohtaan. Käyttäjä saattaa tällöin kokea, että intranetista huolehtiva organisaatio ei välitä sen ajantasaisuudesta, vaikka yrittää ehkä samanaikaisesti markkinoida sitä ”tärkeimpänä ja parhaimpana tietolähteenä”. Päivitystoimenpiteet usein myös vähentävät tiedon fyysisistä määrää, jolloin tiedon hakeminen helpottuu entisestään. (Kortesuo 2009, 77.)

Intranet-järjestelmäänsä päivittänyt Kela julkaisi syyskuussa 2013 prototyypin uuden intranet-konseptinsa käyttöliittymästä ja sisältörakenteista. Prototyyppi julkaistiin avoimesti verkkoon ja sille tehtiin käytettävyydestejä syksyn 2013 ajan. Kela sai niin prototyypin julkistamisesta, kuin itse sivustostakin, paljon kiitosta ja positiivista huomiota. Erityisesti sivuston ”Henkilöstö”- ja ”Palvelut”-osiot, sekä usein vähällä käytöllä olevien yritystietojen vähäinen näkyvyys saivat kiitosta. Kelan intranet-prototyypistä pystyi, ja kehoitettiin, muidenkin intranet-rakentajien ottamaan viiheitä. Konsulttiyhtiö North Patrolin mukaan Kelan tarjosi oivan benchmark-tyyppisen mallin suuren julkishallinnon organisaation intranet-järjestelmästä. (Tolvanen 2013.)

Intranetin vuorovaikutuksellisia ja yhteisöllisiä vaikutuksia on huomioitu ja kehitetty yhä enenevässä määrin. Liiketoiminnan asiantuntijayritys Ambientia Oy on konseptoinut käsitteen ”sosiaalinen intranet”, jolla se tarkoittaa yhteisöllistä viestintää ja työntekijöiden välistä kollaboraatiota tukevaa intranet-järjestelmää kolmea eri tapaa hyödyntäen (KUVIO 3, Ambientia 2013):

1. Suurimmalla osalla työntekijöistä on mahdollisuus osallistua intranetin keskusteluun ja sisällöntuotantoon laajennettujen käyttöoikeuksien myötä
2. Intranetissa hyödynnetään huomattavalla tavalla yhteisöllisiä työkaluja ja ominaisuuksia, kuten esimerkiksi blogeja, wikejä, tageja, sosiaalisia verkostoja, kommentointia, kirjanmerkkejä ja erilaisia syötteitä.
3. Yhteisöllisiä toimintoja käytetään intranetissa laajalti, ja käyttäjien sisällöntuotannosta ja yhteistyöstä on esillä uutisnostoja intranetin etusivulla.

Sosiaalisessa intranetissa pääosassa ovat sitä käyttävät ihmiset, ja heidän vuorovaikutuksestaan ja yhteistyöstään syntynyt sisältö. Olennaisinta onkin silloin jokaisen käyttäjän saama oma viestinnällinen tila, eikä vain kyky lukea organisaation intranetiin tuottamaa tietoa. Tällöin organisaation viestintä, yhteisöllisyys ja jopa kulttuuri kehittyvät ihmisten ainutlaatuisen

vuorovaikutuksen myötä, sen sijaan että ihmiset mukautettaisiin ennalta määritettyihin viestinnän ehtoihin. (Ambientia 2013.)

Sosiaalisen intranetin tärkeimpiä tavoitteita on mahdollistaa ihmisten vapaa-ajallaan omaksuma yhteisöllinen ja luova tapaa jakaa ja käyttää tietoa.

Perinteisesti sosiaalisen intranetin työkaluja ei ole ollut työyhteisön viestintävälineissä olemassa. Tällaisen yhteisön kohtaamispaikan muodostamisen suurin etu on nimenomaan yhdessä työskentely, joka on erityisen tärkeää esimerkiksi etä- ja kansainvälisissä työympäristöissä. (Ambientia 2013.)



KUVIO 3. Sosiaalisen intranetin ulottuvuudet (Ambientia 2013).

4 INTRANETIN TOTEUTTAMINEN – CASE: PALVELUSANTRA

4.1 Tutkimus

Tämän tutkimuksen aihealueena oli intranetin rakentaminen ja sisällön tuottaminen. Tutkimuksessa rakentaminen ja sisällön tuottaminen tarkoittavat kokonaisen uuden tuotteen muodostamista suunnittelusta ja tiedon keräämisestä valmiin tuotteen käyttöönottoon. Tutkimuksen aikajanaan on noin kahdeksan kuukautta kestävä projekti, joka on tämän tutkimuksen julkaisuhetkellä vielä käynnissä. Painopisteenä tällä tutkimuksella on erityisesti intranetin suunnittelu, tiedon kerääminen ja toteutus. Intranet on tutkimuksen julkaisuhetkellä käyttövalmis tuote, jonka esittely loppukäyttäjille tapahtuu kevään 2014 aikana.

Työn teoriapohjana on työyhteisössä tapahtuva viestintä ja sähköinen viestintä. Teorian lähdemateriaaleina on käytetty monipuolista viestintäkirjallisuutta ja viestintään liittyviä tutkimuksia sekä elektronisia lähteitä, kuten artikkeleja ja ajankohtaisia kirjoituksia aiheesta.

Tutkimuksen kohdeilmionä on erityiseen käyttötarkoitukseen tulevan työyhteisöviestinnän ja sähköisen viestinnän suunnittelu ja toteuttaminen. Aihetta tutkimuksessa tarkastellaan erityisesti sisällön suunnittelun ja tuottamisen näkökulmasta, ja keskeisinä toimijoina ovat intranetia rakentanut projektiryhmä, projektipäällikkö ja projektin tilaaja.

Tutkimusongelmana tässä työssä oli uuden sähköisen viestintävälineen suunnittelu ja tuottaminen haastavalle käyttäjäjoukolle niin, että sen jokapäiväisessä työssä tuottama hyöty olisi mahdollisimman suuri. Tutkimuksen keskeisenä kysymyksenä on, miten suunnitella ja tuottaa intranettiin sisältöä, kun kohderyhmänä oleva käyttäjäjoukko ei ole yhden organisaation sisäinen, vaan useista yrityksistä ja yrittäjistä koostuva verkosto, jonka sisällä on yhteisiä päämääriä? Mitä asioita tulee ottaa sisällön tuottamisessa huomioon, kun luodaan eräänlaista intranetin ja extranetin välimuotoa, jotta yrittäjät saadaan siitä kiinnostumaan ja sitä myös käyttämään?

Tutkimuksen tavoitteena oli saada hyödyllistä ja todennettavaa tietoa uuden viestintäjärjestelmän rakentamisesta ja sisällön tuottamisesta haastava loppukäyttäjäjoukko huomioon ottaen. Keskeinen tavoitteellinen päämäärä oli ratkaista, millainen sisältö on kaikista tärkeintä kiireiselle yrittäjälle, jotta tämä kiinnostuu uuden viestintävälineen käyttöönotosta?

Tämän tutkimuksen aineisto on saatu yrityksille toteutetulla sähköisellä survey-kyselyllä, projektin tilaajan haastattelulla ja osallistuvalla havainnoinnilla projektissa työskentelemällä. Työn tutkimusosiossa on tarkoituksena avata kyselyn tuloksia ja projektin tilaajan haastattelua suhteessa työn etenemiseen. Tutkimusaineistona toimi lisäksi intranetin ylläpitäjäorganisaatio PalveluSantra ja lopputuote, valmis intranet. Tutkimuksen materiaalia kerättiin osallistuvalla havainnoinnilla itse projektissa työskentelemällä. Tutkimuksen tekijä toimi projektissa koordinoijana ja osallistui intranetin suunnitteluun ja rakentamiseen.

Tutkimusaineiston käsittely oli yhdistelmä kvalitatiivista ja kvantitatiivista menetelmää. Survey-kyselymuoto ja yritysten laaja joukko kuvaa tutkimuksen kvantitatiivisuutta. Avointen kysymysten tärkeys, suljettujen kysymysten yksinkertaisuus ja tutkimustulosten tulkinta yritysten henkisen vastaanottavaisuuden kannalta perustelee tutkimuksen kvalitatiivista puolta, joka onkin työssä kvantitatiivisuutta merkittävämpi.

4.2 Kysely yrityksille

Yrityksille toteutettiin webropol-muotoinen survey-kysely intranetin suunnitteluvaiheessa, ennen sen varsinaista toteuttamisvaihetta. Kysely suunniteltiin projektiryhmän ja projektin tilaajan yhteistyönä. Suunnittelu ja kysymysten valmistelu tapahtui englanniksi, ja ennen lähettämistä kysely käännettiin suomenkieliseksi. Kyselyn kysymykset valmistuivat syyskuun loppuun mennessä, jonka jälkeen kysely siirrettiin webropol-pohjalle. Kysely avattiin yrityksille 10.10.2013, ja suljettiin 18.10.2013. Kyselystä tiedotettiin yrityksiä sähköpostitse projektin tilaajan PalveluSantran puolesta. Vastausaikaa

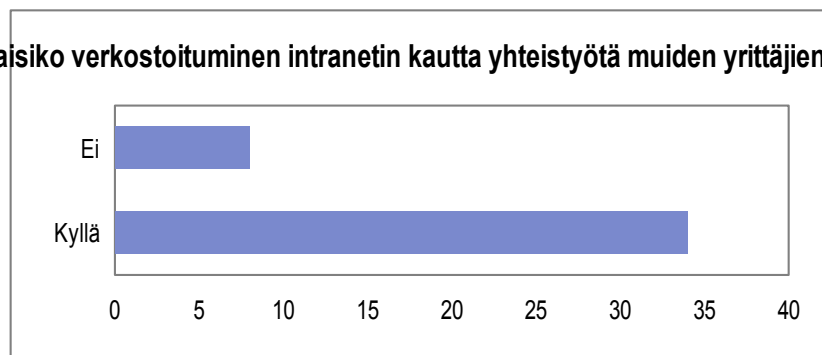
yrityksillä oli yhdeksän vuorokautta. Kysely lähetettiin 140 yritykselle, joista 42 yritystä vastasi. Vastausprosentiksi muodostui siis 30.

Kyselyllä pyrittiin selvittämään miten yritykset suhtautuivat tulevaan intranettiin, uskovatko ne sen helpottavan työtään, ja millaisia asioita ne haluaisivat siellä nähdä. Kysely muodostettiin niin, että siihen oli yksinkertaista ja vaivatonta vastata, ja se ei vienyt runsaasti aikaa. Vastaamisen nopeus ja vaivattomuus oli oleellista kyselyä suunniteltaessa. Kyselyyn vastaamisen keston arvioitiin olevan noin 10 minuuttia. Kyselyssä oli yhteensä 14 kysymystä, joista 11 liittyivät suoraan intranetin rakentamiseen. Kysymykset olivat ”kyllä” tai ”ei” -muotoisia, ja kyselyn lopussa oli yksi avoin kysymys.

Kyselyn vastaukset olivat jakautuneet selkeästi, ja suurta hajontaa ei ollut. Ainoastaan viimeiseen kysymykseen, joka ei suoraan liittynyt intranetin rakentamiseen, oli vastattu enemmän kielteisesti kuin myönteisesti. Tiedusteltaessa yritysten halua nähdä tiettyjä asioita intranetissa, vastaus oli useimmiten myönteinen.

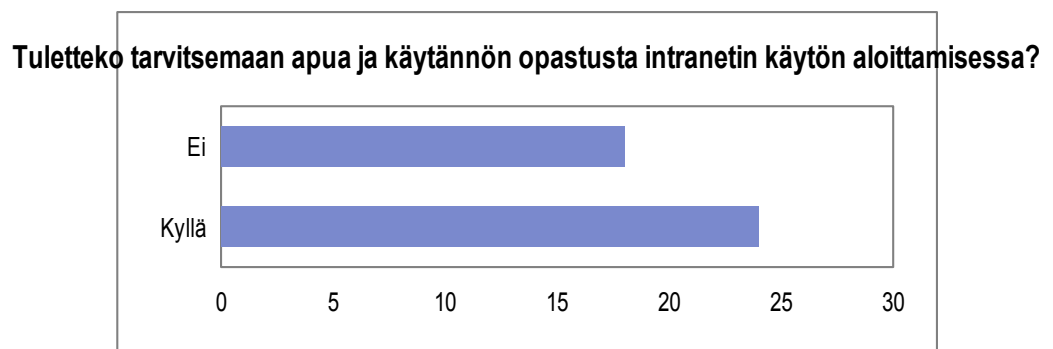
Intranettiin suhtauduttiin vastanneiden yritysten kesken enimmäkseen myönteisesti. Kysyttäessä verkostoitumismahdollisuuksien lisääntymisestä muiden yritysten kanssa, suurin osa vastaajista oli selkeästi sitä mieltä, että intranet helpottaisi verkostoitumisen mahdollisuutta (KUVIO 4). Vain noin 19 prosenttia vastaajista oli sitä mieltä, että intranet ei helpottaisi verkostoitumista muiden yritysten kanssa.

Helpottaisiko verkostoituminen intranetin kautta yhteistyötä muiden yrittäjien kanssa?



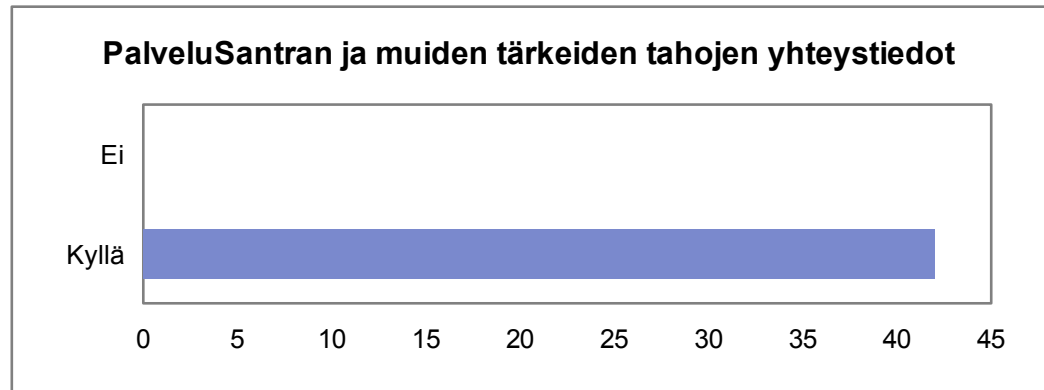
KUVIO 4. Intranetin hyöty verkostoitumisessa.

Tasaisin vastaustulos tuli yllättäen kysymyksestä ”Tuletteko tarvitsemaan apua ja käytännön opastusta intranetin käytön aloittamisessa?”. 18 vastaajaa 42:sta, eli noin 43 prosenttia, oli vastannut tähän kysymykseen kielteisesti (KUVIO 5). Tämä tulos antaa hyvin osviittaa siitä, että yrittäjät ovat tottuneet tekemään ja ottamaan asioista selvää itse opiskelemalla, eivätkä välttämättä koe tarvitsevansa apua. Tulos saattaa kertoa myös yrittäjien kiireisestä aikataulusta, ja pienistä mahdollisuuksista käyttää aikaa opettamistilaisuuden järjestämiseen.



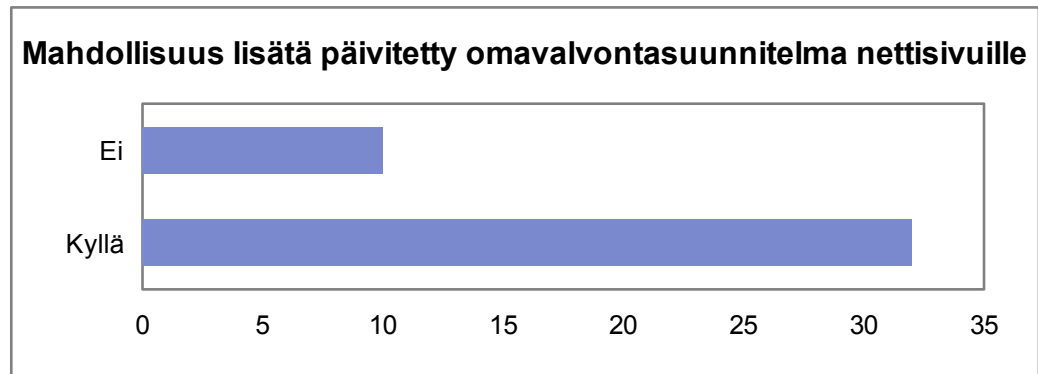
KUVIO 5. Intranetin käyttöavun tarve.

Täydellinen myönteinen vastaustulos saatiin kysyttäessä kyselyn loppupuolella PalveluSantran ja muiden tärkeiden tahojen yhteystietojen tärkeyttä intranetin sisällössä (KUVIO 6). Vastaustuloksen voi arvioida kertovan siitä, että yrityksillä on saattanut olla hankaluuksia löytää tähän asti tärkeitä yhteystietoja, ja tietoja siitä, keneen tulee ottaa yhteyttä eri tilanteissa. Tulos saattaa myös kuvata yritysten kiireellistä rytmiä ja vaikeutta ottaa selvää yhteystiedoista, silloin kun niitä eniten tarvittaisiin. Intranetin suurimpia hyötyjä tulisikin olla vaivaton ja helposti käytettävä yhteystietojen lähde.



KUVIO 6. Yhteystietojen näkyvyys intranetissa.

Eräs tärkeimmistä intranetista löytyvistä asioista määritettiin olevan yritysten omavalvontasuunnitelma, jota 32 vastaajaa halusi voida käsitellä intranetin kautta (KUVIO 7). Kyseessä on täytettävä, monisivuinen, virallinen lomake, jonka yritykset joutuvat säännöllisesti lähettämään. Omavalvontasuunnitelman lähettämisen helpottamista korostettiin projektin alusta asti tärkeän ja yrityksiltä aikaa vievän luonteensa johdosta. Intranetia suunnitellessa tutkittiin mahdollisuutta muuntaa perinteisesti paperiversiona oleva omavalvontasuunnitelma sähköiseen muotoon, intranetin kautta lähetettäväksi. Viimeistellyssä intranetin versiossa päädyimme ratkaisuun, jossa omavalvontasuunnitelma löytyy intranetin lomakkeista, josta sen voi joko tulostaa ja lähettää paperisena versiona tai täyttää sähköisesti ja toimittaa sitä kautta vastaanottajalle. Projektin sisällä päivitettiin samalla omavalvontasuunnitelman lomakkeiden ulkonäkö ja luettavuus.



KUVIO 7. Omavalvontasuunnitelman sisällyttäminen intranettiin.

Projektiryhmän näkökulmasta kaikista mielenkiintoisimman annin kyselystä tarjosi kyselyn lopussa oleva avoin kysymys, jossa kysyttiin, mitä yrittäjät toivoisivat intranetilta. Kysymyksen yhteyteen oli liitetty myös mahdollisuus antaa palautetta PalveluSantralle. Vastaukset olivat keskenään erilaisia ja positiivisen monipuolisia, sekä antoivat kuvan innostuneesta ja kehityshaluisesta vastaajajoukosta. Esimerkkejä avoimista vastauksista:

Lisääköhän intranet entisestään PalveluSantran henkilöstön työtaakkaa jatkossa? Jos siinä käy niin, että intranetin päivitysasiat eivät myöhemmin toimi, kun ei kukaan ehdi hoitaa tai syventyä kunnolla, ja opiskelijat ovat jo menneet tahoilleen. Intranetin pitänee siksi olla mahdollisimman selkeä ja kaikille helppohoitoinen jatkoakin ajatellen.

Verkostoitumisen mahdollisuutta. Pieni yhden hengen yritys tarvitsee yhteistyökumppaneita, jotta pystyy kilpailemaan isompien kanssa.

Toivoisin intranetilta asioiden sujuvuutta ja nopeutta sekä palveluntuottajien etsijöille että palveluntuottajille. Moni avuntarvitsija joutuu odottelemaan mahdollista apua silloin tällöin turhan kauan, kunnes sopiva palveluntuottaja löytyy.

Selkeyttä, mutta kuitenkin riittävää laajuutta ja muuntautumiskykyä tarpeiden mukaan.

4.3 Projektin tilaajan haastattelu

Tutkimuksessa haastateltiin projektin tilaajaa, Päijät-Hämeen hyvinvointipalvelujen kehitys ry:n toiminnanjohtaja Pirjo Niemistä. Haastattelu tapahtui PalveluSantran toimistolla Lahdessa 10.2.2014. Projektin tilaajan haastattelussa pyrittiin ottamaan selville, mistä halu ja tarve intranetille alunperin oli lähtöisin ja miten päädyttiin juuri tähän, projektimuotoiseen, tapaan saada intranet syntymään. Päämääränä oli myös saada selville, mitkä olivat projektin tilaajan ja keskusorganisaation näkökulmasta suurimmat intranetista saatavat edut ja hyödyt, ja miten intranetin käytön arvellaan yrityksissä etenevän.

Tiedustellessa intranetin alkuperäistä ideaa ja tarvepohjaa, Nieminen kertoi PalveluSantralla olleen olemassa intranet jo aiemmin, jota ei kuitenkaan käytetty toivotulla tavalla. Aiempi intranet oli käytössä muutaman vuoden ajan, kunnes se poistui käytöstä viisi vuotta sitten, jolloin PalveluSantralla oli rekisterissään vasta noin 60 yritystä. Kyseistä intranetia oli hankala käyttää ja päivittää, ja se toimi lähinnä oppimisalustana ja koulutustietojen säilytyspaikkana. (Nieminen 2014.)

Uuden intranetin luominen oli hankkeena tämän jälkeen työn alla useita vuosia, kunnes se otti suuremman harppauksen eteenpäin alkuvuodesta 2013.

PalveluSantralla oli jo aiemmin ollut menestyksekkästä yhteistyötä Lahden ammattikorkeakoulun kanssa, ja yhteys oli olemassa. Lahden ammattikorkeakoulu oli ollut hyvin aktiivinen omalta puoleltaan, ja luottamus oli kohdallaan. Projektin osalta kummankin osapuolen tavoitteet kohtasivat, ja PalveluSantra tarjosi projektia yhteistyöhön oppilaitoksen kanssa. PalveluSantran ajatuksena oli myös koulutuksellinen ja henkisesti arvokas päämäärä, sekä mahdollisuus saada erilaista, tuoretta näkökulmaa hankkeeseen. (Nieminen 2014.)

Tällä hetkellä luonteeltaan löyhä yritysverkosto koostuu 140 yrityksestä, jotka ovat keskenään erityyppisiä. Osa yrityksistä on yksinään toimivia yrittäjiä, esimerkiksi siivousalan yrittäjiä, ja toiset suurempia, monialaisia yrityksiä, kuten Harjulan Settlementti ry. Intranetin rakentamisen suurin perustelu oli PalveluSantran ja yritysten sekä yritysten keskinäisen yhteydenpidon

vahvistaminen tavalla, joka tuottaisi konkreettista hyötyä ja sopisi yritysten erilaisiin aikatauluihin. Perustelu intranetille löytyi myös tarpeesta saada paikka luottamuksellisen ja salassapidettävän tiedon säilytykseen. Intranetin on lisäksi tarkoitus toimia koulutuksellisen ja lainsäädännöllisen materiaalin tietopankkina. (Nieminen 2014.)

Kysyttäessä, miksi nimenomaan intranet tuntui parhaalta mahdolliselta viestintä- ja tiedonjakamiskanavalta, vastauksena on yksiselitteisesti intranetin tarjoama vuorovaikutteisuus. Intranet oli alusta asti oikealta tuntuva vaihtoehto, sillä tiedonvälittäisen ohella se lisää yhteisöllisyyden tunnetta ja lujittaa yritysverkostoa henkisesti. PalveluSantralla on myös käytössä Facebook-sivusto, jota ei kuitenkaan ole luontevaa käyttää yksityisen tiedon välittämiseen. Lisäksi Facebookin luonne viestintävälineenä mielletään usein epäviralliseksi ja arvaamattomaksi. (Nieminen 2014.)

Nieminen arvioi, että intranetin suunnittelu- ja rakentamisprojekti on tähän mennessä edennyt hyvin, erityisesti Lahden ammattikorkeakoulun opiskelijoiden osalta. Nykyiselle yritysmaailmalle tyypillinen kiire on olemassa myös PalveluSantrassa, projektin ulkoistaminen on helpottanut yrityksen ajankäyttöä, mahdollistaen kuitenkin projektissa täyden mukana olemisen. Nieminen on tyytyväinen opiskelijaryhmän osaamiseen ja eritoten ryhmän atk-taitoihin. Projektiryhmän kansainvälisyys ja työskentely englannin kielellä toi omat haasteensa. Vaikka ajoittain mietityttikin, saavatko ulkomaalaiset opiskelijat projektista tarpeeksi irti, ei kansainvälisyyden kuitenkaan koettu olevan huono asia, vaan pikemminkin sen ajateltiin tuovan projektille lisäarvoa. (Nieminen 2014.)

Intranetin suurimmat edut ja hyödyt odotetaan tulevan kohonneest yhteydenpidosta ja kommunikoinnista. Suurimpana haasteena pidetään yritysten motivoimista sen käyttöönottoon. Tässä vaiheessa olennaista on oikeanlaisen sisällön tuottaminen. Yritysten arvellaan ottavan intranet vastaan erilaisilla tavoilla, joskin yksikään niistä on tuskin täysin sitä vastaan. Jotkut ovat odottaneet intranetin tuleamista edellisen version lakkaututtua, toisille asia saattaa olla yhdentekevää. Ennakko-odotukset yritysten suhtautumisesta kallistuvat kuitenkin

positiiviselle puolelle. Intranetin onnistuneisuus vaikuttaa myönteisesti myös PalveluSantran yleisen imagoon yritysverkostostaan välittävänä toimijana. (Nieminen 2014.)

Intranetia tullaan hyödyntämään PalveluSantrassa kattavasti, alussa erityisesti koulutukseen liittyvän sisällön ja materiaalin jakamiseen. Intranetin käyttöä tullaan tulevaisuudessa seuraamaan, nimenomaan aktiivisen käytön kautta. Seuranta pystytään siten hyödyntämään intranetin kehittämisessä ja mahdollisessa laajentamisessa. Tulevaisuuden laajennuskohteita voisivat olla esimerkiksi asiakkaiden sähköisen ajanvarauksen ja palautejärjestelmän hallinnointi intranetin kautta sekä koulutustilaisuuksien seuraaminen stream-lähetyksinä reaaliaikaisesti tai jälkepäin. (Nieminen 2014.)

Eräs merkittävä intranetiin yhdistettävä asia voisi olla laadunhallinta ja -sääntely, tavalla joka kuvaa nimenomaan asiakkaan mielipidettä laadusta. Lautupalaute on osa Lahden kaupungille tehtävää valvontaa, jonka tietojen toimittamisesta PalveluSantra vastaa. Intranetiin voisi lisäksi sisällyttää yrittäjien perustamispaketteja ja niihin liittyviä asioita, niistä nimittäin kysytään PalveluSantralta usein. (Nieminen 2014.)

4.4 Intranetin toteuttamisen vaiheet

PalveluSantran intranet-projektin suunnitelma viimeisteltiin alkuvuodesta 2013, ja fyysisesti projekti käynnistyi Lahden ammattikorkeakoulussa 10. syyskuuta 2013, Dynamo2014 -hankkeen ensimmäisellä tapaamisella. Tässä tapaamisessa hankkeen vetäjä ja projektin tilaaja selvensivät projektin kulun ja tavoitteet. Tämän työn kirjoittaja valittiin projektin opiskelijavetäjäksi. Syyskuun 2013 aikana muodostui joidenkin henkilövaihdosten jälkeen kuusi henkeä käsittävä, kansainvälinen projektiryhmä, jossa kolme henkilöä eivät puhuneet suomea. Projektin kielenä oli englanti, ja eräs opiskelijavetäjän tehtävistä olikin toimia kielimuurin purkajana.

Suunnittelutyö alkoi syyskuussa 2013 ryhmän ja projektin tilaajan yhteistyössä laatiman yrityksille lähetettävän kyselyn muodostamisesta. Samanaikaisesti ryhmä aloitti miettimään ja ideoimaan intranetin ulkonäköä ja asioita, joita siellä tulisi olla. Kyselyn tulosten valmistuttua lokakuun 2013 puolivälissä, intranetin ulkonäön ja käytettävyyden suunnittelu syveni. Projektin tilaaja oli mukana suunnittelutyössä, tarjoten viitekehysten intranetin suunnitteluun.

Projektin viestintä

Projektin alussa otimme käyttöön ryhmän kommunikointiin tarkoitettavan Wiggio -sivuston, jonka käyttöönoton ja opastuksen tarjosi projektiryhmän ulkopuolinen Business Information Technology -koulutusohjelman opinnäytetyötä tekevä opiskelija. Englanninkielinen Wiggio toimi monimuotoisena alustana, jonka sisällä pystyimme sopimaan aikatauluista ja luomaan kalenterimerkintöjä, luomaan ja jakamaan asiakirjoja ja keskustelemaan ja kommentoimaan projektin eri vaiheita. Työkaluun saatu opastus oli innokasta ja kattavaa, ja työkalua käytettiin aktiivisesti marraskuun loppupuolelle asti. Wiggio-alustan tarjonnut opiskelija pystyi opinnäytetyönsä aineistoksi seuraamaan tiedonvaihtoa ja käytyjä keskusteluja, niihin kuitenkin itse liittymättä. Viestintään käytimme projektin sisäisesti myös sähköpostia, eritoten aivan projektin alussa, sekä projektin loppupuolella teknisen osuuden valmistuttua. Projektitapaamisia pidettiin keskimäärin kerran viikossa, aina joulukuun puoleenväliin asti.

Käytettävät alustat

Projektiryhmän kolme Business Information Technology -koulutusohjelman opiskelijaa ottivat tehtäväkseen selvittää, miten intranetin tekninen puoli toteutetaan. Päätettäviä asioita olivat muun muassa sovellusalue, jolle intranet rakennetaan, webhotelleihin tutustuminen ja niistä päättäminen, sekä asiaan liittyvien mahdollisten kustannuskysymysten läpi käyminen projektin tilaajan kanssa.

Intranet päätettiin rakentaa Wordpress-sovellusalustalle, joka sisälsi parhaat työkalut ja apusovellukset intranetin tarpeisiin. Webhotelleja analysoitiin projektiryhmässä käyttäen kriteereinä palveluntarjoajien yleistä mainetta ja saatavilla olevia yritystietoja, käyttäjien kokemuksia, sekä hintaa. Näistä tiedoista muodostettiin projektin tilaajalle esitys, jonka perusteella tämä valitsi webhotelliksi Suomen Hostingpalvelu Oy:n. Kilpailussa voittajayrityksen vertailukohteina olivat Louhi Net Oy ja Shellit.org.

Projektiryhmän liiketalouden alan opiskelijat keskittyivät tulevan intranetin sisältöön, käytettävyyteen ja toimivuuteen. Sisällön kannalta keskeisin asia oli mahdollisuus keskinäiseen viestintään. Keskeisiä käytettävyyteen liittyviä asioita olivat käyttöliittymän selkeys ja luettavuus, tietojen lataamisen ja päivittämisen helppous, ja sivuston yleinen helppokäyttöisyys. Sivustoa suunniteltiin yhdessä projektin tilaajan kanssa, ja oleellista tässä vaiheessa oli ymmärtää, minkälainen intranetin loppukäyttäjän tietotekninen kokemus ja osaaminen todennäköisimmin on. Lisäksi yksi liiketalouden alan opiskelija otti vastuulleen tärkeiden intranettiin tulevien lomakkeiden päivityksen ja uudistamisen.

Intranetin ensimmäinen kokeilu

Intranetin ensimmäinen, kokeiltava ja muokattava versio, oli valmis 19. marraskuuta 2013. Tällöin jokainen projektiryhmän jäsen sai tehtyä järjestelmään testitunnukset, ja intranetia päästiin kokeilemaan. Seuraavana päivänä, 20. marraskuuta, intranetin ensimmäinen versio esiteltiin projektin tilaajalle, teknisen toteutuksen ohjaavalle opettajalle sekä Dynamo 2014 -projektin johtajalle.

Ensimmäisen version esittelyn jälkeen projektiryhmällä oli kolme viikkoa aikaa tehdä muutoksia, korjailuja ja lisäyksiä intranettiin. Wordpress-sovellusalustan perustoiminnot löytyivät suomenkielisenä, mutta suurin osa piensovelluksista olivat vain englanniksi, joten kaikki näkyvä teksti käännettiin suomeksi. Lisäksi pyrimme tekemään kirjautumissivusta, etusivusta ja asetuksista mahdollisimman

yksinkertaisen loppukäyttäjälle. Tämän kolmen viikon aikana olimme runsaasti yhteydessä projektiryhmän kesken.

Intranetin valmistuminen

Intranetin lopullinen, valmis versio esiteltiin 12. joulukuuta, 2013. Tällöin pidimme tuotteen teknisen toteutuksen valmistumistilaisuuden PalveluSantran toimistolla, johon osallistui koko projektiryhmä, teknisen toteutuksen ohjaava opettaja sekä Dynamo 2014 -projektin johtaja. Tässä tilaisuudessa tuli vielä muutama selvitettävä ulkonäköön liittyvä kysymys. Intranet oli kuitenkin ulkonäköllisesti ja käytettävyydeltään tuona päivämääränä valmis. Aikataulun väljyyden ja erilaisten opintopistetavoitteiden vuoksi sovittiin yhteisesti, että teknisestä puolesta vastanneet opiskelijat olivat oman osansa projektista suorittaneet, kun tekninen puoli oli valmis.

Projektiryhmään kuului käyttöönoton jälkeen kolme jäsentä, ja ryhmän seuraava tehtävä oli projektin tilaajan perehdyttäminen käyttöön ja opastaminen mahdollisissa ongelmatilanteissa. Jo ennen teknisen puolen valmistumista oli sovittu, että intranetin käyttöä varten tulee muodostaa käyttöoppaat, erikseen sekä pääkäyttäjälle että peruskäyttäjälle omansa. Teknisestä puolesta vastanneet opiskelijat aloittivat käyttöoppaiden luonnostelun pohjautuen asioihin, joita he pitivät tärkeinä ja huomioonotettavina, ja kaksi liiketalouden opiskelijaa jatkoivat tältä pohjalta käyttöoppaiden valmistelua. Oppaat olivat valmiita tammikuun alkupuolella, jonka jälkeen ne luovutettiin projektin tilaajalle. Kolmas liiketalouden opiskelija suoritti intranetiin tulevien lomakkeiden päivitystä, ja kommentoi osaltaan myös käyttöoppaiden sisältöä.

Esittely yrityksille

Tammikuun aikana sovimme projektin tilaajan kanssa, että intranetin esittely yrityksille tapahtuu kevään 2014 aikana. Esittelyn järjestämiseen tuli varata tarpeeksi aikaa, sillä ajankohdan ja tapahtumakehyksen tuli olla sopiva. Yrityksiä, erityisesti pienyrittäjiä, oli haastavaa saada yhteen paikkaan samanaikaisesti. Tämän lisäksi PalveluSantran kevättalven aikataulu oli perinteisen kiireinen, ja lisäystä aikataulun tiukkuuteen toi PalveluSantran toimiston muutto ja siihen liittyvän normaalin toiminnan pyörittäminen.

4.5 Intranetin sisältö

4.5.1 Kirjautuminen

Ensimmäinen sivu, joka käyttäjälle tulee intranetin käytössä eteen, on kirjautumissivu (KUVA 1). Tästä haluttiin tehdä mahdollisimman yksinkertainen ja selkeä, ja sellainen, ettei se aiheuta hankaluuksia intranetin sisään pääsulle. Sivulle syötetään käyttäjätunnus ja salasana, jonka jälkeen käyttäjä pääsee sisään. Jos käyttäjä on unohtanut salasanansa, pystyy hän klikkaamaan kohtaa ”Salasana hukassa?”, jolloin hänellä on mahdollisuus saada käyttäjätiedoissaan olevaan sähköpostiin uusi salasana. Kirjautumissivu varustettiin PalveluSantran logolla, jota painamalla sivu päivittyy. Sivun alaosassa on linkki PalveluSantran kotisivuille. Tutkitaan myös mahdollisuutta toteuttaa myöhemmin linkki PalveluSantran kotisivuilta intranetin kirjautumissivulle.



KUVA 1. Kirjautumissivusta pyrittiin tekemään käyttäjälleen mahdollisimman yksinkertainen ja selkeä.



4.5.2 Etusivu

Kirjaututtuaan sisään intranettiin käyttäjä tulee etusivulle (KUVA 2). Etusivu on yksi viidestä intranetin sivusta, joita käyttäjä voi navigoida PalveluSantra-logon alla olevasta palkista. Koska keskinäisen viestinnän tehostaminen oli yksi tärkeimpiä syitä intranetin rakentamiselle, oli projektin alusta asti selvää, että intranetin tulee sisältää jonkinlainen keskustelualue. Niinpä sen muodostaminen olikin tärkeysjärjestyksessä ensimmäisellä sijalla, ja se päätettiin sijoittaa välittömästi etusivulle. Keskustelualueen tarkoitus on toimia tiedon- ja ajatustenvaihdon keskuksena, niin yrityksen keskinäisessä kuin PalveluSantran ja yritysten välisessä kommunikoinnissa. Keskustelualueen parhaita puolia esimerkiksi sähköpostiin verrattuna on aiheiden ja niiden vastausten näkyvyys kaikille käyttäjille.


[ETUSIVU](#)
[LAIT JA SÄÄDÖKSET](#)
[LOMAKKEET](#)
[KOULUTUKSET](#)
[PROFIILIT](#)

Etusivu

Etsi

Keskustelualue	Aiheet	Viestit	Viimeisin viesti
Palveluntuottajien asiakkaita koskevat asiat	2	7	5 kuukautta, 1 viikko sitten  Allu Pyhälampi
PalveluSantraa koskevat asiat	4	8	4 kuukautta, 3 viikkoa sitten  palvelusantra
Koulutusasiat	0	0	Ei aiheita
Muut asiat	0	0	Ei aiheita

KUVA 2. Keskustelualueelle on pääsy välittömästi intranetin etusivulta.

Keskustelualue on jaettu neljään osa-alueeseen:

- **Palveluntuottajien asiakkaita koskevat asiat (KUVA 3)** – tällä alueella on tarkoitus keskustella nimenomaan asiakkaista, heidän tarpeista ja toiveistaan, ja yleisesti asiakkuuksiin liittyvistä asioista
- **PalveluSantraa koskevat asiat** – tällä alueella on tarkoitus keskustella PalveluSantraan liittyvistä asioista, kuten esimerkiksi organisaatiomuutoksista, yhteystiedoista ja yleisistä käytännöistä. Tämä alue siis käsittelee yritysasioita.
- **Koulutusasiat** – PalveluSantra järjestää säännöllisesti koulutustilaisuuksia yritysverkostolleen. Lisäksi PalveluSantra toimittaa koulutuksessa



käytettyjä materiaaleja intranettiin luettavaksi ja tallennettavaksi. Tällä alueella on tarkoitus keskustella koulutuksista ja siihen liittyvistä materiaaleista. Täällä yritykset voivat myös toivoa, minkälaisia koulutuksia tulevaisuudessa haluaisivat. PalveluSantra voi käydä aktiivista keskustelua niin menneistä kuin tulevistakin koulutuksista.

- Muut asiat – Tällä alueella voidaan käsitellä kaikkia muita asioita, jotka eivät sovellu muihin edellämainittuihin kategorioihin. Tällaisia asioita voivat olla esimerkiksi yritysverkoston omat tapahtumat, kuten messut ja tilaisuudet, sekä esimerkiksi yhteiset pikkujoulut.

Testi: Asiakas 452345

[Etusivu](#) > [keskustelualueet](#) > [Palveluntuottajien asiakkaita koskevat asiat](#) > Testi: Asiakas 452345

Tämä aihe sisältää , 2 kirjoittajaa, ja siihen kirjoitti viimeksi  Allu Pyhälämmi 4 kuukautta, 3 viikkoa sitten.

Julkaisija	Viestit	Tykkää Seuraa
19.11.2013, 14:24		VASTAUS #25
	Kävin asiakkaan luona 13.11. ja silloin tapahtui seuraavaa:	
Allu Pyhälämmi		
<i>Osallistuja</i>		
19.11.2013, 14:44		VASTAUS #27
	what! you did what?	
Vesa		
<i>Osallistuja</i>		

KUVA 3. Esimerkki viestiketjusta Palveluntuottajien asiakkaita koskevat asiat – osiossa.

4.5.3 Lait ja säädökset sekä lomakkeet

Lait ja säädökset -sivulle kerätään kaikki yritysten tarvitsemat tiedot liittyen erilaisiin lakeihin, säännöksiin ja ohjeistuksiin (KUVA 4). Tällaisia ohjeistuksia voivat olla esimerkiksi tiedot siitä, miten esimerkiksi siivouspalvelun tulee toimia asiakkaan luona, tai millaisia tehtäviä kotihoidon palvelut yleensä asiakkailla suorittavat. Tämän sivun tarkoitus on toimia nimenomaan tietopankkina, josta yritys voi tietoa tarvittaessaan katsoa vaivattomasti, miten jokin asia on. Tällöin yrityksen ei tarvitse kuluttaa aikaa paperimuodossa olevan tiedon etsimiseen, tai hankalasti luettavien lakitekstien läpikäymiseen. Sähköisessä muodossa olevan tiedon etu on myös siinä, että siihen pääsee käsiksi myös mobiilisti, esimerkiksi tabletin avulla, jolloin asioita voi tarkistaa tarvittaessa esimerkiksi asiakkaan luona ollessa.

Lomakkeet -sivu koostuu yritysten tarvittavista täytettävistä tai tulostettavista lomakkeista, joita yritykset tarvitsevat erilaisiin tilanteisiin. Kyseessä voi olla esimerkiksi omaevalvontasuunnitelma, tai erilaiset muut ilmoituslomakkeet. Yritys voi sekä täyttää ja lähettää lomakkeita sähköisesti, että tulostaa ja lähettää niitä perinteisessä paperimuodossa. Sähköisessä käytössä yritykset voivat täyttää ja lähettää lomakkeita eteenpäin myös mobiilisti, ilman paikkarajoitteita. Kuten lait ja säädökset -sivulla, myös tämän sivun tarkoitus on toimia keskitettynä paikkana, josta tiedot löytyvät, ja täten helpottaa yritysten toimintaa.



[ETUSIVU](#)[LAIT JA SÄÄDÖKSET](#)[LOMAKKEET](#)[KOULUTUKSET](#)[PROFIILIT](#)

Lait ja säädökset

[Intranet User Manual](#)

[Esittely koko santra](#)

[Malli Omavalvontasuunnitelma PS versio - Offline](#)

[Muokkaa](#)

KUVA 4. Lait ja säädökset -sivu toimii ohjeistusten tietopankkina.

4.5.4 Koulutukset

Koulutukset-sivulla PalveluSantra julkaisee koulutuksiin liittyvää materiaalia, kuten menneissä koulutuksissa käytettyjä diaesityksiä ja asiakirjoja (KUVA 5). Materiaalit pidetään tavallisesti esillä tietyn aikamäärän verran, jonka jälkeen ne poistetaan. Tällä sivulla PalveluSantra voi myös tiedustella osallistumista tuleviin koulutuksiin yhteydenottolomake -työkalun avulla. Tämä tapa on tehokkaampi kuin aiemmin käytetty sähköposti-ilmoittautuminen, ja helpottaa siten PalveluSantran toimintaa.


[ETUSIVU](#)
[LAIT JA SÄÄDÖKSET](#)
[LOMAKKEET](#)
[KOULUTUKSET](#)
[PROFIILIT](#)

Koulutukset

1. Millaisia asioita haluaisit?

2. Miten koet asioiden olevan?

3. Kuinka toivot asioiden etenevän?

4. Haluatko tästä aiheesta lisätietoja tulevaisuudessa?

Nimi (pakollinen)

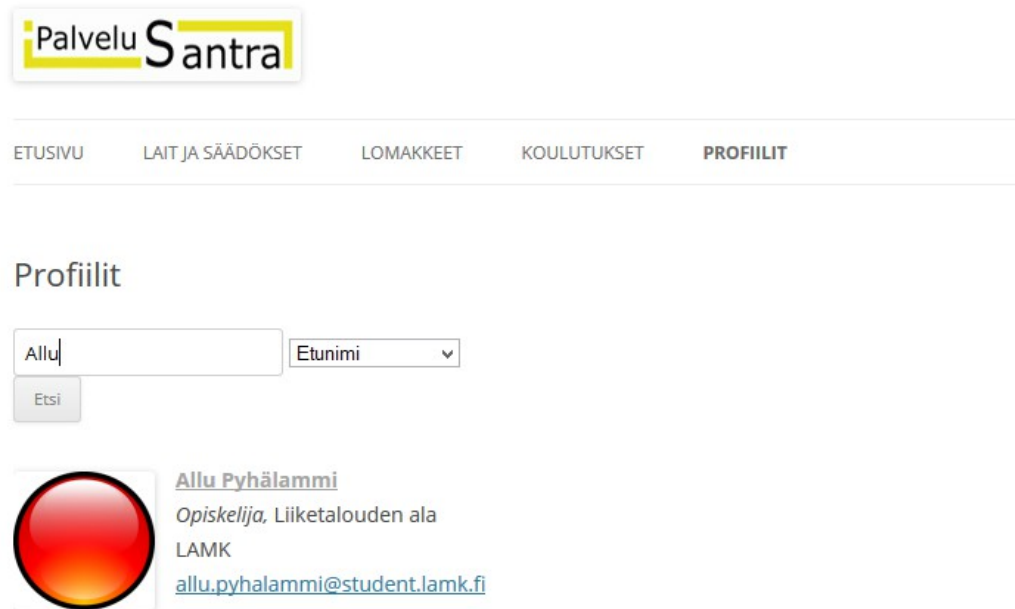
Sähköposti (pakollinen)

KUVA 5. Koulutukset -sivulla voidaan muun muassa tiedustella, millaisia koulutuksia yritykset tulevaisuudessa haluaisivat.

4.5.5 Profiilit

Profiilit-sivulla näkyy listaus kaikista intranetin käyttäjistä (KUVA 6). Jokaisesta yrityksestä näkyy käyttäjänimi ja profiilikuva, joka on tavallisimmin yrityksen logo. Yleisesti ottaen yrityksistä tulee näkymään myös toimipaikka ja sähköpostiosoite. Lisäksi yritykset voivat oman valintansa mukaan lisätä itsestään tietoja. Sivulta voi siis tarvittaessa hakea tietoa verkostoon kuuluvista eri

yrittäjistä. PalveluSantra voi myös päivittää yritysten tietoja, ja yrityksen poistuessa verkostosta poistaa tämän tiedot luettelosta.




PalveluSantra

ETUSIVU LAIT JA SÄÄDÖKSET LOMAKKEET KOULUTUKSET PROFILIT

Profiilit

Allu Etunimi

Etsi

 **Allu Pyhälammi**
 Opiskelija, Liiketalouden ala
 LAMK
allu.pyhalammi@student.lamk.fi

KUVA 6. Profiilit-sivulla näkyy listaus intranetin käyttäjistä.

4.5.6 Asetukset

Sivuston oikeasta yläkulmasta pääsee Asetukset-sivulle, jossa jokainen käyttäjä voi muokata, lisätä tai poistaa omia tietojaan (KUVA 7). Täällä voi muun muassa vaihtaa oman salasanasensa tarvittaessa. PalveluSantra voi myös tarvittaessa muokata, lisätä ja poistaa tietoja. PalveluSantra muodostaa uudet käyttäjätunnukset yrityksen liittyessä verkostoon, sekä poistaa tunnuksen yrityksen poistuessa verkostosta.

Nimi

Käyttäjänimi	<input type="text" value="TestiAllu"/>
Etunimi	<input type="text" value="Allu"/>
Sukunimi	<input type="text" value="Pyhälammi"/>
Lempinimi <i>(pakollinen)</i>	<input type="text" value="TestiAllu"/>
Näytä nimi julkisilla sivuilla tässä muodossa:	<input type="text" value="Allu Pyhälammi"/> ▼

Yhteystiedot

Sähköpostiosoite <i>(pakollinen)</i>	<input type="text" value="allu.pyhalammi@student.lamk.fi"/>
Kotisivu	<input type="text"/>
Twitter	<input type="text"/>
Facebook	<input type="text"/>
LinkedIn	<input type="text"/>
Google+	<input type="text"/>

Tietoja itsestäsi

Lisää hieman elämäkerrallista tietoa.

KUVA 7. Asetukset-sivulla käyttäjä voi lisätä itsestään erilaisia tietoja, jotka näkyvät Profiilit-sivun listauksessa.

4.6 Työn tulokset

Tässä opinnäytetyössä suunniteltiin ja toteutettiin sisältö PalveluSantran ja sen noin 140 yrityksestä koostuvan verkoston väliseen intranettiin. Projekti toteutettiin monialaisena opiskelijaprojektina, osana Lahden ammattikorkeakoulun Dynamo 2014 -hanketta. Projektiryhmä koostui yhteensä kuudesta liiketalouden ja Business Information Technology -koulutusohjelman opiskelijasta. Intranet suunniteltiin ja toteutettiin yhteistyössä projektin tilaajaorganisaatio PalveluSantran kanssa.

Työn tutkimusongelmana oli uuden sähköisen viestintävälineen suunnittelu ja tuottaminen haastavalle käyttäjäjoukolle. Keskeisenä tutkimuskysymyksenä oli miten suunnitella ja tuottaa intranettiin sisältöä, kun käyttäjäjoukko ei ole yhden tietyn organisaation sisäinen, vaan useista yrityksistä koostuva joukko, jonka jäsenillä on yhteinen päämäärä helpottaa jokapäiväistä työtään?

Tutkimusmenetelminä työssä käytettiin survey-kyselyä, toimeksiantajan haastattelua, ja osallistuvaa havainnointia intranetia toteuttavassa projektiryhmässä työskentelemällä. Tutkimusaineiston tuloksia analysointiin sekä kvalitatiivisesti että kvantitatiivisesti, mielipiteiden ja yleisen suuntauksen kvalitatiivista näkökulmaa painottaen.

Tämän työn tarkoitus oli suunnitella, millainen intranet olisi kaikista toimivin ratkaisu vaativalle ja erityislaatuiselle yritysverkostolle. Kun kyseessä on yhden keskusyrityksen hallinnoima verkosto, jota ympäröi 140 yrittäjää, kyseessä ei ole tavallinen, yhden yrityksen sisäinen intranet-verkosto. Tarkoitukseen soveltuvana ratkaisuna ei kuitenkaan voida pitää ulkopuolisen yrityksen rajattuna kanavana toimivaa extranet-teknologiakaan.

Lopputuloksena muodostunut sähköinen ympäristö onkin eräänlainen intranetin ja extranetin välimuoto, jossa käyttäjillä on mahdollisuus olla vuorovaikutuksessa avoimella ja vaivattomalla tavalla. Eräs projektin korkeimpia tavoitteita olikin saavuttaa sellainen ympäristö, joka sekä tukee ja helpottaa yritysten jokapäiväistä

toimintaa, että kannustaa innovatiiviseen ja kehittävään ajatusten vaihtoon. Tavoitteena oli, että yritykset kokevat intranetin miellyttävänä ja innostavana paikkana, jossa menestyksekkään ajatustenvaihdon seurauksena toiminnan kehittäminen olisi helpompaa, ja jokainen intranetia käyttävä taho voisi kokea saavansa siitä arvoa ja merkitystä työntekoonsa. Parhaimmillaan intranetin menestyksekkäs toiminta lisää ja korostaa yhteisöllisyyden tunnetta yritysverkoston sisällä, sekä keskinäisesti että suhteessa keskusyritykseen. Intranetin tulisi toimia paikkana, jossa yritykset voivat luottaa toistensa ajatuksiin ja mielipiteisiin, ja jossa kilpailuasetelma voidaan sivuuttaa yhteisten päämäärien vuoksi. Tämä näkemys vahvistui yrityksille tehdyn kyselyn vastaustuloksista.

Toivon intranetista hyvää, toimivaa yhteydenpidon välinettä.

Toimivuutta, verkostoitumisen vahvistumista.

Nuo lomakkeet yms. olisivat hyvää palvelua meille yrittäjille.

Tutkimustyön tuloksena syntyi yrityskäyttöön tarkoitettu valmis tuote, intranet. Intranetia oli kehitetty projektin aikana aiemmin määritettyjen sekä suunnittelu- ja toteutusvaiheissa esille tulleiden seikkojen perusteella. Intranetin ominaisuuksien suunnittelussa käytettiin yrittäjiltä tehtävää kyselyä, ja projektin tilaajaorganisaation näkemyksiä. Intranetin tärkeimmiksi ominaisuuksiksi koettiin vuorovaikutteisuus, lähestyttävyyys, helppokäyttöisyys, selkeys, yksinkertaisuus, ja tekninen toimivuus.

Valmista intranetia testattiin projektiryhmän kesken erilaisilla tavoilla, jonka jälkeen projektin tilaaja otti sen koekäyttöön. Intranetista käytiin läpi kaikki sen osat ja vaiheet, arvioitiin vielä mahdolliset tarkennettavat kohteet, ja se viimeisteltiin. Valmiista tuotteesta toteutettiin käyttöohjeet erikseen sekä pää- että peruskäyttäjälle. Päätettiin, että ennen intranetin lanseeraamista yritysjoukolle, tulitaisiin siitä tekemään kokeilu kahdella verkostoon kuuluvalla yrityksellä. Intranetin lanseeraus koko yritysverkostolle tapahtuu kevään 2014 aikana.

5 YHTEENVETO

5.1 Johtopäätökset ja työn onnistuminen

Intranetin suunnittelussa ja toteuttamisessa olennaisinta on tietää, minkälainen käyttäjäjoukko sillä tulee olemaan. Tärkein kysymys, joka tulee esittää, on ”Mihin ongelmaan intranet tuo ratkaisun?”. Projektin toiminnan kannalta olikin ensiarvoista, että oli olemassa tietoa siitä, millaisia intranetia käyttävät yritykset ovat. Erityisen tärkeää oli saada käsitys yritysten koosta, ominaisuuksista, viestintätavoista ja tavallisen työpäivän kulusta. Tätä kautta pystyttiin määrittelemään, minkälaiset ratkaisut voivat tuoda yrityksille eniten arvoa. Oman haasteensa tähän asiaan toi yritysten keskinäinen erilaisuus: osa yrityksistä on suurempia, monta eri toimialaa kattavia yrityksiä, kun taas toiset ovat yhden ihmisen voimin toimivia yksityisyrittäjiä.

Viestinnällisesti yritykset toimivat tavanomaisesti perinteisemmillä tavoilla, kuten puhelimitse ja sähköpostilla. On tavallista, että vaikka jokin tapa kommunikoida olisikin aikaa vievää ja vaivalloista, tapaa silti käytetään, jos se on kovin tuttu, ja niin on ”tehty jo vuosia”. Tämä pitää erityisesti paikkansa kiireisissä yhden hengen yrityksissä, joissa mahdollisia kehitysehdotuksia ei ole ehkä mahdollista edes ajatella. Yritysten kiireisyys näkyi myös muun muassa kyselyn vastausprosentista. Juuri yritysten kiireisyyden helpottaminen olikin projektin yksi tärkeimpiä tavoitteita.

Projektiryhmän ja projektin tilaajan mielestä työ oli onnistunut hyvin. Oli kulunut useita vuosia siitä, kun tilaajaorganisaatiolla oli ollut edellinen intranet-järjestelmä, ja pitkäaikaisen suunnittelutyön seurauksena uuden intranetin rakentamisen projekti oli saatu käyntiin ja toteutettua. Intranet on nyt käyttöönottoon valmis tuote, jonka seuraava vaihe on lanseerata se menestyksekkäästi loppukäyttäjille, asianmukaisella tavalla siihen opastaen ja kouluttaen.

Projektiryhmän toiminta intranetia toteuttaessa oli erittäin sujuvaa. Projektin viestintä toimi vaivattomasti ja ilman viiveitä, ja yhteydenpito oli aktiivista puolin ja toisin. Viestinnän sujuvuus ja onnistuminen oli erityisen hyvää englannin kielen käytön tarve huomioon ottaen. Projektikokouksia ja -tapaamisia pidettiin tavallisesti viikkotasolla, ja projektissa ei ollut sitä häiritseviä tai keskeyttäviä taukoja. Intranetin rakentaminen eteni sopivassa aikataulussa, ja valmis tuote saatiin toteutettua ennakoidun aikamäärän puitteissa.

5.2 Kehitysehdotukset

Projektin työryhmä koostui yhteensä kuudesta liiketalouden, ja Business Information Technology -koulutusohjelman, opiskelijasta. Projekti oli osa monialaista Dynamo 2014 -projektia, ja alunperin toiveena projektille oli se, että siihen saataisiin jäseniä usealta eri Lahden ammattikorkeakoulun koulutusosalta. Oli erittäin arvokasta, että projektissa oli mukana sekä liiketalouden alan osaamista, että enemmän teknisen puolen osaamista Business Information Technology -alan opiskelijoiden myötä. Tämän lisäksi projektille olisi tuonut lisäarvoa, jos siinä olisi ollut mukana esimerkiksi sosiaali- ja terveystieteiden opiskelijoita, erityisesti ottaen huomioon intranetin käyttäjäjoukon toimialan. On hyvin todennäköistä, että sosiaali- ja terveystieteiden opiskelijoiden tuoma näkemys olisi voinut tuoda vielä erilaisempaa lisäarvoa projektille, ja sen tuloksena olevalle intranetille.

Kehityskohteena voidaan pitää myös sitä, miten tietoa kerättiin yrityksiltä. Tehtyyn kyselyyn vastasi 140 yrityksestä 42, joka merkitsi vastausprosentin olevan 30. Projektiryhmällä oli tiedossa, että vastausprosentti ei todennäköisesti olisi kovin suuri, ja oli myös mahdollista arvioida, että yritysten mahdollisuus vastata kyselyyn ajankäytön ja yritysten kiinnostuksen puitteissa ei välttämättä olisi kovinkaan huomattava. Kyselyn tuloksia olisi voinut tehostaa hiukan pidemmällä vastausajalla, ja hiukan useammalla muistutus sähköpostilla asiaa

koskien. Lisäksi, yritysten kanssa olisi voitu sopia yksittäisiä haastatteluja, joissa projektiryhmän jäsenet olisivat käyneet yrityksissä paikanpäällä tiedustelemassa intranetiin liittyviä toiveita. Tässä toki olisi saattanut tulla myös vastaan yritysten ajankäytölliset ja kiinnostukselliset rajoitteet. Haastattelujen tekemiseen asetti toki oman rajoitteensa myös projektiryhmän englannin kielen käytön tarve.

5.3 Validiteetti ja reliabiliteetti

Tärkein työssä käytetty tutkimusmenetelmä oli yritysjoukolla toteutettu kysely, jonka aineistoa arvioitiin sekä kvalitatiivisesti että kvantitatiivisesti. Lähtöoletus intranetin rakentamiselle oli se, että yritykset ottavat sen hyvin vastaan, haluavat hyödyntää sitä, ja kokevat saavansa sen käytöstä arvoa. Yrityksille tehtävän kyselyn vastausten perusteella intranetiin suhtauduttiin myönteisesti, ja suuri osa vastaajista oli avoin sen tuomille mahdollisuuksille. Tällöin vastaukset olivat lähtöoletusten puitteissa, ja avointen kysymysten tarjoamien vastausten myötä saatiin tutkimukseen myös tarkentavia lisätuloksia.

Tutkimuksen validiteettiin olisi saattanut vaikuttaa kyselyn suurempi vastaajamäärä. Tutkimuksen puitteissa koettiin kuitenkin, että nimenomaan laadullisista, avoimista vastauksista saatavat tulokset olivat tutkimuksen kannalta kaikista arvokkaimpia, sen sijaan että tutkimusote olisi ollut määrällisempi ja sisältänyt suuremman joukon vastaustuloksia. Suuremman vastausmäärän tapauksessa avoimien vastausten määrä olisi saattanut joka tapauksessa jäädä pienemmäksi. Lisäksi tutkimuksessa toteutettiin projektin tilaajan haastattelu, joka antoi kyselyä tukevaa lisätietoa tutkimukseen. Näiden seikkojen tuloksena tämän tutkimuksen validiteettia voidaan pitää tutkimuksen tarkoitukseen riittävänä.

Tutkimuksen kyselyosuuden reliabiliteettia arvioidessa tutkitaan kysymyksiä ja niiden asettelua. Kysymysten muodot ja esitystavat ovat selkeitä ja yksiselitteisiä, eivätkä ne olleet vastaajaa johdattelevia. Kyselyä lähetettäessä on voitu tehdä oletus, että ”kyllä tai ei” -kysymyksissä suuri osa vastauksista painottuu ”kyllä”

-vastausten puolelle. Tähän liittyy oletus lopullisen tuotteen kiinnostavuudesta ja tarpeellisuudesta. Vastaustuloksissa oli kuitenkin hajontaa ”kyllä”- ja ”ei”-vastausvaihtoehtojen välillä.

Tieto kyselystä lähetettiin kaikille mahdollisille vastaajille samanaikaisesti. Kyselystä lähetettiin lisäksi muistutussähköposti kaikille vastaajille yhtäaikaaisesti, ja kysely suljettiin yhtäaikaisesti kaikilta vastaajilta yhdeksän vuorokauden kuluttua sen avaamisesta. Vastausaika sisälsi seitsemän arkipäivää ja yhden viikonlopun. Kyselyä toteutettaessa kehenkään mahdolliseen vastaajaan ei oltu erikseen yhteydessä kyselyä koskien. Kyselyn vastaukset tallentuivat sähköisesti ja reaaliaikaisesti, ja niiden käsittely tapahtui kyselyn sulkemisen jälkeen.

Vastauksiin on saattanut vaikuttaa halu ja kiinnostus lopputuotetta kohtaan, joka on voinut vaikuttaa myönteisten vastausten enemmistöön. Muilta osin kyselyn vastausten todenmukaisuutta ei ole suurelta osin syytä epäillä, ja kyselyn tuloksia voidaan pitää reliabelina. Projektin tilaajan haastattelu käsitteli projektin taustaa ja etenemistä. Se toteutettiin henkilökohtaisesti, ja sen reliabiliteettia ei ole syytä epäillä.

5.4 Tutkimuksen hyöty ja jatkotutkimusaiheet

Tämän tutkimuksen suurin hyöty tulee olemaan yritysten viestinnästä vastaaville asiantuntijoille, ja tätä kautta koko yritysjohdolle. Lisäksi tutkimus tuo näkemystä ja tukea yritysten järjestelmäasiantuntijoille. Tärkein tutkimuksessa esitetty uusi tieto on: Miten rakentaa toimiva ja hyödyllinen viestintäväline joukolle, jonka jäsenet eivät kuulu samaan organisaatioon, mutta jotka ovat keskenään vuorovaikutuksessa, ja joilla on yhteisiä päämääriä?

Keskeisimmät jatkotutkimuksen aiheet ovat intranetin käytön alkamisen onnistuminen ja sujuvuus sekä käytön lisääntyminen ja laajentuminen

yrittäjäverkostossa. Jos intranetin käyttö on onnistunut heikosti, on vähentynyt tai loppunut lähes kokonaan, mitkä ovat sen syyt. Aihe jatkotutkimukselle löytyy myös intranetin sisällön kasvattamisesta ja kehittamisestä, esimerkiksi vuoden päästä intranetin julkaisuajankohdasta tehtävä tutkimus, joka kertoo intranetin käytöstä kuluneen vuoden aikana, sekä muutos- ja parannusehdotuksista, joita yritykset intranetiin toivoisivat käytön perusteella. Lisäksi intranetin erilaisten käyttötapojen tutkiminen, esimerkiksi minkälaisilta teknologisilta alustoilta yritykset kirjautuvat intranetiin, ja käytetäänkö sitä mobiiliteknologian avulla. Jos mobiiliteknologia on yleisessä käytössä, tulisiko ja kannattaisiko intranetia muokata enemmän mobiiliin sopivaksi.

Mielenkiintoista olisi tutkia, voiko intranetiin tulevaisuudessa liittää joitakin lisätoimintoja, kuten extranet-ominaisuuden esimerkiksi joillekin yritysten tavarantoimittajille, tai muille sidosryhmille. Toisaalta voisi ajatella, voiko teknologisia ratkaisuja kehittää pidemmälle, ja luoda esimerkiksi asiakkaan roolissa oleville vanhuksille ja muille palveluita tarvitseville jonkinlaisen käyttöliittymän, eräänlaisen ”napin”, jolla nämä pystyisivät liittymään intranet-ympäristöön ja kertomaan palveluntarpeistaan. Entistä laajemmin, onko mahdollista luoda suuri, samalla alustalla mahdollisimman tehokkaasti toimiva teknologinen kokonaisratkaisu, joka helpottaisi ja tehostaisi niin yrittäjien kuin palveluntarjoajan työtä, sekä parantaisi asiakkaiden palveluiden löytämistä ja hyödyntämistä.

Intranet on nykyajan yksi tärkeimmistä ja käytetyimmistä työyhteisön viestintävälineistä, ja siellä oleva tieto on helposti löydettävissä ja aina saatavilla. Intranet on kanava, jossa tiedonvälitys ja kommunikointi suuren käyttäjäjoukon välillä on usein toimivampaa kuin sähköpostissa, joka soveltuu paremmin kahdenkeskiseen vuorovaikutukseen ja täsmällisemmän tiedon vaihtamiseen. Intranetilla on kyky olla suhteellisen puolueeton ja neutraali viestintäkanava, jossa sama tieto on yhtäaikaaisesti jokaisen käyttäjän saatavilla.

LÄHTEET

Painetut lähteet

Aula, P. 2000. Johtamisen kaaos vai kaaoksen johtaminen. Juva: WSOY.

Baker, S. 2000. Getting the most from your Intranet and extranet strategies, *Journal of Business Strategy*, 21, p. 40

Curry, A. & Stancich, L. 2000. The intranet – an intrinsic component of strategic information management. *International Journal of Information Management*, 20, pp. 249.

Daft, R. & Lengel, R. 1986. Organizational information requirements, media richness, and structural design. *Management science*, 22.

Denton, D.K. 2003. Use an Intranet for Performance Measurement. *Industrial Management*, 45, s. 28.

Goodman, J. 2006. *Intranet Strategy*. Ark Group.

Gupta, A. S. & Dale O. 1998. Managing computing resources in intranets: an electronic commerce perspective., *Decision Support Systems*, 24, pp. 55.

Hirsjärvi, S., Remes, P. & Sajavvara, P. 2009. *Tutki ja kirjoita*. 15. uud.p. Helsinki: Tammi.

Juholin, E. 2008. *Viestinnän vallankumous*. Helsinki: WSOY.

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

Kortesuo, K. 2009. *Tekstiä ruudulla – Kirjoitamme verkkoon*. Infor. Keuruu: Otava.

Kortetjärvi-Nurmi, S., Kuronen, M-L., & Ollikainen, M. 2008. *Yrityksen viestintä*. 5. uudistettu painos. Helsinki: Edita Prima Oy.

Kuivalahti, T. & Luukkonen, J. 2003. *Intra*. Hämeenlinna: Inforviestintä.

Lohtaja, S. & Kaihovirta-Rapo, M. 2007. *Tehoa työelämän viestintään*. Helsinki: WSOYpro.

Majamaa, O. 2011. *Taustatutkimus intranetin kehittämiseen*. Case: Mondi Lohja Oy. Laurea ammattikorkeakoulu, Liiketalouden koulutusohjelman opinnäytetyö.

Mansikka, E. 2011. *Intranet-sivuston sisällön tuottaminen*. Case: Suomen Kultakello Oy. Kymenlaakson ammattikorkeakoulu, Johdon assistenttityö ja kielet, Yritys- ja yhteisöviestinnän opinnäytetyö.

Puro, J-P. 2004. *Onnistu viestinnässä*. Werner Söderström. Helsinki.

Reimari, T. 2011. *Intranetin käyttö: Ongelmakohdat ja kehittämisideat*. Case: Heinolan kaupunki. Lahden ammattikorkeakoulu, Liiketalouden ala, Tietojenkäsittelyn koulutusohjelma.

Smith, L. & Mounter, P. 2008. *Effective Internal Communication*. Kogan Page Limited

Tang, S. M. 2000. An impact factor model of Intranet adoption: an exploratory and empirical research., *Journal of Systems & Software*, 51, p. 157.

Uronen, M. 2013. Intranetin rakentaminen yritykselle. Lahden ammattikorkeakoulu, Tekniikan ala, Tietotekniikan opinnäytetyö.

Utti, J. 2004. Kiihdytyksiä omenapuutarhassa; luottamusta, luovuutta, ja johtajuutta Imatralla. Otava.

Wiio, O. 2009. Viestintä yleensä epäonnistuu – paitsi sattumalta. Kyriiri Oy. Helsinki

Elektroniset lähteet

Acton, T., Campion, M., Flanagan, D., Hill, S. & Scott, M. 2008. Intranet Redesign and Change Management: Perspectives on Usability. *International Business Research*. CCSE. [viitattu 10.2.2014]. Saatavissa: <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ibr/article/view/43/18#page=129>.

Ambientia. 2013. Mikä sosiaalinen intranet? [viitattu 25.4.2014]. Saatavissa: <http://www.sosiaalinenintranet.fi/tietoa/>.

Arstila, A. 2012. Minkä arvosanan antaisit työpaikkasi intranetin haulle? Blogikirjoitus. Sulava. [viitattu 27.4.2014]. Saatavissa: <http://www.sulava.com/2012/01/minka-arvosanan-antaisit-tyopaikkasi-intranet-haulle/>.

Intranet Road Map. 2013. [viitattu 13.3.2014]. Saatavissa: http://www.intranetroadmap.com/intranet_road_map.pdf.

Korhonen, H. P. 2013. Kirjoittaja esittäytyy: Intranet-asiantuntija Hanna P. Korhonen. North Patrol. Blogi. Tolvanen, P. [viitattu 28.4.2013]. Saatavissa: <http://intranet-ostajanopas.fi/2013/10/10/kirjoittaja-esittaytyy-intranet-asiantuntija-hanna-p-korhonen/>.

Korhonen, H. P. 2014. Tiedon löydettävyyks keskeisin haaste korkeakoulujen intraneteissä. North Patrol. Blogi. [viitattu 28.4.2013]. Saatavissa: <http://intranet-ostajanopas.fi/2014/04/15/tiedon-loydettavyys-keskeisin-haaste-korkeakoulujen-intraneteissa/>.

Lehmuskallio, S. 2008. Intranet. [viitattu 15.3.2014]. Saatavissa: <http://www.kielijelppi.fi/verkkoviestinta/intranet>.

Maurer D. and Calabria T. 2004. 10 ways to continuously improve your intranet. [viitattu 14.3.2014]. Saatavissa: http://www.steptwo.com.au/papers/kmc_continuousimprovement/pdf/KMC_ContinuousImprovement.pdf.

Perrott, N. 2001. Intranets: Considering the User Experience, Strategic Communication Management, 5, pp. 32. [viitattu 25.3.2014]. Saatavissa: http://www.google.fi/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CDIQFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.researchgate.net%2Fpublication%2F42385861_Intranet_Redesign_and_Change_Management_Perspectives_on_Usability%2Ffile%2Fe0b49519f29d8c80fa.pdf&ei=w19eU6_9OaqMyQPb3oCoDA&usg=AFQjCNHTGT-hkYwBkECfTAZJFNCSJHxXpw&bvm=bv.65397613,d.bGQ.

- Piha, K. 2014. Sisäinen viestintä – käärmettä pyssyyn? EllunKanat. Esitys. [viitattu 28.4.2014]. Saatavissa: <http://www.slideshare.net/EllunKanat/kirsi-piha-sisainen-viestint-krmett-pyssyyn>.
- Potomac. 2014. Why Use Electronic Communications? Potomac Knowledgeway Project. Morino Institute. [viitattu 17.3.2014]. Saatavissa: <http://knowledgeway.org/living/communications/homepage.html>.
- Rissa, K. 2009. Työyhteisöviestinnällä hyvinvointia. Työturvallisuuskeskus. [viitattu 28.4.2014]. Saatavissa: http://www.ttk.fi/files/916/Tyoyhteisoviestinnalla_hyvinvointia_2009.pdf.
- Säteri, R. & Hosiokoski, T. 2008. Sisäisen viestinnän abc. Deski Finland Oy. Tiedote. [viitattu 12.2.2014]. Saatavissa: http://tiedottaja.fi/pdf/sisaisen_viestinnan_abc.pdf.
- Säteri, R. & Hosiokoski, T. 2009. Intranetin suunnittelu. Deski Finland Oy. Tiedote. [viitattu 23.3.2014]. Saatavissa: <http://www.tiedottaja.fi/dev/wp-content/uploads/2010/02/Intraopas.pdf>
- Thiry-Cherques, H. 2010. Intranets: A semiological analysis. Journal of Information Science 2010 36: 705. Tieteellinen julkaisu. [viitattu 17.3.2014]. Saatavissa: <http://jis.sagepub.com/content/36/6/705.full.pdf+html>.
- Tolvanen, P. 2012. Kolme erilaista intranet-konseptia. Blogikirjoitus. North Patrol. [viitattu 17.3.2014]. Saatavissa: <http://intranet-ostajanopas.fi/2012/12/11/kolme-erilaista-intranet-konseptia-viestinnallinen-intranet-sosiaalinen-intranet-ja-sahkoinen-tyopoyta/>

Tolvanen, P. 2013. Kela näyttää mallia avoimella intranet-protolla. Blogikirjoitus. North Patrol. [viitattu 26.4.2014]. Saatavissa: <http://intranet-ostajanopas.fi/2013/09/18/kela-nayttaa-mallia-avoimella-intranet-protolla/>.

Zidle, M. 2012. Communication: Are Your People Getting The Message? Blog: Supervision. Blogikirjoitus. [viitattu 27.4.2014]. Saatavissa: <http://managementhelp.org/blogs/supervision/2012/03/27/communication-are-your-people-getting-the-message/>.

Suulliset lähteet

Nieminen, P. 2014. Toiminnanjohtaja. Päijät-Hämeen hyvinvointipalvelujen kehitys ry. Haastattelu 10.2.2014.

LIITE 1. Webropol-kysely yrityksille.

**Yrityksen tiedot**

1. Mitä ikäryhmiä asiakkaanne edustavat? (voit valita useita) *

- <- 65
- 65 - 70
- 71 - 80
- 81 - 90
- 90 ->

2. Oletteko kiinnostuneita mobiilipalveluista yrityksessänne? *

- Kyllä
- Ei

3. Uskotko yrityksesi kasvavan seuraavan kolmen vuoden aikana? *

- Kyllä
- Ei

Mielipiteesi intranetin eduista

4. Helpottaisiko verkostoituminen intranetin kautta yhteistyötä muiden yrittäjien kanssa? *

- Kyllä
- Ei

5. Helpottaisiko intranet työtänne yrittäjänä/ palveluntarjoajana (esim. lupakäytännöt, ilmoitukset,...) ? *

- Kyllä
- Ei

Mitä haluaisitte yrittäjänä nähdä intranetissa?

6. Keskustelupalstan/forumin mahdollisista palveluja tarvitsevista asiakkaista *

- Kyllä
- Ei

7. Yritysten tiedot ja logot *

- Kyllä
- Ei

8. Tulostettavia lomakepohjia *

- Kyllä
- Ei

9. Työntekoon liittyvät lait, säädökset ja ohjeet *

- Kyllä
 Ei

10. PalveluSantran ja muiden tärkeiden tahojen yhteystiedot *

- Kyllä
 Ei

11. Mahdollisuus lisätä päivitetty omaavontasuunnitelma nettisivuille *

- Kyllä
 Ei

Intranetin käytön aloittaminen**12. Tuletteko tarvitsemaan apua ja käytännön opastusta intranetin käytön aloittamisessa? ***

- Kyllä
 Ei

13. Mitä toivoisitte intranetilta? Muita viestejä PalveluSantralle? ***15. Yhteisyys ***

Yrityksen yhteystiedot

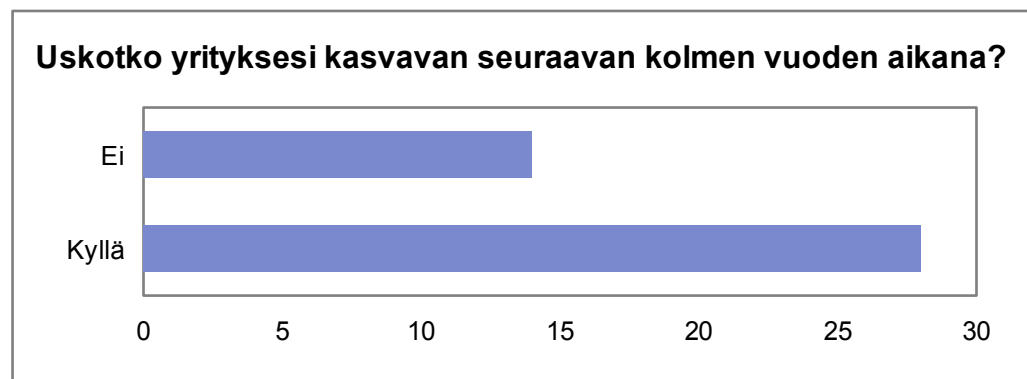
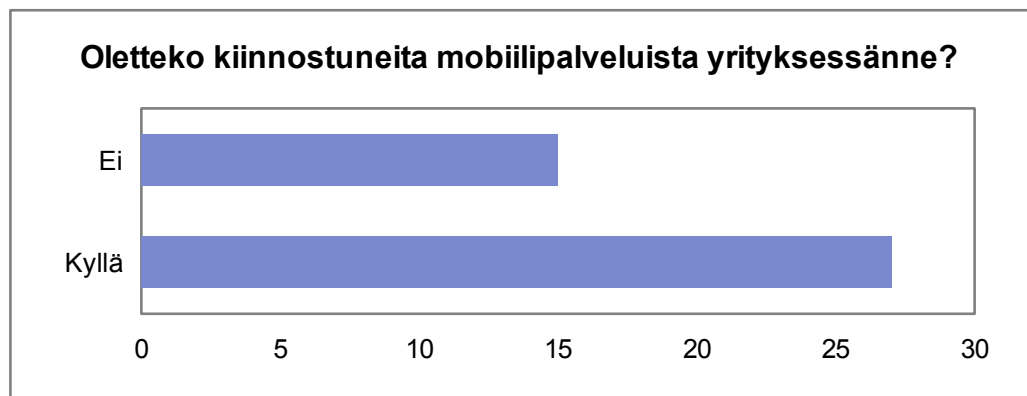
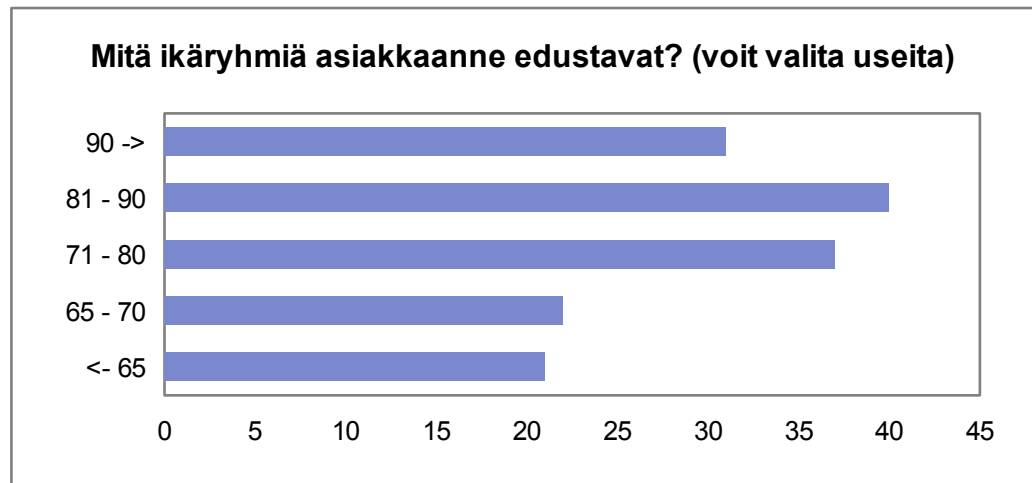
Yrityksen nimi

Paikkakunta

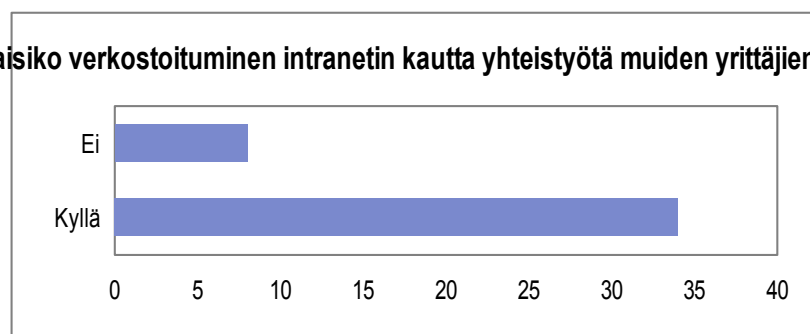
Sähköposti

Puhelinnumero

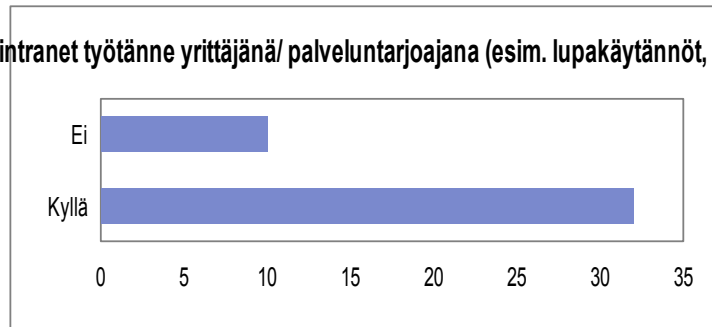
LIITE 2. Webropol-kyselyn suljettujen kysymysten vastaukset.



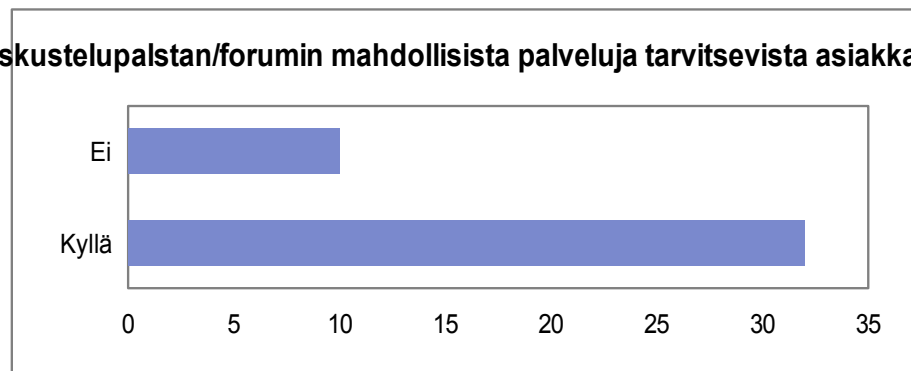
Helpottaisiko verkostoituminen intranetin kautta yhteistyötä muiden yrittäjien kanssa?



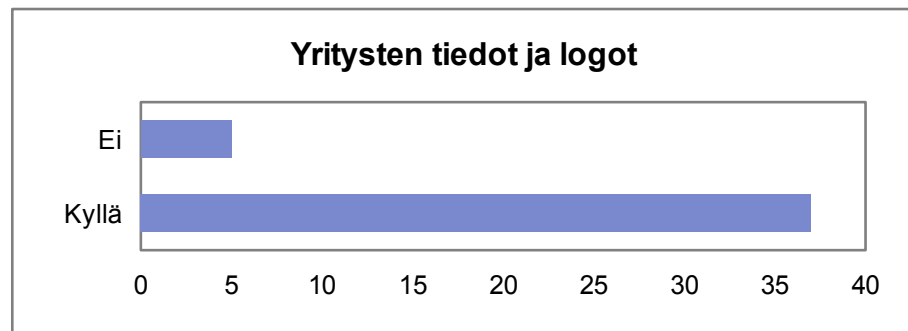
Helpottaisiko intranet työtänne yrittäjänä/ palveluntarjoajana (esim. lupakäytännöt, ilmoitukset,...) ?



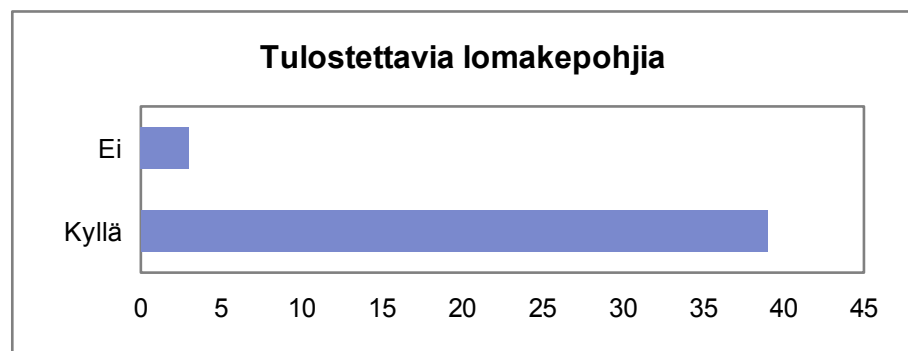
Keskustelupalstan/forumin mahdollisista palveluja tarvitsevista asiakkaista

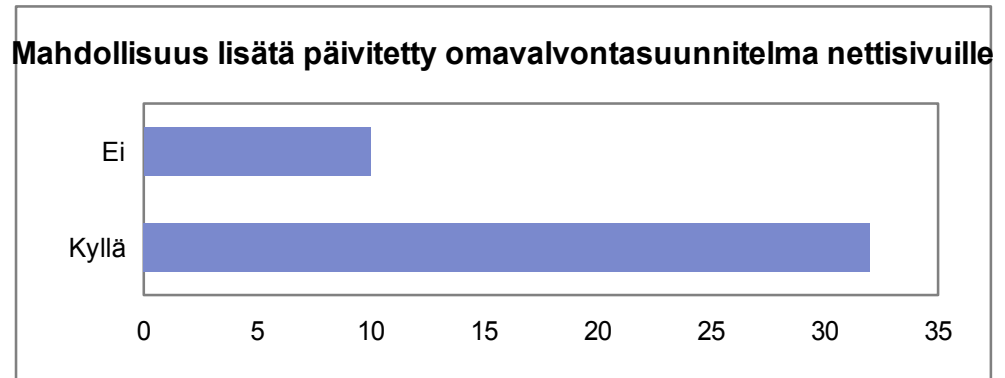
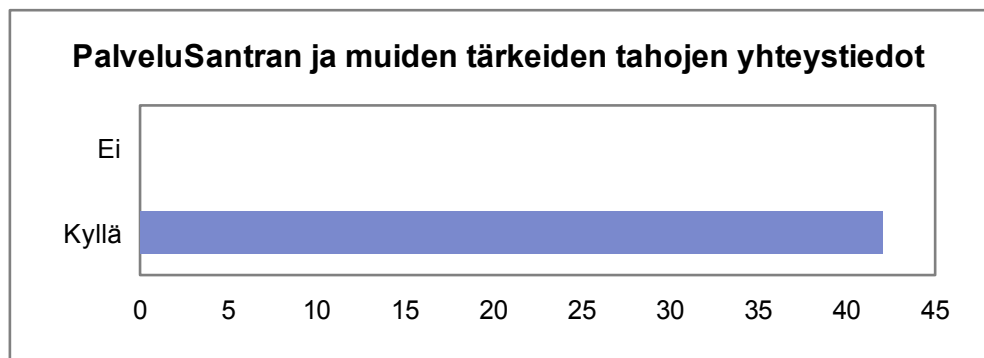
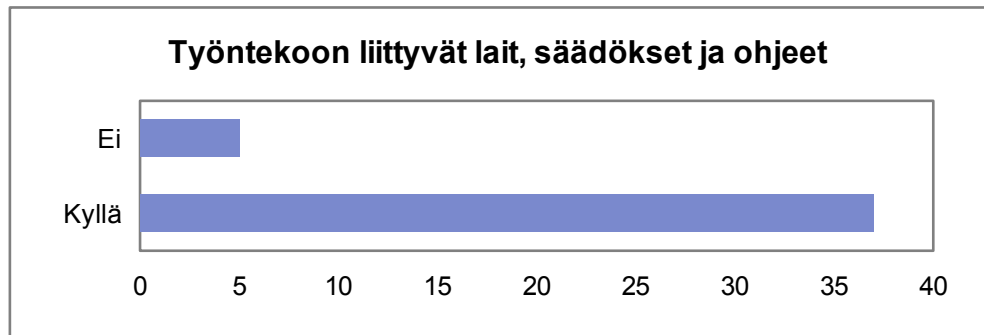


Yritysten tiedot ja logot

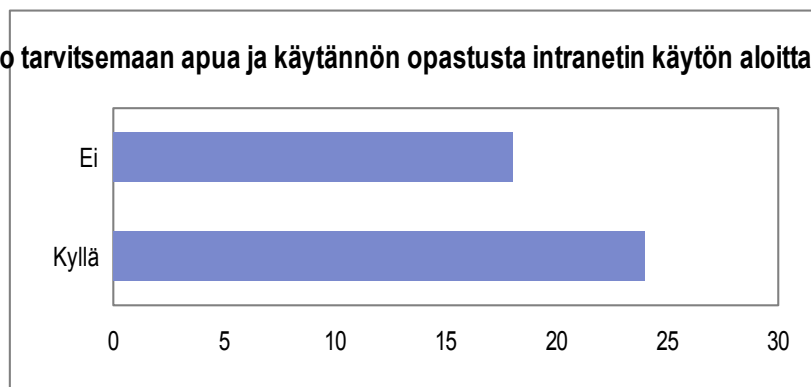


Tulostettavia lomakepohjia





Tuletteko tarvitsemaan apua ja käytännön opastusta intranetin käytön aloittamisessa?



LIITE 3. Haastattelu. P. Nieminen. Päijät-Hämeen hyvinvointipalvelujen kehitys ry:n toiminnanjohtaja. 10.2.2014. Kysymykset.

1. Mistä syntyi alkuperäinen idea intranetille? Miksi koitte sille tarvetta?
2. Miksi juuri intranet eikä mikään muu tapa? Tuntuiko se luontevimmalta.
3. Yrityksellänne oli aiemmin käytössä intranet? Eikö se toiminut? Miksei?
4. Miten päädyitte tilaamaan intranetin projektina Lamkilta? Miksette tehneet sitä itse?
5. Miten koette että intranetin rakentamisprojekti on sujunut/ edennyt?
6. Mitä koette, odotatte ja toivotte olevan intranetin suurimmat edut ja hyödyt?
7. Mikä on mielestänne suurin haaste intranetin toimimiselle käytännössä?
8. Miten arvelette että yrittäjät tulevat ottamaan intranetin vastaan? Innokkaasti vai vähemmän innokkaasti?
9. Miten paljon arvelette käyttävänne/ hyödyntävänne intranetia PalveluSantrassa?
10. Aiotteko tehdä seurantaa intranetin käytöstä, esimerkiksi kyselyä yrittäjiltä seuraavan vuoden sisältä?
11. Onko teillä jotain jatkokehittämistoiveita/ ajatuksia esim. vuoden päähän siitä, miten intranetia voisi laajentaa tai kehittää eteenpäin?